

**INTENÇÃO EMPREENDEDORA: UM ESTUDO SOBRE OS ACADÊMICOS
DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR PRIVADA
ENTREPRENEURSHIP INTENTION: A STUDY ON THE ACADEMICS OF A
PRIVATE HIGHER EDUCATION INSTITUTION**

Géferson Pivatto
Nathália Berger Werlang
Camila Paulus Link

RESUMO

Este estudo tem como principal propósito analisar a Intenção Empreendedora (IE) no contexto de uma Instituição de Ensino Superior do Oeste de Santa Catarina, Brasil. Para tanto, desenvolveu-se uma pesquisa com abordagem quantitativa, descritiva, operacionalizada através de uma *Survey*, que possui questões fechadas de escala de likert de 7 pontos, compreendendo uma amostra de 323 estudantes dos diversos cursos de graduação da Instituição. Os resultados indicam que a Intenção Empreendedora é influenciada pelo ambiente econômico, bem como familiares que possuem empresas, e grande maioria dos respondentes têm intuito de iniciar a criação de suas próprias empresas para buscar o reconhecimento pessoal, estabilidade financeira, segurança familiar, porém se sentem inseguros e afirmam que no cenário atual, a recessão econômica é uma barreira para iniciar a criação de novos empreendimentos. O estudo colabora com reflexões complementares sobre o empreendedorismo, podendo assim servir de base para futuros estudos nesta área.

Palavras-chave: Intenção Empreendedora; Empreendedorismo; Comportamento Empreendedor.

ABSTRACT

The main objective of this study was to analyze the Entrepreneurial Intent (IE) in the context of a Higher Education Institution in Western Santa Catarina, Brazil. To this end, a research with quantitative, descriptive approach, developed through a *Survey*, which has closed questions of 7-point likert scale, comprising a sample of 323 students from the various undergraduate courses of the Institution, was developed. The results indicate that Entrepreneurial Intention is influenced by the economic ambient, as well as family members who own companies, and the vast majority of respondents intend to start creating their own companies to seek personal recognition, financial stability, family security, but they feel insecure and claim that the current scenario, the economic downturn is a barrier to start the creation of new ventures. The study collaborates with complementary reflections on entrepreneurship and can thus serve as a basis for future studies in this area.

Keywords: Entrepreneurial Intention; Entrepreneurship; Entrepreneurial Behavior

1 INTRODUÇÃO

O início da atividade empreendedora normalmente ocorre entre 20 e 40 anos, pois é neste momento que o indivíduo desenvolve características e experiências que podem lhe auxiliar na gestão do seu empreendimento. Destaca-se ainda que o período em que a pessoa está na graduação é mais suscetível a adquirir conhecimentos empreendedores, pois é nesta fase que o aprendizado é estimulado, e consequentemente, o indivíduo se molda ao mercado de trabalho em que ele irá atuar (BRONOSKI, 2008).

De acordo com Souza (2015), a intenção empreendedora pode ser vista como a maneira do indivíduo satisfazer seus desejos abrindo ou criando uma empresa. Desta forma, o autor destaca que a intenção empreendedora pode ser justificada pela busca em satisfazer as necessidades e procurar a independência, sendo que o empreendedorismo é visto como o agente da geração de novos conhecimentos.

Conforme Ferreira, Loiola e Gondim (2016), um fator que influencia negativamente os jovens a empreender é a questão financeira e a falta de apoio, levando esta questão em consideração, instituições de ensino têm incentivado os estudantes a desenvolver e aprimorar conhecimentos que levem ao empreendedorismo.

Segundo pesquisas realizadas pela Gem (2017), pode-se notar que houve um aumento no volume de jovens empreendedores em etapas iniciais. No ano de 2017, a taxa total de empreendedorismo foi de 36,4%, ou seja, de cada 100 brasileiros, 36 estavam gerindo alguma atividade empreendedora, assim o Brasil possui cerca de 50 milhões de pessoas que desenvolvem alguma atividade empreendedora, estes índices podem ser explicados pelo fato de jovens buscarem a independência e a realização de seus objetivos.

Conforme a Associação Nacional de Universidades Privadas (ANUP), em uma pesquisa realizada pelo Sebrae, com a finalidade de identificar a intenção empreendedora de acadêmicos, observou que cerca de 25% dos jovens universitários têm alguma empresa ou possuem o desejo de iniciar uma atividade voltada ao

empreendedorismo. Estes dados demonstram que uma grande parcela dos jovens universitários buscam a graduação para se preparar para o mercado de trabalho, diante disto, cabe às Instituições de Ensino Superior (IES) desenvolver estas características empreendedoras para que os acadêmicos estejam preparados para iniciar suas atividades na área desejada, bem como, tenham conhecimentos suficientes caso queiram abrir sua própria empresa (ANUP, 2018).

Desta forma, a questão que guia o presente estudo é: Qual é a intenção empreendedora (IE) de estudantes universitários a partir da ótica do comportamento empreendedor inicial? Para responder essa pergunta o objetivo é “Identificar a intenção empreendedora (IE) de estudantes universitários a partir da ótica do comportamento empreendedor inicial”.

A relevância do estudo é fundamentada na lacuna verificada em diversos estudos, os quais justificam a importância de realizar um estudo novo e com mais detalhes que verifique a relevância dos estudantes universitários a empreender. Schmidt e Bohnenberger (2009) evidenciam que a atitude pessoal é o constructo de maior influência na intenção empreendedora, bem como o controle do comportamento tem relação positiva e significativa com a atitude pessoal. Assim sendo, sugerem que sejam aplicados os questionários com estudantes de diferentes cidades e universidades para que sejam comparados os resultados encontrados com os obtidos nesta pesquisa, a fim de ampliar a pesquisa.

Fontenele, Brasil e Souza (2015), identificaram que o contexto familiar dos estudantes não parece influir no seu desejo de criar um negócio no final dos seus estudos. Ficou evidente que a necessidade de independência e auto eficácia tem relação com futuramente criar uma empresa. Portanto, indicam para estudos futuros que se tenha maior abrangência, sendo realizada em outras Instituições de Ensino Superior e com tamanhos de amostras diferentes, bem como o estudo quantitativo possibilitaria o desenvolvimento de uma teoria mais consistente sobre o tema.

Para a realização da pesquisa foi utilizado o método quantitativo, descritivo, operacionalizado através de uma *Survey* de Vasconcelos (2016), a qual buscou avaliar nos indivíduos o comportamento empreendedor inicial dos acadêmicos de uma Instituição de Ensino Superior, diante da análise dos resultados, observou que os

respondentes possuem intenção de iniciarem novos negócios, pretendem adquirir e melhorar seus conhecimentos, bem como desenvolver habilidades e competências para que estejam aptos a gerirem seus empreendimentos da melhor maneira. Também se observou que os respondentes sentem-se motivados a iniciarem novos negócios e acreditam que possuem capacidade de gerir, organizar, controlar, supervisionar sua atividade empreendedora.

Neste sentido, este artigo encontra-se estruturado em cinco seções, sendo a primeira a introdução, em seguida a parte inicial do presente estudo que trata as definições teóricas e contribuições bibliográficas feitas pelos principais autores sobre o tema em que, inicialmente os autores bases são citados e depois os autores com estudos mais recentes. Em seguida, são descritos os métodos utilizados para elaboração da pesquisa e posteriormente as análises e os resultados obtidos a partir dela. A última parte trás as considerações finais e sugestões para futuros estudos.

2 EMPREENDEDORISMO: EVOLUÇÃO E CONCEITOS

Schumpeter (1982) define que empreendedor é aquele que promove a mudança econômica, é aquele que instiga os consumidores a consumirem novos produtos, e tenham mudanças nos hábitos de consumir, assim aumentando o desenvolvimento econômico mundial.

