

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

RUTE DA SILVA LOPES

PERFIL EMPREENDEDOR: um estudo realizado com alunos do curso de Administração
da Universidade Federal do Maranhão

São Luís
2020

RUTE DA SILVA LOPES

PERFIL EMPREENDEDOR: um estudo realizado com alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Maranhão

Trabalho de conclusão de curso, na modalidade de artigo, apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração da Universidade Federal do Maranhão - UFMA.

Orientador: Prof^ª Dr^ªa Aline Alvares Melo

São Luís

2020

Lopes, Rute da Silva.

Perfil Empreendedor: um estudo realizado com alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Maranhão / Rute da Silva Lopes. – 2020. **30 f.**

Orientador(a): Prof^a Dr^a Aline Alvares Melo.
Monografia (Graduação) - Curso de Administração,
Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2020.

1. Empreendedorismo. 2. Estratégia. 3. Negócio. I. Melo, Aline Alvares. II. Título.

RUTE DA SILVA LOPES

PERFIL EMPREENDEDOR: um estudo realizado com alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Maranhão

Trabalho de conclusão de curso, na modalidade de artigo, apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração da Universidade Federal do Maranhão - UFMA.

Aprovado em: 14/12/2020.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a Aline Alvares Melo
Dr.^a em Administração
Universidade Federal do Maranhão – UFMA

Prof. Ademir da Rosa Martins
Dr. em Informática na Educação
Universidade Federal do Maranhão – UFMA

Prof. Tadeu Gomes Teixeira
Dr. em Ciências Sociais
Universidade Federal do Maranhão – UFMA

AGRADECIMENTOS

A Deus, pelo dom da vida, por me proporcionar forças e discernimento para a elaboração deste trabalho.

Aos meus pais, Antonio Carlos e Maria do Céu e meus irmãos, Dulcilene e Samuel pelo amor e carinho e por sempre me motivarem querer sempre mais e o melhor.

Ao meu marido Alan Johnny e minha filha, meu grande amor Dara Cristina, pela paciência, companhia diária e tentativas de ajuda para esse trabalho.

Aos meus professores, em especial ao professor Hélio Trindade e minha professora e orientadora Aline Melo, pela colaboração e pelo incentivo.

A vocês meu muito obrigada!

RESUMO

Empreender tem se tornado a saída financeira para muita gente. O desejo de abrir um negócio e a escolha pelo ramo deste é o início de um longo processo que se inicia muito antes de se lançar no mercado. O presente trabalho aborda o empreendedorismo como estratégia de negócio, trazendo conceitos relevantes acerca do tema e uma pesquisa sobre a intenção empreendedora de alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Maranhão – UFMA. Este estudo tem como objetivo principal apresentar o perfil empreendedor dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Maranhão, frente ao atual cenário em que estes estão envolvidos. Para uma elaboração mais rica e diversificada usou-se diferentes bibliografias para esta pesquisa dessa forma, esse estudo é classificado como bibliográfico, já que tem como fontes de consulta artigos disponíveis nos sites de revistas nacionais e internacionais. Quanto a sua abordagem a pesquisa é quantitativa. Para levantamento de dados sobre a intenção empreendedora dos alunos, o instrumento de pesquisa utilizado foi uma adaptação do Questionário de Intenção Empreendedora (QIE) com questionário elaborado pela plataforma *Google Forms*, composto por vinte e quatro questões, utilizando-se uma escala Lickert de 5 pontos. A população pesquisada é composta por alunos do curso de Administração da UFMA. Os resultados desta pesquisa foram analisados a partir da análise estatística descritiva com posterior elaboração de tabelas e gráficos.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Estratégia. Negócio.

ABSTRACT

Entrepreneurship has become the financial outlet for many people. The desire to open a business and the choice for its branch is the beginning of a long process that begins long before it is launched on the market. The present work approaches entrepreneurship as a business strategy, bringing relevant concepts about the theme and a research about the entrepreneurial intention of students of the Administration course at the Federal University of Maranhão - UFMA. This study has as main objective to present the entrepreneurial profile of the students of the Administration course at the Federal University of Maranhão, in view of the current scenario in which they are involved. For a richer and more diversified elaboration, different bibliographies were used for this research, thus, this study is classified as bibliographic, since it has as reference sources articles available on the websites of national and international magazines. As for its approach, the research is quantitative. To collect data on students' entrepreneurial intention, the research instrument used was an adaptation of the Entrepreneurial Intention Questionnaire (QIE) with a questionnaire prepared by the Google Forms platform, consisting of twenty-four questions, using a Lickert scale of 5 points. The researched population consists of students from the UFMA Administration course. The results of this research were analyzed from the descriptive statistical analysis with subsequent elaboration of tables and graphs.

Keywords: Entrepreneurship-1; Strategy-2. Business-3.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Sexo dos Respondentes	17
Gráfico 2: Faixa etária dos Respondentes	18
Gráfico 3: Relação entre a faixa etária dos Respondentes e a média de respostas.....	18
Gráfico 4: Relação entre a zona de residência dos Respondentes e a média de respostas	19
Gráfico 5: Respondentes por período cursado no Curso de Administração/UFMA	20
Gráfico 6: Relação entre o período cursado dos Respondentes e a média de respostas.....	20
Gráfico 7: Quantidade de respostas por item da escala Likert com relação à questão 10.....	21
Gráfico 8: Quantidade de respostas por item da escala Likert com relação à questão 06.....	21
Gráfico 9: Relação entre a renda dos Respondentes e a média de respostas.....	22
Gráfico 10: Quantidade de Respondentes por grupo de renda	22

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
2	REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1	Empreendedorismo	10
2.2	Empreendedorismo no Brasil	11
2.3	Importância do Empreendedorismo	13
2.4	Comportamento Empreendedor	14
3	METODOLOGIA.....	16
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	17
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	23
	REFERÊNCIAS.....	24

PERFIL EMPREENDEDOR: um estudo realizado com alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Maranhão

Rute da Silva Lopes*
Aline Alvares Melo†

Resumo: Empreender tem se tornado a saída financeira para muita gente. O desejo de abrir um negócio e a escolha pelo ramo deste é o início de um longo processo que se inicia muito antes de se lançar no mercado. O presente trabalho aborda o empreendedorismo como estratégia de negócio, trazendo conceitos relevantes acerca do tema e uma pesquisa sobre a intenção empreendedora de alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Maranhão – UFMA. Este estudo tem como objetivo principal apresentar o perfil empreendedor dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Maranhão, frente ao atual cenário em que estes estão envolvidos. Para uma elaboração mais rica e diversificada usou-se diferentes bibliografias para esta pesquisa dessa forma, esse estudo é classificado como bibliográfico, já que tem como fontes de consulta artigos disponíveis nos sites de revistas nacionais e internacionais. Quanto a sua abordagem a pesquisa é quantitativa. Para levantamento de dados sobre a intenção empreendedora dos alunos, o instrumento de pesquisa utilizado foi uma adaptação do Questionário de Intenção Empreendedora (QIE) com questionário elaborado pela plataforma *Google Forms*, esse é composto de vinte e quatro questões. Cada assertiva é assinalada pelo participante em uma escala *Lickert* de 1 a 5, sendo: 1 = Discordo totalmente e 5 = Concordo totalmente. A população pesquisada é composta por alunos do curso de Administração da UFMA. Os resultados desta pesquisa foram analisados por exportação de dados e tabulação, realização descritiva das respostas com posterior elaboração de tabelas e gráficos.

Palavras-chave: Empreendedorismo-1; Estratégia-2. Negócio-3.

Abstractt: Entrepreneurship has become the financial outlet for many people. The desire to open a business and the choice for its branch is the beginning of a long process that begins long before it is launched on the market. The present work approaches entrepreneurship as a business strategy, bringing relevant concepts about the theme and a research about the entrepreneurial intention of students of the Administration course at the Federal University of Maranhão - UFMA. This study has as main objective to present the entrepreneurial profile of the students of the Administration course at the Federal University of Maranhão, in view of the current scenario in which they are involved. For a richer and more diversified elaboration, different bibliographies were used for this research, thus, this study is classified as bibliographic, since it has as reference sources articles available on the websites of national and international magazines. As for its approach, the research is quantitative. To collect data on the students' entrepreneurial intention, the research instrument used was an adaptation of the Entrepreneurial Intention Questionnaire (QIE) with a questionnaire prepared by the Google Forms platform, which consists of twenty-four questions. Each statement is marked by the participant on a Lickert scale from 1 to 5, being: 1 = Strongly disagree and 5 = Strongly agree. The researched population consists of students from the UFMA Administration course. The results of this research were analyzed by data export and tabulation, descriptive realization of the answers with subsequent elaboration of tables and graphs.

