

Área: Inovação | Tema: Empreendedorismo Inovador

**INTENÇÃO EMPREENDEDORA: UM ESTUDO COM ALUNOS DE GRADUAÇÃO DO CURSO DE
CIÊNCIAS CONTÁBEIS DA UFSM**

**ENTREPRENEURSHIP INTENTION: A STUDY WITH GRADUATION STUDENTS OF THE UFSM
ACCOUNTING SCIENCE COURSE**

Luani Moura Da Silva, Cristiane Krüger, Wanderlei José Ghilardi e Italo Fernando Minello

RESUMO

O objetivo do estudo é analisar a intenção empreendedora dos alunos de graduação do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Maria. A pesquisa é classificada como quantitativa, descritiva e de levantamento. A obtenção dos dados foi feita por meio do Questionário de Intenção Empreendedora de Liñán e Chen. O questionário foi aplicado à 392 estudantes e a amostra contemplou 202 questionários respondidos. Os resultados apontam que a intenção dos alunos em empreender é baixa, esse resultado foi reforçado por meio da Correlação de Pearson. Os alunos que participaram de disciplinas relacionadas ao empreendedorismo, os que trabalham e os que estudam no período noturno apresentaram uma intenção em empreender mais elevada em relação aos demais. Ao analisar a intenção empreendedora por semestre, verificou-se que no último semestre, os alunos apresentaram valores muito baixos de intenção empreendedora em comparação com os demais semestres. A contribuição do estudo está na conclusão de que os alunos pesquisados, no geral, não almejam empreender, neste sentido, cabe um maior incentivo. Limitou-se a aplicação do questionário com corte transversal. Para estudos futuros sugere-se realizar entrevistas com os alunos afim de entender com maior profundidade esse comportamento.

Palavras-Chave: Empreendedorismo. Comportamento empreendedor. Intenção empreendedora

ABSTRACT

The objective of the study is to analyze the entrepreneurial intention of undergraduate students of the Course of Accounting Sciences of the Federal University of Santa Maria. The survey is classified as quantitative, descriptive and survey. Data collection was done through the Questionnaire of Entrepreneurial Intent of Liñán and Chen. The questionnaire was applied to 392 students and the sample included 202 questionnaires answered. The results indicate that the students' intention to undertake is low, this result was reinforced through Pearson's correlation. Students who participated in subjects related to entrepreneurship, those who work and those who study at night showed an intention to undertake higher in relation to the others. When analyzing the entrepreneurship intention per semester, it was verified that in the last semester, the students presented very low values of entrepreneurial intention in comparison with the other semesters. The contribution of the study is in the conclusion that the students surveyed, in general, do not aim to undertake, in this sense, a greater incentive. The application of the cross-sectional questionnaire was limited. For future studies it is suggested to conduct interviews with students in order to understand this behavior in greater depth.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneurial behavior. Entrepreneurial intention.

Eixo Temático: Empreendedorismo, Empreendedorismo inovador

INTENÇÃO EMPREENDEDORA: UM ESTUDO COM ALUNOS DE GRADUAÇÃO DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS DA UFSM

ENTREPRENEURSHIP INTENTION: A STUDY WITH GRADUATION STUDENTS OF THE UFSM ACCOUNTING SCIENCE COURSE

RESUMO

O objetivo do estudo é analisar a intenção empreendedora dos alunos de graduação do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Maria. A pesquisa é classificada como quantitativa, descritiva e de levantamento. A obtenção dos dados foi feita por meio do Questionário de Intenção Empreendedora de Liñán e Chen. O questionário foi aplicado à 392 estudantes e a amostra contemplou 202 questionários respondidos. Os resultados apontam que a intenção dos alunos em empreender é baixa, esse resultado foi reforçado por meio da Correlação de Pearson. Os alunos que participaram de disciplinas relacionadas ao empreendedorismo, os que trabalham e os que estudam no período noturno apresentaram uma intenção em empreender mais elevada em relação aos demais. Ao analisar a intenção empreendedora por semestre, verificou-se que no último semestre, os alunos apresentaram valores muito baixos de intenção empreendedora em comparação com os demais semestres. A contribuição do estudo está na conclusão de que os alunos pesquisados, no geral, não almejam empreender, neste sentido, cabe um maior incentivo. Limitou-se a aplicação do questionário com corte transversal. Para estudos futuros sugere-se realizar entrevistas com os alunos afim de entender com maior profundidade esse comportamento.

