

Área: Contabilidade | Tema: Controladoria e Controle Gerencial

A INTENÇÃO DE EMPREENDER DOS FUTUROS CONTADORES

THE INTENT TO ENTREPRENEUR OF THE FUTURE ACCOUNTANTS

Jéssica Da Silva Maciel, Pedro Oliveira Homrich e Cristiane Krüger

RESUMO

O presente estudo analisou a intenção empreendedora de graduandos do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). A pesquisa é classificada como quantitativa, descritiva e de levantamento, sendo que os dados foram obtidos por meio da aplicação do Questionário de Intenção Empreendedora de Liñán e Chen (2009). Houveram 202 respondentes do primeiro ao décimo semestre do curso. Analisando a média de Intenção Empreendedora por semestre, verificou-se que o décimo semestre apresenta a média mais baixa de intenção e a maior média relativa à dimensão de Normas Subjetivas. Todas as dimensões apresentaram correlação significativa e positiva, sendo a mais forte de todas entre Intenção Empreendedora e Atitudes Pessoais. Na regressão estimada, todas as dimensões apresentaram significância quando a Intenção Empreendedora é estabelecida como dependente destas. O presente estudo colabora ao analisar os fatores que impactam a Intenção Empreendedora dos alunos de Ciências Contábeis, consistindo em uma lacuna a falta de análise nos estudantes ao longo do tempo, sendo essa uma possibilidade de estudo futuro.

Palavras-Chave: Empreendedorismo. Comportamento empreendedor. Acadêmicos de Ciências Contábeis.

ABSTRACT

The present study analyzed the entrepreneurial intention of graduates of the Course of Accounting Sciences of the Federal University of Santa Maria (UFSM). The research is classified as quantitative, descriptive and survey, and the data were obtained through the application of the Questionnaire of Entrepreneurial Intent of Liñán and Chen (2009). There were 202 respondents from the first to the tenth semester of the course. Analyzing the average Entrepreneurial Intent per semester, it was verified that the tenth semester has the lowest mean of intention and the highest average relative to the Subjective Norms dimension. All dimensions presented a significant and positive correlation, being the strongest of all between Entrepreneurial Intent and Personal Attitudes. In the estimated regression, all dimensions presented significance when the Entrepreneurial Intent is established as dependent on them. The present study collaborates in analyzing the factors that impact the Entrepreneurial Intent of students of Accounting Sciences, consisting of a gap the lack of analysis in the students over time, being this a possibility of future study.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneurial behavior. Academics of Accounting Sciences.

A INTENÇÃO DE EMPREENDER DOS FUTUROS CONTADORES

1 INTRODUÇÃO

Empreendimentos representam importância para o progresso econômico e social de uma nação. Dessa forma, o fomento ao empreendedorismo pode ser relevante quanto aos aspectos socioeconômicos, o que pode acarretar na formação de um campo de estudo intenso no que concerne aos aspectos individuais e coletivos, favorecendo a intenção dos indivíduos em tornarem-se empreendedores. Os traços de comportamento que são pertinentes aos empreendedores têm recebido atenção contínua de pesquisadores em instituições que visam o crescimento pessoal e profissional do indivíduo, como as Universidades por meio de seus diversos cursos de graduação e demais atividades de ensino, pesquisa e extensão.

Nas últimas décadas, o fomento ao empreendedorismo tem sido posto como prioridade nas pautas políticas, acadêmicas e econômicas no Brasil e em diversos países, isso ocorre, tendo em vista o impacto comprovado que atividades empreendedoras exercem no desenvolvimento econômico e social de um país (PAUL; SHRIVATAVA, 2016). Para Kuratko (2016), estudos empíricos demonstram que o comportamento empreendedor, ou pelo menos alguns elementos dele, são passíveis de serem ensinados por meio da educação que é considerada instrumento crucial na promoção de atitudes, intenções e competências empreendedoras.

De acordo com Rizzato e Moran (2013), o indivíduo empreendedor pode ser caracterizado como aquele que possui um diferencial em seu perfil que o torna singular, propiciando evoluções econômicas e conquista de bons resultados no que se refere à competitividade do mercado de trabalho. Estes indivíduos empreendedores não se afastam de suas metas, eles agem repetidamente ou adaptam sua estratégia na finalidade de encarar os desafios e vencer obstáculos, ainda que para isso seja necessário o sacrifício pessoal (CARREIRA et al., 2015). Sendo assim, o empreendedor não é um agente social estático no que diz respeito ao seu comportamento, e sim um indivíduo dinâmico.

O incentivo ao empreendedorismo, para Ussman e Postigo (2000), viabiliza a possibilidade de o indivíduo empregar a si mesmo bem como proporciona a formação de competências essenciais para a criação de empresas. Lanero et al. (2011) realizaram uma análise das ações educativas empreendedoras voltadas a estudantes de universidades espanholas, e concluíram que elas exercem um impacto positivo e significativo sobre o discernimento acerca da possibilidade de construção de um novo negócio. Dessa forma é possível inferir que as Instituições de Ensino Superior (IES) são responsáveis pelo desenvolvimento do potencial empreendedor quando engajadas na realização de uma formação voltada para criação de empreendimentos, onde os alunos assumem o papel de possíveis empreendedores.

