

**INTENÇÃO EMPREENDEDORA DE ALUNOS DE GRADUAÇÃO DE UMA
UNIVERSIDADE MUNICIPAL DO ESTADO DE SÃO PAULO**Marcela Barbosa de Moraes¹Anderson Antonio Correa da Silva²Rita de Cássia Rigotti Vilela Monteiro³Antonio Ricardo Mendrot⁴

Resumo: O objetivo da pesquisa é estudar a intenção empreendedora dos alunos de graduação, tanto os iniciantes quanto os em fase de conclusão, de uma Universidade Municipal do Estado de São Paulo. Para tanto, o método de pesquisa valeu-se de uma abordagem quantitativa, utilizando-se de um questionário fechado com escala Likert, desenvolvido por Liñan e Chen (2009) denominado Questionário de Intenção Empreendedora. A análise de dados foi dividida em 2 etapas: a análise de confiabilidade pelo α de Cronbach e a análise fatorial exploratório. Como resultado de pesquisa, constatou-se que a carreira de empreendedor é percebida como favorável pelos alunos de administração, ciências econômicas e ciências contábeis dos diferentes períodos, sendo vista como mais atraente do que o trabalho formal. No entanto, seguir a carreira de empreendedor não é necessariamente uma alternativa positiva na opinião daqueles que cercam os respondentes da pesquisa a ponto de ser incentivada pelas famílias, amigos e colegas. Finalmente, os alunos consideram que seu conhecimento sobre os mecanismos de apoio à prática empreendedora é limitado dentro a instituição analisada.

Palavras-chave: Gestão. Desenvolvimento. Empreendedorismo. Intenção Empreendedora.

1 Introdução

O ato de empreender pode significar transformações econômico, pessoal e social. Dada esta transformação, um local apropriado para a constatação do desejo latente de empreender são as instituições de ensino superior (IES), em especial as voltadas para a gestão como: administração, ciências contábeis e ciências econômicas.

Com a crescente necessidade de mudar os conceitos e metodologias no ensino, e a preparação dos profissionais do futuro, as rápidas transformações nas sociedades vêm sendo discutidas no meio acadêmico. Há evidências que a maioria das instituições de ensino superior no Brasil não preparam seus discentes para serem empreendedores.

¹ Doutora em Administração pela Universidade Nove de Julho (Uninove). Professora do Programa de Pós-graduação em Administração – Mestrado Acadêmico em Planejamento e Desenvolvimento Regional na Universidade de Taubaté (UNITAU). Email: marcela.moraes@unitau.com.br

² Graduando do curso de Ciências Contábeis da Universidade de Taubaté (UNITAU). Email: andersonacs.2006@yahoo.com.br

³ Doutora em Biomecânica pela UNESP. Professora do Programa de Pós-graduação em Administração – Mestrado Profissional em Gestão e Desenvolvimento Regional na Universidade de Taubaté (UNITAU). Email: rita_rigotti@yahoo.com.br

⁴ Mestrando em Gestão e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté (UNITAU). Email: ricardo.mendrot@gmail.com

Nesta perspectiva, o ideal seria uma sintonia entre docentes e IES, preparando os discentes, tanto na teoria quanto na prática, para que possam criar empresas que desenvolvam novos produtos e serviços, e venham contribuir com o crescimento da economia. Deste modo, cada uma das IES assume a responsabilidade de semear a cultura empreendedora, e desenvolver competências que levem aos alunos a disputar um espaço em um mercado muito competitivo, ficando a cargo delas o desenvolvimento do perfil desses novos profissionais.

Com o intuito de disseminar a cultura empreendedora, os estudos e discussões sobre intenção empreendedora têm ganhado maior relevância no âmbito acadêmico a partir das últimas décadas do Século XX, a exemplo, dentre outros, dos trabalhos de Shapero & Sokol (1982), Bird (1988, 1992), Krueger (1993), Lee & Wong (2004), Liñán (2004), Kristiansen & Indarti (2004), Carvalho & González (2006), Liñán & Chen (2009), Teixeira & Davey (2010) e Lima *et al.* (2011).