Conforme McClelland (1987), a necessidade de realização e crescimento profissional incentivam os indivíduos a procurar alternativas para empreender, o autor acredita que o comportamento do empreendedor seja fundamental nesta etapa de iniciar seu próprio negócio, assim atribui algumas características empreendedoras sociais, sendo elas: sucesso, afiliação e poder, destaca McClelland que nem todos têm a capacidade de empreender, é necessário um conjunto de características e ideias para se tornar um empreendedor.

Em meados dos anos 80 com as mudanças tecnológicas ocorrendo de maneira rápida as empresas e sociedade forçaram-se a procurar meios de incorporarem essas alterações onde o empreendedorismo acabou expandindo e ganhando força (FILION, 1999).

De acordo com Filion (1999), o mesmo destaca que empreendedorismo pode ser definido como aquela pessoa que traça objetivos e busca atingi-los, bem como, procura ser criativo, buscam desenvolver-se para detectar novas oportunidades, empreendedor é aquele que toma decisões muito arriscadas, estes por sua vez objetivam inovação e desenvolvimento.

Ainda pode-se observar que as pessoas devem e precisam ser movidas e incentivadas ao que tange o caráter empreendedor. Aquele indivíduo que inventa algo sempre será considerado um inventor aos olhos da sociedade, mas os empreendedores, só serão considerados empreendedores se continuarem assumindo este papel (FILION, 1999).

Já Debastiani (2003) define o empreendedorismo como o propósito de iniciar o desenvolvimento e o aprimoramento de um negócio lucrativo principalmente nos primeiros anos, sendo que esses têm a capacidade de reconhecer as oportunidades para a geração de negócios lucrativos, podendo assim assumir melhores riscos envolvidos no decorrer de um empreendimento.

O empreendedor é identificado por reconhecer seus valores e colocá-los para serem explorados e não pela criação de ideias, nesse mesmo contexto a pessoa empreendedora não é aquela que é dona do seu negócio ou assume o risco capital, pois isso se caracteriza como investidor, sendo que o empreendedor não é identificado por um título ou posição, mas sim com o resultado de seu sucesso na empresa (DEBASTIANI, 2003).

Para Carvalho (2004), o conceito empreendedorismo surgiu à medida que se desenvolvia o capitalismo a fim de expandir a capacidade produtiva e explorar o máximo do potencial humano tendo como objetivo aumentar a economia. Tendo em vista que empreendedor é a pessoa que tem a capacidade de gerir uma organização relativamente independente, utilizando recursos dos mais diversos e criativos a fim de auxiliar nas tomadas de iniciativas buscando o sucesso da empresa diante das incertezas do mercado.

As criações de novas empresas são vistas em muitos países como estratégias de crescimento econômico. Sendo que ao surgirem novas empresas, cria-se automaticamente empregos para a população, contudo os gestores devem ter

conhecimentos para gerenciar sua empresa com máxima eficácia, ou acabará fechando as portas. Segundo Carvalho e González (2006), as Universidades nos últimos anos se preocupam mais com a formação de seus acadêmicos para que os mesmos sejam competentes e responsáveis em gerenciar futuras empresas para se alcançar o sucesso desejado.

O estudo do empreendedorismo é considerado jovem, bem como os fatores que influenciam os empreendedores. Santos *et al.* (2009) afirmam que antes de empreender deve ter capacidade e potencial, para tal, é necessário despertar, aprimorar e desenvolver conhecimentos para que o empreendedor esteja preparado para mudanças e buscar seus objetivos no seu negócio.

Acredita-se que o sucesso da empresa, ou seja, seus pontos fortes e fracos estão voltados às potencialidades e fraquezas do empreendedor. Estes fatores são influenciados pelas variáveis psicológicas que estão presentes na abertura das empresas. As características mais frequentes para o sucesso da organização são: a necessidade da realização e a capacidade de assumir os riscos (SANTOS *et al.* 2009).

O tema empreendedorismo tem atraído vários estudos nos últimos anos, especialmente por ter uma forte relação com o desenvolvimento regional, assim Braum e Nassif (2018) ressaltam a necessidade da realização de um estudo mais aprofundado sobre o mercado que se deseja inserir, realizando assim um planejamento estratégico, pois a falta de um plano de negócios pode estar associada à falência da empresa. Em seguida apresentam-se os fatores que influenciam na Intenção Empreendedora e Comportamento Empreendedor Inicial.

2.1 FATORES QUE INFLUENCIAM O COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

O desenvolvimento de características empreendedoras está diretamente direcionado ao sucesso do empreendimento, assim sendo, as particularidades e especialidades do empreendedor são fundamentais para direcionar a empresa para o sucesso ou então para o fracasso, visto que muitas vezes as empresas são abertas somente para buscar a auto realização, sem conhecimentos específicos em gestão (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).

Muitas vezes o empreendedorismo está relacionado ao fator de sobrevivência,

em que se aproveita oportunidades de mercado e assim acaba gerando empregos a terceiros, correndo um grande risco pela falta de conhecimento do gestor na área administrativa e financeira para gerar os recursos da empresa, vendo esta necessidade Universidades e Instituições de Ensino Superior tem tentado suprir estas falhas com palestras e cursos voltados a área de empreendedorismo (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).

Para Karimi *et al.*, (2013), as diferenças de gênero influenciam significativamente na intenção empreendedora dos indivíduos, pois as atitudes, comportamento, bem como as diferenças de orientações sociais e a motivação, são elementos que são desenvolvidos de formas diferentes em indivíduos de gêneros opostos. Os autores ressaltam também que o indivíduo do sexo masculino, quando busca o empreendedorismo possui uma cobrança maior quanto à independência e a dominação das tarefas exercidas por ele, já no sexo feminino, tendem a escutar mais opiniões e seguir sugestões da família e de pessoas importantes que estejam ao seu redor.

Da mesma forma que Schmidt e Bohnenberger (2009), os autores Fontenele, Brasil e Souza (2014) reforçam a importância das instituições de ensino investirem em formação da aprendizagem empreendedora, pois apresentam aos acadêmicos, maneiras de ingressar e aflorar as intenções de empreender dos indivíduos, bem como a sobrevivência no atual mercado competitivo.

Devido ao mercado de trabalho mais competitivo e os jovens optarem mais pela criação de seu próprio negócio, as instituições percebem a necessidade de fomentar o espírito empreendedor e desenvolver algumas características nos jovens que auxiliam na abertura de suas empresas, para isso geralmente oferecem três tipos de recursos para promover estas transformações, através de palestras e seminários, networking e treinamento em áreas específicas na qual o jovem mais se identifica (KÜTTIM *et al.*, 2014).

Para ser um empreendedor Lima *et al.*, (2015), reforçam que o futuro empreendedor deve buscar a preparação, procurar a inovação. Haja vista, que aqueles que não se prepararem para exercer esta função estarão desqualificados para enfrentar incertezas e problemas futuros, os quais poderão levar a empresa a falência pelo fato do

empreendedor não se especializar e buscar os conhecimentos necessários para gerir o negócio.

Os fatores que foram percebidos como grandes influenciadores para a iniciação empreendedora são o contexto familiar em que a existência de familiares empreendedores acaba influenciando novos empreendedores. O espírito empreendedor deve ser estimulado ainda na graduação, por se tratar de um espaço onde o indivíduo é preparado para o mercado de trabalho, também por se tratar de um ambiente onde os conhecimentos teóricos e práticos são mais desenvolvidos com os acadêmicos. Destaca-se que a necessidade de independência e auto eficácia tem relação com futuramente criar uma empresa (FONTENELE; BRASIL; SOUZA, 2015).

As tendências sociais são muito menos propensas a serem previsíveis do que as tecnológicas, assim as pessoas têm por instinto serem guiadas pelas tendências sociais que tendem a contribuir na tomada de decisão de um indivíduo na hora de empreender (MOCELIN E AZAMBUJA, 2017).