Ainda, os resultados do estudo GUESSS apontam que dentre os estudantes, mais de 80%, logo após conclusão da graduação, apresentam intenção de serem empregados e somente 8% tem intenção de empreender (LIMA et al., 2014). Transcorrido cinco anos, de acordo com a mesma fonte, esses graduados, majoritariamente (aproximadamente 56%), permanecem na intenção de serem empregados, e, aproximadamente, 32% tem intenção de empreender. Haja em vista os resultados apontados e que demonstram ainda um interesse não tão expressivo em empreender, questiona-se: os futuros contadores almejam 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 os seguintes objetivos específicos: i) verificar o perfil característico dos alunos do Curso de Ciências Contábeis participantes da pesquisa; ii) descrever e mensurar a Intenção Empreendedora existente nos respondentes.

O presente artigo divide-se em cinco partes. A introdução contextualizou o tema da pesquisa, apresentando o problema e os objetivos. A seguir apresenta-se a revisão da literatura

que norteou a análise e motivações da pesquisa, abordando temas referentes à Intenção Empreendedora, Teoria do Comportamento Planejado (TCP), e estudos recentes relacionados ao tema. A terceira parte apresenta a metodologia aplicada na coleta de dados da pesquisa e posterior análise dos dados. A quarta seção apresenta e discute os resultados da análise de perfil, de estatística descritiva, correlação e regressões. Por fim, a última seção do artigo pondera as considerações finais do estudo, com contribuições, limitações e sugestões para a temática.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Nesta seção consta a base teórica e empírica utilizada para a estruturação do estudo, acerca dos seguintes temas: intenção empreendedora, teoria do comportamento planejado e estudos assemelhados.

2.1 INTENÇÃO EMPREENDEDORA

A intenção em empreender é o primeiro passo para a criação de um negócio. Modelos que se baseiam em intenção favorecem a compreensão do empreendedorismo, em especial a partir do estudo do conjunto de atitudes e valores. Existe uma tendência quanto aos valores influenciarem de forma direta os antecedentes da intenção bem como as atitudes, as normas sociais e também percepções de controle de comportamento (LIÑÁN; CHEN, 2009).

Para Bird (1988), a intenção pode ser compreendida como um estado de espírito em que a concentração do indivíduo está focada em uma situação em específico, com o objetivo de atingir uma meta. A intenção em empreender é composta pela interação entre percepções, crenças, características pessoais, valores, variáveis ambientais e variáveis sócio demográficas (KRUEGER; BRAZEAL, 1994).

A intenção desempenha posição privilegiada no que concerne o estudo do comportamento humano (TUBBS; EKERBERG, 1991). De acordo com os autores, a intenção demonstra um objetivo almejado pelo indivíduo e o planejamento que dará o respaldo para a busca pela concretização da meta. Dessa forma a intenção de um indivíduo está ligada de modo intrínseco ao seu comportamento, sendo assim, constata-se que a intenção é preditora de todo comportamento (KRUEGER; REILLY; CARSRUD, 2000).

Thompson (2009, p. 667) define a intenção empreendedora como a “convicção autorreconhecida por uma pessoa de que pretende criar um empreendimento e conscientemente planeja fazê-lo em algum momento no futuro”. Ainda segundo o autor a intenção pode ser vista como uma deliberação consciente e projetada, a qual impulsiona as ações necessárias para iniciar um negócio. Sendo assim, Thompson (2009) afirma que a intenção empreendedora individual é elemento crucial no que diz respeito ao estudo sobre a criação de novos empreendimentos.

Para Carvalho e Gonzáles (2006), a intenção precede o intuito de fundar um empreendimento, como uma empresa, que por sua vez pode ser planejada. Os mesmos autores afirmam que a intenção, em algumas situações, pode se constituir instantes antes de se efetivar de fato o objetivo, já em outras circunstâncias a intenção possivelmente nunca se concretize na execução comportamento. Sendo assim, acredita-se que o estudo da intenção empreendedora propicia a previsão do comportamento do indivíduo quanto a correspondência em empreender, no entanto é necessário ter cautela no que tange o segundo caso mencionado (DAVIDSSON, 1995).

Krueger, Reilly e Carsrud (2000) expõem que a decisão de ser empreendedor é voluntária e consciente, como mencionado anteriormente, essa é uma decisão planejada, dessa forma é apta a ser predita e compreendida por modelos de intenção. Depois de algum tempo,

por meio de uma pesquisa longitudinal foi confirmado por Kautonen, Gelderen e Fink (2015) que a intenção empreendedora é capaz de prever a ação de empreender.

De acordo com Fayolle e Liñán (2014), a intenção empreendedora é um tema vibrante no que se refere a estudos acerca do empreendedorismo. A possibilidade de prever a execução de um comportamento propiciou o desenvolvimento de diversos modelos teóricos, resultando em um “arcabouço teórico coerente, parcimonioso, generalizável e robusto para entender e prever este comportamento” (ALMEIDA, 2013, p. 121).

Segundo Ajzen (1991), as intenções abarcam elementos motivacionais que impactam o comportamento, esses elementos indicam o quão forte é o desejo de tentar, e quanto empenho o indivíduo está disposto a aplicar para executar um comportamento. É atribuído a Shapero e Sokol (1982) o marco do suporte teórico sobre intenção empreendedora, o qual denomina-se Teoria da Intenção Empreendedora, e a Ajzen (1991) que propôs a Teoria do Comportamento Planejado (TCP).