Keywords: Entrepreneurship-1; Strategy-2. Business-3.

1 INTRODUÇÃO

O crescente número da população economicamente ativa é cada vez mais evidente nos últimos anos no Brasil e no mundo. São diversos os fatores que contribuem para essa expansão, o empreendedorismo se apresenta como um dos maiores motivadores resultantes desse crescimento. Segundo o site Pequenas Empresas & Grades Negócios (2019), o

* Aluno(a) do Curso de Administração/UFMA. Artigo apresentado para a disciplina de TCC II, na data de 14/12/2020, na cidade de São Luis/MA. Endereço eletrônico para contato: rutedasilvalopesd@gmail.com;

† Professor(a) Orientador(a). Dr. em Administração. Departamento de Ciências Contábeis, Imobiliárias e Administração/UFMA. Endereço eletrônico para contato: aline.melo@ufma.br

empreendedorismo apresentava cerca de 39% da população economicamente ativa no Brasil no ano de 2019, um número que não para de aumentar a cada dia.

O empreendedor é o elemento chave para o desenvolvimento da economia do país, pois a partir deste que se inicia a mudança econômica, capaz de transformar mercados, influenciando o consumo de novos produtos por consumidores cada vez mais exigentes que buscam produtos antes não vistos ou com uma personalização ainda não conhecida.

O termo "empreendedor" (derivado da palavra francesa *entrepreneur*) foi usado pela primeira vez em 1725 pelo economista Richard Cantillon, que o definia como um indivíduo que assume riscos (Chiavenato, 2012). A partir daí, surgiram outros autores com outras definições sobre empreendedorismo, tornando seu conceito muito subjetivo. Os conceitos para a palavra empreendedor são inúmeros, bem como, a quantidade de estudos e pesquisas para definir o comportamento, atitudes e características de indivíduos que assumem tal posição na sociedade.

Empreender tem se tornado a saída financeira para muita gente. O desejo de abrir um negócio e a escolha por este ramo é o início de um longo processo que se inicia muito antes de se lançar no mercado. Segundo reportagem realizada pelo site Mundo Marketing em 2015 um dos fatores que pode ser apontado como incentivador do crescimento do número de empreendedores no Brasil é a crise econômica que acontecera nos últimos anos no país, gerando milhares de demissões contratuais, fechamentos de grandes e médias empresas, além de um elevado número de indenizações que resultaram em investimentos por conta da necessidade de se manter a vida financeira equilibrada.

Partindo do pressuposto de que existem diversos motivos que levam ao surgimento de um novo negócio ou empreendimento, busca-se entender neste trabalho a intenção empreendedora dos alunos do curso de Administração da UFMA. Para tal compreensão sugere-se a seguinte problemática: qual o perfil dos alunos do curso de administração da UFMA frente ao empreendedorismo e sua intenção de empreender no cenário atual? O ambiente universitário é de suma importância para o aprendizado e disseminação do ato empreendedor. De acordo com Linã e Chen (2009), implicações acerca do empreendedorismo podem ser obtidas em, pelo menos, duas áreas: em primeiro lugar o ensino do empreendedorismo, em segundo lugar, quanto mais o empreendedorismo é valorizado como opção de carreira, maior a probabilidade de as pessoas perceberem as normas subjetivas favoráveis na influência das intenções empreendedoras.

É importante compreender o objetivo dos alunos do curso de administração ao saírem para o mercado. Compreender ainda se estes têm a intenção de trabalhar em uma grande e renomada empresa ou abrir seu próprio negócio. Cabe identificar naqueles que possuem o desejo de se tornar empreendedor, os motivos, incentivos e prioridades para esse início e como se pretende manter seu negócio no mercado cada vez mais competitivo e inovador.

Este estudo tem como objetivo principal apresentar o perfil empreendedor dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Maranhão, frente ao atual cenário em que estes estão envolvidos, fomentando a possibilidade de crescimento profissional a partir da ação de empreender. Como objetivos específicos destacam-se: analisar o perfil empreendedor dos alunos do curso de administração da UFMA, compreender as diferentes formas de negócios e sua motivação inicial, apresentar a intenção empreendedora dos alunos do curso de Administração da Ufma.

Para que o objetivo principal deste estudo fosse alcançado foi aplicado a pesquisa quantitativa explicativa, com aplicação de questionário com escala *Likert*. Sabe-se que o questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador.

Objetivado responder ao questionamento do problema levantado no projeto, no entanto, fez-se necessário buscar livros no acervo da instituição de ensino, bem como buscas

bibliográficas em sites, artigos, revistas eletrônicas. Toda a revisão literária aconteceu no período de 1990 a 2019, logo, a busca foi realizada com as palavras chave: empreendedorismo; negócio; estratégia.

Para uma coleta de dados mais eficiente e um resultado confiável, o questionário apresenta perguntas claras e objetivas, com uma linguagem clara ao máximo possível, além de um vocabulário adequado ao nível de escolaridade dos informantes. Assim sendo, as perguntas não podem sugerir ou induzir as respostas, as perguntas devem manter uma sequência lógica.

Nas seções seguintes deste trabalho são apresentadas importantes referências de teóricos e estudiosos acerca do tema aqui abordado, com opiniões e informações relacionadas ao contexto do estudo, abordagens relevantes e essenciais para entendimento do empreendedorismo, seus conceitos e de que forma ele se apresenta no Brasil. Ver-se ainda uma análise do perfil e comportamento empreendedor, além dos resultados obtidos a partir da pesquisa realizada.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

O termo empreendedorismo é considerado recente, no qual seus primeiros movimentos, segundo Souza (2001), surgiram nos anos 1940, com a criação de disciplinas e pesquisas na *Harvard Business School* e, nos anos 1950, com a instituição da *International Council for Small Business*. Desde 1946, a Universidade de Harvard possui linha de pesquisa e estudos específicos sobre empreendedorismo, associando o termo muito mais a uma maneira de gerenciar do que a uma função econômica específica ou características de um indivíduo (Souza et. al. 2008).

O conceito do termo aqui descrito é amplo e subjuntivo, devido as diferentes concepções sobre o mesmo. São inúmeros estudiosos que buscam a melhor definição para o termo que a cada dia ganha mais espaço no meio social, comercial e financeiro. Só no início do século XX, a palavra empreendedorismo foi utilizada pelo economista Joseph Schumpeter em 1950 como sendo, de forma resumida, uma pessoa com criatividade e capaz de fazer sucesso com inovações (SILVEIRA et. al. 2007), para o autor o empreendedorismo é a ação de um sujeito inovador, criativo e capaz de transformar uma ideia em sucesso.

Empreendedorismo é, portanto, o estudo voltado para o desenvolvimento de competências e habilidades relacionadas à criação de um projeto. Projeto este que pode ser de caráter técnico, científico ou empresarial. Empreendedorismo origina-se do termo empreender que significa realizar, fazer ou executar. O empreendedorismo é o movimento de mudança causado pelo empreendedor, cuja origem da palavra vem do verbo francês “*entrepreneur*” que significa aquele que assume riscos e começa algo de novo.

Estudos mostram que o termo empreendedorismo até pode ser recente, mas a sua existência já podia ser observada desde a existência do homem primitivo, com a criação de ferramentas de trabalho para facilitar a caça e a pesca como forma de sobrevivência. Segundo Dolabela (2008), o empreendedorismo não é um tema novo ou modismo: existe desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza.