Diante do exposto, este artigo tem o objetivo de analisar a intenção empreendedora dos alunos de graduação dos cursos de administração, ciências econômicas e ciências contábeis de uma Universidade Municipal do Estado de São Paulo. Para tanto, utilizou-se o questionário de intenção empreendedora (QIE) desenvolvido por Liñán e Chen (2009), que será explicado a seguir.

2 Referencial Teórico

2.1 Educação Superior e Empreendedorismo

Rocha e Bacchi (2010) evidenciam que o início do ensino de empreendedorismo no mundo está vinculado aos cursos de administração de empresas. Em 1947, o professor Myles Mace da *Harvard Business School*, ofereceu o primeiro curso de empreendedorismo, que teve o nome de *Management of New Enterprises* (Gestão de Novos Empreendimentos), com 600 alunos do segundo ano de MBA em Administração. Em fevereiro de 1947, 188 estudantes começaram o curso, e em 1953, Peter Drucker agregou ao ensino de empreendedorismo um conceito de inovação, e iniciou na *New York University*, o curso *Entrepreneurship and Innovation* (Empreendedorismo e Inovação) (Katz, 2003; Rocha & Bacchi, 2010).

O primeiro curso de empreendedorismo no Brasil aconteceu em 1981, na Fundação Getúlio Vargas (FGV), com a disciplina intitulada de “Novos Negócios”, dentro do curso de especialização em Administração para graduados, ministrada pelo professor Ronald Degen (Ribeiro, Oliveira & Araújo, 2014).

Pode-se perceber que a educação empreendedora pode focar a formação do indivíduo ou focar naquele que se interessa por uma oportunidade e que estaria numa fase anterior à criação de um negócio; pode, ainda, voltar-se para os que já estariam na fase de criação de um empreendimento e, até mesmo, para aqueles que estão nas fases posteriores à criação e que estão preocupados com as estratégias para permanecer ativo ou expandir o negócio (LOPES, 2010, p. 25).

Pesquisas realizadas sobre ensino e aprendizagem do empreendedorismo, conforme levantamento realizado por Iizuka & Moraes (2014) com base nos artigos apresentados nos EnANPADs entre 2001 a 2012, os pesquisadores analisados focaram seus esforços ao ensino, análises sobre o projeto pedagógico, críticas e propostas para a grade curricular, avaliações das técnicas utilizadas pelos professores, e experiências desenvolvidas em determinada instituição de ensino.

Estas movimentações do empreendedorismo, e os volumes de recursos investidos, direcionam o olhar acadêmico para a exploração da educação empreendedora. Fillion (2000)

apresenta um alerta dos projetos pedagógicos, tanto do ensino fundamental até o superior, eles são desenvolvidos apenas para os empregos existentes, não considerando a vontade de empreender dos estudantes. De acordo com o autor, “todo o sistema de educação é concebido como se os empregos esperassem pelas pessoas no fim do percurso” (Filion, 2000, p. 39).

Dolabela (2006) argumenta que a necessidade de ter competências e habilidades, as pessoas procuram prepararem-se melhor para o mundo do trabalho. As instituições de ensino, principalmente as de ensino superior, começaram a difundir a cultura empreendedora. As universidades têm tido importante papel na criação de novos empreendimentos, principalmente pelas atividades desenvolvidas nas incubadoras. A participação das universidades vem por meio de disciplinas como, planos de negócios, empreendedorismo, incubadora, e até mesmo ao formalizar o ensino de empreendedorismo.

Timmons e Spinelli (2004) entendem que as atitudes empreendedoras, devem ser incitadas nos estudantes de curso técnico e ensino superior, com o objetivo de criarem seus próprios negócios, ou mesmo estarem a frente de micro e pequenos empreendimentos familiares.

Henrique e Cunha (2006, p. 4), afirmam que o ensino de empreendedorismo vem crescendo e ganhando espaço nos principais centros de graduação e pós-graduação, e vem apresentando uma evolução considerável. Também houve reflexo na quantidade de professores dedicados ao assunto. Katz (2003) verificaram em suas pesquisas, que em muitos países houve uma evolução, de 101 professores em 1991 para 563 em 2003.

Aqui no Brasil, os cursos de empreendedorismo foram introduzidos na década de 1980, e as instituições de ensino pioneiras foram a Universidade de São Paulo (USP), a Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (EAESP/FGV) e a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) (Araújo *et al.*, 2005). Souza *et al.* (2004, p. 8), identificaram que “em 2004, 131 instituições de ensino superior públicas e privadas, contavam com 346 docentes no ensino de empreendedorismo”.