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

ABSTRACT

The objective of the study is to analyze the entrepreneurial intention of undergraduate students of the Course of Accounting Sciences of the Federal University of Santa Maria. The survey is classified as quantitative, descriptive and survey. Data collection was done through the Questionnaire of Entrepreneurial Intent of Liñán and Chen. The questionnaire was applied to 392 students and the sample included 202 questionnaires answered. The results indicate that the students' intention to undertake is low, this result was reinforced through Pearson's correlation. Students who participated in subjects related to entrepreneurship, those who work and those who study at night showed an intention to undertake higher in relation to the others. When analyzing the entrepreneurship intention per semester, it was verified that in the last semester, the students presented very low values of entrepreneurial intention in comparison with the other semesters. The contribution of the study is in the conclusion that the students surveyed, in general, do not aim to undertake, in this sense, a greater incentive. The application of the cross-sectional questionnaire was limited. For future studies it is suggested to conduct interviews with students in order to understand this behavior in greater depth.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneurial behavior. Entrepreneurial intention.

1 INTRODUÇÃO

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

Os resultados do estudo GUESS¹ demonstram que dentre os estudantes, mais de 80%, logo após conclusão da graduação, tem intenção de ser empregado e apenas 8% tem intenção de empreender (LIMA et al., 2014). Após cinco anos, segundo a mesma fonte, esses graduados, ainda em sua maioria (aproximadamente 56%), mantém a intenção de ser empregado, e, aproximadamente, 32% tem intenção de empreender. Tendo em vista os resultados apresentados e a verificação de um desinteresse por parte dos alunos em empreender, questiona-se: os alunos de graduação em Ciências Contábeis têm intenção de empreender?

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

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

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo tem por objetivo fundamentar a base teórica que deu origem ao tema da pesquisa. Os assuntos abordados são empreendedorismo, o empreendedor e intenção empreendedora.

2.1 EMPREENDEDORISMO

O indivíduo empreendedor é aquele com atitude, focada em novas ideias, resultados, inovações e realizações (SALIM; SILVA, 2013). O empreendedorismo está relacionado com a

¹ Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

maneira que a pessoa se comporta, com suas atitudes e com sua postura pessoal diante das situações que lida diariamente. Ser empreendedor é ter satisfação e energia para desenvolver seus sonhos e objetivos e assim transformá-los realidade (TAJRA, 2014).

O empreendedorismo está cada vez mais presente na sociedade, mas não basta apenas querer empreender é necessário ter muito planejamento, foco e talento para lidar com as situações do dia a dia. Inovação, ousadia, criatividade e à capacidade de criar oportunidades e correr riscos calculados, podem estar associados ao termo empreendedorismo. A criação de novos negócios e a implantação de inovações também podem estar associados aos conceitos de empreendedorismo (SANTOS *et al*, 2008).

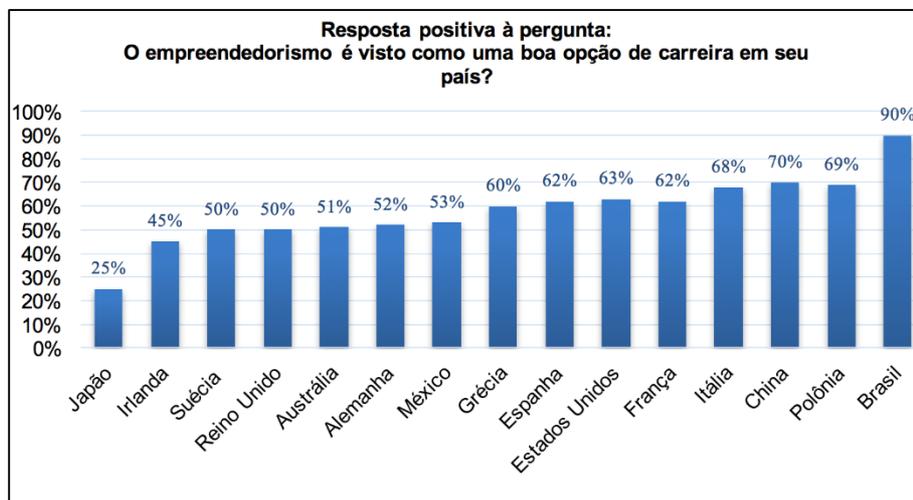
Uma das definições mais aceitas descreve o empreendedorismo como o processo de criar algo diferente e valioso, dedicando tempo e esforço necessários, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal (HISRICH; PETERS, 2004).

2.1.1 Brasil como um país empreendedor

Todos os anos são realizados estudos pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), sobre a atividade empreendedora dos países participantes. No Brasil o empreendedorismo é visto de maneira muito positiva, segundo pesquisas.

Na Figura 1 é demonstrado o empreendedorismo como opção de carreira na visão da população de países selecionados, OCDE (2012).

