



Empregado ou Empresário? A Intenção Empreendedora de Alunos de Graduação em Ciências Contábeis

Luani Moura da Silva

Cristiane Krüger

Italo Fernando Minello

Wanderlei José Ghilardi

Resumo: O objetivo deste estudo é analisar a intenção empreendedora dos alunos de graduação do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Maria. A pesquisa é classificada como quantitativa, descritiva e de levantamento. A obtenção dos dados foi feita por meio do Questionário de Intenção Empreendedora de Liñán e Chen (2009). A amostra contemplou 202 questionários válidos, com respondentes distribuídos do primeiro ao décimo semestre. Os resultados apontam que os alunos não têm intenção de empreender, esse resultado foi reforçado por meio da Correlação de Pearson. Os alunos que participaram de disciplinas relacionadas ao empreendedorismo, os que estavam trabalhando e os que estavam cursando no período noturno, apresentaram uma intenção em empreender mais elevada em relação aos demais. Ao analisar a intenção empreendedora por semestre, verificou-se que, no último ano, especialmente no último semestre, os alunos apresentaram valores extremamente baixos de intenção empreendedora em comparação aos demais semestres.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Comportamento empreendedor; Intenção empreendedora.

Employee or Entrepreneur?

The Entrepreneurship Intention of Graduation Students in Accounting Sciences

Abstract: The objective of this study is to analyze the entrepreneurial intention of undergraduate students of the Course of Accounting Sciences of the Federal University of Santa Maria. The research is classified as quantitative, descriptive and survey. Data collection was done through the Entrepreneurial Intention Questionnaire by Liñán and Chen (2009). The sample included 202 valid questionnaires, with respondents distributed from the first to the tenth semester. The results indicate the students have no intention to undertake, this result was reinforced through Pearson's Correlation. Students who participated in subjects related to entrepreneurship, those who were working and those who were attending at night showed an intention to undertake higher in relation to the others. When analyzing the entrepreneurial intention per semester, it was verified that in the last year, especially in the last semester, the students presented extremely low values of entrepreneurial intention in comparison to the other semesters.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurial behavior; Entrepreneurial intention.

¿Empleado o Emprendedor?

La Intención Emprendedora de los Alumnos de Posgrado en Ciencias Contables

El objetivo de este estudio es analizar la intención emprendedora de los alumnos de graduación del Curso de Ciencias Contables de la Universidad Federal de Santa Maria. La investigación está clasificada como cuantitativa, descriptiva y de levantamiento. La obtención de datos se realizó a través del Cuestionario de Intención Empresarial de Liñán y Chen (2009). La muestra incluyó 202 cuestionarios válidos, con los encuestados distribuidos desde el primer hasta el décimo semestre. Los resultados indican que los alumnos no tienen intención de emprender, este resultado se reforzó a través de la Correlación de Pearson. Los alumnos que participaron de asignaturas relacionadas al emprendedorismo, los que estaban trabajando y los que estaban cursando en período nocturno presentaron una intención de emprender más grande en relación con los demás. Al

analizar la intención emprendedora por semestre, se verificó que, en el último año, especialmente en el último semestre, los alumnos presentaron valores extremadamente bajos de intención emprendedora en comparación con los otros semestres.

Palabras clave: Emprendimiento; Comportamiento emprendedor; Intención emprendedora.

1 Introdução

Durante as últimas décadas, o desenvolvimento do comportamento empreendedor tem sido colocado, não apenas no Brasil, mas em diversos países do mundo, como prioritário nas agendas e debates políticos, econômicos e acadêmicos, devido à comprovada influência que exerce no desenvolvimento econômico e social de um país (PAUL; SHRIVATAVA, 2016). Colaborando com isso, estudos empíricos apontam que o comportamento empreendedor ou, pelo menos, alguns aspectos dele podem ser ensinados e que a educação pode ser considerada um dos instrumentos chave para promover atitudes, intenções e competências empreendedoras (KURATKO, 2016).

Empreender, na Idade Média, referia-se ao indivíduo que não assumia grandes riscos, apenas gerenciava projetos, utilizando os recursos disponíveis, geralmente, provenientes do governo do país (DORNELAS, 2008). Richard Cantillon, importante escritor e economista, é considerado por muitos como um dos criadores do termo empreendedorismo, tendo sido um dos primeiros a diferenciar empreendedor, aquele que assumia riscos, do capitalista, aquele que fornecia o capital (DORNELAS, 2008). Esses indivíduos não se desviam de seus objetivos, eles agem repetidamente ou mudam de estratégia a fim de enfrentar desafios e superar obstáculos, mesmo que, para tanto, seja necessário o sacrifício pessoal (CARREIRA et al, 2015). Portanto, o empreendedor não é um ator social estático no que se refere ao seu comportamento, mas um indivíduo dinâmico.

A preocupação com a criação de empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade dessas entidades são, sem dúvida, motivos para a popularidade do termo empreendedorismo, que tem recebido especial atenção por parte do governo e de entidades de classe. Isso porque, após várias tentativas de estabilização da economia e da imposição advinda do fenômeno da globalização, empresas brasileiras tiveram de procurar alternativas para aumentar a competitividade, reduzir os custos e manter-se no mercado. Uma das consequências imediatas foi o aumento do índice de desemprego, principalmente nas grandes cidades, em que a concentração de empresas é maior (DORNELAS, 2008).

O espírito, as atividades e as intenções empreendedoras de estudantes universitários são mensurados pelo estudo *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESS). Esse estudo engloba todos os níveis de estudo em todos os cursos universitários

das instituições de ensino participantes, bem como as condições de ensino e apoio a atividades empreendedoras dos estudantes em numerosas regiões do mundo. O estudo serve de base para a avaliação das condições do ensino ligadas ao empreendedorismo em variadas áreas de formação superior com comparativos nacionais e internacionais, inclusive propiciando o *benchmarking*. Contribui, ademais, para a geração de recomendações de melhoria de práticas e políticas visando ao aperfeiçoamento de competências e recursos das instituições de ensino superior para melhor prepararem futuros profissionais, principalmente aqueles que tomarão algum tipo de iniciativa empreendedora.

Os resultados do estudo GUESSS demonstram que, dentre os estudantes, mais de 80%, logo após a conclusão da graduação, têm intenção de ser empregado e apenas 8% têm intenção de empreender (LIMA et al., 2014). Após cinco anos, segundo a mesma fonte, esses graduados, ainda em sua maioria (aproximadamente 56%), mantêm a intenção de ser empregados e, aproximadamente, 32% têm intenção de empreender. Tendo em vista os resultados apresentados e a verificação de um desinteresse por parte dos alunos em empreender, questiona-se: os alunos de graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) pretendem empreender?

Neste sentido, este estudo tem como objetivo geral analisar a intenção empreendedora dos alunos de graduação do Curso de Ciências Contábeis da UFSM. Para atingir tal objetivo, foram elencados objetivos específicos, sendo eles: i) identificar a intenção empreendedora dos alunos de graduação; ii) associar as dimensões e variáveis do questionário de intenção empreendedora; iii) verificar o conhecimento sobre empreendedorismo e a experiência profissional dos alunos; iv) confrontar o nível de intenção empreendedora dos alunos de graduação do noturno e do diurno; e v) comparar as dimensões de intenção empreendedora quanto ao semestre dos alunos.

A justificativa deste estudo dá-se pela necessidade de acompanhar a evolução da perspectiva de ver prosperar os empreendimentos contábeis, especialmente em se tratando de capacitar profissionais que saibam identificar oportunidades no mercado. Segundo Malacarne, Brustein e Brito (2014), os resultados apontados no estudo GUESS são consequência do atual sistema educacional, que, ao invés de estimular o comportamento empreendedor dos alunos, prioriza a formação de profissionais que objetivam uma colocação em uma empresa. Além disso, as pessoas costumam ser educadas para serem empregadas. Neste sentido, estimular o empreendedorismo, nesse contexto, é enfrentar resistências e conflitos num processo de mudanças, o que gera impactos para a instituição, para os professores e para os alunos (MALACARNE; BRUSTEIN; BRITO, 2014), que corroboram motivando à realização da

pesquisa, demonstrando quão desafiador é desenvolver o comportamento empreendedor no ensino superior.

Além da introdução, o artigo divide-se em: (i) revisão da literatura que traz o embasamento necessário ao estudo, (ii) metodologia, que caracteriza a pesquisa indicando também os procedimentos de coleta e análise de dados, (iii) análise e discussão dos resultados e, por fim, (iv) considerações finais.

2 Revisão da Literatura

Neste capítulo, consta a base teórica e empírica utilizada para a estruturação do estudo, acerca dos seguintes temas: empreendedorismo, educação empreendedora, intenção empreendedora e estudos assemelhados.

2.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo pode ser considerado o envolvimento com pessoas e processos que, juntos, levam à transformação de ideias em oportunidades e a implementação dessas oportunidades levam à criação de negócios de sucesso (DORNELAS, 2008). Mas empreender não está relacionado apenas com abrir o próprio negócio. Nas últimas décadas, tem se observado o comportamento empreendedor em ambientes nos quais antes nunca se pensou em haver empreendedores. Empreender pode ser definido como o ato de realizar sonhos, de transformar ideias em oportunidades e agir para alcançar os seus objetivos, gerando valores para a sociedade (DORNELAS, 2014).