Mesmo que o empreendedorismo nos últimos anos vem ocupando um espaço considerável no meio acadêmico, verifica-se que não há uma homogeneidade entre as instituições de ensino superior em como as disciplinas são ofertadas, tanto em conteúdo como em abordagem pedagógica, além de diferentes métodos educacionais. Deste modo, prejudicando a qualidade da educação empreendedora no Brasil.

2.2 Intenção Empreendedora e o Questionário de Intenção Empreendedora sob a ótica Liñán e Chen

Na percepção de Filion (1991), um empreendedor é um indivíduo que imagina, desenvolve e realiza visões, ou seja, a visão é uma imagem projetada no futuro, do lugar que o empreendedor aspira a solidez do seu produto e/ou serviço no ambiente de mercado, isto é, visão refere-se onde e como o empreendedor deseja conduzir seu empreendimento.

Complementando Filion (1991), Liñán e Chen (2009) argumentam, que antes da tomada de decisão de ser ou não empreendedor, é necessário a análise da intenção empreendedora envolvidos no processo de criação de empresa. Bird (1988) explica que a intenção empreendedora pode ser vista como um estado de espírito em que a atenção da pessoa está dirigida para uma determinada situação, com vista a alcançar uma determinada meta.

Carvalho e González (2006) considera que a ideia de criar uma nova empresa é precedida pela intenção, a qual, por sua vez, pode ser planejada durante um determinado período de tempo, porém, em alguns casos a intenção é formada no momento antes de se concretizar a ideia, e em outros casos, a intenção nunca coincide com a realização do comportamento. Deste modo, Davidsson (1995) evidencia que a análise da intenção empreendedora pode auxiliar a prever, embora de forma imperfeita, um determinado comportamento de um indivíduo em relação a criar a sua própria empresa.

Diante do exposto, Shapero e Sokol (1982), Ajzen (1991) e Carvalho (2004) contribuíram teoricamente com modelos teóricos que trataram a intenção empreendedora dos indivíduos no processo de criação de empresa.

O modelo desenvolvido por Shapero e Sokol (1982) é constituído por três construtores teóricos fundamentais os quais determinam a intenção empreendedora. São eles: percepção de desejabilidade, percepção de viabilidade e propensão em agir. O construto percepção de desejabilidade refere-se ao interesse do indivíduo em começar um determinado negócio, já a percepção de viabilidade é o nível de percepção que o agente acredita ser capaz para iniciar um negócio e a propensão em agir seria o impulso pelo qual geraria o ato de empreender.

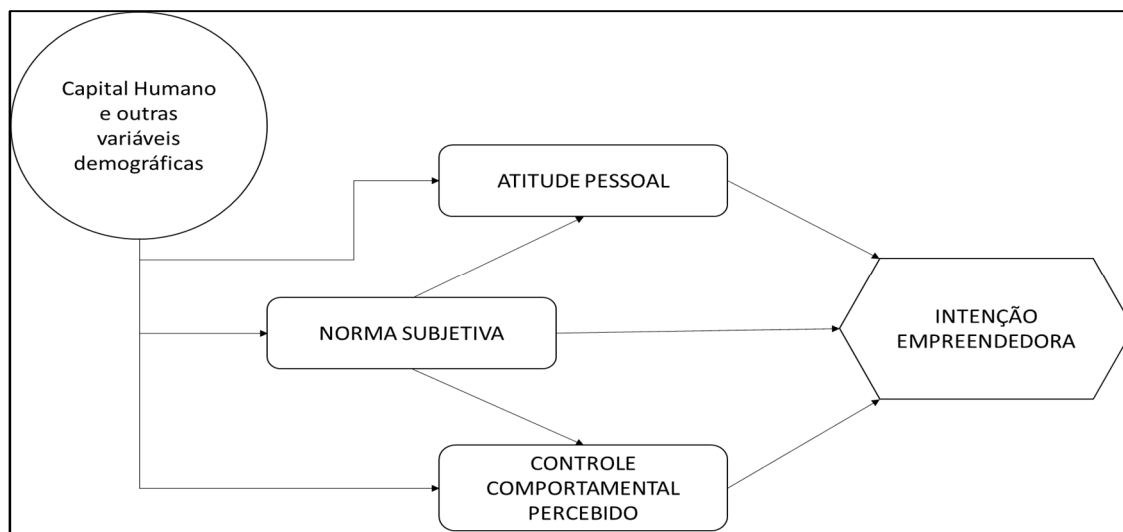
Já Carvalho (2004), propõe analisar a intenção empreendedora levando em consideração uma escolha futura. O modelo proposto por ele foi desenvolvido com base em estudos sobre as competências empresariais, antecedentes pessoais dos empresários e intenções empreendedoras.

