



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
CAMPUS JOÃO PESSOA
DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR
UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

RAMON PEREIRA SOARES DA SILVA

**Empreendedorismo universitário: uma análise da intenção empreendedora
dos concluintes do curso superior de bacharelado em administração do
IFPB**

**João Pessoa
2023**

RAMON PEREIRA SOARES DA SILVA

Empreendedorismo universitário: uma análise da intenção empreendedora dos concluintes do curso superior de bacharelado em administração do IFPB



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Orientador(a): [Amanna Ferreira Peixoto](#)

JOÃO PESSOA
2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação – CIP
Biblioteca Nilo Peçanha – IFPB, *Campus* João Pessoa

S586e Silva, Ramon Pereira Soares da
Empreendedorismo universitário: uma análise da intenção
empreendedora dos concluintes do curso superior de bacha-
relado em administração do IFPB / Ramon Pereira Soares da
Silva. – 2023.
57 f.
TCC (Graduação – Bacharelado em Administração) –
Instituto Federal da Paraíba – IFPB / Unidade Acadêmica
de Gestão e Negócios – UAG, 2023.
Orientadora: Profª Dra. Amanna Ferreira Peixoto.
1. Administração. 2. Empreendedorismo. I. Título.
CDU 005.342

Bibliotecária responsável Ivanise Andrade Melo de Almeida – CRB15 / 96



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA

FOLHA DE APROVAÇÃO

RAMON PEREIRA SOARES DA SILVA

20201460014

**EMPREENDEDORISMO UNIVERSITÁRIO: UMA ANÁLISE DA INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS
CONCLUINTEs DO CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO DO IFPB**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado em 27/11/2023

no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), Curso Superior de Bacharelado em
Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Resultado: APROVADO

BANCA EXAMINADORA:

(assinaturas eletrônicas via SUAP)

Dra. Amanna Ferreira Peixoto (IFPB)

Orientador(a)

Dra Cibele de Albuquerque Tomé (IFPB)

Examinador(a) interno(a)

Dra Raissa de Azevedo Barbosa (IFPB)

Examinador(a) interno(a)

Documento assinado eletronicamente por:

- **Amanna Ferreira Peixoto**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 29/11/2023 18:37:16.
- **Raissa de Azevedo Barbosa**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 29/11/2023 20:44:24.
- **Cibele de Albuquerque Tome**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 29/11/2023 21:15:16.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 29/11/2023. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código 502280
Verificador: c45b28171d
Código de Autenticação:



Av. Primeiro de Maio, 720, Jaguaribe, JOAO PESSOA / PB, CEP 58015-435
<http://ifpb.edu.br> - (83) 3612-1200

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos os professores que fizeram com que eu chegasse até aqui. Desde aqueles do ensino fundamental, passando pelo ensino médio até aos da faculdade, que por meio de seus ensinamentos e competências fizeram com que esse momento chegasse. Se estou aqui finalizando o ciclo de estudos em minha vida é por causa da competência, força de vontade e o dom da docência de vocês.

À professora Amanna, agradeço a todas as orientações durante esse processo, assim como por ter abraçado essa ideia e ter topado orientar-me na produção desse trabalho.

Também a todos os colegas que através de sua companhia fizeram com que os momentos mais difíceis e cansativos se tornassem mais leves e prazerosos.