Pode-se ressaltar ainda que a forma com que a liderança é exercida e abordada pelo empreendedor entusiasma de maneira positiva a tomada de decisão do mesmo em relação ao quesito inovação, o desenvolvimento de estratégias, a resolução de eventuais problemas, além da percepção de novos negócios e produtos (MIGUEZ; LEZANA, 2017).

Após a abordagem do empreendedorismo e dos fatores que influenciam no comportamento empreendedor que servem de base para a compreensão da pesquisa, em seguida é abordado o tema sobre a intenção empreendedora de jovens universitários. Portanto, aborda-se a importância do tema nas instituições, visando compreender de que maneira o empreendedorismo pode ser desenvolvido nas Instituições de Ensino Superior (IES).

2.2 INTENÇÃO EMPREENDEDORA DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS

Apesar do tema intenção empreendedora de jovens universitários ser considerado recente, alguns autores vêm pesquisando acerca do tema. Desta maneira, a partir do levantamento bibliométrico foram identificados estudos recentes sobre o tema em questão, sendo assim, os principais serão explanados a seguir.

Buscando identificar a influência dos antecedentes pessoais, das competências empresariais e do ambiente institucional na intenção empreendedora dos discentes de uma Instituição de Ensino Superior, Fontenele, Brasil e Souza (2015), realizaram uma pesquisa com 109 estudantes de um centro federal de ensino. Como resultados encontrados pode-se citar que o contexto familiar (existência de familiares empreendedores) dos estudantes não parece influir no seu desejo de criar um negócio no final dos seus estudos. Ficou evidente que a necessidade de independência e auto eficácia tem relação com futuramente criar uma empresa, sendo que o indivíduo tende a buscar sua satisfação e alcançar seus objetivos através da criação do seu próprio empreendimento.

Neste contexto, ao analisar influências que levem ao empreendedorismo, o estudo realizado por Besutti e Angonese (2017), buscou descrever quais os traços de personalidade são predominantes em indivíduos com prevalência à intenção empreendedora. A amostra foi recolhida através de um grupo focal composta por dez empreendedores de empresas incubadas que estão em fase inicial dos empreendimentos, os resultados encontrados indicaram que há relação entre a intenção empreendedora e alguns fatores de personalidade dos indivíduos, principalmente com o fator abertura e o fator realização, ressalta-se que os resultados encontrados apontam que os respondentes tendem a buscar a realização do seu sonho/negócio, mesmo que isto envolva sacrifícios. Desta maneira, o indivíduo deve estar preparado para enfrentar adversidades no decorrer do processo, porém o mesmo deve ter metas e um planejamento eficaz para superar estas dificuldades encontradas no mercado.

O estudo realizado por Moraes, Iizuka e Pedro (2017), buscou investigar os efeitos das características empreendedoras e do ambiente universitário na intenção empreendedora do estudante universitário. Os autores realizaram uma pesquisa na forma de grupo focal com 287 estudantes de graduação, desta forma pode-se observar que a intenção empreendedora dos estudantes é influenciada pelo ambiente universitário, sendo que cada vez mais as instituições vêm buscando incentivar e despertar nos estudantes o espírito empreendedor, seja através de cursos ou de palestras, pois é na graduação que os estudantes são suscetíveis a empreender, e também notou se que são influenciados pela atitude em relação a assumir riscos e pela auto eficácia.

Destaca-se ainda que as Instituições de Ensino buscam estimular o empreendedorismo nos acadêmicos através de matérias específicas, conversas com gestores e também por meio de visitas em empresas, onde o aluno pode conhecer na prática como funciona os diversos processos dentro das organizações.

O fator ambiente universitário é influenciador para jovens decidirem empreender, Schaefer *et al.*, (2017), buscaram investigar a relação entre valores pessoais, atitude empreendedora e intenção empreendedora em estudantes universitários brasileiros, comparando o modelo norte-americano proposto por Watchravesringkan *et al.*, (2013). A comparação dos modelos ocorreu através de uma *Survey* com 204 estudantes de graduação, a qual identificou que os valores pessoais influenciam significativamente nas atitudes, as quais, desenvolvem intenções empreendedoras, alguns fatores pessoais que acabam influenciando os jovens a tomarem a decisão de iniciar a atividade empreendedora, destaca-se a família, busca por reconhecimento, bem como cabe salientar a procura por uma independência financeira.

Diferente do modelo proposto por Schaefer *et al.*, (2017), os estudos de Miranda, Chamorro-Mera e Rubio (2017), buscaram a Teoria do Comportamento Planejado para estudar a influência de atitudes, normas individuais e controle percebido sobre as intenções empreendedoras dos acadêmicos. Realizou-se uma pesquisa com 1178 estudantes das mais variadas áreas do conhecimento. Pode ser percebido que o ambiente social em torno do acadêmico desempenha um papel importante, mas muito menos pronunciado do que os leves fatores individuais, em ambientes socioculturais e universitários com pouca tradição empreendedora, a intenção empreendedora depende menos dessas normas subjetivas e mais da personalidade dos próprios acadêmicos. Para isto, alunos que são suscetíveis a identificar oportunidades tendem a buscar o empreendedorismo com mais facilidade do que aqueles que não são desenvolvidos pelas Instituições.

De acordo com Miranda, Chamorro-Mera e Rubio (2017), identificaram que o ambiente social desempenha um papel importante e influencia as pessoas a empreender, deste modo os autores Roldão, Monte-Mor e Tardin (2018), visaram verificar se o fator recessão econômica também influenciaria a intenção de empreender, bem como o efeito de tais variáveis na intenção empreendedora, sendo assim, fora utilizado o método de

estudo de caso. Como principais resultados, apresentam evidências que os indivíduos se dizem mais propícios a atividade empreendedora em cenários com mais recessões econômicas.

Tal resultado sugere que os indivíduos buscam na crise econômica oportunidades de negócios por necessidade, a qual devido à crise e o desemprego, muitos veem no empreendedorismo uma maneira de sobreviver. Desta maneira, indivíduos que são demitidos buscam novas formas de gerar sua renda, e que, muitas vezes, pela dificuldade de encontrar trabalho, acabam iniciando um pequeno negócio que futuramente se administrado de maneira correta poderá se tornar uma empresa em potencial.

O estudo de Silveira, Nascimento e Riboldi (2018), teve por objetivo abordar a orientação sustentável e o comportamento empreendedor voltado para a Intenção Empreendedora Social e a Intenção Empreendedora no contexto de uma Instituição de Ensino Superior do Oeste de Santa Catarina, Brasil, a qual foi utilizado o método *Survey* com a aplicação de um questionário, sendo respondentes 70 alunos de graduação. Os resultados obtidos apresentaram que o empreendedorismo sustentável se encontra em desenvolvimento na literatura de administração. Constatou-se que os alunos apresentam visão social, intenção empreendedora social e intenção empreendedora com concordância mediana, pôde-se observar na análise dos dados que a maioria dos estudantes eram propícios e se sentiam seguros em ser um empreendedor, os alunos acreditam ter capacidade de gerir seus próprios negócios.

Conforme a pesquisa realizada por Echeverri-Sánchez e Valencia-Arias (2018) justifica a pesquisa realizada por Nascimento e Riboldi (2018), a qual objetivou explorar os fatores que incentivam intenções empreendedoras no Instituto Tecnológico Metropolitano (ITM), localizado na cidade de Medellín, utilizou-se o método estudo de caso com aplicação de 29 entrevistas semiestruturadas aplicadas aos estudantes universitários. Os resultados demonstram que os estudantes buscam criar negócios pela expectativa de independência, assim propondo às universidades adotar modelos de ensino orientados ao empreendedorismo, a fim de que os acadêmicos tenham conhecimento em relação ao setor empresarial, quando escolhem uma carreira universitária, pois as Instituições buscam moldar o acadêmico para o mercado de

trabalho, e desta forma, o mesmo acaba sendo estimulado em identificar e perceber oportunidades que antes eram despercebidas e desta maneira o aluno desenvolve percepções empreendedoras.