Segundo Mai (2006) mesmo que o empreendedorismo tenha recebido maior destaque somente nos últimos anos, o espírito empreendedor sempre se manteve presente na história da humanidade, fortalecendo e enraizando cada vez mais a cultura empreendedora na civilização. No presente cenário econômico de incertezas e desafios, o crescimento e permanência das

organizações no mercado depende, em grande parte, de indivíduos que conseguem identificar novas oportunidades de negócios através de um processo visionário.

Segundo Dolabela (1999b) empreendedorismo é um termo utilizado pelo economista Joseph Schumpeter, em 1959, para designar o empreendedor como uma pessoa com criatividade e capaz de fazer sucesso com inovações. Depois, em 1967 com Kenneth E. Knight e em 1970 com Peter Drucker surgiu o conceito de risco, uma pessoa empreendedora precisa arriscar em algum negócio. Sendo assim, empreendedorismo segundo o autor é colocar em risco uma ideia, projeto ou desejo. O risco está ligado á forma em que o novo negócio estará sendo conduzido, quanto maior a eficiência no gerenciamento de processos administrativos e operacionais menores serão os riscos para o projeto.

Para Cielo (2001) o empreendedorismo é feito de muitos materiais diferentes e com dosagem também diferente em cada empreendedor, no entanto, acredita-se que existem características, maneiras de agir e pensar que favorecem o surgimento de indivíduos dotados de um maior “espírito empreendedor”. É comum encontrarmos pessoas que possuem uma formação específica, mas quando decide se tornar empreendedor, fazem isso com excelência em um ramo do mercado no qual não estiveram propriamente associados durante a maior parte de suas vidas, nota-se também a existência de empreendedores que não possuem formação escolar em alto nível mas possuem uma ótima desenvoltura empreendedora, essa características é denominada como potencial empreendedor.

É notório a amplitude conceitual do termo empreendedorismo, mas é notório ainda que a maioria ou todos os autores e estudiosos tem um pensamento em comum. Pensamento esse, ao afirmarem que o empreendedor é um indivíduo inovador, um agente transformador do meio econômico, aquele que atua com dedicação para o crescimento financeiro não somente pessoal, mas que também possui preocupações com a sociedade de modo geral, que quando possível é gerador de emprego e renda para a comunidade. Que movimenta a economia e é sujeito que está constantemente contribuindo e influenciando para grandes mudanças no mercado e na economia do país. De acordo com Dolabela (1999b):

Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução de *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação e é antes de tudo, aquele que se dedica à geração de riquezas em diferentes níveis de conhecimento, inovando e transformando conhecimento em produtos ou serviços em diferentes áreas. (DOLABELA, 1999b, p. 68).

Sabe-se que empreendedorismo está fortemente relacionado a ação do sujeito que tem visão de oportunidade, aquele que assume riscos e se dispõe a inovar, criar e organizar ideias, projetos e concepções, colocando-as em prática. Apesar de existirem várias definições, é bastante comum que muitos autores tenham noções semelhantes, como inovação, organização, criação e risco.

2.2 Empreendedorismo no Brasil

A partir da década de 1990 o empreendedorismo ganhou impulso no Brasil, de lá pra cá, esse crescimento tem se tornado cada vez mais evidente, se destacando e transformando o cenário econômico brasileiro. Cabe ressaltar que em diferentes momentos da história do país esse crescimento se deu por diferentes motivações, seja ela por visão de oportunidade, desemprego que acarreta necessidade financeira ou até mesmo uma reserva financeira vista como chance de desenvolvimento e aumento da renda familiar.

Segundo Dornelas (2005, p.26), o movimento do empreendedorismo no Brasil começou a ganhar força na década de 1990, a partir do momento em que entidades como Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade

Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. O SEBRAE tem se tornado o maior incentivador do empreendedorismo no Brasil, sendo uma entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequenas empresas— aqueles com faturamento bruto anual de até R\$ 4,8 milhões.

As dificuldades são evidentes entre brasileiros tanto para abertura como conseguir manter esse negócio ativo, mas se torna evidente ainda que diversos órgãos e instituições já foram criadas com o objetivo de auxiliar pessoas que possuem o desejo de empreender e ganhar espaço no mercado cada vez mais competitivo. Segundo MAXIMIANO (2006):

Apesar das dificuldades, o Brasil apresenta algumas perspectivas positivas em relação ao empreendedorismo. Desde alguns anos atrás, foram criados órgãos e iniciativas de apoio ao empreendedor, como o SEBRAE, as fundações estaduais de apoio à pesquisa, as incubadoras de novos negócios e as escolas superiores, que tem oferecido cursos e outros tipos de programas sobre o empreendedorismo (MAXIMIANO, 2006, p. 6).

Culturalmente os brasileiros possuem o espírito empreendedor, segundo pesquisa realizada pela Endeavor (2014), sobre a cultura empreendedora no país, revela que 61% dos entrevistados manifestaram interesse de abrir um negócio próprio nos próximos cinco anos e que 51% gostariam de ter um negócio próprio no momento da entrevista. Ou seja, apesar de muitas pessoas ainda não ter condições para a abertura de um negócio próprio esse desejo é visivelmente existente nessas pessoas. De acordo com BAGGIO e BAGGIO (2014):

O Brasil está sentado em cima de uma das maiores riquezas naturais do mundo ainda relativamente pouco explorada: o potencial empreendedor dos brasileiros. O Brasil é atualmente um dos países onde poderia haver uma grande explosão empreendedora. Só os brasileiros têm poder para que isso aconteça. (BAGGIO e BAGGIO, pág. 26, 2014)

Ao se falar em empreendedorismo no Brasil, percebe-se o quanto esse termo é conhecido entre os brasileiros, isso porque o crescimento deste é evidente em diferentes classes sociais, idades, gêneros e posicionamentos políticos. De acordo com o SEBRAE (2007):

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. (SEBRAE, 2007, p. 15).

Compreende-se que empreender não está ligado somente á riscos financeiros, esses riscos vão de sociais aos riscos psíquicos, sabendo-se que o sucesso ou fracasso do empreendimento influencia diretamente em diferentes áreas da vida do indivíduo.

Segundo Costa (2009), sem dúvida a economia brasileira depende muito de sua população empreendedora. Uma vez que as pequenas e médias empresas são de grande importância para a economia do país é preciso proporcionar o suporte devido para que essas empresas possam crescer com consistências, garantindo sua permanência no mercado, oferecendo mais oportunidades de trabalho e geração de renda. Diante do crescimento do empreendedorismo no país o grande desafio para o Estado é atrair para a formalidade grande parte dessas empresas, para que isso aconteça é importante que haja uma redução de impostos, bem como, aconteça o oferecimento de garantias para esses empresários.

É importante que não só se inicie novos empreendimentos no Brasil, mas também se proporcione garantias para a manutenção dessas empresas, pois segundo o SEBRAE "atualmente os empreendedores são reconhecidos como componentes essenciais para

mobilizar capital, agregar valor aos recursos naturais, produzir bens e administrar os meios para administrar o comércio”. (SEBRAE, 2007, p.2).

No Brasil é comum que o termo ‘empresário’ seja utilizado da mesma forma que ‘empreendedor’, mas nem todo empreendedor é empresário, assim sendo, nem todo empresário é empreendedor. Contudo, o mais favorável é ser empresário empreendedor, com isso percebe-se a existência de uma grande facilidade para a sobrevivência no mundo dos negócios. O empreendedor se destaca por comumente ter boas ideias, ideias essas que vão desde a criação da empresa, essas de perpetuam durante o processo gerencial, assumindo esse posicionamento durante toda sua existência, tendo a iniciativa de renová-la sempre.

O empresário, geralmente é visto como um agente mais cauteloso. Este possui uma empresa porque por algum motivo tenha montado, herdado ou adquiriu a partir de uma compra. A atuação do empresário dentro da organização geralmente é limitada ao processo de administração, a forma como as decisões serão tomadas e o posicionamento que esta tomará frente ao mercado. Outra característica bastante relevante é o estilo conservador na qual o empresário assume.

Segundo Dornelas (2005), os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado. Um empresário com personalidade empreendedora é de fundamental importância para a empresa, porque para momentos em que seja necessário dar equilíbrio à mesma ou depois de uma mudança na organização, certamente suas características como empresário não criaria nenhum tipo de instabilidade, além de poder contar com a criatividade e inovação pertinentes aos empreendedores em momentos de dificuldades.