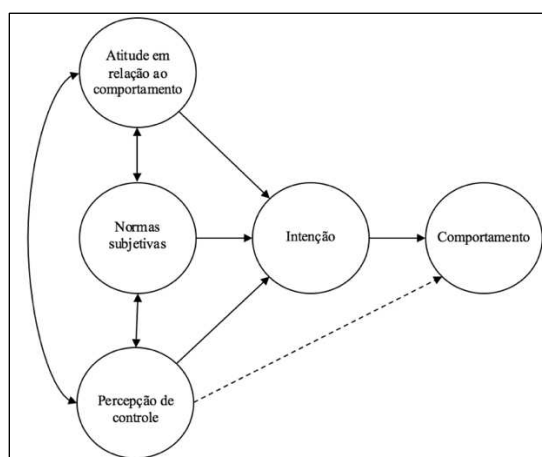
2.2 TEORIA DO COMPORTAMENTO PLANEJADO

A origem da TCP é atribuída ao trabalho de Ajzen (1991), intitulado “*The Theory of Planned Behavior*”. Neste estudo o autor argumenta que a TCP pode prever o comportamento quando comparado ao determinado pela confiabilidade comportamental (AJZEN, 1991, p. 179). Conforme o autor, de acordo com esta teoria todo comportamento requer um certo planejamento (AJZEN, 1991). Isto posto, tendo em vista o modelo teórico, tona-se possível antecipar se determinado indivíduo vai criar um empreendimento futuramente, com base na análise de sua intenção.

Segundo Ajzen (1991), essa teoria é do campo da psicologia social, correspondendo a uma extensão da Teoria da Ação Racional. O que converge entre essas teorias é a intenção do indivíduo para adotar um determinado comportamento. Dessa forma para Ajzen (1991) se uma pessoa tem os recursos necessários, oportunidades e intenção em executar determinado comportamento é provável que o realizará.

A TCP tem por objetivo explicitar, de modo geral, como se dá comportamento em uma situação específica. Conforme essa teoria a intenção de realizar determinada ação e o comportamento são decorrências da combinação de três atitudes: i) atitude do indivíduo diante desse comportamento, (ii) da norma subjetiva que lhe é implícita e (iii) da percepção sobre o controle do comportamento em causa (AJZEN, 1991).

Figura 1 - TCP



Fonte: Liñán e Chen (2009, p. 597).

Com isso, infere-se a exequibilidade de empregar os fundamentos da TCP, no que concerne a intenção de se iniciar um negócio próprio, para desvendar e prever o comportamento empreendedor (LIÑAN; CHEN, 2009). É apresentado na Figura 1 o modelo de verificação da intenção empreendedora de Liñan e Chen (2009), adaptado da TCP de Ajzen (1991).

A TCP tem sido avaliada em inúmeros estudos como modelo explicativo do comportamento humano, cujos resultados revelam capacidade explicativa satisfatória, dessa forma se estabeleceu como uma das teorias que mais foram publicadas referente ao comportamento humano dentro do campo das ciências sociais (ALMEIDA; SOBRAL, 2005). De acordo com Ajzen (1991, p. 181) “intenções são utilizadas para capturar os fatores motivacionais que influenciam o comportamento e são indicadores de quanto às pessoas estão dispostas a tentar ou a se esforçar para executar o comportamento”.

Atitude Pessoal diz respeito ao julgamento positivo ou negativo do indivíduo referente a um comportamento (AJZEN, 1991). Sendo assim, se uma pessoa considera que um comportamento em específico condiz com suas crenças, esta pessoa possivelmente se posicionará de maneira favorável à execução deste comportamento. Enquanto isso, as Normas Subjetivas dizem respeito à influência que o ambiente social tem em relação ao comportamento, demonstrando a pressão social para a adoção de um determinado comportamento (HECKE, 2011).

De acordo com Almeida (2013), a Percepção de Controle e Comportamento é diretamente proporcional ao quanto o indivíduo acredita poder executar determinado comportamento. Dessa forma a Percepção de Controle e Comportamento retrata o entendimento do indivíduo acerca do nível de dificuldade percebido para a realização de um comportamento. E as intenções são critérios que refletem o quão forte é a vontade de tentar, e a quantidade de esforço que o indivíduo está disposto a executar para manifestar um comportamento; enquanto o comportamento refere-se a maneira de agir do indivíduo (AJZEN, 1991).

2.2.1 Estudos assemelhados

Souza, Silveira e Nascimento (2018) realizaram um estudo em duas universidades do Estado do Mato Grosso do Sul, Brasil e tiveram como objetivo mensurar a intenção empreendedora de acadêmicos de Administração e Engenharia da Produção. Para realização do estudo foi aplicado em um total de 505 estudantes o Questionário de Intenção Empreendedora no qual foi utilizado uma escala Likert de 1 a 7. Foram especificadas diversas hipóteses para confirmação estatística pelos autores, tais como as de relação positiva e significativa entre os pares de dimensões do QIE, o que totalizou seis hipóteses e mais duas hipóteses que analisaram se as Atitudes Pessoais apresentavam papel de mediadoras quando relacionadas ao Controle de Percepção de Comportamento com Intenção Empreendedora, e posteriormente de Normas Subjetivas com Intenção Empreendedora.

Birchler e Teixeira (2017) analisaram os fatores intrínsecos e extrínsecos que exercem influência sobre a intenção empreendedora de estudantes de vários cursos existentes no Instituto Federal do Espírito Santo (IFES), entre Ensino Técnico e cursos de Graduação. O estudo empírico abrangeu 1267 respondentes, a metodologia utilizada foi quantitativa e descritiva, e o instrumento utilizado foi o QIE de Liñan e Chen (2009). Os autores efetuaram uma regressão linear múltipla com a Intenção Empreendedora como variável dependente e como variáveis independentes foram utilizadas as outras três dimensões do questionário e fatores socioeconômicos dos participantes. Os resultados apontaram apenas fatores intrínsecos causando impacto na Intenção Empreendedora, representados pelas dimensões de Atitudes Pessoais e Percepção e Controle de Comportamento.