Desta forma pode-se concluir que as pesquisas realizadas recentemente acerca do tema Intenção Empreendedoras são de extrema importância para as Universidades. Os autores Schaefer *et al.*, (2017), Miranda, Chamorro-Mera e Rubio (2017), Roldão, Monte-Mor e Tardin (2018), confirmam em seus estudos que fatores sociais externos são principais influenciadores para empreender, sendo: o ambiente, instituições e recessões econômicas os fatores que mais incentivam a busca pelo empreendedorismo.

Já os autores Besutti e Angonese (2017), Silveira, Nascimento e Riboldi (2018), Sánchez e Arias (2018), Nascimento e Riboldi (2018), deixam claro em suas pesquisas que os fatores internos e pessoais como: a realização e busca por independência também tem grande parcela no incentivo do empreendedorismo. Portanto pode-se notar que todos os fatores internos e externos influenciam as pessoas a buscarem seu próprio negócio.

Na tentativa de contribuir com estudos futuros, serão apresentados na próxima sessão os procedimentos metodológicos utilizados neste estudo, bem como o detalhamento da metodologia de pesquisa, formulação do questionário e demais processos para o levantamento de informações utilizadas para análise dos resultados obtidos.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este tópico apresenta os procedimentos metodológicos utilizados para responder os objetivos que norteiam este estudo. Quanto aos objetivos, este estudo caracteriza-se como quantitativo, descritivo, operacionalizado através de uma *Survey*. Freitas *et al.*, (2000) descreve o método *survey* como a obtenção de informações sobre características de um determinado grupo de pessoas através de um método de pesquisa quantitativa, geralmente utilizando o questionário para obter os resultados, sendo este um dos métodos mais utilizados em pesquisas.

A população alvo para a realização da pesquisa são estudantes universitários de uma Instituição de Ensino Superior do Oeste Catarinense que compreende um total de

1.590 estudantes ativos, conforme dados disponibilizados pelos responsáveis da secretaria acadêmica da Instituição (2019).

Este estudo foi efetivado com base na pesquisa descritiva, sendo realizada a análise dos questionários, pois a intenção constitui em alcançar informações dos acadêmicos universitários e em seguida estudar os dados coletados. Conforme Oliveira (2011) a pesquisa descritiva tem como principal finalidade descrever características que determinem população ou acontecimento em detalhes.

Como instrumento de pesquisa para a coleta de dados a campo foi utilizado o questionário de Vasconcelos (2016), o qual contém perguntas fechadas sobre a intenção empreendedora de estudantes universitários.

A amostra é composta por estudantes de uma Instituição de Ensino Superior do Oeste Catarinense, em que foram obtidos 323 questionários respondidos e válidos. Os questionários foram aplicados de forma on-line com auxílio do *Google Forms*. Optou-se pelo meio on-line pela disponibilidade de resultados mais abrangentes, sendo que não acarreta em custos e o respondente se sente mais confortável em responder no tempo que achar necessário.

O questionário possui perguntas fechadas em Escala de Likert de 7 pontos, sendo que correspondente há 0 (Totalmente Falso), 1 (Muito Falso), 2 (Pouco Falso), 3 (Nem falso Nem verdadeiro), 4 (Pouco Verdadeiro), 5 (Muito Verdadeiro) e 6 (Totalmente Verdadeiro). Onde buscou-se avaliar 6 constructos estudados nos universitários: Intensão Empreendedora (IE), Comportamento Empreendedor Inicial (CEI), Interesse Empreendedor (INTEMP), Auto eficácia Empreendedora (AEE), Expectativa de Resultado Empreendedor (ERE) e Contexto Econômico (CTXT).

O estudo foi submetido a avaliação do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), a qual avaliou as condições em que seria aplicado o questionário, sendo que foi aprovado para a realização da pesquisa com os estudantes universitários da Instituição de Ensino Superior.

Para a análise dos dados foi utilizado o software Excel. Inicialmente realizou a análise do perfil dos respondes, posteriormente a tabulação dos questionários e as informações obtidas através da aplicação do questionário de Intenção Empreendedora proposto por esta pesquisa, constituirá através de técnicas descritivas univariadas. Neste

estudo, utilizaram-se os conceitos de média, desvio padrão, coeficiente de variação, tradicionalmente conhecidos e utilizados na descrição inicial dos resultados de pesquisas quantitativas.

No próximo tópico serão apresentados os resultados e também a análise com a finalidade de responder a questão problema deste estudo.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS

Essa pesquisa surgiu com o propósito de identificar a intenção empreendedora (IE) de estudantes universitários a partir da ótica do comportamento empreendedor inicial. Diante da problemática apontada, utilizou-se como amostra estudantes universitários de uma Instituição de Ensino Superior do Oeste Catarinense, onde foi encaminhado um questionário com perguntas relacionadas ao perfil empreendedor e ações dos estudantes relacionadas à intenção empreendedora dos mesmos. Através do questionário, realizado nos meses de julho, agosto e setembro de 2019, obteve-se 323 respostas válidas e que representam 20,31% do total de estudantes ativos na Instituição. Posteriormente foi possível realizar o mapeamento dos resultados, que serão apresentados nos quadros e análises apresentadas a seguir.

4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES

Com a finalidade de identificar as características dos estudantes, foram levantados os seguintes aspectos: em relação ao perfil dos respondentes, foram abordadas questões referentes ao gênero, renda familiar, idade, curso, semestre, experiência profissional família empreendedora bem como motivação e apoio familiar na iniciação empreendedora.

Através dos resultados obtidos, em relação ao perfil dos respondentes, constatou-se que a maioria dos respondentes foram do gênero masculino, representando assim 54,3% do total dos respondentes avaliados, os demais respondentes pertencem ao gênero feminino.

Haja vista que 71,50% dos respondentes possuem renda familiar de 2 a 4 salários mínimos que varia de R\$ 1.996,00 até R\$ 3.992,00, este fator pode ser

considerado como um delimitador na decisão de empreender, haja vista que poucos possuem condições financeiras de iniciar um negócio a curto prazo, para isto dependem de incentivos.

De acordo com os estudos apresentados por Vasconcelos (2016), os resultados obtidos foram semelhantes, tendo em vista que, a maioria dos respondentes em sua pesquisa possuía renda média de 2 a 4 salários mínimos o que pode ser explicado pela grande desigualdade de renda, o que leva a acreditar que muitos respondentes não possuem condições econômicas financeiras para iniciarem uma atividade empreendedora imediata.

Em relação ao curso em que os respondentes estão matriculados, percebe-se que a maioria (38,30%) está matriculada nos cursos de gestão (Administração, Ciências Contábeis, Gestão da Tecnologia da Informação). Este índice pode ser explicado pelo fato de que os cursos de gestão possuem com maior frequência disciplinas e eventos voltados ao estímulo da iniciação empreendedora de jovens.

Ao avaliar o quesito semestre, podemos perceber uma representatividade mais elevada nos semestres finais, tendo em vista que os acadêmicos já cursaram alguma matéria voltada ao empreendedorismo, sendo que, um total de 16,7% representa os acadêmicos do 10º semestre, onde são acadêmicos em semestres finais possuem um pensamento mais crítico e já estão inseridos no mercado de trabalho, o qual já percebem oportunidades de empreendimentos, o restante está dividido entre os demais semestre estudados.

Em relação à experiência profissional, nota-se que 83,6% dos respondentes não têm ou tiveram alguma empresa, 16,4% afirmaram que já possuíram ou possuem no momento alguma atividade voltada ao empreendedorismo. Relacionada a atividade empreendedora da família 67,5% afirmaram que possuem ou possuíram uma empresa, os demais 32,5% afirmaram que não possuem empreendedores na família.