O empreendedor tem a capacidade de enxergar objetivos com clareza e traçar planos para atingi-los em prazo pré-estabelecido, tendo a capacidade de identificar oportunidades nos locais mais improváveis. Ele sabe montar um projeto e ainda colocá-lo em prática, mesmo que, para isso, ele corra riscos, o que exige tolerância às frustrações e motivação diante dos desafios.

2.3 Importância do Empreendedorismo

A ação empreendedora é de uma importância imensurável para o desenvolvimento econômico, uma vez que o surgimento de novas empresas acarreta a criação de novos empregos. Além da criação de empregos, uma série de valores são gerados, impactando no âmbito social, como por exemplo, as ações de responsabilidades sociais.

Conforme Longenecker; Moore; Petty (2004), os empreendedores são heróis populares da moderna vida empresarial. Eles fornecem empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico. A presença do empreendedor torna-se cada vez mais fundamental para as organizações, quando as mesmas avaliam a necessidade cotidiana de criatividade, do trabalho eficiente, da inserção de novas possibilidades, da criação de uma nova postura de trabalho, fazendo com que a empresa tenha um centro espontaneamente criativo, gerando soluções rápidas, constantes e funcionais a estas organizações. “Atualmente os empreendedores são reconhecidos como componentes essenciais para mobilizar capital, agregar valor aos recursos naturais, produzir bens e administrar os meios para administrar o comércio”. (SEBRAE, 2007, p.2). O empreendedorismo é importante para a empresa, pois permite que a mesma se mantenha competitiva no mercado, através de atitudes inovadoras.

O empreendedorismo tem se tornado tão importante que o termo vem sendo usado como sinônimo de desenvolvimento. Filion e Laferté (2003) argumentam que a ideia de empreendedorismo representa peça chave no desenvolvimento de toda sociedade e a base de criação de sua riqueza. Ao se valorizar o empreendedorismo é possível dizer que também se

está valorizando um tipo de riqueza fundamental em uma sociedade: os potenciais humanos. Comumente, o empreendedorismo associado diretamente ao contexto empresarial. De fato, pessoas empreendedoras podem se dedicar ao desenvolvimento de negócios promovendo, de forma geral, a geração de empregos, a inovação, a geração de riquezas pessoais e coletivas.

O empreendedorismo não está restrito somente a organizações, relações comerciais ou empreendimento financeiro, há também a possibilidade de ações conjuntas sociais, projetos comunitários que objetivam a geração de bem estar e desenvolvimento de pessoas num âmbito mais restrito ao seu pessoal. Cada pessoa pode escolher a sua forma de empreender ou ainda realizar ações empreendedoras em diferentes áreas. É possível que um empreendedor da área empresarial se dedique a atuar em causas sociais, por exemplo. A partir dessa análise é possível reafirmar a grande importância do empreendedorismo em diferentes estágios e espaços da sociedade.

Independente das atividades e funções às quais os empreendedores se dediquem, esses buscam promover o movimento contínuo e ascendente da roda do crescimento e do desenvolvimento econômico e social, gerando benefícios individuais e coletivos. Segundo SEBRAE (2013) espera-se dos empreendedores a iniciativa de promover mudanças, de combater a estagnação e a mesmice e de agir de forma contextualizada, local e globalmente, tendo consciência dos impactos gerados pelas suas decisões e ações, conforme as atividades desenvolvidas.

Se o tema do empreendedorismo é o desenvolvimento, sabemos também que não se trata de qualquer desenvolvimento – menos ainda de mero crescimento econômico. [...] Porque desenvolvimento mesmo só ocorrerá quando mais capital humano gerar capital social, que irá gerar mais capital empresarial, que produzirá mais renda, que resultará em mais capital humano etc. etc. Um processo de novos e múltiplos laços de realimentação e reforço de cada fator e de todos em conjunto. Quando isso ocorrer, o sistema adquirirá vida própria e, por assim, dizer, “rodará” sozinho, percorrendo os círculos virtuosos daquilo que chamamos de desenvolvimento humano e sustentável. (DOLABELA, 2003, p. 122).

A pesar da grande importância do empreendedorismo, bem como do papel empreendedor, é preciso ressaltar que, de forma alguma, estes são (ou devam ser) vistos como os únicos responsáveis por tal processo; não são desconsideradas as responsabilidades dos Governos, em suas diversas esferas (Municipal, Estadual, Federal) e de quaisquer outros cidadãos. Inclusive, até mesmo nas esferas governamentais e jurídicas já existem iniciativas de estímulo a práticas empreendedoras e de inovação.

2.4 Comportamento Empreendedor

As definições para o termo empreendedorismo são diversas, ele tem origem francesa e significa aquele que assume riscos e começa algo novo. Segundo Drucker (1987) o termo foi utilizado pela primeira vez por Jean Baptist Say, um economista francês, com o objetivo de distinguir o indivíduo que consegue transferir recursos econômicos de um setor com baixa produtividade para um setor com produtividade elevada e com maiores rendimentos.

Filion (1991), afirma que o empreendedor é a “pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente”.

Acredita-se que o empreendedor possui características que o diferenciam das demais pessoas e este está sempre empenhado em aprimorá-las. Empreendedor é aquela pessoa que quer aprender e busca o autoconhecimento e atualização em relação ao meio em que atua. Esse está sempre em busca das melhores formas para se manter ativo no mercado, competindo e buscando espaço de melhor colocação no mercado em que atua.

O comportamento empreendedor pode ser influenciado por algumas necessidades, bem como, a vida do empreendedor. A relação existente entre chefes/subordinados, os mecanismos utilizados para satisfazer as necessidades de aprovação, a independência e a autorrealização, são exemplos de fatores que devem ser considerados.

Segundo Morais (2000), algumas pessoas nascem empreendedores, outras têm que se esforçar, mas nem todas as que se esforçam conseguem chegar lá. O certo é que algumas qualidades e valores acompanham um empreendedor durante toda sua vida, outros são adquiridos com a experiência, erros e acertos. O empreendedor é dotado ainda de outras características.

Para Dornelas (2001), os empreendedores possuem características que vão muito além de simples capacidades comumente encontradas nos nossos dias, entre eles o autor destaca que os empreendedores são:

- Visionários - eles têm a visão de como será o futuro para seu negócio e sua vida, e o mais importante: eles têm a habilidade de implementar seus sonhos.
- Sabem tomar decisões – eles não se sentem inseguros, sabem tomar as decisões corretas na hora certa, principalmente nos momentos de adversidade, sendo isso um fator-chave para o seu sucesso.
- São indivíduos que fazem a diferença – transformam algo de difícil definição, uma ideia abstrata, em algo concreto, que funciona, transformando o que é possível em realidade.
- Sabem explorar ao máximo as oportunidades – para estes empreendedores, as boas ideias são geradas daquilo que todos conseguem ver, mas não identificam algo prático para transformá-las em oportunidade, por meio de dados e informação.
- São determinados e dinâmicos - implementam suas ações com total comprometimento. Atropelam as adversidades, ultrapassando os obstáculos, com uma vontade ímpar de “fazer acontecer”.
- São dedicados – eles se dedicam 24 h por dia, 7 dias por semana, ao seu negócio. São incansáveis e loucos pelo trabalho.
- São otimistas e apaixonados pelo que fazem – eles adoram o trabalho que realizam. O otimismo faz com que sempre enxerguem o sucesso, em vez de imaginar o fracasso.
- São independentes e constroem o próprio destino – eles querem estar à frente das mudanças e ser donos do próprio destino.
- Ficam ricos – ficar rico não é o principal objetivo dos empreendedores. Eles acreditam que o dinheiro é consequência do sucesso dos negócios.
- São Líderes e formadores de equipes – os empreendedores têm um senso de liderança incomum. E são respeitados e adorados por seus funcionários, pois sabem valorizá-los, estimulá-los e recompensá-los, formando um time em torno de si.
- São bem relacionados (networking) – os empreendedores sabem construir uma rede de contatos que os auxiliam no ambiente externo da empresa, junto a clientes, fornecedores e entidades de classe.
- São organizados – os empreendedores sabem obter e alocar os recursos materiais, humanos, tecnológicos e financeiros, de forma racional, procurando o melhor desempenho para o negócio.
- Planejam, planejam, planejam – Os empreendedores de sucesso planejam cada passo de seu negócio, desde o primeiro rascunho do plano de negócios, até a apresentação do plano

a investidores, definição das estratégias de marketing do negócio etc., sempre tendo como base a forte visão de negócio que possuem.