Figura 1 – Empreendedorismo como opção de carreira



Fonte: Adaptado de OCDE (2012).

A Figura 1 compara a população brasileira de 18 a 64 anos com os outros países selecionados. É possível observar que 90% dos brasileiros visam o empreendedorismo como carreira profissional bem-sucedida no país, índice alto comparado a grandes países como Estados Unidos, China, Alemanha e Japão.

2.1.2 Empreendedorismo como disciplina

Educação empreendedora para Cope (2005), pode ser entendida como um processo dinâmico de conscientização, associação e aplicação que envolve transformar a experiência e o

conhecimento em resultados aprendidos e funcionais. Para o autor educação empreendedora compreende ainda conhecimento, comportamento e aprendizagem efetivo-emocional (COPE, 2005).

Visto que os empreendedores não são nascidos e sim desenvolvidos, torna-se necessário incluir nos currículos o ensino do empreendedorismo (PINTO, 2013). Para Lopes (2010, p. 165) “o conceito de educação empreendedora a ser adotado deve ser muito mais no sentido de viabilização de propósitos do que apenas no sentido de abertura de um negócio.”.

O empreendedorismo como disciplina, tem que procurar trazer para dentro da sala de aula muitas experiências, de forma que o aluno aprenda com os erros e acertos de quem já vivenciou essa experiência. Timmons e Spinelli (2006) entendem que as atitudes empreendedoras devem ser estimuladas nos estudantes de curso técnico e superior, seja para criarem seus próprios negócios ou gerirem os micros e pequenos empreendimentos familiares, com uma postura de empreendedor.

2.2 O EMPREENDEDOR

Na Revolução Industrial o empreendedor era aquele intermediário entre produtores e consumidores, ele que assumia o risco de produzir e vender um determinado produto. O termo empreendedor foi evoluindo muito ao longo dos anos, seu papel foi se transformando e passando a acrescentar ideias novas. Atualmente o termo empreendedor significa alguém que realizou, enfrentou e superou vários obstáculos. Só é considerado um empreendedor, aquele que se envolve e realiza com sucesso suas ideias, ou seja, é o tipo de pessoa que tem atitude e faz as coisas acontecerem (MARIANO; MAYER, 2008).

Por meio do Quadro 1 são demonstrados diferentes significados para o termo empreendedor em três momentos históricos distintos (ZEN E FRACASSO, 2018).

Quadro 1 - Termo empreendedor em três momentos históricos

Revolução Industrial	Fordista	Tecnologia da Informação
<ul style="list-style-type: none"> - Empreendedor é caracterizado por uma iniciativa individual visando ao lucro econômico. - Ação empreendedora é associada ao risco. - Diferenciação do papel do investidor e do empreendedor. 	<ul style="list-style-type: none"> - Surgimento das grandes corporações. - Ampliação dos limites da firma, que gera novas oportunidades de negócios. - Inovações e importância de quem a implementa no mercado (empreendedor). - Surgimento do intraempreendedor. - Diferenciação do papel do gerente e do empreendedor. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inovações em tecnologia da informação, que possibilitam o desenvolvimento de redes, favorecendo o incremento no número de empreendedores coletivos e sociais. - Emergência do empreendedor social, contrapondo-se à lógica de acumulação de riqueza.

Fonte: Adaptado de Zen e Fracasso (2008).

Existem diversas definições que conceituam o empreendedor, mas uma das mais conhecidas e mais antiga também é a de Schumpeter (1949), que diz que o empreendedor é aquele que destrói a economia existente pelo incentivo dos novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.

Kirzner (1973) possui um conceito diferente de empreendedor. O autor argumenta que o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma forma clara e positiva em um ambiente conturbado, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente. O empreendedor

necessita ser uma pessoa muito atenta as informações e as inovações, pois quanto maior for seu conhecimento e sua curiosidade, maior será suas chances de se tornar um bom empreendedor.

2.3 INTENÇÃO EMPREENDEDORA

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

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

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

A intenção empreendedora pode contemplar aqueles que não possuem nenhum entendimento ou experiência do que é ser um empreendedor até aqueles que já abriram sua empresa, aqueles que já pesquisaram, buscaram mais informações sobre o tipo de empreendimento que os satisfazia, aqueles que já fizeram todo planejamento estratégico e projetos do seu novo negócio, que irão iniciar a carreira empreendedora em pouco tempo. Por tanto, os indivíduos que não possuem um algum tipo de entendimento sobre o assunto empreendedor, tem a possibilidade de algum dia iniciar um novo negócio e também não rejeitaram a possibilidade de abrir um negócio no futuro (THOMPSON, 2009).