O indivíduo empreendedor é aquele que tem atitude, é focado em novas ideias, resultados, inovações e realizações (SALIM; SILVA, 2013). O empreendedorismo está relacionado com a maneira como a pessoa comporta-se, com atitudes e postura pessoal diante das situações que lida diariamente. Ser empreendedor é ter satisfação e energia para desenvolver sonhos e objetivos e, assim, transformá-los em realidade (TAJRA, 2014). O empreendedorismo está cada vez mais presente na sociedade, mas não basta apenas querer empreender, é necessário ter planejamento, foco e talento para lidar com as situações do dia a dia.

Até poucos anos atrás, o empreendedorismo era considerado um dom natural do indivíduo, já se nascia empreendedor, sendo ou não, predestinado ao sucesso nos negócios (HASHIMOTO, 2014). Vários fatores determinam o sucesso do negócio, para tornar-se um empreendedor, qualquer pessoa que esteja determinada poderá aprender a ser um profissional

capacitado. Hoje, sabe-se que o comportamento empreendedor pode ser aprendido. Os indivíduos podem ser capacitados, por meio de instituições de ensino, para a criação de empresas fortes e duradouras. O ensino não é garantia de sucesso, mas ajudará na formação de melhores empresários, empresas mais consistentes e maior geração de riqueza ao país (DORNELAS, 2008).

2.2. Educação Empreendedora

Os empreendedores não são nascidos, mas desenvolvidos, torna-se necessário incluir nos currículos o ensino do empreendedorismo (PINTO, 2013). Desse modo, conforme Politis (2005), Tseng (2012) e Zampier e Takahashi (2014), características empreendedoras podem ser aperfeiçoadas, mediante processos de aprendizagem empreendedora. Nesse processo de aprendizagem, observa-se a importância da educação empreendedora nos currículos de diversos cursos de Instituições de Ensino Superior (DE OLIVEIRA; THOMAS; DAVID, 2016), as quais, segundo Pereira (2010), devem desempenhar um papel de agente promotor, disseminando uma cultura empreendedora em todos os níveis.

A ação é fundamental no processo de educação empreendedora, de acordo com Neck e Greene (2011), tem como primeiro passo permitir que os alunos experimentem a realidade, para, depois, aprenderem conceitos. Neste sentido, pondera-se sobre o papel de educação empreendedora das instituições de ensino, as quais representam papel de suma importância para a concretização desse aprendizado empreendedor. Rabbior (1990 em GUIMARÃES, 2002) cita como objetivos da educação empreendedora:

- Conscientizar a respeito do empreendedorismo e da carreira empreendedora;
- Influenciar atitudes, habilidades e comportamentos empreendedores;
- Desenvolver qualidades pessoais relacionadas às competências necessárias para o mundo moderno: criatividade, assumir riscos e assumir responsabilidades;
- Incentivar e desenvolver empreendedores;

Logo, a educação empreendedora pode oportunizar ao estudante enxergar e avaliar determinada situação, assumindo uma posição proativa frente a ela, capacitando-o a elaborar e planejar formas e estratégias de interagir com aquilo que ele passou a perceber (LOPES, 2014). Além disso, essa educação auxilia na compreensão da realidade, estimulando a reflexão sobre transformações e inovações, buscando ações planejadas e tecnicamente

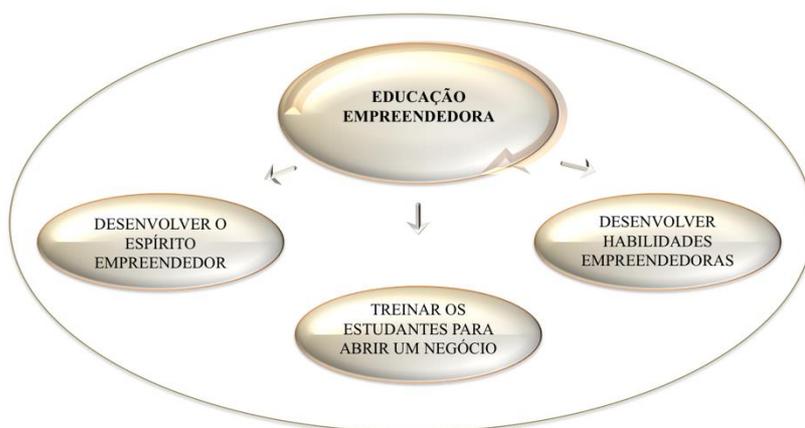
embasadas, além de estimular a transformação positiva da sua realidade, nas esferas pessoal, econômica e social (SEBRAE/PRONATEC, 2011).

Sob essa perspectiva, Singer, Amorós e Arreola (2015) salientam que o conteúdo empreendedor deve ser inserido nos três níveis de educação, de forma sistemática e consistente, com vistas ao desenvolvimento de uma cultura empreendedora que permeie a sociedade como um todo. Dentro desse enfoque, destaca-se o papel da instituição de ensino superior que pode ser fomentadora do preparo para empreender, desenvolver novas formas de ensinar que despertem uma mentalidade empreendedora em seus alunos.

A Comissão Europeia (2012) reforça a relevância de programas de formação empreendedora identificando países como Espanha, Irlanda, Chipre, Polônia e Reino Unido que contemplam o empreendedorismo nos currículos de ensino básico. Somado a isso, destaca-se que a referida Comissão, em 2012, estabeleceu diretrizes estratégicas para o avanço do perfil empreendedor através da educação como uma das principais ações para a promoção da atividade empreendedora no referido bloco (COMISSÃO EUROPEIA, 2012).

Nesse contexto, a European Commission Enterprise and Industry Directorate-General (COMISSAO EUROPEIA, 2012) apresenta uma estrutura para a educação empreendedora no ensino superior dividida em três objetivos: (a) desenvolver espírito empreendedor entre os estudantes, (b) treinar estudantes para abrir um negócio e administrá-lo, (c) desenvolver habilidades empreendedoras necessárias para identificar e explorar oportunidades de negócios. Essa relação é demonstrada na Figura 1 (um).

Figura 1 – Objetivos do Ensino do Empreendedorismo



Fonte: Baseado na proposta da European Commission Enterprise and Industry Directorate-General (2012).

Nessa perspectiva, para atingir os diferentes objetivos propostos pela educação

empreendedora, necessita-se traçar um plano de ensino que se adapte à metodologia pedagógica ao contexto da aprendizagem esperada (ROCHA; FREITAS, 2014). Segundo Balconi (2016), atividades de ensino práticas são as mais propensas para contribuir para o estímulo do comportamento empreendedor. Entre as opções pedagógicas, citam-se: palestras, recomendações de leituras, estudos de caso, visita a empresas, *brainstorming*, simulações e projetos desenvolvidos em grupos (DOLABELA, 2008).

2.3 Intenção Empreendedora

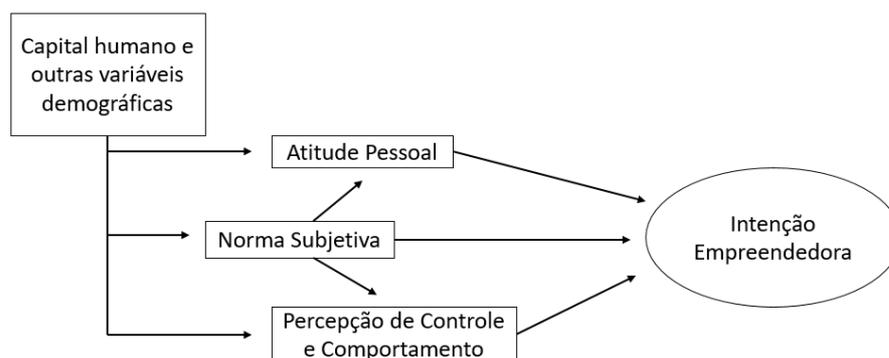
A intenção empreendedora é o passo inicial para o processo de constituição de uma empresa. Modelos baseados em intenção oferecem uma oportunidade de entender melhor o empreendedorismo, principalmente por meio do estudo conjunto de atitudes e valores. Os valores tendem a influenciar diretamente os antecedentes da intenção, como as atitudes, as percepções de controle de comportamento e também as normas sociais (LIÑÁN; CHEN, 2009).

Para Shook, Priem e Mcgee (2003), o empreendedor é definido como um processo de quatro fases. Esse processo é iniciado com a intenção empreendedora, em seguida, vem a busca de oportunidades, dando continuidade para uma fase de decisão e finalizando com a realização de atividades que possibilitam criar o seu negócio.

De acordo com Ajzen (1991), as intenções compreendem os fatores motivacionais que influenciam o comportamento, são indicadores de quanto é forte a vontade de tentar, de quanto esforço o indivíduo pretende desenvolver para manifestar um comportamento. Diante dos diversos estudos sobre empreendedorismo, sobressaem-se aqueles que se propõem a investigar o desencadeamento do comportamento empreendedor.

A Figura 2 (dois) apresenta o modelo da Teoria do Comportamento Planejado (TCP), proposto por Ajzen.

Figura 2 – TCP



Fonte: Liñán e Chen (2009).

Diante disso, é possível aplicar os fundamentos da TCP para prever e explicar o comportamento empreendedor, ao considerar-se a intenção do indivíduo para começar um negócio próprio (LIÑÁN; CHEN, 2009). De acordo com Almeida e Sobral (2005), a TCP é determinada como uma das teorias mais publicadas do comportamento humano no contexto das Ciências Sociais e tem sido testada em vários estudos como modelo explicativo do comportamento humano, cujos resultados revelam capacidade explicativa satisfatória.