A contribuição de Ajzen (1991) para a área de conhecimento da intenção empreendedora foi com o modelo da Teoria do Comportamento Planejado (TPB – *Theory of Planned Behaviour*), que é a base do questionário de intenção empreendedora desenvolvido por Liñan e Chen (2009). Esse questionário será explicado a seguir.

Essa teoria tem o propósito de poder explicar o comportamento humano frente ao ato de empreender. A TPB prevê que o comportamento e a intenção de agir resultam de três atitudes elementares, isto é: atitude pessoal, a norma subjetiva e da percepção sobre o controle do comportamento (Ajzen, 1991).

O autor argumenta que as atitudes pessoais se referem à atitude perante um comportamento, e que corresponde a análise favorável ou desfavorável que o indivíduo faz do comportamento. De outro lado, o caso da norma subjetiva trata sobre a influência do ambiente social no comportamento do indivíduo, isto é, representa a “pressão social” para adotar um determinado comportamento. E o controle do comportamento percebido, refere-se à percepção do indivíduo sobre sua facilidade ou dificuldade em realizar determinada tarefa, condicionando, dessa forma, a sua intenção.

Com base no modelo TPB de Ajzen (1991), Liñan e Chen (2009) desenvolveram o questionário de intenção empreendedora (QIE) que tem o objetivo de testar o modelo de intenção empreendedora, medindo a referida intenção e as variáveis que a influenciam. A Figura 1 apresenta essas variáveis e as suas relações.



Fonte: Liñan e Chen (2009, p. 597)

Figura 1: Modelo de Intenção Empreendedora

As variáveis determinantes da intenção empreendedora podem ser descritas, como segue:

- **Atitude Pessoal (PA):** refere-se à impressão positiva ou negativa que o indivíduo tem sobre ser empreendedor;
- **Norma Subjetiva (SN):** refere-se a pressão social exercida sobre o indivíduo para tornar-se ou não um empreendedor, proveniente do círculo social em que vive; e,
- **Controle Comportamental Percebido (PBC):** refere-se à percepção do indivíduo sobre a facilidade ou dificuldade de se tornar um empreendedor e sua capacidade em empreender.

Liñan e Chen (2009) explicam que além destas variáveis, o modelo de intenção empreendedora destaca também o capital humano que são as habilidades, capacidades e destrezas individuais que os indivíduos possuem e desenvolvem com o intuito de crescimento profissional e pessoal; e outras variáveis demográficas que influenciam indiretamente na formação da intenção empreendedora, como a experiência e a educação do indivíduo.

Com base no modelo apresentado na Figura 1, Liñan e Chen (2009) desenvolveram o QIE que é formado por cinco seções. A primeira a quarta seção se relacionam diretamente com os elementos do modelo de intenção empreendedora (atitude pessoal, norma subjetiva, controle comportamental percebido e intenção empreendedora) e que são avaliadas por meio da escala Likert (1-7). A quinta seção são requeridas informações sobre capital humano e outras variáveis como: idade, sexo, curso de graduação e renda mensal. Os autores evidenciam que essas variáveis não influenciam diretamente a intenção, mas são úteis para identificar o efeito destes fatores naqueles que a afetam diretamente.