RESUMO

Nos cursos de Administração no Brasil, embora haja uma orientação predominante para preparar os graduados para carreiras em grandes empresas, o empreendedorismo surge como uma oportunidade valiosa. Ele oferece uma alternativa para aqueles que não encontram espaço no mercado de trabalho tradicional, permitindo a aplicação prática do conhecimento adquirido na graduação. Além disso, o empreendedorismo destaca-se como uma forma de gerar valor para a sociedade, criando oportunidades de emprego e renda." De acordo com dados do *Global Entrepreneurship Monitor* - GEM, aqui no Brasil, de 2019 até 2022 o nível de empreendedorismo total no país manteve-se relativamente estável, com ligeira tendência de queda, com taxas que foram de 31,6% em 2020 a 30,3% em 2022, significando, em cada ano, a existência de perto de 42,2 milhões de indivíduos envolvidos com a criação ou manutenção de um negócio próprio em qualquer estágio. Sendo assim, surge a curiosidade de saber se o discente do curso de bacharelado em Administração tem a intenção de empreender após concluir o curso. Para isso, foi utilizado o Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ) com estudantes do 6º, 7º e 8º período. Os resultados da pesquisa sugerem uma inclinação positiva para o empreendedorismo, com fortes tendências para serem os donos do próprio negócio após finalizarem o curso, já que de acordo com o resultado obtido, os discentes informaram que fariam qualquer esforço para abrir seu próprio negócio, que não teriam dificuldades para gerir um empreendimento, assim como se caso tivesse oportunidade, prefeririam empreender ao invés de buscarem uma vaga disponível no mercado de trabalho.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Intenção Empreendedora. Administração.

ABSTRACT

In Administration courses in Brazil, although there is a predominant orientation to prepare graduates for careers in large companies, entrepreneurship emerges as a valuable opportunity. It offers an alternative for those who do not find space in the traditional job market, allowing the practical application of the knowledge acquired during graduation. Furthermore, entrepreneurship stands out as a way of generating value for society, creating employment and income opportunities." According to data from Global Entrepreneurship Monitor - GEM, here in Brazil, from 2019 to 2022 the level of entrepreneurship total in the country remained relatively stable, with a slight downward trend, with rates that went from 31.6% in 2020 to 30.3% in 2022, meaning, each year, the existence of close to 42.2 million individuals involved with the creation or maintenance of their own business at any stage. Therefore, the curiosity arises to know whether the student of the Bachelor's degree in Administration has the intention of starting an entrepreneur after completing the course. For this, the Entrepreneurial Intention was used Questionnaire (EIQ) with students from the 6th, 7th and 8th period. The research results suggest a positive inclination towards entrepreneurship, with strong tendencies to own their own business after finishing the course, since according to the result obtained, The students reported that they would make any effort to open their own business, that they would not have difficulties managing an enterprise, and that if they had the opportunity, they would prefer to undertake rather than look for an available position in the job market.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneurial Intention. Administration.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: Evolução do conceito de empreendedorismo e de empreendedor.....	15
QUADRO 2: Entrada e saídas de empresas no cenário empreendedor - Brasil 2020	19
QUADRO 3: Taxa de empreendedores por faixa etária em 2022.....	21
QUADRO 4: Dimensões do Ranking de Universidades Empreendedoras.....	22
QUADRO 5: Instituições de Ensino Superior (IES) ranqueadas em 2021 no Ranking de Universidades Empreendedoras das Brasil Júnior.....	25
QUADRO 6: Descrição dos Construtos da TCP de Ajzen (1991).....	27

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: O quanto você se atrai pela carreira de empreendedor.....	32
GRÁFICO 2: Você começaria um negócio tendo oportunidade e recursos?.....	33
GRÁFICO 3: Você iniciaria um negócio dentre outras opções.....	34
GRÁFICO 4: Grau de satisfação ao ser um empreendedor.....	35

GRÁFICO 5: Vantagens e desvantagens do empreendedorismo.....	36
GRÁFICO 6: O apoio dos meus amigos quanto a decisão de empreender.....	37
GRÁFICO 7: O apoio dos meus familiares ao abrir um negócio.....	38
GRÁFICO 8: O apoio no ciclo de amizades do trabalho.....	39
GRÁFICO 9: Facilidade no início e mantimento de um novo negócio.....	40
GRÁFICO 10: Incapacidade em iniciar um novo negócio.....	41
GRÁFICO 11: Capacidade no controle de criação de um novo negócio.....	42
GRÁFICO 12: O sucesso na criação de um novo negócio.....	43
GRÁFICO 13: Dificuldade em desenvolver uma ideia de negócio.....	44
GRÁFICO 14: Conhecimento de detalhes para o início de um novo negócio.....	45
GRÁFICO 15: Estou preparado para qualquer coisa para ser um empreendedor.....	46
GRÁFICO 16: Esforço para iniciar e manter o meu negócio.....	47
GRÁFICO 17: Tenho dúvidas em iniciar ou não um negócio.....	48
GRÁFICO 18: Determinação a criação de um negócio inovador no futuro.....	49
GRÁFICO 19: Empreendedorismo como objetivo profissional.....	50
GRÁFICO 20: Vontade de empreender algum dia.....	51