- Possuem conhecimento – são sedentos pelo saber e aprendem continuamente, pois sabem que quanto maior o domínio sobre um ramo de negócio, maior é a sua chance de êxito.
- Assumem riscos calculados – talvez essa seja a característica mais conhecida dos empreendedores. Mas o verdadeiro empreendedor é aquele que assume riscos calculados e sabe gerenciar o risco, avaliando as reais chances de sucesso. Assumir riscos tem relação com desafios.
- Criam valor para a sociedade – Os empreendedores utilizam seu capital intelectual para criar valor para a sociedade, com a geração de empregos, dinamizando a economia e inovando, sempre usando sua criatividade em busca de soluções para melhorar a vida das pessoas.

Para Morais (2000), os empreendedores possuem atitudes inteligentes. Eles aproveitam as oportunidades, não esperam as oportunidades surgirem repentinamente. Por terem o sucesso como objetivo, eles esperam sempre o melhor e estão sempre preparados para vencer. Essas pessoas não acreditam em fracassos, sabem que existem os obstáculos e possuem disposição e coragem para enfrentá-los, esses conseguem ter uma atitude mental direcionada para a realização de suas vitórias, possuem bons canais de comunicação com a sua equipe, baseados na confiança recíproca.

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa classifica-se como um levantamento explicativo, bibliográfico e quantitativo. Para uma elaboração mais rica e diversificada usou-se diferentes bibliografias para esta pesquisa. Para Gil (2006, p. 45), “a principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais do que aquela que se poderia pesquisar diretamente”. Conforme o autor, esse tipo de pesquisa é formado com base em materiais já desenvolvidos. Dessa forma, esse estudo é classificado como bibliográfico, já que tem como fontes de consulta artigos disponíveis nos sites de revistas nacionais e internacionais.

Quanto a sua abordagem a pesquisa é quantitativa. A abordagem quantitativa, para Richardson (2004), se define pelo emprego de quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples como percentuais, médias, desvio padrão, às mais complexas como coeficiente de correlação e análise de regressão.

Não obstante, Lakatos e Marconi (1985) tratam da pesquisa quantitativa, a qual considera que tudo pode ser quantificável, o que significa a possibilidade de traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Esse tipo de pesquisa requer o uso de recursos e de técnicas estatísticas e sugere a replicação de resultados. Segundo Richardson (2011), o método quantitativo aborda amostras mais amplas, desta forma consegue fornecer dados mais exatos no que se refere ao problema a ser estudado, tornando-se mais adequado quando se tem mais informações acerca da problemática. Para Ramos (2013) “a utilização de métodos quantitativos, com o intuito de analisar a realidade social presente em um mesmo estudo ou estudos distintos, tem por objetivo comparar e/ou descrever características sociais, contextos, ou instituições e estabelecer relações causais”.

Para levantamento de dados sobre a intenção empreendedora dos alunos, o instrumento de pesquisa utilizado foi uma adaptação do Questionário de Intenção Empreendedora (QIE) conforme Liñán e Chen (2009), que visa testar o modelo de intenção empreendedora ao medir a intenção informada e as variáveis influentes. No entanto, como originalmente as perguntas não foram organizadas em blocos, manteve-se os questionamentos

representativos de cada uma das dimensões: Atitudes Pessoais, Normas Subjetivas, Percepção de Controle de Comportamento e Intenção Empreendedora. O questionário elaborado pela plataforma *Google Forms* é composto de vinte e quatro questões. Cada assertiva é assinalada pelo participante em uma escala *Lickert* de 1 a 5, sendo: 1 = Discordo totalmente, 2 = Discordo parcialmente, 3 = Não concordo nem discordo, 4 = Concordo parcialmente e 5 = Concordo totalmente. Os alunos tiveram acesso ao questionário por convite enviado pelo *Whatsapp* pelo autor e orientadora desta pesquisa, no total 85 alunos responderam ao questionário. Vale esclarecer que essa é uma amostra não-probabilística. No início do questionário, os alunos responderam questões relacionadas ao perfil geral, assinalando a faixa etária, gênero, em que período está cursando Administração, entre outras. A população pesquisada é composta por alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). A escolha desse publico se deu pelo fato da proximidade com o mesmo e por ser um curso em se se observa o incentivo do empreendedorismo e possui grande importância para o despertar do assunto.

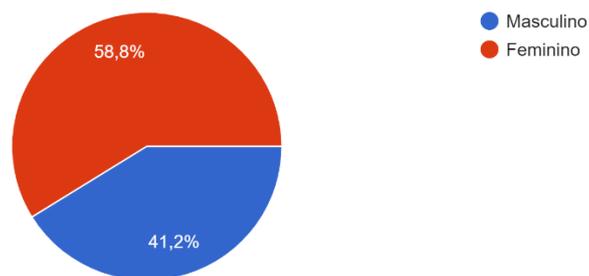
Na próxima seção serão apresentados os resultados desta pesquisa que foram analisados por exportação de dados e tabulação, realização descritiva das respostas com posterior elaboração de tabelas e gráficos

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa foi realizada com estudantes dos cursos de graduação em Administração de empresas da Universidade Federal do Maranhão. Segundo Linñan e Chen (2009) uma amostra composta por estudantes universitários é muito comum na investigação de intenção empreendedora. Analisando o perfil geral dos respondentes, percebe-se que 58,8% são do gênero feminino e 41,2% do gênero masculino. Conforme apresentado no gráfico 1 abaixo.

Gráfico 1: Sexo dos Respondentes

3 - Seu sexo:
85 respostas



Fonte: elaborado pela autora (2020)

Ao analisar o perfil dos alunos questionados, não se encontrou uma diferença relevante quando se trata da intenção empreendedora entre os diferentes gêneros, ambos apresentaram média 3,2 para as respostas. Segundo o SEBRAE (2007) o empreendedor tem dedicado o tempo e o esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, independente do sexo do empreendedor.

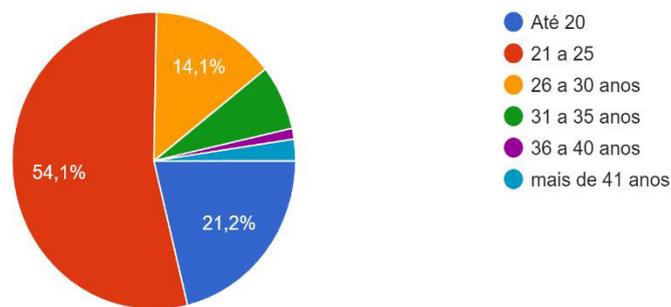
Segundo dados do SEBRAE (2018) as mulheres apresentam menor proporção em relação aos homens no grupo dos empreendimentos estabelecidos (43%). Essa diferença mostra que o impulso inicial para empreender pode até ser semelhante, porém, as mulheres

enfrentam mais dificuldades para fazer seus empreendimentos prosperarem. Como visto em análise certifica-se que a intenção empreendedora para ambos os gêneros se apresenta num igual percentual. Ao se depararem com a proposição “A carreira de empresário é atraente para mim” tanto os entrevistados do sexo masculino quanto sexo feminino obtiveram média de 3,8 para a mesma.

De acordo com os resultados apresentados no gráfico 2 abaixo, a maior parte dos alunos respondentes, tem idade entre 21 e 25 anos, seguido pela faixa etária com idade de ‘até 20 anos’.

Gráfico 2: Faixa etária dos Respondentes

1 - Sua idade:
85 respostas



Fonte: elaborado pela autora (2020)

Ao se depararem com a proposição “A carreira de empresário é atraente para mim” a diferença média entre os grupos de idade se torna relevante se comparado o grupo de 36 a 40 anos com média de 3,8 com o grupo acima de 41 anos, com média de 2,8. Conforme gráfico 3 abaixo.