3 Método de Pesquisa

O trabalho apresentou um caráter descritivo. O caráter descritivo se justifica pelo estudo ter se desenvolvido a partir de uma revisão de literatura composta por pesquisa bibliográfica, pela consulta a livros, e artigos relacionados ao tema de Intenção

Empreendedora. O propósito dessa revisão é estruturar uma base de conhecimento capaz de auxiliar a compreensão dos resultados da pesquisa e dar sustentação ao tema e sua relevância. Para atender aos propósitos da pesquisa recorreu-se ao estudo sobre intenção empreendedora dos alunos de graduação, tanto os iniciantes quanto os em fase de conclusão, de uma Universidade Municipal do Estado de São Paulo, no período do primeiro semestre de 2015, valendo-se da abordagem de análise de dados descrita a seguir.

Para a análise dos dados obtidos na pesquisa em questão, foi utilizada de maneira complementar a abordagem quantitativa. O caráter quantitativo se justifica pela mensuração de fenômenos e/ou variáveis em termos numéricos. Dessa forma, os números permitem a construção de descrições que podem ser organizadas em variáveis e encaixadas em modelos usados para testar possíveis relações entre elas para explicar certos fenômenos (Berni, 2002).

Com base nos dados fornecidos pela secretária do Departamento de Economia, Contabilidade e Administração da Universidade estudada, atualmente o curso de graduação em ciências econômicas, ciências contábeis e administração possuem um universo de 1050 alunos matriculados nos quatro anos do curso. A amostra deste trabalho foi probabilística e finita, ou seja, considerando um erro amostral de 5% e um nível de confiança de 99%, teve-se uma amostra de 407 alunos. Esse número foi obtido pela seguinte equação, sugerida por Santos (2015):

Onde:

n – amostra calculada;

N –

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

p –

evento;

e – erro amostral.

população;

variável normal padronizada

associada ao nível de confiança;

verdadeira probabilidade do

É importante evidenciar que dos 407 participantes da pesquisa, 55,53% eram do gênero feminino e 44,47% eram do gênero masculino, sendo que 64,86% são graduandos do curso de administração; 22,36% do curso de ciências contábeis e 12,78% de ciências econômicas. Outro dado importante é a idade dos respondentes. Para a amostra da pesquisa, 82,80% estão entre 19 a 25 anos e 17,20% possuem acima de 26 anos.

Os dados primários da pesquisa foram obtidos pela aplicação de um questionário fechado com escala Likert, desenvolvido por Liñan e Chen (2009) denominado Questionário de Intenção Empreendedora, conforme explicação da seção anterior. Os dados obtidos pelas respostas dos questionários foram tabulados na planilha eletrônica Microsoft Excel e a análise de dados foi dividida em 2 etapas: a análise de confiabilidade pelo α de Cronbach e a análise fatorial exploratória e o KMO utilizando o *software* SPSS – versão 15. Essa análise de dados quer testar 5 hipóteses básicas, conforme apresentado no Quadro 1.

Quadro 1: Hipóteses da Pesquisa

NÚMERO	DESCRIÇÃO	RELAÇÃO
1	Atitude Pessoal influencia positivamente a intenção empreendedora	PA→EI
2	Controle Comportamental Percebido influencia positivamente a intenção empreendedora	PBC→EI
3	Norma Subjetiva influencia positivamente a intenção empreendedora	SN→EI
4	Norma Subjetiva influencia positivamente a atitude pessoal	SN→PA
5	Norma Subjetiva influencia positivamente o controle comportamental percebido.	SN→PBC

Fonte: adaptado de Liñan e Chen (2009, p. 599)

4 Análise dos Resultados

O modelo de intenção empreendedora, desenvolvido por Liñan e Chen (2009), é formado por variáveis independentes. Dado esta característica optou-se por utilizar a análise fatorial exploratória. De acordo Hair et al (2009), a análise fatorial em o propósito principal de definir a estrutura inerente entre as variáveis na análise.

Todavia, antes da mensuração das variáveis do modelo pela análise fatorial, é importante analisar o nível de confiabilidade da amostra para avaliar a consistência e a estabilidade das medidas atribuídas às diferentes variáveis. Para tanto, este artigo utilizou o alfa de Cronbach para mensurar o nível de confiabilidade que é apresentado na Tabela 1.