Loiola et al. (2016) estudaram a intenção empreendedora de 2.999 estudantes de vários cursos de uma universidade pública no Brasil. Os autores objetivaram analisar o impacto das variáveis de percepção dentro do ambiente universitário e de variáveis motivacionais e atitudinais na intenção empreendedora dos jovens universitários. Também foi realizado um teste para avaliar a influência indireta da atitude positiva relacionada ao empreendedorismo nessas relações. Os resultados apontaram que a motivação para o poder, sucedida pela aprendizagem empreendedora e uma menor percepção de risco são melhores preditores da intenção empreendedora. Além disso, a atitude positiva em relação ao empreendedorismo é mediadora dos efeitos das relações entre motivos de poder, aprendizagem empreendedora e percepção de risco na intenção empreendedora.

Rocha e Freitas (2014) avaliaram o ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. O estudo teve por objetivo investigar, com o suporte de técnicas multivariadas, um instrumento que tem a função de medir a aprendizagem do ensino de Empreendedorismo, dessa forma verificou-se a mudança do perfil empreendedor. Evidenciou-se nos resultados que os estudantes participantes de atividades educacionais de formação em empreendedorismo demonstraram alterações expressivas no perfil empreendedor.

3 METODOLOGIA

O presente estudo é classificado como quantitativo no que se refere à abordagem do problema, descritivo quanto aos objetivos da pesquisa e de levantamento quanto aos procedimentos utilizados. A abordagem quantitativa faz uso da quantificação nas modalidades de coleta de informação e no tratamento de informações, com técnicas estatísticas simples até as mais complexas (MICHEL, 2015). A utilização de métodos quantitativos objetiva a descrição e/ou comparação de características sociais, instituições ou determinados contextos, estabelecendo assim relações causais (RAMOS, 2013).

Conforme Triviños (1987), a pesquisa descritiva consiste em descrever as características populacionais ou fatos de uma realidade, gerando familiaridade com o problema pesquisado, o que favorece que as ideias e considerações dos aspectos do fato estudado sejam aperfeiçoadas. Perovano (2014) afirma que os estudos descritivos são concebidos pela análise relacional das variáveis, viabilizando que se especifiquem os efeitos que determinados processos causam.

Visto que pesquisa de levantamento utiliza amostras populacionais, mensurar as atitudes, opiniões e motivações desse determinado grupo delimitado pela amostra é importante (MICHEL, 2015). O questionário, por sua vez, consiste em uma série ordenada de perguntas, respondidas por escrito pelo respondente de forma objetiva, limitada e com instruções para facilitar o preenchimento e que devem, também, esclarecer o motivo da aplicação e salientar a importância da colaboração do participante (MATIAS-PEREIRA, 2016).

A população é composta por alunos do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), dos turnos diurno e noturno. O curso apresentava 392 alunos matriculados regularmente em março de 2018, sendo 187 do turno diurno e 205 do noturno. Para o cálculo do tamanho mínimo da amostra optou-se pela fórmula constante na Equação 1, que segundo Fonseca e Martins (1996) é utilizada para estimar a amostra mínima de uma população finita. Com um nível de confiança considerado de 95% e um erro padrão de 5%, estimou-se uma amostra mínima de 195 respondentes para a população de estudantes do curso.

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

Em que:
e – erro amostral;

N – tamanho populacional;
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%.

Para alcançar a amostra necessária, o passo seguinte foi realizar o levantamento dos horários e salas de aula das disciplinas do curso de Ciências Contábeis, tanto diurnas quanto noturnas. Os dados foram obtidos com a utilização do Questionário de Intenção Empreendedora (QIE) de Liñán e Chen (2009), validado no Brasil por Hecke (2011). Com as informações do QIE, almeja-se testar o modelo de Intenção Empreendedora, mensurando suas variáveis de influências (LIÑAN; CHEN, 2009). Conforme Quadro 1, o questionário é composto por quatro blocos referentes às dimensões, com vinte perguntas ao todo, sendo eles: Atitudes Pessoais (cinco assertivas), Normas Subjetivas (três assertivas), Percepção de Controle de Comportamento (seis assertivas) e Intenção Empreendedora (seis assertivas).

Quadro 1 - Blocos de assertivas das dimensões 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 e Chen (2009).

Cada questão do instrumento é respondida de acordo com uma escala Likert de 5 pontos. Previamente ao QIE, também constavam perguntas complementares acerca do aluno, referentes ao sexo, idade, estado civil, turno do curso, semestre do curso, se trabalha e se já foi aluno em alguma disciplina referente a empreendedorismo. Todas as respostas foram anônimas, individuais e voluntárias.

A coleta de dados foi efetuada presencialmente durante as aulas do curso, com consentimento dos professores, exceto para alunos do décimo semestre, pois não possuem aula presencial, então foi disponibilizado um questionário em formato *online*. Participaram 202 respondentes durante o mês de abril de 2018, superando assim a amostra mínima estipulada.

Os dados obtidos no modelo proposto por Liñán e Chen (2009) foram codificados, tabulados e revisados no *software Microsoft Excel*. O tratamento estatístico descritivo, com verificação de medidas de tendência central, medidas de dispersão, do alfa de Cronbach e correlação de Pearson foi realizado na versão 20 do *software IBM SPSS Statistics*. A execução e análise de regressões foi efetuada no *software STATA 14*. A análise e discussão dos resultados encontrados é apresentada na seção a seguir.