Conforme Liñán e Chen (2009), a decisão de tornar-se um empreendedor pode ser considerada voluntária e consciente, porém é necessário analisar o modo como essa decisão é tomada. Para os autores, o empreendedorismo ocorre ao longo do tempo, já a intenção empreendedora é o primeiro passo para o processo de criação de um empreendimento. A ideia principal que necessita ser aplicada em pesquisas relacionadas ao empreendedorismo é sobre intenção empreendedora (THOMPSON, 2009). Segundo Ajzen (1991, p. 181), “intenções são utilizadas para capturar os fatores motivacionais que influenciam o comportamento e são indicadores de quanto às pessoas estão dispostas a tentar ou a se esforçar para executar o comportamento.”.

Para Krueger e Brazeal (1994), a intenção de empreender representa a relação das características pessoais, percepções, valores, crenças, variáveis sócio-demográficas e o ambiente. A intenção empreendedora pode contemplar aqueles que não possuem nenhum entendimento ou experiência do que é ser um empreendedor até aqueles que já abriram a sua empresa, aqueles que já pesquisaram, buscaram mais informações sobre o tipo de empreendimento que os satisfazia, aqueles que já fizeram todo planejamento estratégico e projetos do novo negócio, que irão iniciar a carreira empreendedora em pouco tempo. Portanto, os indivíduos que não possuem algum tipo de entendimento sobre o assunto empreendedor têm a possibilidade de algum dia iniciar um novo negócio (THOMPSON, 2009).

2.3.1 Estudos Assemelhados

Bronoski (2008) pesquisou a intenção empreendedora com acadêmicos da Universidade Estadual do Centro-Oeste, município de Guarapuava – PR. O objetivo principal do estudo era identificar o potencial empreendedor e a eventual contribuição de disciplina específica no projeto pedagógico do curso, para isso, verificou-se que, em média, um em cada três acadêmicos deseja ter o seu próprio negócio e que o curso de Administração, seguido pelo de Ciências Contábeis, ambos com disciplinas e conteúdos específicos sobre a criação e o desenvolvimento de novos negócios, são os de maior potencial empreendedor entre os formandos. A autora analisou e comparou os seus resultados com os de uma pesquisa similar, realizada na Fundação Álvares Penteado para o curso de Administração, observando que os alunos da Universidade Estadual do Centro-Oeste são mais propensos ao empreendedorismo.

Já Loiola *et al.* (2016) pesquisaram a intenção empreendedora de jovens universitários. O objetivo do estudo era analisar o efeito de variáveis de percepção de contexto do ambiente universitário e familiar e de variáveis motivacionais e atitudinais na intenção empreendedora dos jovens universitários. Testou-se também a influência indireta da atitude positiva em relação ao empreendedorismo nessas relações. Participaram 2.999 estudantes de diversos cursos de uma universidade pública do Brasil. Os resultados indicam que a motivação para o poder, seguida pela aprendizagem empreendedora e a menor percepção de risco são melhores preditores da intenção empreendedora. Além disso, os efeitos das relações entre motivos de poder, aprendizagem empreendedora e percepção de risco na intenção empreendedora são mediados pela atitude positiva em relação ao empreendedorismo.

Vieira e Rodrigues (2014) investigaram a intenção empreendedora em estudantes de engenharia. O objetivo do estudo era apresentar os resultados preliminares da pesquisa ENGEmprende desenvolvida para analisar as atitudes percebidas e os valores associados ao empreendedorismo por parte dos estudantes de engenharia. Os dados foram obtidos por meio de questionário. Os autores sugerem que os estudantes reconhecem que o empreendedor tem uma imagem positiva na sociedade, mas têm dúvidas sobre o que é melhor: ser empresário ou ser um empregado numa grande empresa. Como barreiras, os estudantes de engenharia apresentam uma dificuldade em encontrar uma ideia de negócio ou como obter acesso a capitais de investimento por meio de empréstimos bancários. As capacidades e as competências percebidas dos estudantes sugerem uma elevada adaptabilidade, confiança, confiança técnica e orientação para os resultados.

A avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor foi pesquisada por Rocha e Freitas (2014). O objetivo do estudo era analisar, por meio de técnicas multivariadas, um instrumento que tem como função mensurar a aprendizagem do ensino de Empreendedorismo, neste sentido, verificando a alteração do perfil empreendedor. Os resultados evidenciaram que os estudantes que participaram de atividades educacionais de formação em empreendedorismo apresentaram alterações significativas no perfil empreendedor.

No estudo de Rocha, Silva e Simões (2012), pesquisaram-se as intenções empreendedoras dos estudantes do ensino secundário: o caso do programa de empreendedorismo na escola. O objetivo do estudo era analisar qual o efeito que as atividades de empreendedorismo, em âmbito escolar, tem no desenvolvimento de um perfil empreendedor dos estudantes e saber se essas mesmas atividades influenciam as suas intenções empreendedoras futuras. A metodologia do estudo contemplava a aplicação de questionário. Os autores concluíram que, naquela investigação, variáveis como o incentivo dado pelos agentes escolares, a participação em atividades extracurriculares e o desejo de prosseguir estudos, assim como um perfil de criação e concretização de projetos empreendedores e a vontade de vencer, influenciam a criação do próprio negócio.

3 Metodologia

Esta pesquisa classifica-se, quanto à abordagem do problema, como quantitativa; quanto aos objetivos, como descritiva e, quanto aos procedimentos, como de levantamento. Para coleta, adotou-se o questionário. A pesquisa quantitativa utiliza a quantificação tanto nas modalidades de coleta de informação, quanto no tratamento de informações, por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples até as mais complexas (MICHEL, 2015).

Define-se pesquisa descritiva quando são descritas as características de uma população ou os fatos de uma realidade, o que acaba por criar uma maior familiaridade com o problema pesquisado, tornando-o mais claro e favorece mais o aperfeiçoamento das ideias e considerações dos mais variados aspectos ligados ao fato estudado (TRIVIÑOS, 1987).

Já a pesquisa tipo de levantamento trabalha com amostras da população, sendo importante e adequada para medir as atitudes, motivos e opiniões de um determinado grupo de pessoas definido por amostra (MICHEL, 2015). O questionário é uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito pelo informante, deve ser objetivo, limitado em extensão e estar acompanhado de instruções. Essas instruções devem esclarecer o

propósito de sua aplicação, ressaltar a importância da colaboração do informante e facilitar o preenchimento (MATIAS-PEREIRA, 2016).

A população é composta por alunos do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Em março de 2018, o respectivo curso apresentava 392 alunos devidamente matriculados, sendo 187 do turno diurno e 205 do noturno. Para o cálculo do tamanho mínimo da amostra, optou-se pela fórmula a seguir (Equação 1), que, segundo Fonseca e Martins (1996), é para uma população finita, considerou-se um nível de confiança de 95% e um erro padrão de 5%. Estimou-se para a população de estudantes uma amostra de 195 questionários a serem coletados.

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N-1) + z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q} \quad (01)$$

Sendo:

e – erro amostral;

N – tamanho da população;

n – amostra mínima;

$\alpha = 0,05$ – Nível de Significância;

p = 0,5 e q = 0,5;

$Z_{\alpha/2}^2 = 1,96$ para um nível de confiança de 95%.

Após definição da amostra mínima, levantaram-se os horários e as salas de aula das diferentes disciplinas, diurnas e noturnas, com a pretensão de alcançar a amostra mínima suficiente e homogênea. A obtenção de dados foi feita por meio do Questionário Intenção Empreendedora (QIE) de Liñán e Chen (2009), validado no Brasil por Hecke (2011). Por meio do QIE, almeja-se testar o modelo de intenção empreendedora, medindo a intenção mencionada e as variáveis que a influenciam (LIÑÁN; CHEN, 2009). O questionário é composto por quatro blocos de perguntas, a saber: Atitudes Pessoais, Normas Subjetivas, Percepção de Controle de Comportamento e Intenção Empreendedora.

O questionário é composto por 20 assertivas, separadas em quatro blocos (Quadro 1). No primeiro bloco, constam as assertivas de um a cinco, abordando as atitudes pessoais. No segundo, têm-se as normas subjetivas. Já o terceiro bloco é composto por seis itens e refere-se à percepção de controle de comportamento. Os três primeiros blocos de questões focam nas atitudes comportamentais dos estudantes, a respeito da percepção dos alunos com relação às atitudes pessoais, sobre se o ambiente cultural e social exerce influência sobre a intenção

empreendedora. Por fim, no quarto e último bloco, constam as assertivas quanto à intenção empreendedora, ou seja, o foco dessas questões é capturar a percepção dos pesquisados quanto à intenção de empreender.

Quadro 1 – Composição do QIE

DIMENSÃO	ASSERTIVAS
Atitudes Pessoais	Q1+Q2+Q3+Q4+Q5
Normas Subjetivas	Q6+Q7+Q8
Percepção de Controle e Comportamento	Q9+Q10+Q11+Q12+Q13+Q14
Intenção Empreendedora	Q15+Q16+Q17+Q18+Q19+Q20

Fonte: Liñán; Chen (2009).

O instrumento foi respondido pelos estudantes de acordo com uma escala de 5 (cinco) pontos Likert. Além do QIE, inicialmente, o aluno respondeu seis questões relacionadas a dados complementares, que se referem ao sexo, idade, estado civil, turno, semestre, se trabalha e se já cursou alguma disciplina relacionada ao empreendedorismo.

A coleta de dados ocorreu no mês de abril de 2018. A aplicação do questionário teve caráter presencial, individual e voluntário, durante o horário das aulas, nas respectivas salas e com o consentimento dos professores. Os questionários foram respondidos de modo anônimo. Para os alunos do décimo semestre, foi disponibilizado um questionário em formato online, pois eles não possuem aula presencial. Participaram 202 indivíduos, destes, não foram desconsiderados instrumentos com preenchimento incompleto, os respondentes superaram a amostra mínima estipulada (195).