Gráfico 3: Relação entre a faixa etária dos Respondentes e a média de respostas

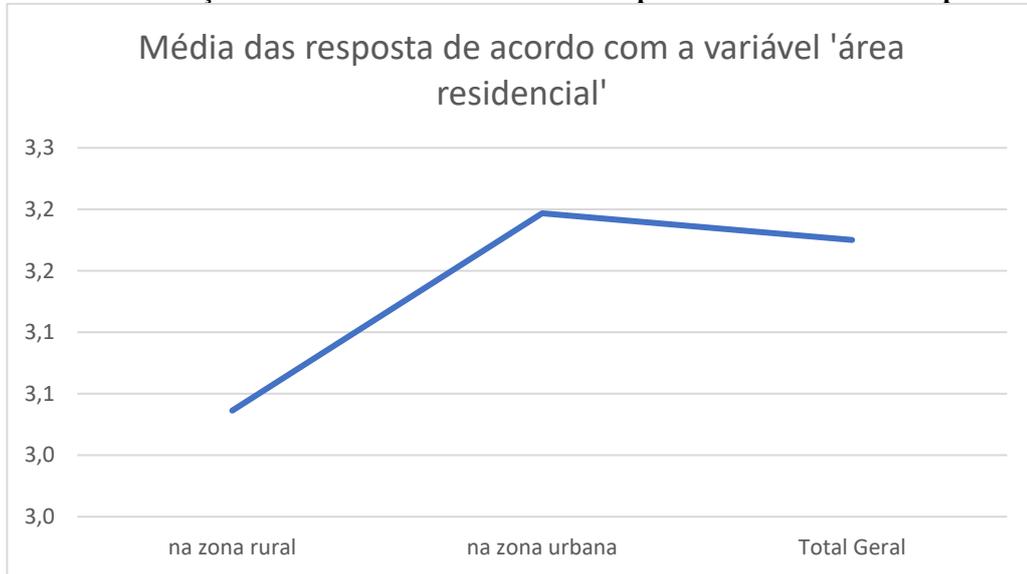


Fonte: elaborado pela autora (2020)

Segundo Dornelas (2001), os empreendedores são independentes e constroem o próprio destino, eles querem estar à frente das mudanças e ser donos do próprio destino. Com isso, é possível analisar que pessoas em um estágio de vida que geralmente possui maior autonomia de escolhas próprias possuem uma maior intenção empreendedora. Isso se dá entre os 31 anos de idade aos 40 anos conforme levantamento.

Partindo para análise por zona de residência temos uma diferença relevante quanto à localização dos alunos, como apresentado no gráfico 4 abaixo, alunos que residem na zona urbana possuem um maior perfil empreendedor se comparados aos alunos residentes na zona rural.

Gráfico 4: Relação entre a zona de residência dos Respondentes e a média de respostas



Fonte: elaborada pela autora (2020)

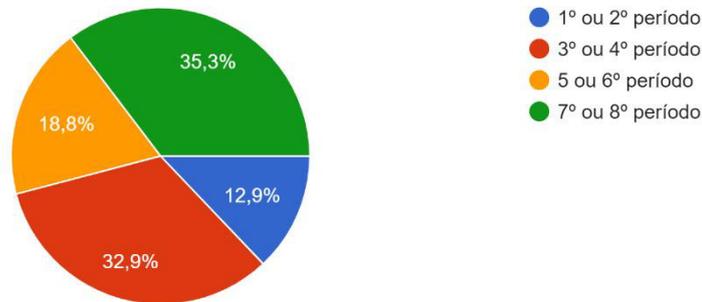
Essa diferenciação pode existir pela questão da proximidade com empreendimentos de sucesso encontrados comumente e mais facilmente nas zonas urbana. Para Longenecker; Moore; Petty (2004), os empreendedores fornecem empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico. Assim sendo, percebe-se que a partir da intenção empreendedora já pode ser gerado desenvolvimento, pois, se inicia com ideias, planejamentos, engajamento de pessoas que resulta geralmente em desenvolvimento pessoal e também social.

Empreender pode ser algo a ser ensinado e aprendido no ambiente institucional de ensino. Para Cielo (2001) a economia e os meios de produção se intensificaram de forma que hoje existe a necessidade de conhecimentos formais, ao oposto do conhecimento empírico, como era no passado. O curso de Administração possui em sua ementa a disciplina de Empreendedorismo para aplicação aos alunos do 4º período. Do período em que a disciplina é aplicada tivemos um percentual de 32,9% de participação dos alunos, conforme gráfico 5 abaixo.

Gráfico 5: Respondentes por período cursado no Curso de Administração/UFMA

2 - Período em que está cursando Administração:

85 respostas



Fonte: elaborado pela autora (2020)

A partir da análise dos dados, percebe-se que o maior índice de perfil empreendedor está nos alunos do grupo pertencente ao 3º ou 4º período e 5º ou 6º período. No gráfico 6, a seguir, essa análise se torna ainda mais possível.

Gráfico 6: Relação entre o período cursado dos Respondentes e a média de respostas



Fonte: elaborado pela autora (2020)

A intenção empreendedora pode ser adquirida na instituição de ensino, uma vez que o curso de Administração em específico possui em sua grade curricular uma disciplina que gera indagações a cerca do Empreendedorismo. Os grupos relativos aos 3º ou 4º período e 5º ou 6º período tiveram uma maior média, com 3,3 e 3,4 respectivamente. Ou seja, estar cursando ou ter cursado recentemente a disciplina de Empreendedorismo no curso de Administração pode influenciar na intenção empreendedora dos alunos.

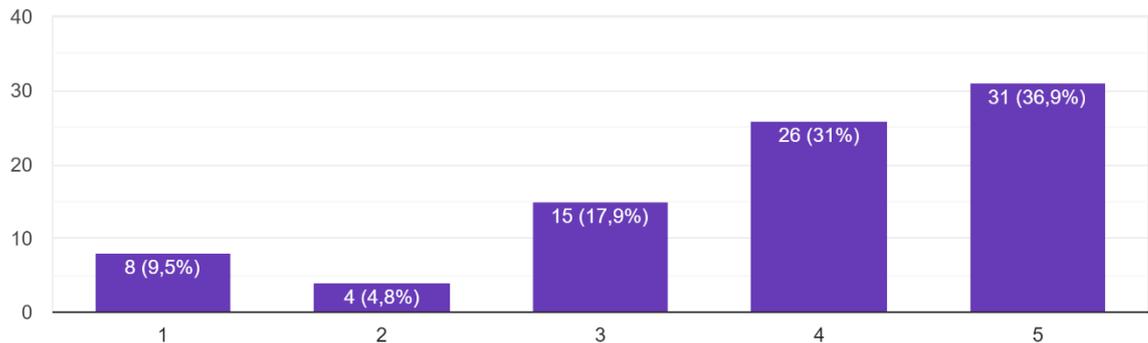
Perceber boas oportunidades para se começar um novo negócio e possuir conhecimento, habilidade e experiência para isso, podem ser fundamentais para transformar

em ação, a intenção empreendedora. Para DOLABELA (1999) empreender é transformar conhecimento em produtos ou serviços em diferentes áreas. Partindo para análise da pesquisa, consegue se verificar que como mostra o gráfico 7 a seguir 36,9% dos entrevistados afirmam que ser um empreendedor implica satisfação para si.