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
1.1 OBJETIVOS.....	13
1.1.1 OBJETIVO GERAL.....	13
1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
1.1.3 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA.....	14
2. REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1 O HISTÓRICO E CONCEITO DO EMPREENDEDORISMO.....	14
2.2 O SURGIMENTO DO MOVIMENTO EMPREENDEDOR NO BRASIL.....	17
2.3 O PERFIL DOS JOVENS EMPREENDEDORES.....	20
2.4 O ENSINO DO EMPREENDEDORISMO EM IES.....	21
2.5 A INTENÇÃO EMPREENDEDORA.....	25
3. METODOLOGIA DA PESQUISA	28
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.....	28
3.2 UNIVERSO E AMOSTRA.....	28
3.3 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS.....	29
3.4 PERSPECTIVA DE ANÁLISE DE DADOS.....	30
4. ANÁLISE DE DADOS	30
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	51
 REFERÊNCIAS	 52
 APÊNDICE	 57

1 INTRODUÇÃO

Ao entrar em um curso de graduação, o indivíduo tem dois caminhos a seguir: mercado de trabalho ou empreendedorismo. Porém, muitas das vezes o mercado de trabalho se apresenta ao concluinte de um curso superior de maneira não muito fácil, tendo como alguns dos seus problemas o grande número de formandos frente ao baixo número de oferta de vagas de emprego, a exigência de experiência comprovada em carteira, contra a baixa expertise dos recém graduados e também quando ocorre de haver vagas para um determinado candidato a remuneração muitas das vezes fica aquém do esperado para um profissional graduado e especializado naquela área.

Segundo Laviere (2010), nos cursos de Administração, no Brasil, existe uma tendência para a formação do egresso, tendo-se como referência preparar funcionários para carreiras em grandes empresas, porém o empreendedorismo se apresenta como fonte de oportunidades para aquele que não encontrou no mercado de trabalho seu espaço de atuação em sua área ou também para aqueles que buscam idealizar um negócio da sua maneira para geração de valor a sociedade, colocar em prática o conhecimento adquirido durante a graduação e também gerar posto de trabalho e renda para si e para outros indivíduos da sociedade.

De acordo com dados do *Global Entrepreneurship Monitor* - GEM, aqui no Brasil, de 2019 até 2022 o nível de empreendedorismo total no país manteve-se relativamente estável, com ligeira tendência de queda, com taxas que foram de 31,6% em 2020 a 30,3% em 2022, significando, em cada ano, a existência de perto de 42,2 milhões de indivíduos envolvidos com a criação ou manutenção de um negócio próprio em qualquer estágio. Isso mostra que não é pouco o número de indivíduos que têm o empreendedorismo como opção de trabalho e geração de renda.

Tendo isso em vista, a Intenção Empreendedora (IE) olha para o estudo da predição e da propensão do indivíduo em se tornar um empreendedor e fundamenta-se, principalmente, na Teoria do Comportamento Planejado (TCP), de Ajzen (1991). Essa teoria prevê que o comportamento empreendedor resulta da combinação de três atitudes, que são elas: A Atitude Pessoal (AP), frente a esse comportamento, Normas Subjetivas (NS) que lhes são implícitas, e também a percepção sobre o Controle do Comportamento Percebido (CCP).

Sendo assim, o presente estudo em questão tem o intuito de mostrar se os concluintes do curso superior de bacharelado em administração tem o intuito de

empreender como fonte alternativa do mercado de trabalho, assim como procura também, avaliar se na reta final da graduação o empreendedorismo é levado em consideração pelos discentes e também se após esse conhecimento adquirido os concluintes enxergam o empreendedorismo como uma opção além do mercado de trabalho em si.