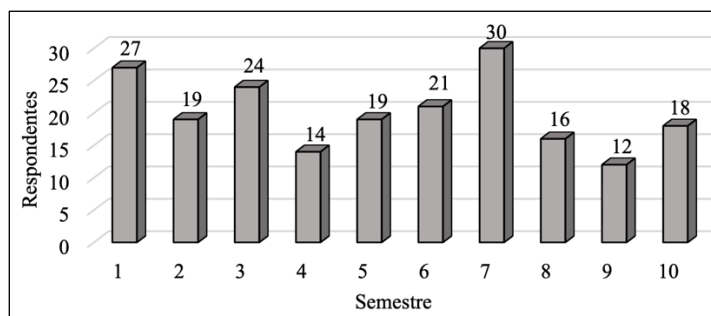
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção são detalhados os resultados obtidos com as análises dos dados coletados, discutindo e comparando com observações de outros autores relacionados à temática. Inicialmente, apresenta-se um panorama da amostra e suas características gerais, prosseguindo após para a análise estatística e regressiva dos dados.

4.1 CARACTERÍSTICAS GERAIS DA AMOSTRA

O instrumento de pesquisa apresentava inicialmente para caracterizar a amostra questões como semestre letivo dos respondentes, sexo, idade, estado civil, turno do curso, se trabalha e se já cursou alguma disciplina relacionada a empreendedorismo. Dos 202 respondentes, 94 são do sexo masculino (46,5% da amostra) e 108 são do sexo feminino (53,5% da amostra). Quanto ao semestre dos alunos, as frequências de resposta constam na Figura 2.

Figura 2 - Semestre dos alunos respondentes



*0,99% da amostra não respondeu.

Fonte: elaborado pelos autores.

Dois alunos não informaram o semestre. Dos 200 alunos que responderam, a maior parte estava no sétimo semestre (14,9%) e no primeiro semestre (13,4%). Aproximadamente 51% da amostra está nos primeiros cinco semestres do curso de Ciências Contábeis e o restante (49%) nos cinco semestres seguintes, paridade também demonstrada pela média dos semestres, de valor 5,15.

A maioria dos respondentes estudam no turno noturno 114 alunos (56,4% da amostra), e 133 alunos (65,8% da amostra) trabalham. Dos 202 respondentes, 144 alunos, ou seja, 71,3% da amostra, responderam que ainda não cursaram disciplinas relacionadas a empreendedorismo. Acerca da faixa etária da amostra, 140 respondentes possuem até 23 anos, ou seja, 69,31% da amostra (Quadro 2).

Quadro 2 - Faixa etária da amostra

Idade	Participantes	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: elaborado pelos autores.

O estado civil da grande maioria dos respondentes é solteiro, conforme resposta de 183 alunos (90,6% da amostra). Percebe-se, assim, que os participantes da pesquisa se caracterizam jovens solteiros, predominantemente inseridos no mercado de trabalho e que em sua maioria nunca cursaram disciplinas relacionadas ao empreendedorismo.

4.2 ESTATÍSTICA DESCRITIVA

Após caracterização da amostra efetuou-se a análise estatística descritiva dos itens do QIE e de suas respectivas dimensões. Foi calculado o Alfa de Cronbach para medir a confiabilidade entre os indicadores de construto. Os valores do alfa variam de 0 a 1, sendo que quanto mais próximo de um, maior a confiabilidade entre os indicadores componentes do instrumento (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013). O Alfa de Cronbach obtido no estudo foi de $\alpha = 0,749$, estando no espectro de consistência confiável, conforme estabelecem Sampieri, Collado e Lucio (2013).

No Quadro 3 constam as estatísticas de tendência central e dispersão para cada dimensão do questionário aplicado.

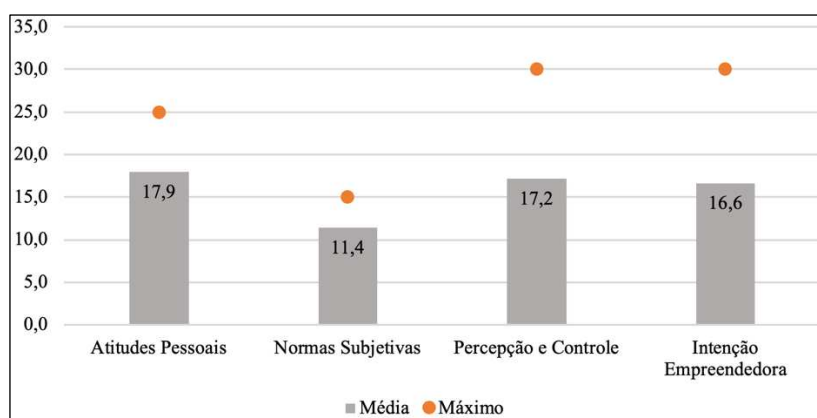
Quadro 3 - Medidas de tendência central e dispersão

Dimensões	Mínimo	Máximo	Média	Desvio-Padrão	Variância
Atitude Pessoal	5	25	17,945	5,006	25,057
Normas subjetivas	3	15	11,436	2,631	6,924
Percepção de controle de comportamento	7	30	17,188	4,956	24,561
Intenção Empreendedora	6	30	16,639	6,838	46,759

Fonte: elaborado pelos autores.

Tendo em vista a quantidade de questões que compõe cada bloco, os valores máximos e mínimos possuem diferenças entre cada dimensão. Nesse sentido, embora a média de Atitude Pessoal tenha o maior valor absoluto entre as quatro dimensões, é necessário observar em relação ao valor máximo possível para a referida dimensão. A Figura 3 demonstra a comparação das médias observadas e o valor máximo da dimensão:

Figura 3 - Média observada nas dimensões do QIE e valor máximo



Fonte: elaborado pelos autores.