3 METODOLOGIA

Diante do problema de pesquisa estipulado, visando atender os objetivos elencados, a presente pesquisa se classifica, quanto à abordagem do problema como quantitativa, quanto aos objetivos como descritiva, e, quanto aos procedimentos como de levantamento (*survey*).

A pesquisa quantitativa só é entendida quando as opiniões, os problemas e as informações forem traduzidas em forma de números. Refere-se sobre a pesquisa que utiliza a quantificação tanto nas modalidades de coleta de informação, quanto no tratamento de informações, através de técnicas estatísticas, desde as mais simples até as mais complexas (MICHEL, 2015).

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

Nesse sentido, este estudo descrever-se-á à intenção empreendedora dos alunos pesquisados, no intuito de, num primeiro momento, averiguar o comportamento empreendedor destes. Após tal conhecimento é possível se organizar quanto a melhorias no curso, no entanto, essas melhorias não são objetivo deste estudo.

Para Gil (2008) as pesquisas descritivas têm como maior objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados.

A pesquisa tipo de levantamento para Gil (2008), caracteriza-se pela interrogação direta das pessoas cujo o comportamento se deseja conhecer. Basicamente é a solicitação de informações de um determinado grupo de pessoas que o problema está sendo estudado para em seguida, mediante análise quantitativa, obter as conclusões dos dados coletados.

Survey é um método de pesquisa que busca dados ou informações coletivas sobre características, ações ou opiniões de um determinado grupo de pessoas, por meio de questionários com escalas de medidas. Esse método é próprio da pesquisa quantitativa, o propósito é medir e quantificar as opiniões e atitudes. O método survey trabalha com amostras da população. O significado da palavra survey significa às noções de levantamento, sondagem e varredura, por isso, é importante e adequado para medir as atitudes, motivos e opiniões de um determinado grupo de pessoas definido por amostra (MICHEL, 2015).

Para a coleta de dados adotou-se a técnica de questionário, que é uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito pelo informante. O questionário deve ser objetivo, limitado em extensão e estar acompanhado de instruções. Essas instruções devem esclarecer o propósito de sua aplicação, ressaltar a importância da colaboração do informante e facilitar o preenchimento (MATIAS-PEREIRA, 2016).

3.1 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A população da presente pesquisa é composta por alunos do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Em 19 de março de 2018 o respectivo curso apresentava 392 alunos devidamente matriculados, sendo 187 do turno diurno e 205 do noturno.

Para o cálculo do tamanho mínimo da amostra optou-se pela fórmula a seguir (Equação 1), que segundo Fonseca e Martins (1996) é para uma população finita, considerou-se um nível de confiança de 95% e um erro padrão de 5%. Estimou-se para a população de estudantes uma amostra de 195 questionários a serem coletados.

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

Sendo:

e – erro amostral;

N – tamanho da população;

n – amostra mínima

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

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

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

Após definição da amostra mínima levantaram-se os horários e salas de aula das diferentes disciplinas, diurnas e noturnas, com a pretensão de alcançar uma amostra mínima suficiente e homogênea.

3.2 QUESTIONÁRIO E TRATAMENTO DOS DADOS

A obtenção de dados foi feita por meio do Questionário Intenção Empreendedora (QIE) de Liñán e Chen (2009), validado no Brasil por Hecke (2011). Atualmente o QIE compõe o estudo GUESS (LIMA et al., 2014), que faz análise do comportamento empreendedor dos alunos de graduação de diferentes Instituições de Ensino Superior no Brasil.

O QIE almeja testar o modelo de intenção empreendedora por meio da medição da intenção mencionada e das variáveis que a influenciam (LIÑÁN; CHEN, 2009). O questionário original foi publicado na língua inglesa e é composto por quatro blocos de perguntas, a saber: Atitudes Pessoais, Normas Subjetivas, Percepção de Controle de Comportamento e Intenção Empreendedora. Para o presente estudo, utilizaram-se as versões traduzidas do QIE apresentado por dois trabalhos brasileiros, sendo um deles utilizado como instrumento de coleta de dados em uma dissertação de mestrado Hecke (2011) e o outro apresentado em artigo dos autores Couto, Mariano e Mayer (2011). Após verificar cada item, optou-se pela melhor tradução para compor a versão traduzida do QIE utilizada neste estudo.