Após a aplicação dos questionários, os dados foram tabulados e codificados (Microsoft® Excel®), sendo, posteriormente conferidos, objetivando verificar possíveis erros de digitação. Para tratamento e análise dos dados coletados, foram realizados testes estatísticos utilizando o software “*Statistical Package for the Social Sciences*” – SPSS, versão 24. Apurou-se o alfa de Cronbach, estatística descritiva e Correlação de Pearson. Na ocasião, foram analisados quantitativamente e explorados os dados do modelo proposto por Liñán e Chen (2009). A seguir, apresentam-se a análise e a discussão dos resultados.

4 Análise e discussão dos resultados

Neste capítulo, constam os resultados que foram encontrados a partir do instrumento de coleta. Inicialmente, apresenta-se a caracterização da amostra e, em seguida, a análise dos QIE.

4.1 Característica da amostra

A amostra é composta por 202 respondentes, alunos do Curso de Ciências Contábeis (UFSM). Os respondentes encontravam-se distribuídos do primeiro ao décimo semestre. Conforme Quadro 2 (dois), verifica-se que a maioria dos respondentes estava no sétimo semestre.

Quadro 2 – Respondentes por semestre

Semestre	Quantidade	Porcentagem
1º Semestre	27	13,37%
2º Semestre	19	9,41%
3º Semestre	24	11,88%
4º Semestre	14	6,93%
5º Semestre	19	9,41%
6º Semestre	21	10,40%
7º Semestre	30	14,85%
8º Semestre	16	7,92%
9º Semestre	14	6,93%
10º Semestre	18	8,91%
Total	202	100%

Com relação ao sexo, dentre os respondentes, 94 (46,53%) são do sexo masculino e 108 (53,47%), do sexo feminino. No que se refere à faixa etária, a maioria dos estudantes possui entre 18 e 23 anos (Quadro 3).

Quadro 3 – Faixa etária

Idade	Respondentes	Porcentagem
Menor de 18 anos	10	4,95%
18 até 23 anos	130	64,36%

24 até 29 anos	36	17,82%
Acima de 29 anos	26	12,87%
Total	202	100%

Quanto ao estado civil dos respondentes, predominou a opção solteiro (90,6%), essa informação quando cruzada com a anterior revela que se trata de uma população jovem e solteira. Com relação à situação de trabalho, prevalece os alunos que trabalham 65,8% (133 respondentes), como pode ser observado no Quadro 4 (quatro).

Quadro 4 – Trabalho e turno

Turno	Trabalham		Não trabalham		Total de Respondentes
	Quantidade e	%	Quantidade e	%	
Diurno	52	59,10%	36	40,90%	88
Noturno	81	71,05%	33	28,95%	114
Total	133	65,84%	69	34,16%	202

O turno em que os alunos estão matriculados pode ter relação com o vínculo empregatício. Souza (2015) considera que essa questão está muito ligada ao turno em que os cursos são ofertados e que os cursos que não são diurnos ou em tempo integral permitem que o acadêmico entre mais cedo no mercado de trabalho, seja como estagiário ou empregado. Nesta pesquisa, as maiores porcentagens de trabalhadores são dos alunos do noturno, esse turno permite que o acadêmico trabalhe durante o dia todo.

4.2 Análise do QIE

Os dados obtidos do QIE foram tabulados e submetidos à estatística descritiva, afim de analisar cada uma das dimensões previstas no modelo original, sendo Atitudes Pessoais, Normas Subjetivas, Percepção de Controle de Comportamento e Intenção Empreendedora.

Inicialmente, apurou-se o alfa de Cronbach. Esse indicador é uma medida de confiabilidade (ou seja, é uma avaliação interna dos questionários) para um conjunto de dois ou mais indicadores de construto. Os valores de alfa de Cronbach variam de 0 (zero) a 1 (um), quanto mais próximo de 1 (um), maior confiabilidade entre os indicadores (SAMPLERI;

COLLADO; LUCIO, 2013). Para que fosse estimada a confiabilidade das respostas desse instrumento, foi calculado o alfa de Cronbach.

No presente estudo, obteve-se alfa de Cronbach de $\alpha = 0,924$, o que significa que os valores resultantes da aplicação dos questionários são confiáveis. Por conseguinte, elaborou-se o Quadro 5 (cinco) que apresenta a estatística descritiva. Nele, foram calculados mínimo, máximo, média, desvio padrão e variância de cada dimensão do QIE.

Quadro 5 – Estatística descritiva

Dimensões	Itens	Mínim o	Máxim o	Média	Desvio- Padrão	Variânci a
Atitude Pessoal	5	5,00	25,00	17,945 5	5,00567	25,057
Normas subjetivas	3	3,00	15,00	11,435 6	2,63129	6,924
Percepção de controle de comportament o	6	7,00	30,00	17,188 1	4,95595	24,561
Intenção Empreendedor a	6	6,00	30,00	16,638 6	6,83808	46,759

Listwise n = 202.

Observa-se que as respectivas dimensões apresentam diferentes totais de itens, exceto Percepção de controle de comportamento e Intenção Empreendedora, ambos com seis. Neste sentido, os mínimos e os máximos apresentam valores distintos, condizentes aos respectivos itens. Quanto à média, atitude pessoal obteve maior pontuação, sendo que atitude pessoal pode ser entendida como o grau em que o indivíduo dispõe de uma autoavaliação positiva ou negativa sobre empreender, não incluindo apenas as considerações pessoais afetivas, mas também as avaliativas (LIÑÁN; CHEN, 2009). Quer dizer que a atitude pessoal refere-se à impressão que o indivíduo tem sobre ser um empreendedor, ou seja, depende de suas atitudes e é materializada pelo seu comportamento.

Rodrigues (1972) contribui quanto à diferença entre comportamento e atitude. Para o autor, as atitudes envolvem o que as pessoas pensam, sentem e como elas gostariam de

comportar-se em relação a um objeto atitudinal. O comportamento não é apenas determinado pelo que as pessoas gostariam, mas também pelo que elas pensam que devem fazer, isto é, normas sociais, pelo que elas geralmente têm feito, isto é, hábito, e pelas consequências esperadas de seu comportamento.

Para Ajzen e Fishbein (2000), quanto às visões clássicas de atitudes, sugere-se que as atitudes são assumidas de experiências passadas que guiam o comportamento futuro. Segundo os autores, houve maior conformidade nas atitudes quando são consideradas como sendo um grau de avaliação pessoal favorável ou desfavorável em relação a um objeto atitudinal. Os autores propõem o uso do termo atitude para referir-se à avaliação de um objeto, conceito ou comportamento ao longo de dimensões como a favor ou contra, bom ou mau e gostar ou não. Essa definição está muito próxima da proposta de Fishbein (1967, p. 257) em que “atitudes são predisposições aprendidas para responder a um objeto ou classe de objetos de uma maneira favorável ou desfavorável”.

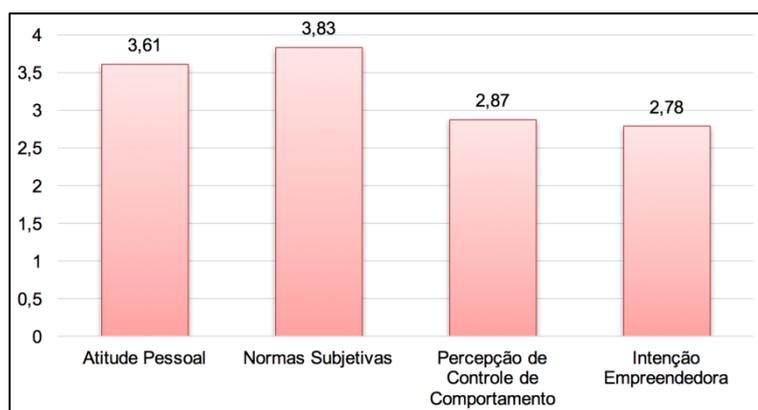
Na TCP, são atribuídas três crenças baseadas na ação humana. A crença sobre os resultados do comportamento e a avaliação desses resultados que é denominado de crenças comportamentais; crença sobre as expectativas de outros e a motivação para atender a essas expectativas, denominado de crenças normativas; e a crença sobre fatores e percepção que podem facilitar ou não o desempenho do comportamento, denominado de crença de controle (AJZEN, 2002).

As crenças comportamentais produzem uma atitude favorável ou desfavorável para o comportamento, já as crenças normativas resultam da pressão social percebida chamada de norma subjetiva e as crenças de controle formam a percepção de controle comportamental, ou seja, na percepção pessoal sobre a facilidade ou dificuldade de desempenhar um determinado comportamento (AJZEN, 2002). Portanto, a percepção de controle de comportamento que também obteve uma maior pontuação é definida como sendo a percepção da facilidade ou dificuldade de tornar-se um empreendedor.

A variância é uma medida de variabilidade que utiliza todos os dados, ela é útil para comparar a variabilidade de duas ou mais variáveis. Enquanto isso, o desvio padrão é definido como a raiz quadrada positiva da variância, ou seja, ele é um pouco mais fácil de interpretar-se do que a variância, pois é medido nas mesmas unidades dos dados. Já coeficiente de variação é uma medida de variabilidade relativa: ele mede o desvio padrão em relação à média (DENNIS; THOMAS; DAVID, 2013). A partir do Quadro 5 (cinco) infere-se que a dimensão normas subjetivas apresentou menor desvio-padrão e variância, isso se deve ao fato de apresentar menor quantidade de itens, apenas três, frente às demais dimensões.