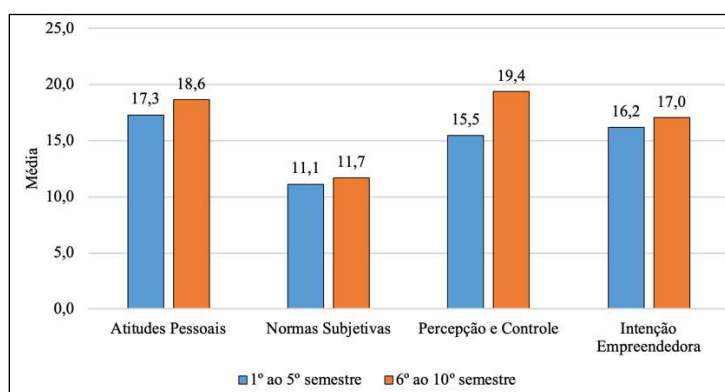
Embora a dimensão de Atitudes Pessoais apresente a maior média absoluta, quando comparada proporcionalmente com o valor máximo possível, a dimensão com maior média relativa é Normas Subjetivas, com média igual a 76,24% do valor máximo. Em seguida, tem-se Atitudes Pessoais com 71,78% do valor máximo, Percepção e Controle de comportamento

com 57,29% e Intenção Empreendedora com 55,46% do valor máximo para a respectiva dimensão.

A dimensão de Normas Subjetivas representa a influência do ambiente social no comportamento do respondendo, consistindo no primeiro filtro acerca dos incentivos externos ao contato com o empreendedorismo (LIÑÁN; CHEN, 2009), relacionando-se com a noção percebida pelo aluno se suas “pessoas-referência” aprovariam a decisão de tornar-se um empreendedor (SOUZA, 2015). Sendo a maior média relativa verificada, percebe-se que os alunos consideram importante a opinião externa na hora de avaliar o engajamento em atividades empreendedoras.

Na Figura 4 consta a comparação das médias de cada dimensão entre os semestres do curso, considerando os cinco primeiros semestres (metade do curso) e os semestres finais.

Figura 4 - Comparativo entre os semestres do curso

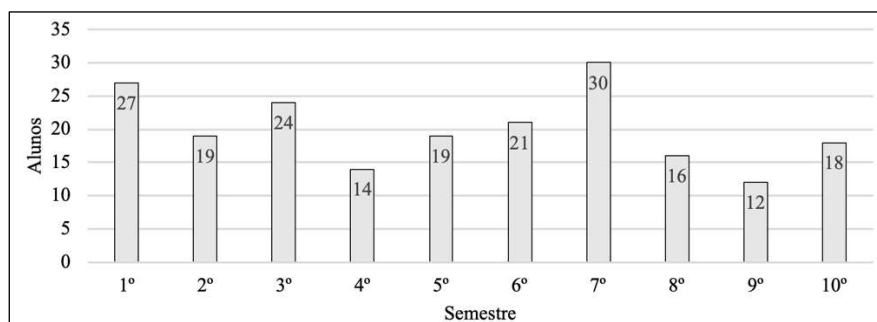


Fonte: elaborado pelos autores.

A Figura 4 demonstra que a média de todas as dimensões é mais elevada do 6º ao 10º semestre do curso de Ciências Contábeis, sendo tal aumento ainda mais expressivo em Percepção e Controle (média 25,06% maior) e Atitudes Pessoais (média 7,68% maior). Almeida (2013) pondera que a dimensão de Percepção e Controle tem relação direta com a convicção do indivíduo na possibilidade de executar um comportamento específico, indicando que, com base na diferença de médias apresentadas, indivíduos do quinto ao décimo semestre possuem pontuações maiores nessa dimensão do QIE, reforçando tal convicção.

Visto que apresenta elevada variância, a dimensão de Intenção Empreendedora demonstra que houve a maior disparidade de respostas dentro da amostra. Nesse sentido, a Figura 5 relaciona a média dessa dimensão para cada semestre dos alunos pesquisados.

Figura 5 - Média de Intenção Empreendedora por semestre dos respondentes



Fonte: elaborado pelos autores.

Relacionando a média de Intenção Empreendedora com o semestre do aluno no curso, percebe-se que a média é menor no último semestre do curso, se mantendo relativamente elevada do 6º ao 9º semestre e no primeiro. Embora acentuada nos semestres próximos ao fim do curso, a Intenção Empreendedora reduz consideravelmente no último semestre, quando o aluno está próximo de concluir a graduação.

Ajzen (1991) definiu Intenção Empreendedora como esforço exercido pelo indivíduo, para efetuar determinada atividade empreendedora, ou esforço que o indivíduo pretende exercer. Visto que é a dimensão com variância mais elevada, pode-se inferir que há disparidade na intenção dos alunos de Ciências Contábeis em criarem um negócio ou não. Ao final do curso, quando se entende que o estudante está apto a empreender tudo aquilo que aprendeu em, pelo menos, cinco anos de graduação, o formando de contábeis tem sua intenção de empreender diminuída. Esse resultado causa estranheza e oportuniza a realização de estudo futuro com maior aprofundamento qualitativo.