O questionário é composto por 20 assertivas, separadas em 4 blocos (Quadro 2). No primeiro bloco constam as assertivas de um a cinco, abordando as atitudes pessoais. No segundo, têm-se as normas subjetivas. Já, o terceiro bloco é composto por seis itens, e, refere-se à percepção de controle de comportamento. Por tanto, os três primeiros blocos de questões focam nas atitudes comportamentais dos estudantes, a respeito da percepção dos alunos com relação as atitudes pessoais, sobre se o ambiente cultural e social exerce influência sobre a intenção empreendedora. Por fim, no quarto e último bloco, constam as assertivas quanto a intenção empreendedora, ou seja, o foco dessas questões é capturar a percepção dos pesquisados quanto a intenção de empreender.

Quadro 2 – Composição do QIE

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

Fonte: Liñán; Chen (2009).

O instrumento foi respondido pelos estudantes de acordo com uma escala de 5 pontos Likert, correspondendo a seguinte graduação: 1 = Discordo totalmente, 2 = Discordo parcialmente, 3 = Não concordo nem discordo, 4 = Concordo parcialmente e 5 = Concordo totalmente. Além do QIE, inicialmente o aluno respondeu seis questões relacionadas a dados complementares de suporte, que se referem ao sexo, idade, estado civil, turno, semestre, se trabalha e se já cursou alguma disciplina relacionada ao empreendedorismo.

A coleta de dados ocorreu no mês de abril de 2018. A aplicação do questionário teve caráter presencial, coletivo e voluntário, em Camobi, campus da UFSM, durante o horário das aulas, nas respectivas salas e com o consentimento dos professores. Os questionários foram respondidos de modo anônimo, ou seja, não houve a identificação dos participantes. Para os alunos do décimo semestre, foi disponibilizado um questionário em formato online, pois os mesmos não possuem aula presencial.

Participaram 202 indivíduos, destes, não foram desconsiderados instrumentos com preenchimento incompleto, os respondentes superaram a amostra mínima estipulada (195).

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

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo constam os resultados que foram encontrados no instrumento de coleta. Inicialmente apresenta-se a caracterização da amostra, descrevendo os dados coletados no questionário e posteriormente finaliza-se com a análise dos dados do QIE (LIÑÁN; CHEN, 2009).

4.1 CARACTERÍSTICA DA AMOSTRA

A amostra é composta por 202 respondentes, alunos do Curso de Ciências Contábeis (UFSM). Os respondentes se encontravam devidamente matriculados, distribuídos do primeiro ao décimo semestre. Conforme Quadro 3, verifica-se que a maioria dos respondentes estava no sétimo semestre.

Quadro 3 – Respondentes por semestre

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

Fonte: Autores.

Com relação ao sexo, entre os respondentes, 94 (46,53%) são do sexo masculino e 108 (53,47%) são do sexo feminino. O gênero predominante nesse estudo, com pouca diferença, foi o do sexo feminino, similar ao resultado encontrado por Schmidt et al. (2012), em que a maioria dos alunos de três Cursos de Ciências Contábeis do sul do Brasil também eram do sexo feminino.

No que se refere a faixa etária a maioria dos estudantes respondeu possuir entre 18 e 23 anos (Quadro 4).

Quadro 4 – Faixa etária

Idade	Respondentes	Porcentagem
Menor de 18 anos	10	4,95%
18 até 23 anos	130	64,36%
24 até 29 anos	36	17,82%
Acima de 29 anos	26	12,87%
Total	202	100%

Fonte: Autores.

Quanto ao estado civil dos alunos respondentes, predominou-se a opção solteiro (90,6%), essa informação quando cruzada com a anterior revela que se trata de uma população

jovem e solteira. Com relação à situação de trabalho, prevalece os alunos que trabalham 65,8% (133 respondentes), como pode ser observado na Quadro 5.

Quadro 5 – Trabalho e o turno que estão matriculados

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

Fonte: Autores.

O turno em que os alunos estão matriculados pode ter relação com a dificuldade em conseguir um emprego. Em estudos anteriores como o da Souza (2015), é argumentado na pesquisa que com relação à situação de trabalho atual, a questão está muito ligada ao turno que os cursos são ofertados, e que os cursos que não são diurnos ou em tempo integral permitem que o acadêmico entre mais cedo ao mercado de trabalho, seja como estagiário ou como funcionário.

Os alunos do diurno, 59,10% (52) trabalham, já o noturno corresponde a uma porcentagem superior a 70% (81 estudantes), ou seja, são maiores as porcentagens dos alunos do noturno que trabalham, pois, este turno permite que o acadêmico trabalhe o dia todo.