Referente a motivação para iniciar alguma atividade empreendedora, pode-se observar que a maioria dos respondentes 74,3% se sentem motivados para empreender. No que tange ao apoio familiar, 89,2% afirmaram que seriam apoiados por sua família se caso decidirem iniciar alguma atividade empreendedora. Podemos observar que a grande maioria dos respondentes se sentem motivados para empreender, um fator que

pode contribuir para que decidam realmente buscar novas atividades é a questão do apoio familiar e família empreendedora.

De acordo com os respondentes, obteve-se uma representatividade de 63,5% em relação a identificação deles com algum empreendedor de sucesso. Os demais 36,5% afirmam que não se identificam com nenhum empreendedor. Sendo que a grande maioria alega na pesquisa que não é integrante de nenhuma minoria (etnia) sendo 94,4%, os demais 5,6% asseguram que fazem parte de algum tipo de minoria.

Pode-se analisar que a porcentagem maior dos respondentes afirma que a sociedade apoia e valoriza os novos empreendedores, com uma representatividade de 86,1%, os demais 13,9% afirmam que a sociedade não valoriza os empreendedores. Este pode ser um fator importante que influencia os novos empreendedores a buscarem seus negócios, haja vista que, com o apoio da sociedade os empreendedores se sentem mais confortáveis em iniciar alguma atividade voltada ao empreendedorismo.

Quando se decide iniciar uma atividade empreendedora, são vários os fatores que devem ser considerados, porém para Vale, Corrêa e Reis (2014), destaca que deve ter uma atenção maior em relação ao apoio que o indivíduo receberá de familiares e da sociedade, sendo que, quando é apoiado a iniciar um novo negócio, o novo empreendedor se sente mais confiante e motivado. Pois ele terá influências e bases que estarão lhe dando suporte nesta jornada.

Quando se tem familiares empreendedores, o jovem acaba sendo influenciado com mais frequência a desenvolver habilidades e competências, assim como, desenvolve-se uma percepção mais acentuada sobre oportunidades de negócio, desta forma, com a família como suporte e tendo experiências empresarias que possam lhe auxiliar, o empreendedorismo se torna uma tarefa mais simples e com chances maiores de sucesso (VALE; CORRÊA; REIS, 2014).

4.2 DETERMINANTES DA INTENÇÃO EMPREENDEDORA

Para identificar a intenção empreendedora dos estudantes universitários a partir da ótica do comportamento empreendedor inicial, foram levantadas questões referentes à intenção empreendedora, o comportamento empreendedor inicial, interesse

empreendedor, auto eficácia empreendedora, expectativa de resultado empreendedor e o contexto econômico. Na Tabela 01, são abordadas questões que buscam analisar variáveis relacionadas a Intenção Empreendedora dos estudantes.

Tabela 01: Estatísticas dos Constructos da Intenção Empreendedora e dos seus Indicadores

Variável	M (Média)	DP (Desvio padrão)	Coefficiente de variação (%)
INTENÇÃO EMPREENDEDORA	3,77		
Criar uma empresa no futuro	3,90	0,48	12,31
Não procurar uma oportunidade de negócio	3,37	0,67	19,88
Economizar para iniciar uma empresa	4,71	0,41	8,70
Não ler livros sobre como criar uma empresa	2,85	0,49	17,19
Não planeja criar uma empresa	3,46	0,62	17,92
Dedicar-se a aprender como criar uma empresa	4,32	0,46	10,65

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa

No que tange o quesito Intenção Empreendedora (IE), pode ser observado que a média deste ficou em 3,77 pontos, o que pode ser considerado como um grau mediano, tendo em vista que boa parte dos respondentes se prepara e busca novos conhecimentos para iniciar esta caminhada em torno do empreendedorismo, pode-se assim afirmar que os respondentes estão dispostos a empreender e buscar novos conhecimentos para a realização de um novo negócio.

Para Carvalho (2004), empreendedor é aquele que transforma e pratica inovação a fim de gerar novas oportunidades promovendo transformações do local em que está inserido de forma eficiente e ágil. Este por sua vez está exposto a riscos e desenvolve em si a capacidade de planejar e atingir os seus objetivos. A intenção de iniciar atividades voltadas ao empreendedorismo está ligada a vários fatores, inicialmente os indivíduos buscam alcançar seus objetivos, ter o seu próprio negócio para ser chefe. A decisão de iniciar esta jornada empreendedora pode ser influenciada pelo ambiente econômico, instituições, familiares e objetivos de vida. Diante da importância que possui o comportamento dos empreendedores, na Tabela 02, são apresentados os constructos relacionados ao comportamento empreendedor inicial e os indicadores que são utilizados como métricas de avaliação.

Tabela 02: Estatísticas dos Constructos do Comportamento Empreendedor Inicial e dos seus Indicadores

Variável	M (Média)	DP (Desvio padrão)	Coefficiente de variação (%)
----------	-----------	--------------------	------------------------------

COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR INICIAL	3,44		
Participar de cursos/ conferências sobre empreendedorismo	3,24	0,46	14,20
Desenvolver uma ideia de negócio	3,15	0,45	14,29
Juntar recursos para criar uma empresa	3,80	0,54	14,21
Iniciar a criação de uma empresa	3,24	0,51	15,74

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa

Pôde-se observar em relação ao Comportamento Empreendedor Inicial (CEI), que os respondentes estão envolvidos na participação de cursos e conferências sobre empreendedorismo, a média deste constructo ficou em 3,44 pontos. Pode-se perceber que em relação ao CEI dos respondentes, há uma representatividade baixa em relação a este quesito, ressalta-se que os indivíduos possuem a intenção de iniciarem seus empreendimentos, porém não participam assiduamente de exposições sobre este tema.

Pesquisas realizadas por Luca e Cazan (2011), demonstram que o potencial empreendedor está relacionado com alguns traços da personalidade das pessoas, a qual pode observar que as competências empreendedoras, organização de recursos, criatividade e posição de controle interno destacaram-se em relação às demais capacidades pessoais. Nota-se que as pessoas que tem uma capacidade de iniciar uma atividade empreendedora buscam desenvolver estas capacidades através de formações em áreas específicas do conhecimento. Na Tabela 03, são abordadas questões que buscam analisar variáveis relacionadas ao Interesse Empreendedor dos estudantes.

Tabela 03: Estatísticas dos Constructos de Interesse Empreendedor e dos seus Indicadores

Variável	M (Média)	DP (Desvio padrão)	Coeficiente de variação (%)
INTERESSE EMPREENDEDOR	4,20		
Aprender princípios básicos de economia	4,02	0,57	14,18
Desenvolver formas de suprir necessidades	4,02	0,57	14,18
Planejar sistemas de negócios	3,58	0,51	14,25
Desenvolver produto/serviço para o mercado	4,24	0,61	14,39
Vender produtos/serviço para os consumidores	4,28	0,61	14,25
Desenvolver estratégias de publicidade	4,35	0,62	14,25
Manter relações com fornecedores/ distribuidores	4,25	0,61	14,35
Manter relações com investidores	4,24	0,61	14,39
Entender sobre temas de gestão empresarial	4,41	0,63	14,29
Organizar e supervisionar recursos humanos	3,92	0,56	14,29
Aprender a gerir uma empresa	4,89	0,70	14,31

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa

Em relação ao Interesse Empreendedor (INTEMP), a média ficou em 4,20 pontos, a qual pode ser considerada alta, uma vez que os respondentes desejam aprender

noções e princípios sobre empreendedorismo e gestão de empresas. Observa-se que em quase todas as perguntas deste quesito obteve-se praticamente a mesma representatividade, o qual demonstra que os respondentes realmente buscam aperfeiçoar-se e também novos conhecimentos diante da criação de suas empresas. A intenção de buscar novos conhecimentos e desenvolver relacionamentos é uma das principais chaves para empenhar-se na criação da empresa.