Conforme Ajzen (2002), o comportamento humano é guiado por crenças comportamentais, normativas e de controle, assim, a formação de uma intenção comportamental é determinada pela atitude em relação ao comportamento, normas subjetivas e percepção do indivíduo. A relação entre esses três fatores e a intenção pessoal de realizar o comportamento crescem na mesma proporção. Na Figura 3 (três), são apresentadas as pontuações obtidas para cada uma dessas dimensões.

Figura 3 – Média das dimensões do QIE



Quanto mais favoráveis são as atitudes, normas subjetivas e percepção de controle, maior a intenção do indivíduo de exercer tal comportamento. Nesta pesquisa, a dimensão predominante foi Norma Subjetiva (3,83), isso significa a percepção do indivíduo sobre a comunidade que está ao seu redor, determinando o seu comportamento (SOUZA, 2015). Para Ajzen (1991), representa a pressão social percebida para desempenhar ou não um comportamento em questão. Além disso, Liñán e Chen (2009) indicam que as normas subjetivas são o primeiro filtro às intenções empreendedoras dos alunos.

Liñán e Chen (2009) obtiveram como resultado dos seus estudos que a principal influência das normas subjetivas dá-se por meio de seus efeitos na atitude pessoal e no controle do comportamento percebido, obtendo caminhos significativos para as, então, hipóteses testadas. Neste sentido, consideram que as normas subjetivas possuem efeito tanto na atitude pessoal quanto no controle comportamental percebido.

Neste estudo, as normas subjetivas obtiveram valores maiores que as outras dimensões, isso quer dizer que os respondentes acreditam que as suas decisões irão ser aprovadas ou não e que essas decisões dizem respeito à pressão social exercida para realizar – ou não – um comportamento, refletindo o efeito dos valores sociais sobre o indivíduo (MORALES; REBOLLOSO; MOYA, 1994). A norma subjetiva é a componente mais social do QIE, na medida em que incorpora a influência de pessoas significativas para o indivíduo

na decisão de desenvolver a sua carreira profissional por meio do empreendedorismo (OLIVEIRA et al., 2016).

Nem todos os estudos recentes sobre intenção empreendedora obtiveram os mesmos resultados, a pesquisa da Souza (2015) obteve índices bem diferenciados quanto às normas subjetivas. A autora argumenta sobre as possibilidades que justifiquem esses valores, como, por exemplo, a necessidade de políticas públicas mais efetivas e direcionadas para o desenvolvimento do comportamento empreendedor a favor do crescimento econômico do Estado do Mato Grosso do Sul, onde a pesquisa foi realizada (SOUZA, 2015). Para a autora, a solução está nas universidades, que devem oferecer um direcionamento voltado ao empreendedorismo, auxiliando no desenvolvimento de uma educação mais empreendedora.

O construto mais baixo foi de intenção empreendedora. A intenção empreendedora pode ser definida, por Ajzen (1991), como sendo um esforço que o indivíduo exerce ou pretende exercer para realizar uma atividade empreendedora. Para Ajzen (1991), o empreendedorismo é previsto por intenções que são derivadas a partir de atitudes. Conforme os autores Schlaegel e Koenig (2014) e Krueger e Carsrud (1993), o comportamento futuro de uma pessoa é precedido por intenção, quanto mais forte a intenção de uma pessoa engajar-se em um comportamento específico, mais provável é que o comportamento real será realizado.

Por fim, o valor baixo da intenção empreendedora não se dá pelo fato de as normas subjetivas obterem pontuação alta, pois, segundo Liñan, Urbano e Guerrero (2011), em outros estudos não foram encontradas relações diretas e significativas entre normas subjetivas e intenção empreendedora. Neste sentido, encontra-se uma lacuna a ser estudada.

Para mensurar a associação entre as dimensões do constructo, utilizou-se a análise de correlação que é uma medida do grau de relação linear entre duas variáveis. Optou-se pelo coeficiente de correlação de Pearson (r), que varia de -1 até +1. Valores de coeficiente “ r ” próximos a +1 indicam pouca dispersão, o que expressa uma correlação forte e positiva; já os valores próximos de “zero” indicam muita dispersão e ausência de relação entre as variáveis, e, por fim, o valor de “ r ” próximo de -1 significa pouca dispersão e uma correlação negativa forte (LOPES, 2016).

Para este estudo, adotou-se a conversão de Dancey e Reidy (2013) que aponta para a seguinte classificação: $r = 0,10$ até $0,39$ (fraco); $r = 0,40$ até $0,69$ (moderado); $r = 0,70$ até $1,00$ (forte). No Quadro 6 (seis) constam as respectivas associações.

Quadro 6 – Correlação de Pearson para as dimensões do QIE

	Atitude	Normas	Percepção	Intenção
--	----------------	---------------	------------------	-----------------

		pessoal	subjéticas	de controle	empreendedora
Atitude pessoal	Correl. de Pearson	1	,426**	,385**	,748**
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,000
Normas subjetivas	Correl. de Pearson	,426**	1	,141*	,398**
	Sig. (bilateral)	,000		,045	,000
Percepção controle	Correl. de Pearson	,385**	,141*	1	,485**
	Sig. (bilateral)	,000	,045		,000
Intenção empreendedora	Correl. de Pearson	,748**	,398**	,485**	1
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	

** A correlação é significativa no nível 0,01 (bilateral).

Listwise n = 202.

A associação entre atitude pessoal e intenção empreendedora apresentou correlação classificada como forte (0,748) (DANCEY; REIDY, 2013). Já normas subjetivas e atitude pessoal (0,426) e normas subjetivas e intenção empreendedora (0,398) obtiveram correlação moderada. Por sua vez, percepção de controle e atitude pessoal atingiram uma correlação fraca (0,385). As correlações podem ser consideradas significativas, pois apresentaram p-valor inferior a 10% (0,10).

Em seguida, realizaram-se as associações entre as variáveis de cada dimensão, inicialmente, considerou-se atitude pessoal e intenção empreendedora (Quadro 7).

Quadro 7 – Correlação de Pearson para as variáveis atitude pessoal (AP) e intenção empreendedora (IE)

		AP1	AP2	AP3	AP4	AP5
IE1	Correl.	,343**	,548**	,567**	,654**	,631**
	Sig.	,000	,000	,000	,000	,000
IE2	Correl.	,368**	,556**	,547**	,649**	,666**
	Sig.	,000	,000	,000	,000	,000
IE3	Correl.	,348**	,496**	,543**	,594**	,551**

	Sig.	,000	,000	,000	,000	,000
IE4	Correl.	,329**	,569**	,563**	,572**	,636**
	Sig.	,000	,000	,000	,000	,000
IE5	Correl.	,319**	,630**	,628**	,648**	,612**
	Sig.	,000	,000	,000	,000	,000
IE6	Correl.	,350**	,486**	,527**	,577**	,568**
	Sig.	,000	,000	,000	,000	,000

** A correlação é significativa no nível 0,01 (bilateral).

Listwise n = 202.

Ao analisar o Quadro 7 (sete), infere-se que a atitude pessoal e intenção empreendedora dos alunos de contábeis têm, em sua maioria, associação moderada ($r = 0,40$ até $0,69$), conforme Dancey e Reidy (2013). À exceção da primeira assertiva de atitude pessoal, em que “ser um empreendedor traz mais vantagens do que desvantagens para o mim”, frente à intenção empreendedora apresentou associação fraca. Nota-se que os alunos não veem o empreendedorismo, necessariamente, como uma vantagem, o que reforça o resultado baixo quanto à intenção de empreender.

Esse resultado contrapõe aquele obtido por Moraes *et al.* (2016), que pesquisaram a intenção empreendedora de alunos de graduação dos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas de uma Universidade Municipal do Estado de São Paulo, em 2015. Para os autores, houve influência positivamente e moderadamente alta da atitude pessoal na intenção empreendedora.

Em seguida, verificaram-se as variáveis de normas subjetivas e intenção empreendedora (Quadro 8).

Quadro 8 – Correlação entre normas subjetivas (NS) e intenção empreendedora (IE)

		NS1	NS2	NS3
IE1	Correl.	,238**	,332**	,354**
	Sig.	,001	,000	,000
IE2	Correl.	202	202	202
	Sig.	,271**	,323**	,342**
IE3	Correl.	,215**	,312**	,275**
	Sig.	,002	,000	,000
IE4	Correl.	,220**	,320**	,295**

	Sig.	,002	,000	,000
IE5	Correl.	,194**	,312**	,273**
	Sig.	,006	,000	,000
IE6	Correl.	,244**	,268**	,254**
	Sig.	,000	,000	,000

** A correlação é significativa no nível 0,01 (bilateral).

Listwise n = 202.

A partir do Quadro 8 (oito) observa-se que as associações foram fracas (entre 0,10 e 039), isso significa que, caso o aluno decidisse constituir um empreendimento, as pessoas próximas a ele, parentes, amigos e colegas, aprovariam a decisão, mas essa aprovação não se mostrou consistente, o que corrobora o resultado baixo de intenção empreendedora.

Para a associação entre percepção de controle e intenção empreendedora (Quadro 9), os resultados mostram, em geral, associações positivas fracas, à exceção da assertiva PC2, que se refere a estar preparado para iniciar um negócio viável. Isso evidencia que os alunos de Ciências Contábeis consideram-se capacitados para iniciar um negócio, no entanto, preferem continuar como empregados ao invés de arriscar em empreender.