Em seguida, ainda na análise descritiva, foram verificadas as associações entre as dimensões do QIE por meio da análise de correlação, que mensura o grau de relação linear entre duas variáveis. Para isso adotou-se o coeficiente de correlação de Pearson em que (r) varia de -1 a +1, em que valores próximos a +1 indicam pouca dispersão, uma correlação forte e positiva ou negativa, de acordo com o sinal, enquanto valores próximos a 0 indicam alta dispersão e pouca ou nenhuma relação entre as variáveis (LOPES, 2016). Constam no Quadro 4 os coeficientes apresentados para as dimensões pesquisadas.

Quadro 4 - Correlação entre as dimensões do QIE

Dimensões do Questionário		Atitudes Pessoais	Normas Subjetivas	Percepção e Controle	Intenção Empreendedora
Atitudes Pessoais	Correl.	1	0,426**	0,385**	0,748**
	Sig.	-	0,000	0,000	0,000
Normas subjetivas	Correl.	0,426**	1	0,141*	0,398**
	Sig.	0,000	-	0,045	0,000
Percepção e Controle	Correl.	0,385**	0,141*	1	0,485**
	Sig.	0,000	0,045	-	0,000
Intenção Empreendedora	Correl.	0,748**	0,398**	0,485**	1
	Sig.	0,000	0,000	0,000	-

**Correlação significativa ao nível 0,01 (bilateral).

*Correlação significativa ao nível 0,05 (bilateral).

Fonte: elaborado pelos autores.

Adotando a conversão de Dancey e Reily (2013), que especifica correlação fraca para $r = 0,10$ a $0,39$; correlação moderada para $r = 0,40$ a $0,69$ e correlação forte para $r = 0,70$ a $1,00$, verifica-se que a única correlação considerada forte é entre Atitude Pessoal e Intenção Empreendedora. A dimensão de Percepção e Controle apresentou correlação fraca com Atitudes Pessoais (0,385) e Normas Subjetivas (0,141), e correlação moderada com Intenção Empreendedora (0,485).

Já, Normas Subjetivas apresentou correlação moderada com Atitudes Pessoais (0,426) e Intenção Empreendedora (aprox. 0,40). Todas as correlações positivas e estatisticamente significativas demonstram a influência direta das dimensões entre si, onde o incremento de uma delas conduz um aumento na percepção das outras dimensões. Os resultados encontrados condizem com o encontrado por Souza, Silveira e Nascimento (2018), que encontraram relação positiva e significativa entre cada par de dimensões do QIE.

Após a verificação de relevância estatística entre as dimensões, foi efetuada a análise regressiva dos construtos. O Quadro 5 apresenta os valores obtidos com a regressão estimada entre cada uma das dimensões como variável dependente das demais dimensões.

Quadro 5 - Regressão estimada das dimensões do QIE

R ²	Variável dependente	Variáveis independentes	Coefficiente	Desvio Padrão	Sig.
0,579	Atitudes Pessoais	Constante	5,747	1,237	0,000
		Normas Subjetivas	0,298	0,958	0,002
		Percepção e Controle	0,040	0,534	0,456
		Intenção Empreendedora	0,487	0,418	0,000
0,200	Normas Subjetivas	Constante	7,980	0,754	0,000
		Atitudes Pessoais	0,156	0,050	0,002
		Percepção e Controle	-0,042	0,039	0,283
		Intenção Empreendedora	0,082	0,039	0,036
0,242	Percepção e Controle	Constante	11,942	1,507	0,000
		Atitudes Pessoais	0,070	0,094	0,456
		Normas Subjetivas	-0,140	0,130	0,283
		Intenção Empreendedora	0,335	0,068	0,000
0,613	Intenção Empreendedora	Constante	-7,030	1,631	0,000
		Atitudes Pessoais	0,835	0,072	0,000
		Normas Subjetivas	0,268	0,127	0,036
		Percepção e Controle	0,326	0,066	0,000

Fonte: elaborado pelos autores.

Efetuada a regressão de cada variável do QIE em função das demais variáveis e de uma constante, obtêm-se que o R², indicativo da porcentagem da variável dependente que é explicada pelas variáveis independentes, é maior com a Intenção Empreendedora como variável dependente (aprox. 61,3%) e Atitudes Pessoais (aprox. 57,9%).

O teste ANOVA de todas as regressões foi significativo ao nível de 0,01. Todos os coeficientes apresentaram significância apenas com Intenção Empreendedora como variável dependente. No caso de Percepção e Controle como dependente, apenas Intenção Empreendedora apresentou significância estatística, e o coeficiente de Percepção e Controle como variável independente não foi significativo para Normas Subjetivas e Atitudes Pessoais.

Os resultados da regressão estimada condizem com os achados de Birchler e Teixeira (2017), que identificaram fatores intrínsecos influenciado na Intenção Empreendedora, ou seja, as dimensões de Atitudes Pessoais e Percepção e Controle de Comportamento, ambas positivas e significativas na regressão estimada de Intenção Empreendedora como variável dependente. Vale ressaltar que os autores incluíram em suas regressões, além das dimensões do QIE, fatores socioeconômicos e relacionados ao perfil dos respondentes do questionário, mas ainda assim apenas os fatores intrínsecos mencionados demonstraram influência na Intenção Empreendedora.

5 CONCLUSÃO

Diante de cenários de desemprego e desigualdade social, o empreendedorismo é uma opção para os brasileiros, consistindo em uma alternativa para a geração de trabalho e consequente formação de uma classe empreendedora (BARROS; FIÚSA; IPIRANGA, 2005). Nesse sentido, o presente estudo objetivou analisar a Intenção Empreendedora dos alunos de graduação do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Maria, verificando as dimensões do Questionário de Intenção Empreendedora para os futuros contadores.