No que diz respeito à análise do QIE os dados obtidos foram tabulados em uma planilha do Windows Office Excel. Os 202 questionários respondidos foram submetidos a estatística descritiva, afim de analisar cada uma das dimensões previstas no modelo original, sendo Atitudes Pessoais, Normas Subjetivas, Percepção de Controle de Comportamento e Intenção Empreendedora. Inicialmente apurou-se o alfa de Cronbach, com $\alpha = 0,924$, o que significa que os valores resultantes da aplicação dos questionários são confiáveis. Por conseguinte, foi elaborado a estatísticas descritiva. Foram calculados mínimo, máximo, média, desvio padrão e variância de cada dimensão (Quadro 6).

Quadro 6 – Estatística descritiva

Dimensões	Itens	Mínimo	Máximo	Média	Desvio-Padrão	Variância
Atitude Pessoal	5	5,00	25,00	17,9455	5,00567	25,057
Normas subjetivas	3	3,00	15,00	11,4356	2,63129	6,924
Percepção de controle de comportamento	6	7,00	30,00	17,1881	4,95595	24,561
Intenção Empreendedora	6	6,00	30,00	16,6386	6,83808	46,759

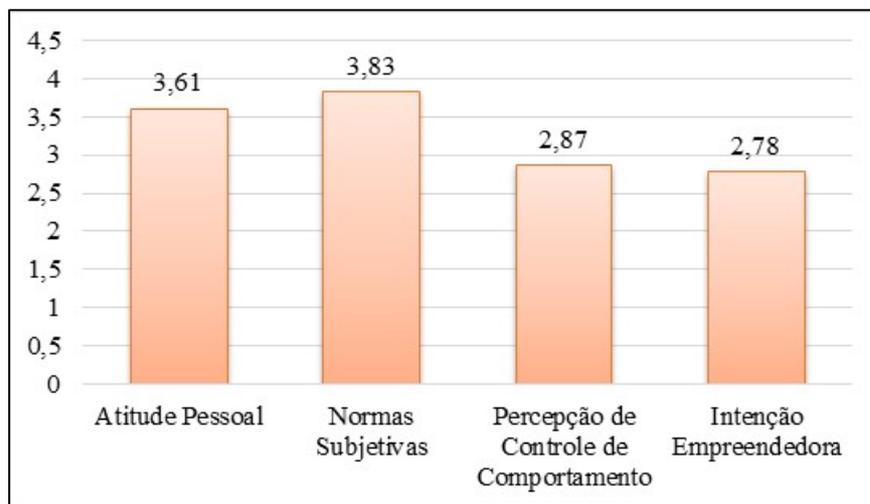
Fonte: Autores.

Quanto à média, atitude pessoal obteve maior pontuação, atitude pessoal pode ser entendida como o grau em que o indivíduo dispõe de uma auto avaliação positiva ou negativa sobre empreender, não incluindo apenas as considerações pessoais afetivas, mas também as avaliativas (LIÑÁN; CHEN, 2009). Quer dizer que a atitude pessoal se refere à impressão que o indivíduo tem sobre ser um empreendedor, ou seja, depende de suas atitudes e é materializada pelo seu comportamento. A dimensão normas subjetivas apresentou menor desvio-padrão e

variância, isso se deve ao fato de apresentar menor quantidade de itens, apenas três, frente às demais dimensões.

Na Figura 2 é apresentada as pontuações obtidas para cada dimensão.

Figura 2 – Média das dimensões do QIE



Fonte: Autores.

Nesta pesquisa a dimensão mais predominante foi a Norma Subjetiva com 3,83, isso significa que a percepção do indivíduo sobre a comunidade que está ao seu redor, determinando o seu comportamento (SOUZA, 2015). Para Ajzen (1991) representa a pressão social percebida para desempenhar ou não um comportamento em questão. Além disso, Liñán e Chen (2009) indicam que as normas subjetivas são o primeiro filtro às intenções empreendedoras dos alunos. As normas subjetivas obtiveram valores maiores que as outras dimensões, isso quer dizer que os respondentes acreditam que suas decisões irão ser aprovadas ou não, e que essas decisões dizem respeito à pressão social exercida para realizar – ou não – um comportamento, refletindo o efeito dos valores sociais sobre o indivíduo (MORALES; REBOLLOSO; MOYA, 1994).

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

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

Para este estudo adotou-se a conversão de Dancey e Reidy (2013) que apontam para a seguinte classificação: $r = 0,10$ até $0,39$ (fraco); $r = 0,40$ até $0,69$ (moderado); $r = 0,70$ até $1,00$ (forte). Na correlação entre normas subjetivas (NS) e intenção empreendedora (IE) as associações foram fracas (entre $0,10$ e $0,39$), isso significa que caso o aluno decidisse constituir

um empreendimento as pessoas próximas a ele, parentes, amigos e colegas, aprovariam a decisão, mas essa aprovação não se mostrou consistente, o que corrobora ao resultado baixo de intenção empreendedora.