Gráfico 7: Quantidade de respostas por item da escala Likert com relação à questão 10

10 - Ser um empreendedor implicaria grande satisfação para mim

84 respostas



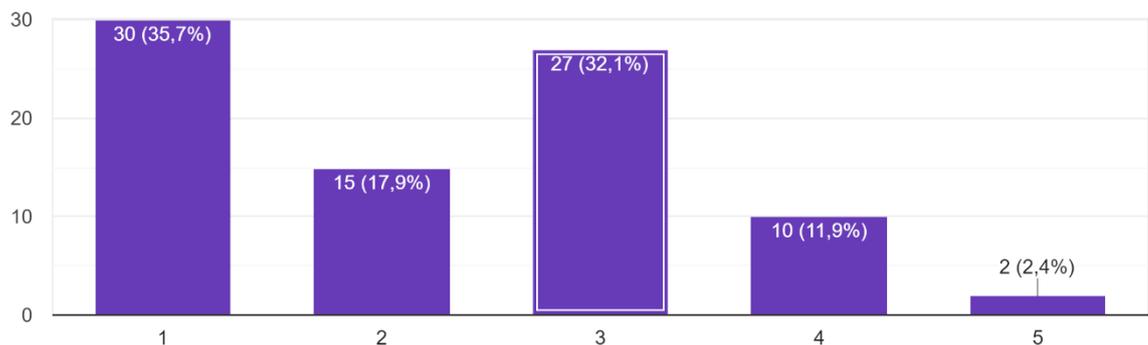
Fonte: elaborado pela autora (2020)

No entanto, quando questionados se iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil, o percentual cai drasticamente para 2,4%, como apresentado no gráfico 8 abaixo.

Gráfico 8: Quantidade de respostas por item da escala Likert com relação à questão 06

6 - Para mim, iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil.

84 respostas



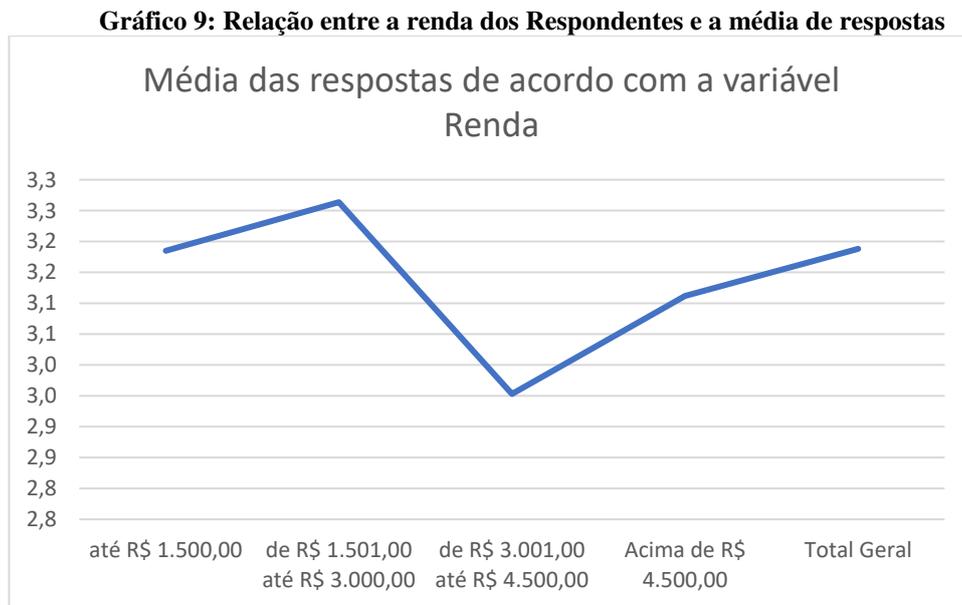
Fonte: elaborada pela autora (2020)

Ou seja, a intenção empreendedora existe entre os alunos, no entanto, ainda se percebe que falta segurança e principalmente conhecimento para a que a intenção se torne em ação empreendedora.

Para Dornelas (2001) os empreendedores planejam, planejam e planejam – Os empreendedores de sucesso planejam cada passo de seu negócio, desde o primeiro rascunho

do plano de negócios, até a apresentação do plano a investidores, definição das estratégias de marketing do negócio etc., sempre tendo como base a forte visão de negócio que possuem. Um dos planejamentos cruciais é sem dúvida o valor a ser investido no novo empreendimento, o que evidencia mais uma vez a necessidade do conhecimento.

Para saber a intenção empreendedora frente a renda dos alunos, apresenta-se o seguinte gráfico 9:



Fonte: elaborado pela autora (2020)

Percebe-se que a maior intenção empreendedora está no grupo com rendimento mensal de R\$ 1.500,00 à R\$ 3.000,00 com uma média de 3,3 de todos os questionados, dando a entender que esse grupo obteve respostas mais propensas a intenção de empreender. O menor percentual existente de intenção empreendedora está entre os alunos pertencentes ao grupo que possui renda de R\$ 3.001,00 à R\$ 4.500,00 com uma média 3,0. Ou seja, o rendimento mensal parece ser fator determinante para a intenção de empreender, no entanto há outras razões incidindo, tendo em vista a queda na média de respostas do grupo que possui renda entre R\$ 3.001,00 à R\$ 4.500,00.

Para fins de continuação desta análise, acompanhar o gráfico 10 a seguir:



Fonte: elaborado pela autora (2020)

Observa-se que a maior participação dos alunos é pertencente ao grupo com menor rendimento. No entanto, o que se percebe é que quem menos tem em relação ao valor financeiro mensal mais distante é a intenção empreendedora. Isso acontece pelo risco. Ao mesmo tempo em que quem mais possui renda mensal que é um dos grupos que possui menor número de alunos participantes também é o grupo com baixa intenção empreendedora, aqui pode ser por motivo da “estabilidade financeira” já adquirida dentre outros motivos.

No geral, compreende-se que os resultados são satisfatórios frente à intenção empreendedora dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Maranhão. Os alunos possuem certas dificuldades em relação ao assunto, porém, acredita-se que o nível de intenção de se empreender seja um precursor para a superação dessas dificuldades.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O termo “empreender” possui inúmeros significados, bem como “empreendedor” possui diversas características, mas o que ambos os termos têm em comum é a importância para o desenvolvimento social e econômico de onde estejam inseridos, empreender vai além de ideias, projetos e invenções, empreender é criar, gerar, proporcionar e acima de tudo construir, é criar oportunidades, gerar empregos e construir saberes. O empreendedor é o gerador, criador e proporcionador de expectativas e realizações. A intenção empreendedora é fator de grande importância para a construção de desenvolvimento social em diferentes aspectos.

O empreendedorismo é uma ferramenta essencial no gerenciamento de uma empresa. O trabalho de pesquisa realizado reafirma a importância do empreendedorismo nos diferentes ambientes sociais, incluindo assim a instituição de ensino. Essa pesquisa foi realizada com base em um objeto de estudo, a intenção empreendedora. O objetivo geral da pesquisa foi apresentar o perfil empreendedor dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Maranhão, frente ao atual cenário em que estes estão envolvidos. Os resultados apresentados e discutidos nesse estudo confirmam que a intenção empreendedora está presente entre alunos do curso de administração.

Quando se trata do ambiente de ensino é importante analisar de que forma a intenção empreendedora pode influenciar para o desenvolvimento de ideias de alunos e todos os envolvidos nos processos de ensino e aprendizagem. Para a aplicação desta pesquisa foi utilizado o ambiente de ensino dos alunos do curso de Administração da Universidade Federal do Maranhão como campo de estudo. Buscando analisar a intenção empreendedora desses alunos, chegou-se à conclusão de que no ambiente de estudo analisado existe um índice elevado de intenção empreendedora, que independente de idade, sexo, posição social ou até mesmo período no qual o aluno está matriculado, é considerado elevado.

Chega-se à conclusão de que a intenção empreendedora se manifesta em alunos de diferentes grupos, onde se percebe que se todos esses alunos tivessem oportunidades e recursos seriam empreendedores, a pesar de alguns não conhecerem bem o processo de elaboração e criação de um negócio. Acredita-se que a intenção de empreender é de suma importância para futuros negócios uma vez que um empreendimento começa muito antes deste ser oficialmente lançado no mercado.

Os resultados encontrados nesta pesquisa, indicam que algumas modificações podem ser necessárias, primeiro, no incentivo a alunos residentes na zona rural a desenvolver suas intenções empreendedora, uma vez que os resultados mostraram grande diferença na intenção de empreender entre alunos residentes nas zonas rural e urbana. Esses alunos podem ser

motivados a partir da possibilidade de contribuírem para o desenvolvimento econômico de sua comunidade e/ou região.