Os indivíduos da sociedade atual só decidem se arriscar em oportunidades quando tem reais chances de obter um retorno, assim que os mesmos constatarem que este risco que irão correr vai lhes ser atraente, sendo esse um risco calculado em meio as brechas detectadas do mercado atual, muitos indivíduos preferem não se arriscarem diante de incertezas econômicas e do fracasso da empresa, assim, antes de iniciarem buscam ter a total certeza que seus passos terão seu retorno (MOCELIN; AZAMBUJA, 2017).

Outro fator relevante que influencia a tomada de decisão na hora de empreender de acordo com Miguez e Lezana (2017) é a questão dos valores sociais, abrangendo como a sociedade aborda o empreendedor seja nas mídias sociais ou na introdução do assunto ao meio físico. Ainda ressalta que essa influência é a mesma para aflorar a percepção da criação de novos negócios ou mesmo a necessidade de um cliente, sendo assim, os empreendedores são influenciados e estimulados a empreender de acordo com os indivíduos da sociedade, tendo em vista que estes são seus clientes e consumidores e iram sustentar a empresa.

Diante da importância que possui a confiança de desempenhar funções empreendedoras, na Tabela 04, são apresentados os constructos relacionados a Auto Eficácia Empreendedora e os indicadores que são utilizados como métricas de avaliação.

Tabela 04: Estatísticas dos Constructos de Auto Eficácia Empreendedora e dos seus Indicadores

Variável	M (Média)	DP (Desvio padrão)	Coefficiente de variação (%)
AUTO EFICÁCIA EMPREENDEDORA	4,01		
Projetar produtos ou serviços para satisfazer as necessidades dos clientes	4,46	0,64	14,35
Estimar as demandas dos consumidores por novos produtos ou serviços	3,86	0,55	14,25

Definir preços competitivos para um novo produto ou serviço	3,74	0,53	14,17
Estimar o valor necessário para criar uma empresa e para capital de giro	3,42	0,49	14,33
Definir uma campanha de marketing para um novo produto ou serviço	3,95	0,56	14,18
Conseguir que outras pessoas se identifiquem e acreditem nos meus planos em relação a um novo negócio	3,72	0,53	14,25
Fazer contatos para trocar informações com outros	3,98	0,57	14,32
Explicar de forma clara e precisa (escrita e verbal) minhas ideias de negócios em termos diários	4,12	0,59	14,32
Supervisionar empregados	4,62	0,66	14,29
Recrutar e contratar colaboradores	4,68	0,67	14,32
Delegar tarefas e responsabilidades para empregados	4,72	0,67	14,19
Lidar efetivamente no dia a dia com problemas e crises	3,26	0,47	14,42
Inspirar, encorajar e motivar colaboradores	4,00	0,57	14,25
Treinar colaboradores	3,95	0,56	14,18
Organizar e manter registros financeiros	3,93	0,56	14,25
Gerenciar os ativos financeiros	3,95	0,56	14,18
Ler e interpretar registros financeiros	3,82	0,55	14,40

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa

Em relação a Auto Eficácia Empreendedora (AEE), pode-se observar que em todas as questões referentes a este constructo, houve representatividade positiva ou neutra. Nesse quesito, foram questionados sobre a confiança em administrar e gerir recursos da sua empresa. Fazendo a média de todas as questões deste constructo obteve-se como resultado 4,01 pontos, que pode ser considerada como alto em relação à capacidade que o respondente vê em si mesmo para produzir e gerenciar recursos e tarefas do empreendimento.

De acordo com Carvalho e González (2006), a Auto Eficácia Empreendedora (AEE), é o grau que o indivíduo acredita ser capaz de desempenhar determinadas tarefas. São traços da personalidade que afetam a motivação para realizar diversas funções, os indivíduos que tem confiança em si mesmo conseguem realizar com mais facilidade e convicção seus afazeres e desta forma quanto maior for sua motivação, mais ele desempenha comportamentos que influenciam nos resultados.

Conforme Matos (2012), quanto mais confiante o indivíduo for em relação à sua capacidade, maior é a chance deste indivíduo de buscar seus objetivos, o autor reforça ainda que a Auto Eficácia Empreendedora (AEE), é a percepção das capacidades pessoais e que determinam as atitudes na convicção das finalidades. Na Tabela 05, são

abordadas questões que buscam analisar variáveis relacionadas a Expectativa de Resultado Empreendedor dos estudantes.

Tabela 05: Estatísticas dos Constructos de Expectativa de Resultado Empreendedor e dos seus Indicadores

Variável	M (Média)	DP (Desvio padrão)	Coefficiente de variação (%)
EXPECTATIVA DE RESULTADO EMPREENDEDOR	5,00		
Recompensa financeira (riqueza, aumentar a renda)	4,77	0,68	14,26
Autonomia/ independência financeira (liberdade, ser seu próprio chefe)	4,99	0,71	14,23
Recompensa/ reconhecimento pessoal (reconhecimento público, crescimento pessoal)	5,55	0,79	14,23
Segurança familiar (assegurar o futuro para os membros da família, criar uma empresa para passar para os membros da família)	4,67	0,67	14,35

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa

No que se refere à Expectativa de Resultado Empreendedor (ERE), com uma média de 5,00 pontos, os mesmos buscam como sendo um resultado em altíssimo grau de aprovação buscar autonomia/independência, conseguir reconhecimento pessoal e assegurar o futuro para membros da família. Destaca-se que a maioria dos indivíduos que decidirem empreender tem em foco o mesmo objetivo, que é gerar lucro, outros por sua vez abrem negócios apenas por gostarem da área de atuação, mas como pode ser observado nos dados obtidos na pesquisa, os jovens estão decididamente empreender pelo retorno que irão obter.

Afirmam Colomby, Teixeira e Salvagni (2019), que o empreendedorismo muitas vezes se torna o único meio de sobrevivência em certos grupos de pessoas, porém um grande número de pessoas, principalmente os jovens da nova geração, vêm buscando novos meios de satisfazer suas necessidades pessoais, para isso encontram no empreendedorismo novas possibilidades de atender suas expectativas, como se pode observar, a maioria dos respondentes busca a autonomia financeira, bem como o reconhecimento e a segurança familiar.

Diante da importância que possui o contexto econômico da decisão de empreender, na Tabela 06, são apresentados os constructos relacionados ao Contexto Econômico e os indicadores que são utilizados como métricas de avaliação.

Tabela 06: Estatísticas dos Constructos do Contexto Econômico e dos seus Indicadores

Variável	M (Média)	DP (Desvio padrão)	Coefficiente de variação (%)
CONTEXTO ECONÔMICO	4,14		
Iniciar um novo negócio é muito arriscado	4,80	0,69	14,38
A possibilidade de iniciar um novo negócio é uma oportunidade viável	4,02	0,57	14,18
A probabilidade de um novo negócio fracassar é muito alta	4,71	0,67	14,23
Se eu não iniciar um novo negócio, estarei perdendo uma oportunidade	4,12	0,59	14,32
Há muitas incertezas relacionadas a prever se um negócio vai prosperar	4,25	0,61	14,35
Considero positiva a possibilidade de abrir uma empresa	4,06	0,58	14,29
Os riscos de um novo negócio são muito altos	4,75	0,68	14,32
Eu estou confortável para iniciar um novo negócio no momento econômico atual (recessão)	3,80	0,54	14,21
Eu considero o momento econômico atual (recessão) uma barreira importante para iniciar um novo negócio	4,79	0,68	14,20
Eu acredito que iniciar um novo negócio no momento econômico atual (recessão) envolve dificuldades financeiras importantes	4,59	0,66	14,38
Eu considero o momento econômico atual (recessão) desfavorável para iniciar um novo negócio	3,83	0,55	14,36
Eu espero ter que iniciar um novo negócio porque não haverá empregos disponíveis no mercado	3,83	0,55	14,36
Eu somente iniciarei um novo negócio se eu estiver desempregado	2,68	0,38	14,18

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa

Sobre o Contexto Econômico (CTXT), nota-se uma expressividade alta em relação às questões analisadas neste constructo, sendo que afirmam que o contexto econômico atual é uma barreira para iniciar a criação de novos empreendimentos, afirmam ainda que é arriscado investir, devido os riscos serem altos. Onde a média deste constructo ficou com uma representatividade de 4,14 pontos, a qual pode ser notar que os respondentes concordam que é complicado investir no momento atual.