Quadro 9 – Associação: percepção de controle (PC) e intenção empreendedora (IE)

		PC1	PC2	PC3	PC4	PC5	PC6
IE1	Correl.	,363**	,382**	,322**	,176*	,106	,360**
	Sig.	,000	,000	,000	,012	,132	,000
IE2	Correl.	,351**	,506**	,353**	,199**	,142*	,384**
	Sig.	,000	,000	,000	,004	,044	,000
IE3	Correl.	,322**	,473**	,320**	,236**	,215**	,441**
	Sig.	,000	,000	,000	,001	,002	,000
IE4	Correl.	,369**	,417**	,345**	,231**	,194**	,390**
	Sig.	,000	,000	,000	,001	,006	,000
IE5	Correl.	,295**	,464**	,301**	,184**	,201**	,377**
	Sig.	,000	,000	,000	,009	,004	,000
IE6	Correl.	,300**	,479**	,359**	,250**	,192**	,448**
	Sig.	,000	,000	,000	,000	,006	,000

** A correlação é significativa no nível 0,01 (bilateral).

* A correlação é significativa no nível 0,05 (bilateral).

Listwise n = 202.

A dimensão percepção de controle conta com assertivas como “Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim”, “Eu sei como desenvolver um projeto empresarial” e “Se eu tentasse criar uma empresa, teria alta probabilidade de sucesso”, o que significa que os alunos não se consideram aptos a iniciar um negócio, o que reafirma a baixa pontuação na dimensão de intenção empreendedora.

Moraes *et al.* (2016) também obtiveram correlação fraca entre as dimensões de percepção de controle e intenção empreendedora. No respectivo estudo, os alunos de graduação dos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas não se consideravam preparados para abrir uma empresa, pois eles não conheciam os detalhes práticos necessários para criar uma empresa (MORAES *et al.*, 2016). No presente estudo, não é possível realizar tal afirmação, visto que se limita ao resultado obtido via instrumento.

Em seguida, realizou-se a correlação entre normas subjetivas (NS) e atitude pessoal (AP) e percepção de controle (PC) (Quadro 10).

Quadro 10 – Correlação entre normas subjetivas (NS) e atitude pessoal (AP) e percepção de controle (PC)

		AP1	AP2	AP3	AP4	AP5	PC1	PC 2	PC 3	PC 4	PC 5	PC6
NS 1	Correl	,281*	,210*	,220*	,271*	,228*	,031	,119	,045	-	,070	,172
	Sig.	,000	,003	,002	,000	,001	,657	,092	,523	,925	,325	,014
NS 2	Correl	,213*	,327*	,338*	,353*	,346*	,141	,135	,086	,071	,089	,159
	Sig.	,002	,000	,000	,000	,000	,045	,055	,223	,313	,207	,024
NS 3	Correl	,204*	,269*	,359*	,359*	,308*	,124	,131	,056	-	,008	,153
	Sig.	,004	,000	,000	,000	,000	,078	,062	,427	,845	,910	,029

** A correlação é significativa no nível 0,01 (bilateral).

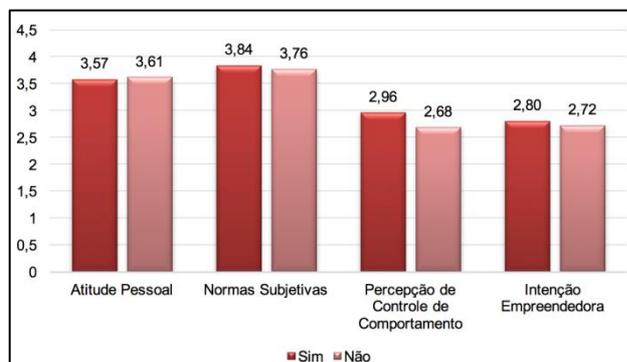
Listwise n = 202.

Ao analisar o Quadro 10, verifica-se que norma subjetiva apresenta associação positivamente, porém fraca, com atitude pessoal e percepção de controle. Dessa forma, pode-se afirmar que não há pressão social exercida sobre os alunos para tornarem-se ou não

empreendedores, proveniente do círculo social em que eles vivem, semelhante ao obtido por Moraes *et al.* (2016).

Quanto à atividade profissional dos respondentes e às respectivas pontuações para o QIE, verificam-se as respectivas médias na Figura 4 (quatro).

Figura 4 – Experiência prévia e intenção empreendedora



Nessa etapa, foi solicitado que o respondente marcasse se trabalhava (opção sim) ou se não estava trabalhando (opção não). Os alunos que responderam que trabalhavam eram maioria, sendo 144 dentre os 202 respondentes. A pontuação foi mais elevada para estes nas dimensões de normas subjetivas, percepção de controle e intenção empreendedora (Figura 4). Infere-se que a intenção empreendedora dos alunos que trabalham é maior do que aqueles que não trabalham, isso se dá devido à experiência profissional angariada. Para Krueger; Reilly e Carsrud (2000), as intenções empreendedoras podem ser estimuladas pelo relacionamento direto com a experiência pessoal e as diversas situações que guiam as escolhas profissionais do indivíduo.

É possível notar que a atitude pessoal foi a única dimensão com pontuação maior para os que não trabalham, no entanto, a diferença é ínfima (0,04). Para Schlaegel e Koenig (2014), uma pontuação mais elevada na atitude tem influência positiva sobre o desejo do indivíduo em realizar os comportamentos relacionados à fundação do próprio negócio e alcançar o objetivo de tornar-se um empreendedor, ou seja, aqueles que não trabalham têm uma avaliação positiva sobre empreender, podendo ser relacionada a abrir o seu próprio negócio ou por ter influência de familiares empreendedores.

Para Dolabela (2008), aprende-se a ser empreendedor pela convivência com outros empreendedores, o comportamento empreendedor pode ser aprendido por meio da experiência de terceiros. Segundo Dolabela e Fillion (2013), o ensino do empreendedorismo não deve restringir-se apenas ao âmbito acadêmico. Ele deve ser inserido com pequenos conceitos e

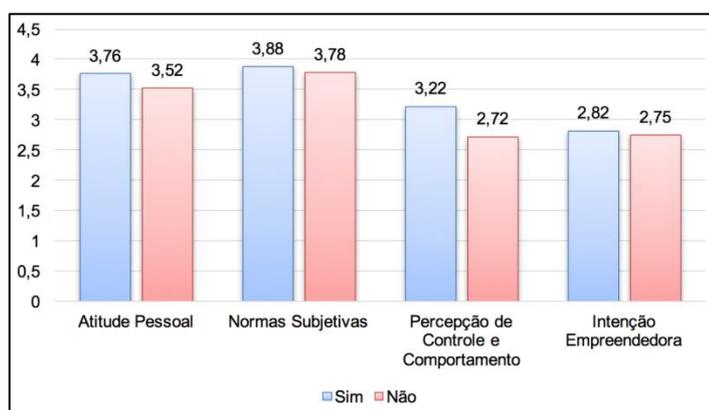
práticas, estimulando, desde cedo, aspectos empreendedores nos alunos, o que reforça a importância da prática profissional.

O Curso de Ciências Contábeis da UFSM oferta, como Disciplina Complementar de Graduação (DCG), a disciplina opcional de Empreendedorismo Organizacional. Junto ao QIE, foi questionado aos alunos se eles já haviam cursado a disciplina ou equivalente. Quanto a esse questionamento, a dimensão que apresentou maior relação com a Intenção Empreendedora foi a Percepção de Controle de Comportamento.

Os respondentes que afirmaram ter cursado a disciplina de empreendedorismo ou equivalente obtiveram pontuações superiores em todas as dimensões do QIE, frente aos que não cursaram. Destes, chama a atenção a dimensão Percepção de Controle com diferença de 0,5 frente aos alunos sem conhecimento prévio em empreendedorismo.

Na Figura 5 (cinco) mostra-se o resultado do QIE quanto à realização de disciplinas relacionadas ao empreendedorismo.

Figura 5 – Conhecimento sobre empreendedorismo e intenção empreendedora

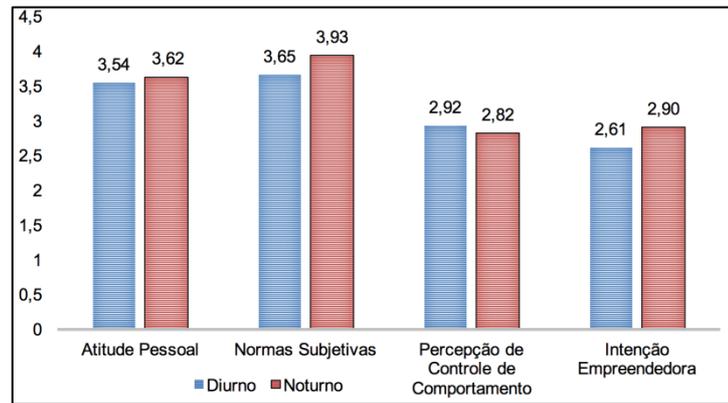


Comparando com estudos assemelhados, a pesquisa de *Loiola et al. (2016)* aponta que aprendizagem empreendedora refere-se à percepção de que as disciplinas cursadas contribuíram para o aperfeiçoamento de habilidades, para identificar oportunidades e criar redes de relação. Assim sendo, verifica-se que os alunos que cursaram tais disciplinas desenvolveram um comportamento mais direcionado ao empreendedorismo e que houve influência positiva na intenção de empreender a partir da realização da disciplina.