Isso é possível de ser mensurado através da aplicação do Questionário de Intenção Empreendedora (EIQ), onde possui uma escala psicométrica, que toma como base os pressupostos de Ajzen (1991) e a estrutura da TCP, tendo sido adotado no estudo desenvolvido por Liñán e Chen (2009), hoje um dos mais citados na literatura do tema.

O referido questionário tem a intenção de medir por meio de vinte perguntas qual o nível de intenção empreendedora que o respondente tem e assim saber qual a sua propensão para se tornar um empreendedor no futuro.

1.1 OBJETIVOS

Neste tópico apresentaremos os objetivos geral e específicos

1.1.1 OBJETIVO GERAL

Analisar a intenção empreendedora dos concluintes do curso superior de bacharelado em administração ofertado pelo IFPB.

1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Investigar o quanto o curso superior de bacharelado em administração do IFPB contribui para a intenção empreendedora dos discentes durante a graduação.

Compreender se os discentes do curso superior de bacharelado em administração consideram o empreendedorismo como opção de carreira.

1.1.3 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA

Este estudo é relevante para os estudantes de administração, pois busca avaliar como os conhecimentos adquiridos ao longo do curso impactam a capacidade empreendedora. Além disso, é significativo para a área de administração, oferecendo insights sobre o resultado do processo de formação de quatro anos. A divulgação desses dados também destaca o potencial empreendedor dos recém formados, beneficiando a sociedade.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Este segundo capítulo apresenta o referencial teórico utilizado para nortear e dar embasamento à pesquisa. Dividido em tópicos, cada um deles versa sobre uma parte relacionada ao tema, indo da parte mais geral até chegar na parte mais direcionada ao objeto de estudo da pesquisa, no caso os concluintes do curso superior de bacharelado em administração.

2.1 O HISTÓRICO E CONCEITO DO EMPREENDEDORISMO

Para começar, é importante conhecer o conceito de empreendedorismo assim como a etimologia da palavra. Sobre a etimologia do nome empreendedorismo, sabe-se que o vocábulo tem origem na França, proveniente do verbo *entrepeneur*, que significa “aquele que está entre” ou “intermediário”. Quanto ao conceito de empreendedorismo, o mesmo tem muitas definições diferentes, de acordo com a época em que foi analisado, sendo assim, o Quadro 1, a seguir, mostra a evolução em ordem cronológica dos conceitos de empreendedorismo e empreendedor.

Quadro 1: Evolução do conceito de empreendedorismo e de empreendedor.

Idade Média	Participantes de projetos de produção em grande escala sem correr riscos.
Século XVII	Acordos contratuais entre a pessoa empreendedora e o governo para realizar algum serviço ou compra e venda de produtos assumindo riscos.
Século XVIII e Início do Século XIX	O empreendedor foi diferenciado do Capitalista. Richard Cantillon – diferença entre a pessoa que assume riscos (empreendedora) e a pessoa que fornece capital (capitalista). Jean Baptiste Say – lucros do empreendedor separados do lucro de capital
Final do Século XIX e Início do Século XX	O tema começou a ser mais difundido por diferentes autores como, por exemplo, Peter Drucker, Albert Shapero, Joseph Schumpeter, Karl Vésper, Gifford Pinchot e Robert Hisrich. Confusão entre os termos empreendedores, gerentes e administradores. Os empreendedores são definidos como aqueles que organizam a empresa a serviço do capitalista. A inovação, a oportunidade e os riscos assumidos foram sendo incorporados de forma construtiva no conceito.

Fonte: Adaptado de Hisrich; Dornelas (2001); Peters (2002)

Sendo assim, de acordo com o exposto no quadro 1 acima de (HISRICH; DORNELAS, 2001 e PETERS, 2002), pode-se compreender que a ideia surgiu ainda na idade média e era utilizada para identificar os participantes de importantes projetos de produção em grande escala. No século XVII, o empreendedorismo era tido como uma relação firmada por meio de acordos contratuais entre a pessoa empreendedora e o governo para a realização de algum serviço ou até mesmo a compra e venda de produtos assumindo riscos.