Tabela 1: Indicador de Confiabilidade

	Atitude Pessoal	Norma Subjetiva	Controle do Comportamento Percebido	Intenção Empreendedora
Alpha de Cronbach	0,893	0,708	0,902	0,948

Ao avaliar a confiabilidade dos resultados obtidos na pesquisa, verificou-se que os índices atribuídos a cada variável do modelo oscilaram entre 0,708 e 0,948 (Tabela 1). Dado essa variação, pode-se dizer que, teoricamente, as escalas podem ser consideradas confiáveis. De acordo com Hair et al. (2009), o limite inferior para uma escala ser considerada confiável é de 0,7.

Após a análise pelo Alpha de Cronbach, analisou-se se os dados obtidos eram adequados para a aplicação da análise fatorial. Assim, utilizou-se o teste Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) que indica qual é o grau de suscetibilidade ou o ajuste dos dados à análise fatorial, isto é, qual é o nível de confiança que se pode esperar dos dados quando do seu tratamento pelo método multivariado de análise fatorial seja empregada com sucesso (Hair et al, 2009).

Para interpretação do resultado obtido, valores próximos de 1,0 indicam que o método de análise fatorial é perfeitamente adequado para o tratamento dos dados. Por outro lado, valores menores que 0,5, indicam a inadequação do método (Hair et al, 2009). A Tabela 2 apresenta os resultados obtidos pelo teste KMO.

Tabela 2: Teste de Kaiser-Meyer-Olkin

	Atitude Pessoal	Norma Subjetiva	Controle do Comportamento Percebido	Intenção Empreendedora
KMO	0,872	0,611	0,882	0,912

Ao analisar a Tabela 2, verificou-se que o KMO variou entre 0,611 e 0,912, evidenciando que os valores obtidos neste teste são adequados para a análise fatorial, ou seja, a análise fatorial é adequada para o tratamento de dados proposto.

Após a análise do KMO, analisou-se a matriz de correlação fatorial para a primeira hipótese (Atitude Pessoal influencia positivamente a intenção empreendedora), conforme apresentado na Tabela 3.

Tabela 3: Matriz de Correlação Fatorial para as Variáveis Atitude Pessoal e Intenção Empreendedora

	EI1	EI2	EI3	EI4	EI5	EI6
PA1	0,406	0,403	0,426	0,387	0,369	0,400
PA2	0,604	0,709	0,681	0,701	0,690	0,728
PA3	0,502	0,563	0,624	0,677	0,654	0,707
PA4	0,591	0,654	0,668	0,672	0,636	0,681
PA5	0,635	0,735	0,695	0,697	0,702	0,717

Ao analisar a Tabela 3, notou-se a atitude pessoal dos alunos de graduação dos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas influencia positivamente e moderadamente alta a intenção empreendedora. As correlações destacadas em verde representam uma alta correlação entre si, ou seja, apresenta uma clara associação entre os elementos estudados. Deste modo, pode-se dizer que para os respondentes a carreira como empreendedor é atraente para eles e eles, se tivessem oportunidade e recursos, criariam uma empresa.

A Tabela 4 apresenta a matriz de correlação fatorial para a segunda hipótese (controle comportamental percebido influencia positivamente a intenção empreendedora). Os resultados obtidos mostraram que o controle comportamental percebido influencia positivamente, porém de forma moderada, a intenção empreendedora dos alunos participantes da pesquisa.

Tabela 4: Matriz de correlação fatorial para as variáveis controle comportamental percebido e intenção empreendedora

	EI1	EI2	EI3	EI4	EI5	EI6
PBC1	0,335	0,589	0,405	0,377	0,412	0,499
PBC2	0,322	0,525	0,371	0,318	0,319	0,490
PBC3	0,244	0,515	0,345	0,292	0,293	0,418
PBC4	0,268	0,481	0,374	0,289	0,294	0,412
PBC5	0,306	0,515	0,368	0,310	0,313	0,428
PBC6	0,297	0,487	0,394	0,279	0,291	0,426

As correlações destacadas em laranja representam uma correlação baixa entre si, ou seja, apresenta uma falta de associação entre os elementos estudados. Deste modo, pode-se afirmar que os alunos de graduação dos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas não consideram preparados para abrirem uma empresa, pois eles não conhecem os detalhes práticos necessários para se criar uma empresa.

A Tabela 5 apresenta a matriz de correlação fatorial para a terceira hipótese (norma subjetiva influencia positivamente a intenção empreendedora). Os resultados obtidos mostraram que a norma subjetiva influencia positivamente, porém de forma fraca, a intenção empreendedora dos alunos estudados.