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

Na correlação entre normas subjetivas (NS) e atitude pessoal (AP) e percepção de controle (PC), a norma subjetiva apresenta associação positivamente, porém fraca, com atitude pessoal e percepção de controle. Desta forma, pode-se afirmar que não há pressão social exercida sobre os alunos para tornarem-se ou não empreendedores, proveniente do círculo social em que eles vivem, semelhante ao obtido por Moraes et al. (2016).

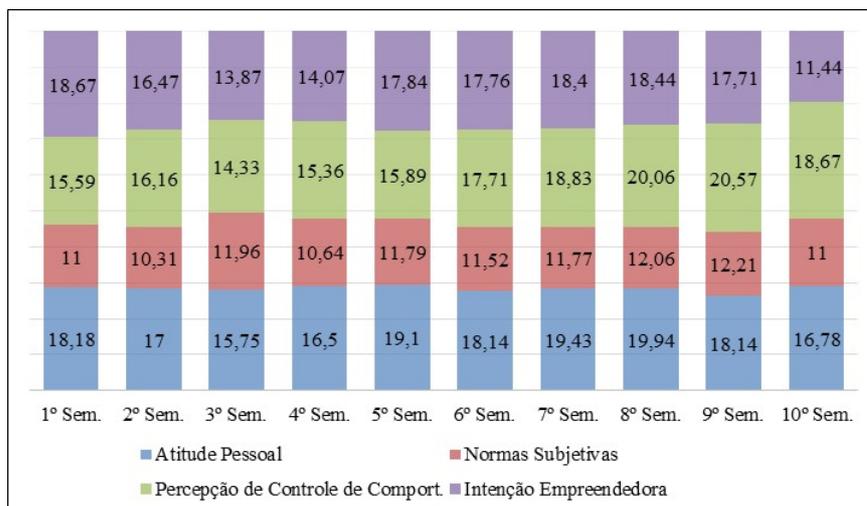
Quanto a atividade profissional dos respondentes e as respectivas pontuações para do QIE, a pontuação foi mais elevada para estes nas dimensões de normas subjetivas, percepção de controle e intenção empreendedora. Infere-se que a intenção empreendedora dos alunos que trabalham é maior do que aqueles que não trabalham, isso se dá devido a experiência profissional angariada. Para Krueger, Reilly e Carsrud (2000) as intenções empreendedoras podem ser estimuladas pelo relacionamento direto com a experiência pessoal e as diversas situações que guiam as escolhas profissionais do indivíduo. É possível notar que a atitude pessoal foi a única dimensão com pontuação maior para os que não trabalham, no entanto, a diferença é ínfima (0,04).

O Curso de Ciências Contábeis da UFSM oferta como Disciplina Complementar de Graduação (DCG), a disciplina de Empreendedorismo Organizacional. Esta disciplina é opcional e junto ao QIE, foi questionado aos alunos se eles já haviam cursado a disciplina ou equivalente. Os respondentes que afirmaram ter cursado a disciplina de empreendedorismo ou equivalente obtiveram pontuações superiores em todas as dimensões do QIE, frente aos que não cursaram. Chama a atenção a dimensão Percepção de Controle que obteve uma diferença de 0,5 frente aos alunos sem conhecimento prévio em empreendedorismo.

Além das análises já apresentadas, comparou-se as pontuações do QIE entre os turnos, diurno e noturno. Os alunos do noturno obtiveram uma intenção de empreender mais elevada que o diurno. Os motivos pelos quais essa intenção de empreender é maior, se dá talvez, porque alunos do noturno possuem mais oportunidades de trabalho, e assim, maior experiência profissional, o que, significa pontuações do QIE maiores. Em estudos anteriores como o da Souza (2015), é argumentado na pesquisa que com relação à situação de trabalho atual, a questão está muito ligada ao turno que os cursos são ofertados, e que os cursos que não são diurnos ou em tempo integral permitem que o acadêmico entre mais cedo ao mercado de trabalho, seja como estagiário ou como funcionário.

Na Figura 3 é possível analisar as dimensões do instrumento de intenção empreendedora conforme o semestre em que os alunos se encontravam matriculados. O curso de graduação de Ciências Contábeis da UFSM é distribuído do primeiro ao décimo semestre, totalizando cinco anos de graduação.

Figura 3 - Comparativo do QIE por semestre



Fonte: Autores.