Questões econômicas são um dos principais aspectos analisados na hora de tomar quaisquer decisões, tendo em vista que ninguém quer arriscar-se em cenários em que provavelmente não obterão retorno, para isso muitos indivíduos preferem ter a certeza de que seu negócio irá se consolidar.

Fialho *et al.* (2018), afirma que o fator econômico é uma barreira para empreender, porém ressalta a importância de incentivos através do governo e instituições, pois quanto maior for o número de empreendedores em uma região, maior será a movimentação econômica. Contudo o cenário econômico atual acaba abalando a

confiança do empreendedor, o que acarreta em redução de investimentos e tomada de decisões mais seguras.

Um ponto que pode ser levantado para que as Instituições e órgão governamentais tanto em escalas regionais como estaduais e nacionais incentivam as pessoas a iniciarem alguma atividade empreendedora, é pelo retorno que estas empresas trarão à economia local, bem como geração de novos empregos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo teve como principal objetivo identificar a Intenção Empreendedora (IE), a partir da ótica do comportamento inicial de estudantes universitários, a partir da ótica do comportamento empreendedor inicial. Para alcançar este objetivo, foi realizada uma pesquisa quantitativa, sendo a coleta de dados ocorreu através de questionários aplicados pelo método *Survey*, aplicado de forma on-line para os respondentes.

A partir dos resultados obtidos, os dados que indicam que a Intenção Empreendedora (IE) tem uma representatividade significativa entre os respondentes, os quais tem um grande intuito de iniciarem seus próprios negócios, porém, a atualidade econômica pode ser um fator que influencia negativamente na decisão de iniciar ou não um empreendimento. No que se refere ao comportamento empreendedor, percebe-se que houve pouco interesse em relação dos respondentes na participação de cursos e conferências sobre empreendedorismo.

Por meio da análise dos dados, é possível verificar que a Intenção Empreendedora (IE) de jovens universitários representa um número expressivo, pois pretendem conseguir recompensa financeira, segurança familiar, reconhecimento pessoal e profissional. Os novos empreendedores buscam acima de tudo satisfazer seus princípios. Pode-se verificar que os respondentes têm a intenção de aprimorar seus conhecimentos referentes à área de gestão de empresas e buscam novas opções para desenvolver-se pessoal e profissionalmente.

Outro ponto que pode ser observado é relacionado a capacidade dos estudantes, sendo que os mesmos se mostram bastante confiantes nas suas habilidades de gerir empresas, de administrar ativos financeiros, isso pode ser explicado pelo fato das

próprias universidades promoverem e estimularem estas capacidades nos acadêmicos, este fator pode ser explicado pelo fato de que todos os cursos tem alguma matéria voltada a inovação e empreendedorismo, desta forma acaba estimulando os acadêmicos e os mesmos se sentem confiantes em relação as suas capacidades.

De acordo com Martes e Freitas (2006), o objetivo central da educação empreendedora é fornecer aos estudantes noções de negociação, liderança, desenvolvimento de produtos, pensamento criativo e incentivar a inovação tecnológica, ressaltam que os estudantes devem ter contato com empresas que estão iniciando suas atividades, realizar planos de negócios, conversas com gestores e empreendedores, visitas técnicas, desta forma os estudantes adquirem conhecimentos sobre novos negócios e como devem reagir quando decidirem iniciar suas atividades.

Conforme a fundamentação teórica abordada e com base nos dados obtidos nesta pesquisa, pode-se afirmar que promover o empreendedorismo em estudantes universitários gera uma significativa mudança no cenário econômico e global, pois desta forma como a iniciação de novos empreendimentos gera-se novos empregos, e consequentemente alavancara o cenário econômico da região, estado e até mesmo do país.

Esta pesquisa possui como contribuições gerenciais a identificação dos fatores que influenciam no comportamento empreendedor, bem como ajuda as IES a desenvolverem programas e eventos para fomentar o empreendedorismo nas Instituições, serve de apoio para fomentar o empreendedorismo dos jovens, auxilia no desenvolvimento de habilidades e competências que os jovens necessitam caso desejem iniciar uma atividade voltada ao empreendedorismo.

Como limitação desta pesquisa, destaca-se que o número de respondentes poderia ser maior, trazendo assim números mais expressivos e com uma representatividade maior a este estudo, tendo em vista que se conseguiu 323 respondentes em uma Instituição de Ensino Superior (IES) que possui 1590 estudantes, portanto se obteve uma representatividade de 20,31% do total de estudantes ativos da IES, mas por motivo do curto espaço de tempo para aplicar o questionário este resultado não pode ser alcançado.

Como sugestões para pesquisas futuras, ressalta-se a importância de realizar novos estudos capazes de identificar em outras instituições de ensino, bem como, outros estados a Intenção Empreendedora (IE) de estudantes universitários para fazer eventuais comparações e servir de suporte para identificar o que induz os jovens universitários a iniciar alguma atividade voltada ao empreendedorismo, destaca-se ainda que pode ser realizado um comparativo entre os cursos para avaliar quais são os índices empreendedores. Com este estudo aliado às demais pesquisas no segmento de empreendedorismo, pode-se desta maneira estimular universidades, bem como a sociedade na criação de políticas públicas que incentivem os jovens e demais pessoas a iniciarem atividades empreendedoras.

REFERÊNCIAS

- ANUP, Associação Nacional de Universidades Privadas. (Brasil). **O empreendedorismo nas instituições de ensino superior**. 2018. Disponível em: <<https://anup.org.br/noticias/o-empreendedorismo-nas-instituicoes-de-ensino-superior/>>. Acesso em: 01 jun. 2019.
- BESUTTI, Jussara; ANGONESE, Rodrigo. Traços de personalidade e intenção empreendedora. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, Florianópolis, v.10, n.3, p.99-122, set. 2017.
- BRONOSKI, Marilene. A intenção empreendedora no ambiente universitário: o caso Unicentro. **Revista Capital Científico**, Guarapuava, v.6, n.1, p.223-238, jan. 2008.
- CARVALHO, Denise. **Variáveis associadas ao perfil empreendedor: relações com modelos familiares e formação empreendedora**. 2004. 85 f. Dissertação (Mestrado) - Curso De Gestão E Estratégia Em Negócios, Universidade Federal Rural Do Rio De Janeiro Instituto De Ciências Humanas E Sociais Programa De Pós-Graduação Em Gestão E Estratégia Em Negócios, Seropédica, 2004.
- CARVALHO, Pedro Manuel Rodrigues de; GONZÁLEZ, Luis. Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. **Comportamento Organizacional e Gestão**, Castelo Branco, v.12, n.1, p.43-65, 2006.
- CHAEFER, Ricardo; NISHI, Juliana Mayumi; GROHMANN, Márcia Zampieri; LÖBLER, Mauri Leodir; MINELLO, Ítalo Fernando. Valores pessoais, atitudes e intenção empreendedora: um estudo com estudantes de graduação em administração. **Economia e Gestão**, Belo Horizonte, v.47, n.17, p.123-143, ago. 2017.