Além das análises já apresentadas, compararam-se as pontuações do QIE entre os turnos, diurno e noturno. Ao aplicar o QIE, foi solicitado aos respondentes que assinalassem a opção do turno que estavam realizando o curso. É possível analisar que os alunos do noturno obtiveram uma intenção de empreender mais elevada que o diurno. Os motivos pelos quais essa intenção de empreender é maior, dá-se, talvez, porque os alunos do noturno possuem

mais oportunidades de trabalho e, assim, maior experiência profissional, o que, como já foi evidenciado, significa pontuações do QIE maiores. Os resultados são apresentados na Figura 6 (seis).

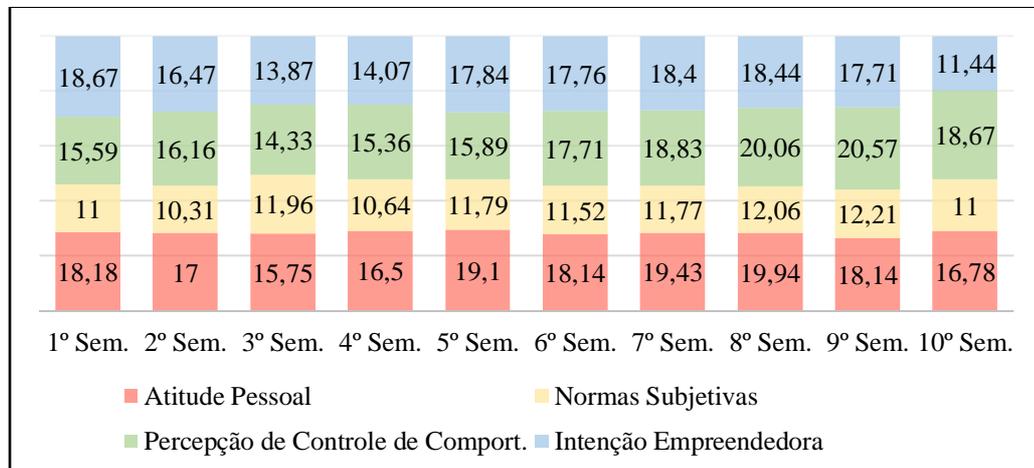
Figura 6 – Intenção empreendedora quanto ao turno



No estudo de Bronoski (2008), os resultados foram parecidos, a autora percebeu que, nos cursos noturnos, havia um desejo maior em empreender. Em uma das cidades onde ela realizou a pesquisa (Laranjeiras do Sul), todos os formandos do noturno desejavam ter o seu próprio negócio ou continuar com os já existentes. Já no período matutino, a situação era inversa, o desejo de empreender era menor, chegando a ser nulo entre os formandos. No turno matutino, 100% dos alunos pesquisados desejavam trabalhar em empresa privada ou pública (BRONOSKI, 2008).

Na Figura 7 (sete), é possível analisar as dimensões do instrumento de intenção empreendedora conforme o semestre em que os alunos encontravam-se matriculados.

Figura 7 - Comparativo do QIE por semestre



Sendo assim, é possível analisar que, dentre as quatro dimensões, chama atenção os valores para a intenção empreendedora. No primeiro semestre, os alunos apresentam valores de intenção em empreender superior frente aos demais (Figura 7). Em estudos anteriores como o de Araújo (2014), comparando os semestres do curso Administração da Universidade de Brasília (UnB), o primeiro e o segundo semestres (que contempla o primeiro ano da graduação) obtiveram a média mais alta de intenção empreendedora diante dos outros semestres.

Analisando a Figura 7 (sete), verifica-se que, no segundo semestre, a intenção empreendedora dos alunos diminui em comparação com o primeiro, isso acontece consecutivamente até que, no quarto semestre, esse comportamento começa a obter uma pontuação maior, aumentando até o oitavo semestre. Já, no nono semestre, essa pontuação diminui novamente e obtém queda considerável no último semestre, sendo a mais baixa de todo curso.

Na pesquisa de Araújo (2014), no primeiro ano de graduação, a intenção empreendedora dos alunos que estão ingressando na universidade é mais elevada por causa de suas experiências pessoais, sem estar relacionada, necessariamente, com a vida universitária. Para a autora, os alunos do primeiro ano estão cursando disciplinas introdutórias, passando por um período de adaptação à realidade acadêmica e são apresentados a possibilidades profissionais inéditas, mas com o passar dos anos, a autora explica que os alunos vivenciam experiências em relação a opções profissionais e têm contato com disciplinas de empreendedorismo, por isso, a intenção empreendedora volta a elevar-se. O que Araújo não menciona é o motivo de, apesar dessa experimentação, ao final do curso, os alunos apresentarem baixa intenção em empreender.

5 Conclusão

Com o crescimento do desemprego e desigualdades sociais, o empreendedorismo aparece como uma opção ou até mesmo um sonho para muitos brasileiros, constituindo-se em alternativa para a geração do trabalho e para a formação de uma classe empreendedora (BARROS; FIÚSA; IPIRANGA, 2005). Para aqueles alunos que estão concluindo uma graduação, empreender significa não medir esforços para abrir e administrar o seu próprio negócio, gerando emprego e renda para a sociedade, ou seja, não depender de oportunidades de emprego, criar um empreendimento pode elevar o crescimento econômico.

A intenção empreendedora consiste em estudar o comportamento humano, fundamentada na TCP (AJZEN, 1991). Neste sentido, objetivou-se analisar a intenção

empreendedora dos alunos de graduação do curso de Ciências Contábeis da UFSM, no intuito de responder se os futuros contadores almejam ser empregados ou empreendedores. Nesta pesquisa, chegou-se à conclusão que os alunos de Ciências Contábeis não têm intenção de empreender.

Quanto a correlação na associação das dimensões do QIE verificou-se correlação forte entre atitude pessoal e intenção empreendedora. Quanto à associação entre as assertivas, para atitude e intenção, obteve-se correlação moderada e conclui-se que os alunos não veem o empreendedorismo, necessariamente, como uma vantagem. A associação entre intenção empreendedora e normas subjetivas e entre intenção empreendedora e percepção de controle apresentou, no geral, correlação fraca. Esse resultado repetiu-se para a correlação entre normas subjetivas e atitude pessoal e percepção de controle. Os resultados da correlação reforçam os achados quanto à baixa intenção de empreender dos alunos pesquisados.

Especificamente, verificou-se que os alunos de graduação não pretendem abrir o seu próprio negócio. Em relação ao conhecimento sobre empreendedorismo, pode-se dizer que os alunos que já passaram por disciplinas relacionadas ao empreendedorismo apresentaram maior intenção empreendedora frente aos que não tiveram tal conhecimento.

Mais da metade dos estudantes está trabalhando. As pontuações para o QIE deles foi superior frente aos respondentes sem tal vivência. A experiência profissional traz aos alunos segurança, oportunidades e ideias novas, visto que, conforme Dornelas (2008), aprende-se a ser empreendedor por meio da convivência e da experiência. Além disso, os alunos do noturno obtiveram uma intenção em empreender maior do que os alunos que estão no diurno, o que também pode estar relacionado à experiência profissional, visto que aqueles, na maioria, trabalham no turno inverso.

Ao observar a intenção empreendedora dos alunos ao longo dos semestres, conclui-se que os alunos que estão no primeiro semestre, ingressando na Universidade, são os que têm maior intenção empreendedora, comparada com os outros semestres. Além disso, chama atenção que, ao final do curso, especificamente no último semestre, os alunos apresentaram, quanto à intenção empreendedora, valores inferiores em comparação com os demais semestres, ou seja, ao final do curso, os alunos aparentam perder o interesse pela constituição de seu próprio negócio, optando, acredita-se que, por permanecer no mercado de trabalho como empregados, buscando pela pós-graduação (nível de especialização e/ou mestrado) ou ainda estudando para a aprovação em concurso público.

Os resultados contribuem para um maior entendimento sobre a intenção empreendedora dos alunos de Ciências Contábeis, a partir do QIE (LIÑÁN; CHEN, 2009). A pesquisa visa contribuir para melhorias no curso, conscientizando os alunos, a partir do

feedback dos resultados da presente pesquisa e promovendo o empreendedorismo não apenas como uma opção profissional, mas também instigando o desenvolvimento de um comportamento mais empreendedor.

O presente estudo apresenta alguns limitantes. Inicialmente, limitou-se a aplicação de um instrumento, com corte transversal. Assim como limitou-se a aplicação apenas no Curso de Ciências Contábeis em uma instituição pública. Dessa forma, recomenda-se para futuras pesquisas a complementação com a adoção de uma metodologia qualitativa, contemplando entrevistas, para que ocorra um maior entendimento quanto aos motivos da baixa intenção empreendedora ao final do curso. Além disso, sugere-se um acompanhamento longitudinal da intenção empreendedora desses alunos e também a replicação do estudo em instituições privadas.

Referências

AJZEN, I. **The theory of planned behavior**. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 1991.

_____. **Residual effects of past on later behavior**: Habituation and reasoned action perspectives. Personality and social psychology review, v. 6, n. 2, pp. 107-122, 2002.

AJZEN, I.; FISHBEIN, M., **Attitudes and Attitude-Behavior Relation**: reasoned and automatic processes. In. W. STROBE and M. HEWSTONE (ed.), European Review of Social Psychology, pp. 1-33, John Wiley and Sons, 2000.

ALMEIDA, F. J. R.; SOBRAL, J. B. A. Os condicionantes psicológicos e estruturais da informatização organizacional: um estudo sobre empresas portuguesas utilizando o modelo de equações estruturais. **EnANPAD**, 2005.