Sendo assim, é possível analisar que, dentre as quatro dimensões, chama atenção os valores de intenção empreendedora. No primeiro semestre os alunos apresentam valores de intenção em empreender superior frente aos demais (Figura 3). Em estudos anteriores como o de Araújo (2014), comparando os semestres do curso Administração da Universidade de Brasília (UnB), o primeiro e segundo semestre (que contempla o primeiro ano da graduação) obteve a média mais alta de intenção empreendedora diante dos outros semestres.

Analisando a Figura 3, verifica-se que no segundo semestre a intenção empreendedora dos alunos diminui em comparação com o primeiro, isso acontece consecutivamente até que, no quarto semestre este comportamento começa a obter uma pontuação maior, aumentando até o oitavo semestre. Já, no nono essa pontuação diminui novamente e obtém queda considerável no último semestre, sendo a mais baixa de todo curso.

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

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

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

A intenção empreendedora consiste em estudar o comportamento humano, fundamentada na TCP (AJZEN, 1991), foi utilizado nessa pesquisa o questionário de Intenção

Empreendedora de Liñán e Chen (2009). Este estudo teve como objetivo geral analisar a intenção empreendedora dos alunos de graduação do curso de Ciências Contábeis da UFSM, nesta pesquisa os alunos de Ciências Contábeis apresentaram baixa intenção em empreender.

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

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

Mais da metade dos estudantes está trabalhando. As pontuações para o QIE destes foi superior frente aos respondentes sem tal vivência. A experiência profissional traz aos alunos segurança, oportunidades e ideias novas. Além disso, os alunos do noturno obtiveram uma intenção em empreender maior do que os alunos que estão do diurno, o que também pode estar relacionado à experiência profissional, visto que estes, na maioria, trabalham no turno inverso.

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

A contribuição do estudo está na conclusão de que os alunos pesquisados, no geral, não almejam empreender, neste sentido, cabe um maior incentivo, motivação e promoção do comportamento empreendedor no respectivo curso.

O presente estudo apresenta alguns limitantes. Inicialmente limitou-se a aplicação de um instrumento, com corte transversal. Assim como limitou-se a aplicação apenas no Curso de Ciências Contábeis da UFSM.

Dessa forma, recomenda-se para futuras pesquisas a complementação com a adoção de uma metodologia qualitativa, contemplando entrevistas, para que ocorra um maior entendimento quanto aos motivos da baixa intenção empreendedora ao final do curso. Além disso, sugere-se a replicação da pesquisa em demais Cursos de Ciências Contábeis de Santa Maria e região, de modo periódico, realizando um acompanhamento longitudinal da intenção empreendedora nos alunos de graduação.

REFERÊNCIAS

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

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

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

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

COPE, J. Toward a Dynamic Learning Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship: theory and practice*. Vol. 29, nº 4, 2005.

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

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

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

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

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

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

KIRZNER, I.M. **Competition and entrepreneurship**. Chicago: University Press, 1973.

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

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

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

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

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

LOPES, R. M. A. **Educação Empreendedora**: conceito, modelos e práticas. Rio de Janeiro:

Elsevier, 2010.

MALACARNE, R.; BRUNSTEIN, J.; BRITO, M. D. Formação de técnicos agropecuários empreendedores: o caso do IFES e sua participação na OBAP. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.3, n.2, p. 20-41, 2014.

MARIANO, S. R. H.; MAYER, V. F. **Empreendedorismo: fundamentos e técnicas para criatividade**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

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

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

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

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

OCDE. **Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico. Perspectives on global development**. Paris: Shifting Wealth, 2012.

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

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

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

SANTOS, S.A., DANTAS, A.B., SANTOS, P. C. F., SILVA, M.A. **Propensão empreendedora em alunos de Administração da UFAL: uma análise comparativa com estudantes das modalidades presencial e a distância**. XIX Congresso Latinoamericano y Del Caribe sobre el espíritu empresarial. Florianópolis, 2008.

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

SCHMIDT, P. et al. Perfil dos alunos do curso de Ciências Contábeis de instituições de ensino do sul do Brasil. **Contexto**, Porto Alegre, v. 12, n. 21, p. 87-104, 1º semestre 2012.

SCHUMPETER, J. **The theory of economic development**. Harvard: University Press, 1949.

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

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

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

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

TIMMONS, J.A., SPINELLI, S. **New venture creation: entrepreneurship for the 21st century**. 7. Ed. New York, NY, EUA: McGraw-Hill/Irwin, 2006.

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

ZEN, A. C.; FRACASSO, E. M. **Quem é o empreendedor? As implicações de três revoluções tecnológicas na construção do termo empreendedor**. RAM – Revista de Administração de Mackenzie, vol. 9, n.º 8, Edição Especial, p. 135-150. Nov./Dez. 2008.