COLOMBY, Renato Koch; TEIXEIRA, Jefferson Frigo; SALVAGNI, Julice. As expectativas do empreendedorismo no Brasil: uma análise sobre os saberes e práticas do empreender. **Empreendedorismo, Gestão e Negócios**, Pirassununga, v. 8, n. 8, p.354-378, mar. 2019.

CUSTÓDIO, Telma Padilha. **O Impacto da Desigualdade de Renda no Empreendedorismo: uma análise em nível mundial**. 2011. 62 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium, Lins - Sp, 2011.

DEBASTIANI, Irio Roque. **Empreendedorismo: relação entre motivação empreendedora, perfil do empreendedor e desempenho organizacional**. 2003. 89 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2003.

ECHEVERRI-SÁNCHEZ, Laura; VALENCIA-ARIAS, Alejandro. Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo. **Revista Electrónica Educare**, Medellín, v.22, n.2, p.1-19, ago. 2018.

FERREIRA, Aleciane da Silva Moreira; LOIOLA, Elisabeth; GONDIM, Sônia Maria Guedes. Preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora entre universitários: revisão de literatura. 2. ed. Rio de Janeiro: **Ebape.br**, 2016. 17 p.

FIALHO, Camila Borges; Wagner, Luiz Carlos; Nunes, Andrieli de Fátima Paz; Gai, Maria Julia Pegoraro. Motivação para empreender em cenário de crise econômica: um estudo com novos empreendedores. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, Ne, v. 3, n. 1, p.148-175, jan. 2018.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **Revista de Administração de Empresas**, v.40, n.3, p.8-17, 2000.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**. São Paulo, v.34, n.2, p.05-28, abril/junho,1999.

FONTENELE, Raimundo Eduardo Silveira; BRASIL, Marcus Vinicius de Oliveira; SOUSA, Antonia Márcia Rodrigues. Influência da intenção empreendedora de discentes em um Instituto de Ensino Superior. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.4, n.3, 2015.

FREITAS, Henrique; OLIVEIRA, Mirian; SAACOL, Amarolinda Zanela; MOSCAROLA, Jean. O método de pesquisa Survey. São Paulo/SP: **Revista de Administração da USP, RAUSP**, v.35, n.3, p.105-112 Jul-set.2000.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor (Org.). **Empreendedorismo no BRASIL**. Relatório Técnico Executivo, 2017.

KARIMI, Saeid; BIEMANS, Danos JA; LANS, Thomas; CHIZARI, Mohammad; MULDER, Martin; MAHDEI, Karim Naderi. Entender modelos e influências de gênero sobre as intenções empreendedoras entre os estudantes universitários. **Procedia - Sociais e Ciências Comportamentais**, n.93, p.204-214, set. 2013.

KÜTTIM, Merle; KALLASTE, Marianne; VENESAAR, Urve; KIIS, Aino. Educação para o empreendedorismo a nível universitário e estudantes intenções empreendedoras. **Procedia - Ciências Sociais e do Comportamento**. n. 110, p.658-668, dez. 2014.

LIMA, Edmilson; LOPES, Rose Mary Almeida; NASSIF, Vânia Maria Jorge; SILVA, Dirceu. Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a Educação Superior em Empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v.19, n.4, art.1, p.419-439, jul/ago. 2015.

LUCA, Marcela Rodica; CAZAN, Ana-maria. Envolvimento em treinamento empresarial e Personalidade. **Procedia - Ciências Sociais e do Comportamento**, Roménia, n.30, p.1251-1256, out. 2011.

MARTENS, Cristina Dai Prá; FREITAS, Henrique. In: XXIV SIMPÓSIO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLOGIA, 24, 2006, Gramado. **A Influência do Ensino de Empreendedorismo nas Intenções de Direcionamento Profissional dos Estudantes de Curso Superior: uma Avaliação a partir da Percepção dos Alunos**. Gramado: 2006. p. 1 - 17.

MATOS, Filomena Maria Antunes dos Santos. **Autoeficácia empreendedora durante o processo de gestação empresarial**. 2012. 56 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências Sociais e Humanas, Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2012.

MCCLELLAND, David Clarence. Characteristics of Successful Entrepreneurs. **The Journal or Creative Behavior**, v.21, n.3. p.219-233, 1987.

MIGUEZ, Viviane Brandão; LEZANA, Álvaro Guillermo Rojas. Empreendedorismo e inovação: a evolução dos fatores que influenciam o empreendedorismo corporativo. **NAVUS**, Florianópolis, v.8, n.2, p.112-132, set. 2017.

MIRANDA, Francisco Javier; CHAMORRO-MERA, Antonio; RUBIO, Sergio. Empreendedorismo acadêmico em universidades espanholas: uma análise dos determinantes da intenção empreendedora. **Investigação Europeia Sobre Gestão e Economia Empresarial**, Espanha, v.23, n.2, p.113-122, ago. 2017.

MOCELIN, Daniel Gustavo; AZAMBUJA, Lucas Rodrigues. Empreendedorismo intensivo em conhecimento: elementos para uma agenda de pesquisas sobre a ação empreendedora no Brasil. **Sociologias**, Porto Alegre, v.46, n.19, p.30-75, out. 2017.

MORAES, Gustavo Hermínio Salati Marcondes de; IIZUKA, Edson Sadao; PEDRO, Matheus. Effects of Entrepreneurial Characteristics and University Environment on Entrepreneurial Intention. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v.22, n.2, art.4, p.226-248, março/abril2017.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. **Metodologia Científica: um manual para a realização de pesquisas em administração**. 2011. 73 f. Monografia (Especialização) - Curso de Administração, Universidade Federal de Goiás, Catalão-GO, 2011.

ROLDÃO, Tarciane; MONTE-MOR, Danilo Soares; TARDIN, Neyla. A influência da recessão econômica na intenção de empreender: uma análise cross-country baseada na crise do subprime. **Revista Organizações e Sociedade**, Salvador, v.25, n.85, p.320-338, abr. 2018.

SANTOS, Paulo da Cruz Freire dos; MINUZZI, Josiane; LEZANA, Álvaro Guillermo Rojas; GRZYBOVSKI, Denize. Intenção empreendedora: um estudo com empretecos catarinenses. **Revista de estudos de administração**, ed: Unijuí, n.19, p.1-26, jul. 2009.

SCHMIDT, Serje; BOHNENBERGER, Maria Cristina. Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v.13, n.3, art.6, p.450-467, ago. 2009.

SCHUMPETER, A. Joseph. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Trad. Sergio Góes de Paula. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1984.

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural,1982.

SILVEIRA, Amélia; NASCIMENTO, Sabrina do; RIBOLDI, Larissa. Sustentabilidade e intenção empreendedora: Estudo com discentes do curso de Administração da Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc). **Revista de Gestão e Secretariado**, São Paulo, v.9, n.2, p.179-204, maio 2018.

SOUZA, Roosiley dos Santos. **Intenção Empreendedora: validação do modelo em universidades federais de Mato Grosso do Sul - Brasil**. 2015. 113 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Universidade Nove de Julho - Uninove, São Paulo, 2015.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CORRÊA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade Versus Oportunidade? **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 3, p.311-327, mar. 2014.

VASCONCELOS VALE, Glaucia; WILKINSON, John; AMANCIO, Robson. Empreendedorismo, Inovação e Redes: Uma nova Abordagem. **Revista RAE-eletrônica**, v.7, n.1, art.7, jan/jun. 2008.

VASCONCELOS, Vanessa Nunes De Sousa Alencar. **Intenção empreendedora de estudantes universitários**: um estudo sob a perspectiva da teoria sócio cognitiva do desenvolvimento de carreira (Tese de Doutorado). Universidade Nove de Julho, São Paulo, 2016.

WELTER, Magda. **INTENÇÃO EMPREENDEDORA DE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS**. 2017. 41 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade do Contestado, Concórdia, 2017.