Tabela 5: Matriz de correlação fatorial para as variáveis norma subjetiva e intenção empreendedora

	EI1	EI2	EI3	EI4	EI5	EI6
SN1	0,132	0,169	0,086	0,125	0,106	0,131
SN2	0,800	0,700	0,103	0,500	0,006	0,052
SN3	0,050	0,034	-0,049	-0,060	-0,031	-0,057

As correlações destacadas em vermelho representam uma correlação negativa entre si, ou seja, apresenta uma falta de associação entre os elementos estudados. Deste modo, pode-se dizer que os colegas não exercem influência sobre a tomada de decisão de ser empreendedor. Já as correlações em verde, que apresentam alta correlação entre si, evidenciam que os amigos influenciam fortemente a decisão de criar uma empresa.

As Tabelas 6 e 7 apresentam a matriz de correlação fatorial para a quarta e quinta hipóteses (norma subjetiva influencia positivamente a atitude pessoal e norma subjetiva influencia positivamente o comportamento percebido).

Tabela 6: Matriz de Correlação Fatorial para as Variáveis Norma Subjetiva e Atitude Pessoal

	PA1	PA2	PA3	PA4	PA5
SN1	0,193	0,161	0,220	0,218	0,212
SN2	0,209	0,154	0,188	0,176	0,133
SN3	0,086	0,041	0,011	0,018	0,074

Tabela 7: Matriz de Correlação Fatorial para as Variáveis Norma Subjetiva e Controle Comportamental Percebido

	PBC1	PBC2	PBC3	PBC4	PBC5	PBC6
SN1	0,195	0,114	0,150	0,120	0,075	0,136
SN2	0,084	0,062	0,023	0,038	0,098	0,035
SN3	0,108	0,038	0,033	0,081	0,142	0,043

Ao analisar a Tabela 6 e 7, verificou-se que a norma subjetiva influencia positivamente, porém de forma fraca, a atitude pessoal e o controle comportamental percebido dos alunos que participaram da pesquisa. Desta forma, pode-se afirmar que não há pressão social exercida sobre os indivíduos para tornarem-se ou não um empreendedor, proveniente do círculo social em que eles vivem.

5 Considerações Finais

O atual cenário econômico brasileiro que promove um clima de incerteza no emprego dos jovens demonstra a necessidade de criar alternativas para o futuro, sendo claro que o auto emprego e, concretamente a criação de empresas, pode funcionar, sem dúvidas, como uma das soluções para este problema.

Hecke (2011) corrobora com esta afirmação dizendo que empreender pode significar, entre outros, a não dependência de oportunidades de empregos para a boa sucessão na carreira dos alunos que, concluem um curso de graduação, em especial em Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas. Outro fato importante é que ao criar uma nova empresa,

pode significar uma alavancagem no processo de crescimento da região na qual atuam esses futuros empreendedores.

A partir desta constatação, este artigo teve como objetivo analisar a intenção empreendedora dos alunos de graduação dos cursos de administração, ciências econômicas e ciências contábeis de uma Universidade Municipal do Estado de São Paulo.

Com o auxílio do questionário de intenção empreendedora (QIE) desenvolvido por Liñán e Chen (2009), pode-se concluir que a carreira de empreendedor é percebida como favorável pelos alunos de administração, ciências econômicas e ciências contábeis dos diferentes períodos, sendo vista como mais atraente do que o trabalho formal.

No entanto, seguir a carreira de empreendedor não é necessariamente uma alternativa positiva na opinião daqueles que cercam os respondentes da pesquisa a ponto de ser incentivada pelas famílias, amigos e colegas. Finalmente, os alunos consideram que seu conhecimento sobre os mecanismos de apoio à prática empreendedora é limitado dentro a instituição analisada.