As características da amostra demonstraram uma amostra predominantemente jovem, solteira, inserida no mercado de trabalho e que não estudou disciplinas relacionadas a empreendedorismo. A variância apresentada na dimensão de Intenção Empreendedora foi a mais elevada, indicando discrepância entre as respostas, sobretudo quando separadas por semestre, em que os respondentes do último semestre apresentaram a menor média de Intenção Empreendedora.

Todas as correlações verificadas entre as dimensões componentes do QIE foram positivas e significativas, sendo a mais expressiva entre Intenção Empreendedora e Atitudes Pessoais (valor 0,748). Nas regressões estimadas entre as dimensões, todas apresentam coeficiente positivo e significativo quando Intenção Empreendedora é considerada a variável independente, com as demais dimensões explicando 61,3% da variação na Intenção Empreendedora.

Os resultados encontrados contribuem para um panorama analítico da Intenção Empreendedora dos alunos de Ciências Contábeis da UFSM, propiciando melhorias no curso e possibilitando engajamento por parte dos agentes interessados na temática comportamental empreendedora. Compreender e verificar a percepção atual dos alunos possibilita abordagens para fomentar iniciativas nesse tema.

Alguns limitantes do estudo consistem na falta de uma metodologia que viabilize verificar os condicionantes das dimensões apresentadas, além de referir-se a uma pesquisa com corte transversal. Diante disso, para estudos posteriores sugere-se a realização de uma análise qualitativa destes constructos com acompanhamento longitudinal dessas variáveis junto aos alunos do curso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

ALMEIDA, G. O. **Valores, atitudes e intenção empreendedora: um estudo com universitários brasileiros e cabo-verdianos**. Tese de doutorado (doutorado em Administração Pública e de Empresas). FGV, São Paulo, 2013.

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

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.

BIRCHLER, E. A.; TEIXEIRA, A. A Intenção Empreendedora de Estudantes e os Fatores que a Influenciam. **Revista de Negócios**, v. 22, n. 2, p. 7-22, 2017.

BIRD, B. J. The operation of intentions in time: The emergence of the new venture. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 17, p. 11-20, 1992.

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

CARVALHO, P. M. R.; GONZÁLES, L. Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. **Comportamento Organizacional e Gestão**. v. 12, n. 1, p. 43-65, 2006.

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

DAVIDSSON, P. **Determinants of entrepreneurial intentions**. In: Conferência Rent. Proceedings. Piacenza: Itália, 1995.

FAYOLLE, A.; LIÑÁN, F. The future of research on entrepreneurial intentions. **Journal of Business Research**. v. 67, n. 5, p. 663–666, 2014.

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

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.

KAUTONEN, T.; GELDEREN, M. V.; FINK, M. Robustness of the theory of planned behaviour in predicting entrepreneurial intentions and action. **Enterp. Theory Pract.** v. 39, p. 655–674, 2015.

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

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.

LANDIS, J. R.; KOCH, G. G. The Measurement of Observer Agreement for Categorical Data Author(s). *Biometrics*, v. 33, n. 1, p. 159-174, mar. 1977.

LANERO, A.; VÁZQUEZ, J. L.; GUTIÉRREZ, P.; GARCÍA, M. P. The impact of entrepreneurship education in European universities: an intention-based approach analyzed in the Spanish area. **International Review on Public and Non-Profit Marketing**, v. 8, p. 111-130, 2011.

LIMA, E.; NASSIF, V. M. J.; LOPES, R. M. A.; SILVA, D. Educação Superior em Empreendedorismo e Intenções Empreendedoras dos Estudantes – Relatório do Estudo GUESSS 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.

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

LOPES, L. F. D. **Métodos quantitativos**. 1. ed. Universidade Federal de Santa Maria. 2016.
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.

PAUL, J.; SHRIVATAVA, A. Do young managers in a developing country have stronger entrepreneurial intentions? Theory and debate. **International Business Review**, 2016.
PEROVANO, D. G. **Manual de metodologia científica para a segurança pública e defesa social**. Editora Juruá, Curitiba, 2014.

RAMOS, M. P. Métodos Quantitativos e Pesquisa em Ciências Sociais: Lógica e Utilidade do Uso da Quantificação nas Explicações dos Fenômenos Sociais. **Mediações - Revista de Ciências Sociais**, v. 18, n. 1, p. 55-65, 2013.

RIZZATO, S. C. C.; MORAN, M. C. Empreendedorismo e personalidade: o perfil em estudantes brasileiros. **Revista Psicologia Organizações e Trabalho**, v. 13, n. 3, p. 279-291, 2013.

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

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

SHAPERO, A.; SOKOL, L. **The Social Dimensions of Entrepreneurship**. In: Encyclopedia of Entrepreneurship. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc. p. 72-90, 1982.

SOUZA, R. S. **Intenção empreendedora: validação de modelo em universidades federais do Mato Grosso do Sul**. Tese de Doutorado (Doutorado em Administração) - Universidade Nove de Julho, São Paulo, p. 113, 2015.

SOUZA, R. D. S.; SILVEIRA, A.; NASCIMENTO, S. (2018): Ampliando a Mensuração da Intenção Empreendedora. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 17, n. 2, p. 74-93, 2018.

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

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

TUBBS, M; EKERBERG, S. The role of intentions of work motivations: Implications for goal-setting theory and research. **Academy of Management Review**, v. 16, n. 1, p. 180-199, 1991.

USSMAN, A. M.; POSTIGO, S. O papel da universidade no fomento da função empresarial. **Ciências Sociais e Humanas, Anais Universitários**, número especial 1990-2000, p. 219-233, 2000.

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