Desenvolver a intenção empreendedora dos alunos pode contribuir para a independência de oportunidades geradas pelo mercado de trabalho e contribuir para a alavancagem da economia, uma vez que esses profissionais passam a ser geradores de emprego. Ao analisar as atitudes comportamentais dos respondentes, observou-se que em alguns aspectos, o comportamento resultante dos dados obtidos na pesquisa é similar. As atitudes pessoais, como a avaliação do indivíduo diante de um comportamento e as normas subjetivas, que representam a influência do ambiente social no comportamento, apresentaram resultados estatísticos semelhantes, indicando assim, que com referência a esses comportamentos os alunos pesquisados dos cursos de Administração de Empresas e de Ciências Contábeis, têm comportamento similares.

A partir desta pesquisa foi possível analisar a intenção empreendedora dos alunos do curso de administração da Universidade federal do Maranhão, analisando o perfil empreendedor desses alunos, compreendendo as diferentes formas de negócios e sua motivação inicial, além de demonstrar dados concretos da pesquisa realizada com alunos sobre intenção empreendedora. Para continuação de estudos, afim de agregação de saberes é de suma importância buscar por estudos baseados em cases de sucesso, de alunos ou ex-alunos de instituições de ensino que tiveram a oportunidade de estudar comportamentos empreendedores, o que vai além da intenção empreendedora estudada.

REFERÊNCIAS

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. “Empreendedorismo: Conceitos e definições”. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, vol. 1, no 1, janeiro de 2015, p. 25–38. seer.imed.edu.br, doi:10.18256/2359-3539/reit-imed. v.1, n.1, p25-38.

CIELO, Ivanete Daga. Perfil do pequeno empreendedor: uma investigação das características empreendedoras nas empresas de pequena dimensão. Dissertação (mestrado em Engenharia de produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2001.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. Saraiva, 2012.ABRAEAD. São Paulo. Intituto Monitor, 2007. Disponível em: [www.buscadaexcelencia.com.br › wp-content › uploads › 2010/08 › Livro](http://www.buscadaexcelencia.com.br/wp-content/uploads/2010/08/Livro). Acesso em: out. 2019.

COSTA, C. da. O empreendedor no Brasil. Administradores, [s.l.], 23 mar. 2009. Disponível em: < <https://administradores.com.br/artigos/as-caracteristicas-e-o-perfil-do-empendedor/>>. Acesso em: 02 nov.2019.

DOLABELA, Fernando. Empreendedorismo, uma forma de ser: Saiba o que são empreendedores individuais e coletivos. Brasília: Agência de Educação para o Desenvolvimento, 2003.

DOLABELLA, F. O segredo de Luisa. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DOLABELA, F. Oficina do empreendedor. / Fernando Dolabela. 6 ed. São Paulo: Cultura, 1999.

DOLABELA, F. O segredo de Luisa. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999a.

DORNELAS, J. C. A. (2001) - Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus.

DORNELAS, José Carlos de Assis. Transformando idéias e negócios / José Carlos de Assis, 2, ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. – 9º reimpressão

ENDEAVOR, Cultura Empreendedora no Brasil (2014) Disponível para download em: <https://pt.scribd.com/document/377401619/Endeavor-Pesq-perfis-Relatorio-final-Cultura-Empreendedora-No-Brasil>. Acesso em: 02 nov. 2019.

FILION, Louis Jacques Filion; LAFERTÉ, Sylvie. Carte routière pour un Québec entrepreneurial. Rapport remis au Gouvernement du Québec, 2003.

FILION, L. J. (1991) - O Planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. RAE – Revista de Administração de Empresas, São Paulo, jul/set, p. 63-71.

LAKATOS, E. M; MARCONI, M. A. Fundamentos de metodologia científica. São Paulo: Atlas, 1985.

LONGENENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J.W. Administração de pequenas empresas: ênfase na gerência empresarial. São Paulo: Pearson, 2004.

MAI, Antonio Fernando. O Perfil do empreendedor versus a mortalidade das micro e pequenas empresas comerciais do município de Aracruz/ES. Dissertação (Mestrado). Vitória: FUCEPE, 2006.

MAXIMIANO, A. C. A. Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MORAIS, C. (2000) - Atitudes de empreendedores. Rio de Janeiro: Quality Mark.

MUNDO MARKETING. Da demissão ao empreendedorismo. 2015. Disponível em: <https://www.mundodomarketing.com.br/artigos/aziz-camali/34397/da-demissao-ao-empreendedorismo.html>. Acesso em: 25 de maio de 2020.

_____. Oficina do Empreendedor. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999b.

PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGOCIOS. Brasil é um país de empreendedores. 2019. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Empreendedorismo/noticia/2019/04/brasil-e-um-pais-de-empreendedores.html>. Acesso em: 25 de maio de 2020.

Ramos, M. P. (2013): 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.

Richardson, R. J. (2004). Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In: Beuren, Ilse Maria (org). Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática. 2. ed. São Paulo: Atlas.

Richardson, R. J. (2011): Pesquisa Social: Métodos e Técnicas. São Paulo: Atlas.

SEBRAE. Disciplina de empreendedorismo. São Paulo: Manual do aluno, 2007, 67p.

SILVEIRA et al. Empreendedorismo: a necessidade de se aprender a empreender. Revista FOCO, v.2, n.1, 2007.

SOUZA, E. C. L. de; FRACASSO, E.; LOPEZ JR., G. S. Empreendedorismo e atitude empreendedora: conceitos e construção de escalas. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 5., 2008, São Paulo. São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2008.

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO APLICADO

Perfil demográfico:

1 - Sua idade:

- Até 20
- 21 a 25
- 26 a 30 anos
- 31 a 35 anos
- mais de 41 anos

2 - Período em que está cursando Administração:

- 1º ou 2º período
- 3º ou 4º período
- 5 ou 6º período
- 7º ou 8º período

3 - Seu sexo:

- Masculino
- Feminino

4 - Seu endereço residencial está situado:

- na zona urbana
- na zona rural

5 - Sua renda mensal situa-se na faixa:

- até R\$ 1.500,00
- de R\$ 1.501,00 até R\$ 3.000,00
- de R\$ 3.001,00 até R\$ 4.500,00
- Acima de R\$ 4.500,00

Atitudes pessoais

Por favor, atribua um grau de concordância / discordância para cada uma das próximas questões, sempre utilizando a escala abaixo:

1 – Discordo totalmente 2 – Discordo parcialmente 3 – Não concordo nem
discordo

4 – Concordo parcialmente 5 – Concordo totalmente

- 1 - Tenho pensado muito seriamente em criar uma empresa.
- 2 - Eu conheço os detalhes práticos necessários para criar uma empresa.
- 3 - A carreira de empresário é atraente para mim
- 4 - Acredito que sairei da faculdade pronto para criar e manter meu próprio negócio
- 5 - Entre várias opções, eu prefiro ser um empresário
- 5 - Entre várias opções, eu prefiro ser um empresário
- 6 - Para mim, iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil.
- 7 - Utilizo as instalações bem como as aulas ministradas na minha instituição de ensino para decidir meu futuro empreendedor
- 8 - Eu posso controlar o processo de criação de uma nova empresa.
- 9 - No meu ambiente institucional de ensino sou diariamente estimulado a empreender.
- 10 - Ser um empreendedor implicaria grande satisfação para mim
- 11 - Se você decidisse criar uma empresa, os seus parentes apoiariam essa decisão.
- 12 - Meu objetivo profissional é tornar-se um empresário.
- 13 - Estou preparado para iniciar um negócio viável.
- 14 - A disciplina de Empreendedorismo me estimulou ou estimula a criar meu próprio negócio.
- 15 - Ser um empreendedor implica mais vantagens do que desvantagens para mim
- 16 - Eu sei como desenvolver um projeto empresarial
- 17 - Se eu tentasse criar uma empresa, teria uma alta probabilidade de sucesso.
- 18 - Eu estou pronto a fazer de tudo para ser um empresário
- 19 - Tenho a firme intenção em criar uma empresa dentro de poucos dias.
- 20 - Farei todos os esforços para criar e manter minha própria empresa.
- 21 - Eu estou decidido a criar uma empresa no futuro
- 22 - Ao concluir minha graduação pretendo de imediato criar minha empresa
- 23 - Se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa
- 24 - Ao decidir empreender os meus amigos me apoiaram e até ajudariam.