ARAÚJO, L. M. B. I. **Intenção empreendedora dos alunos de graduação em Administração da UnB**: como a trajetória os afeta? 2014. 62 p. Monografia (bacharelado) – Universidade de Brasília. Brasília, 2014.

BALCONI, S. B. **A influência das atividades de educação empreendedora sobre as características empreendedoras dos alunos de graduação da UFSM**. Dissertação (Mestrado em Gestão de Organizações Públicas). UFSM, Santa Maria, 2016.

BARROS, F. S. O.; FIÚSA, J. L. A.; IPIRANGA, A. S. R. O empreendedorismo como estratégia emergente de gestão: histórias de sucesso. **Organizações & sociedade**, Salvador, v. 12, n. 22, abr./jun. 2005.

BRONOSKI, Marilene. A intenção empreendedora no ambiente universitário: o caso unicentro. **Revista capital científico do setor de ciências sociais aplicadas**, Guarapuava, v. 6, n. 1, pp. 111-222, jan./dez. 2008.

CARREIRA, S. S. et al. Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. **Navus, Revista de Gestão e Tecnologia**. Florianópolis, SC, v. 5, n. 2, 2015.

COMISSAO EUROPEIA. Repensando educação: investindo em habilidades para melhores resultados socioeconômicos, 2012.

COUTO, C. L. P. D.; MARIANO, S. R. H.; MAYER, V. F. **Medição da intenção empreendedora no contexto brasileiro**: desafios da aplicação de um modelo internacional. EnANPAD - Encontro Nacional da ANPAD, p. 34, Rio de Janeiro, 2010.

DANCEY, C. P.; REIDY, J. **Estatística sem matemática para psicologia**. 5. ed. Porto Alegre: Artmed, 2013.

DENNIS J. S.; THOMAS A. W.; DAVID R. A. **Estatística aplicada à administração e economia**. 3. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

DE OLIVEIRA, A. G. M.; MELO, M. C. OL. L.; MUYLDER, C. F. Educação Empreendedora: O Desenvolvimento do Empreendedorismo e Inovação Social em Instituições de Ensino Superior. Revista Administração em Diálogo RAD Vol.18, n.1, Jan/Fev/Mar/Abr 2016.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DOLABELA, F.; FILION, L. J. Fazendo revolução no Brasil: a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.3, n.2, 2013.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

_____. **Empreendedorismo para visionários**: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação. Rio de Janeiro: LTC, 2014.

FISHBEIN, M. A. **Consideration of Beliefs, and Their Role in Attitude Measurement**. In: **Readings in Attitude Theory and Measurement**. (ed.) FISHBEIN, M., John Wiley and Sons, Inc. pp. 257-266, 1967.

FONSECA, J. S.; MARTINS, G. A. **Curso de estatística**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

GUIMARÃES, L. O. **A experiência universitária americana da formação empreendedora**. 2002. Tese (Doutorado em Administração de Empresas). Fundação Getúlio Vargas, SP, São Paulo, 2002.

HECKE, A. P. A Intenção Empreendedora dos Alunos Concluintes dos cursos de Graduação em Administração e Ciências Contábeis das Instituições de Ensino de Curitiba - PR. 2011. 83 p. **Dissertação** (Mestrado em Contabilidade) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011.

KRUEGER, N. F. J.; BRAZEAL, D. **Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs**. Entrepreneurship Theory and Practice, 1994.

KRUEGER, N. F.; CARSRUD, A. L. Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour. **Entrep. Reg. Dev.** 10, 315–330, 1993.

KRUEGER, N. F.; REILLY, M. D.; CARSRUD, A. L. **Competing models of entrepreneurial intentions**. J. Bus. Ventur. 15, 411–432, 2000.

KURATKO, D. F. **Entrepreneurship: Theory, process, and practice**. Cengage Learning. 2016.

LIMA, E.; NASSIF, V. M. J.; LOPES, R. M. A.; SILVA, D. Educação Superior em Empreendedorismo e Intenções Empreendedoras dos Estudantes – Relatório do Estudo GUESS Brasil 2013-2014. Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PPGA-UNINOVE. **Caderno de pesquisa**, n. 3. São Paulo: Grupo APOE. 2014.

LIÑÁN, F.; CHEN, Y. W. **Entrepreneurship Theory and Practice**. Baylor: University, 2009.

LIÑAN, F.; URBANO, D.; GUERRERO, M. Regional variations in entrepreneurial cognitions: start-up intentions of university students in Spain. **Entrepreneurshio & Regional Development**. v. 23, n. 3 e 4, April, 2011.

LOIOLA, E.; GONDIMI, S. M. G.; PEREIRA, C. R.; FERREIRA, A. S. M. Ação planejada e intenção empreendedora entre universitários: analisando preditores e mediadores. **Revista Psicologia Organizações e Trabalho**, Brasília, v. 16, n. 1, jan./fev. 2012.

LOPES, C. L. J. Educação Empreendedora: Um estudo do projeto de empreendedorismo 10.0 aplicado aos alunos do curso técnico em informática. **Revista de Empreendedorismo, inovação e tecnologia**, 1(1)39-44, 2014.

LOPES, L. F. D. **Métodos quantitativos**. 1. ed. Universidade Federal de Santa Maria. 2016.
MALACARNE, R.; BRUNSTEIN, J.; BRITO, M. D. Formação de técnicos agropecuários empreendedores: o caso do IFES e sua participação na OBAP. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.3, n.2, pp. 20-41, 2014.

MATIAS-PEREIRA, J. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

MICHEL, M. H. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**: Um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

MORALES, J. F.; REBOLLOSO, E.; MOYA, M. Actitudes. Em J. F. Morales (Ed.), **Psicología Social** (p. 495-621). Madrid, España: McGraw- Hill, 1994.

MORAES, M. B.; DA SILVA, A. A. C.; MONTEIRO, R. C. R. V.; MENDROT, A. R. Intenção Empreendedora de Alunos de Graduação de uma Universidade Municipal do Estado de São Paulo. **Anais do IX EGEPE**. Passo Fundo, 2016.

NECK, H. M.; GEENE, P. G. Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. **Journal of Small Business Management**, v. 49, 2011.

OLIVEIRA, B. M. D. F.; VIEIRA, D. A.; LAGUÍÁ, A.; MORIANO, J. A.; SALAZAR SOARES, V. J. Intenção empreendedora em estudantes universitários: adaptação e validação de uma escala (QIE). **Avaliação Psicológica**, 15(2), 187-196, 2016.

PAUL, J.; SHRIVATAVA, A. Do young managers in a developing country have stronger entrepreneurial intentions? Theory and debate. **International Business Review**, 2016.

PEREIRA, R. L. A. **As competências do educador na difusão da cultura empreendedora: uma análise no ensino fundamental e superior de Belo Horizonte**. 124 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) FIPEL - Fundação Cultural Dr. Pedro Leopoldo - Faculdades Integradas de Pedro Leopoldo, 2010.

PINTO, I. C. C. C. **Rumo à universidade empreendedora: o potencial empreendedor dos alunos do ISEG**. Dissertação (Marketing). School of Economics & Management. Lisboa, 2013.

POLITIS, D. The process of entrepreneurial learning: a conceptual framework. **Entrepreneurship Theory and Practice**, pp. 399-424, 2005.

ROCHA, A.; SILVA, M. J.; SIMÕES, J. Intenções empreendedoras dos estudantes do ensino secundário: o caso do programa de empreendedorismo na escola. **Economia global e gestão**, Lisboa, v. 17, jan./fev. 2012.

ROCHA, E. L. C.; FREITAS, A. A. F. Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. **Revista de Administração Contemporânea**, V. 18, nº 4, Curitiba jul/ago, 2014.

ROCHA, E. L. C.; FREITAS, A. A. F. Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. **Revista de administração contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 4, jul./ago. 2014.

RODRIGUES, A. **Psicologia social**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1972.

SALIM, C. S.; SILVA, N. C. **Introdução ao empreendedorismo**: despertando a atitude empreendedora. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. del P. B. **Metodologia de pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SCHLAEGEL, C.; KOENIG, M. Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models. **Enterp. Theory Pract.** 38, 291–332, 2014.

SEBRAE. **Empretec**: manual do participante. Brasília: Sebrae: 2011.

SHOOK, C. L.; PRIEM, R. L.; MCGEE, J. E. **Venture creation and the enterprising individual**: A review and synthesis, *Journal of Management*, 2003.

SINGER, S.; AMORÓS, J. E.; ARREOLA, D. M. Global Entrepreneurship Monitor - 2014 Disponível em: <Global Report. <http://www.gemconsortium.org/docs/download/3616>>. Acesso 10 jan. 2019.

SOUZA, R. S. Intenção empreendedora: validação de modelo em universidades federais do Mato Grosso do Sul. 2015.113 p. **Tese de Doutorado** (Doutoranda em Administração) - Universidade Nove de Julho, São Paulo, 2015.

TAJRA, S. F. **Empreendedorismo**: conceitos e práticas inovadoras. 1. ed. São Paulo: Érica, 2014.

THOMPSON, E. R. **Individual Entrepreneurial Intent**: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 1987.

TSENG, C. C. Linking Entrepreneurial Infrastructures and New Business Development: Entrepreneurship Development in Taiwan. **The Journal of Entrepreneurship**, v. 21, n. 1, p. 117–132, mar. 2012.

VIEIRA, F. D.; RODRIGUES, C. S. Os estudantes de engenharia e as suas intenções empreendedoras. **Revista produção online**, Florianópolis, v. 14, n. 1, p. 242-263, jan./mar. 2014

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. W. Competências e aprendizagem empreendedora em MPE's educacionais. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 8, n. 3, 2014.