Referências

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Araújo, M. H., Lago, R. M., Oliveira, L. C., Cabral, P. R., Cheng, L. C., & Filion, L. J. (2005). O estímulo ao empreendedorismo nos cursos de química: formando químicos empreendedores. *Química nova*, 28, S18-S25.
- Berni, D. A. (2002) *Técnicas de pesquisa em economia: transformando curiosidade em conhecimento*. São Paulo: Saraiva.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management Review*, 13(3), 442-453.
- Bird, B. J. (1992). The operation of intentions in time: The emergence of the new venture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17, 11-11.
- Carvalho, D. (2004). Variáveis associadas ao perfil empreendedor: relações com modelos familiares e formação empreendedora. *Rio de Janeiro: UFRRJ. Tese de Mestrado*.
- Carvalho, P., & González, L. (2006). Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. *Comportamento Organizacional e Gestão*, 12(1), 43-65.
- Davidsson, P. (1995) *Determinants of entrepreneurial intentions*. Comunicação apresentada na conferência Rent IX, Piacenza, Itália, 23-24 de Novembro.
- Dolabela, F. (2006). O segredo de Luísa.--rev. e atual. *São Paulo: Editora de Cultura*.
- Filion, L. J. (1991). O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. *Revista de Administração de Empresas*, 31(3), 63-71.
- Filion, L. J. (2000). O empreendedorismo como tema de estudos superiores. *Empreendedorismo, Ciência, Técnica e Arte. 1ª ed. Brasília: CNI. IEL Nacional*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. & Tatham, R. L. (2009). *Análise Multivariada de Dados*. 6 ed. Porto Alegre, Bookman.
- Hecke, A. P. (2011). A Intenção Empreendedora dos alunos concluintes dos cursos de graduação em administração e ciências contábeis das instituições de ensino superior de Curitiba – PR. *Curitiba: UFPR. Tese de Mestrado*.

- Henrique, D. C., & Cunha, S. (2006). Metodologias, recursos e práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. *XXX Encontro da AnPAD, Salvador*.
- Iizuka, E. S., & Moraes, G. H. S. M. (2014). Potencial e Perfil Empreendedor do Estudante de Administração e o Ambiente Universitário: Investigação em três IES de São Paulo, *Anais... XVII Semead, Seminários em Administração, São Paulo*.
- Katz, J. A. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education: 1876–1999. *Journal of business venturing, 18*(2), 283–300.
- Kristiansen, S. & Indarti, N. (2004). Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. *Journal of Enterprising Culture, 12*(1), 55–78.
- Krueger, N.F. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice, 18*(1), 5–21.
- Lee, S.H. & Wong, P.K. (2004). An exploratory study of technopreneurial intentions: A career anchor perspective. *Journal of Business Venturing, 19*(1), 7–28.
- Lima, E., Lopes, R. M. A., Nassif, V. M. J., & Silva, D. (2011). Intenções e Atividades Empreendedoras dos Estudantes Universitários—Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2011. *Grupo APOE—Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PMDA-UNINOVE. Caderno de pesquisa, (2011-01)*.
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/Small Business, 2004*(3), 11–35.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice, 33*(3), 593–617.
- Lopes, R. M. A. (2010). *Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas*. Elsevier.
- Ribeiro, R. L., Oliveira, E. A. D. A. Q., & Araujo, E. A. S. (2014). A contribuição das instituições de ensino superior para a educação empreendedora. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, 10*(3).
- Rocha, E. D. C., & Bacchi, G. A. (2010). Ensino de Empreendedorismo nos Cursos de Graduação em Administração na Cidade de Fortaleza: um estudo comparativo dos conteúdos e instrumentos pedagógicos. *XXXIV Encontro da ANPAD, 34*, 1–12.
- SANTOS, G. E. O. (2014) *Cálculo amostral*: calculadora on-line. Disponível em: <<http://www.calculoamostral.vai.la>>. Acesso em: 01 ago. 2015.
- Shapero, A. & Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. In C.A. Kent, D.L. Sexton, & K.H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72–90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Souza, E. C., Souza, C. D., Assis, S. D. A. G., & Zerbini, T. (2004). Métodos e técnicas de ensino e recursos didáticos para o ensino do empreendedorismo em IES brasileiras. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*.

Teixeira, A. A., & Davey, T. (2010). Attitudes of higher education students to new venture creation The relevance of competencies and contextual factors. *Industry and Higher Education*, 24(5), 323-341.

Timmons, J., & Spinelli, S. (2004). New venture strategies: Entrepreneurship for the 21st century. Burr Ridge, IL: Irwin-McGraw-Hill Publishers.