Mais adiante, o importante economista francês Richard Cantillon, considerado também um dos criadores do termo empreendedorismo, através de sua obra “Ensaio sobre a natureza do comércio em geral”, publicado em 1755 em Paris, defendeu a tese de que o empreendedorismo era a compra de uma matéria-prima por um determinado preço e sua revenda por outro preço numa situação de incerteza para obter lucro. Jean Baptiste Say, outro conhecido por também difundir o termo empreendedorismo, também relacionava a atividade ao lucro e aos riscos.

Joseph Schumpeter em seu livro *Capitalismo, socialismo e democracia* (1942), foi o primeiro a distinguir dentro do conceito de empreendedorismo as invenções das inovações propostas pelos empreendedores. Ele colocava que os empreendedores inovavam não simplesmente pelo fato de identificar novas maneiras de utilizar as invenções, mas também pelo fato de utilizarem sua ousadia e habilidade na introdução de novas formas de organização, novos produtos e serviços e novos meios de produção.

Peter Drucker (1987) citou que qualquer indivíduo que tenha uma decisão a tomar pode aprender a ser um empreendedor, pois na visão dele, para se tornar um empreendedor, basta ter um comportamento e não um traço de personalidade.

Porém, mesmo depois de todos esses conceitos difundidos pelos autores mencionados anteriormente, parece que o termo ainda sofreu mutações já no final do século XX e início do século XXI já que nesse período passado Dolabela (1999, p.29), admite diferentes abordagens para o termo empreendedorismo, que são as seguintes: geração de auto-emprego (trabalhador autônomo); empreendedorismo comunitário (como as comunidades empreendem); intra-empreendedorismo (o empregado empreendedor); políticas públicas (políticas governamentais para o setor); um indivíduo que cria uma empresa, qualquer que seja ela; pessoa que compra uma empresa e introduz inovações, assumindo riscos, seja na forma de administrar, vender, fabricar, distribuir, seja na forma de fazer propaganda dos seus produtos e/ou serviços,

agregando novos valores; e empregado que introduz inovações em uma organização, provocando o surgimento de valores adicionais.

Tendo isso em vista, pode-se perceber que apesar de o conceito de empreendedorismo, assim como a definição de empreendedor não ser nada recente, já que remonta desde a idade média, assim como ter sofrido inúmeras mudanças de lá até o início do século XXI, ainda assim a teoria mostra que a atividade empreendedora está intimamente ligada à compra e venda de bens e serviços, investimento de capital, oportunidades de negócios assim como a propensão aos riscos.

2.2. O SURGIMENTO DO MOVIMENTO EMPREENDEDOR NO BRASIL

No Brasil, de meados da década de 90 para trás, o empreendedorismo não era assunto discutido pelo menos de forma ampla, assim como a criação de novas empresas também não fazia parte dos estudos dos autores e rodas de discussão. Só depois do início desse período, com a criação de entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software), que o movimento empreendedor começou a se formar no país. Segundo Dornelas (2005), antes disso o ambiente político e econômico do país não era favorável, e o empreendedor se via perdido em sua empreitada na formação de um novo empreendimento. Sendo assim, pode-se concluir que as crises políticas e econômicas que o Brasil atravessou nas décadas anteriores a 90 influenciaram negativamente no desenvolvimento do movimento empreendedor por aqui.

Com isto, o SEBRAE, órgão que busca dar todo o suporte necessário ao pequeno empresário se tornou amplamente conhecido em todo o território nacional. Já a Softex tem um histórico bem parecido com o do movimento empreendedor no Brasil, isso porque este foi criado com o intuito de ajudar o empresário de informática, levando suas empresas de software para o mercado externo (DORNELAS, 2005).

O empreendedorismo foi abraçado de forma tão intensa no Brasil, que apenas 10 anos depois de seu início de desenvolvimento no país o Brasil já era destaque em escala mundial no âmbito do empreendedorismo, de acordo com o relatório executivo de 2000 do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2000), maior pesquisa de nível empreendedor do mundo. Segundo ela, o Brasil ficou em primeiro lugar em

empreendedorismo, ficando à frente dos Estados Unidos, considerados o templo do empreendedorismo (BARBOZA, 2005).

Passados vinte e dois anos o Brasil ainda figura entre as cinco economias mais empreendedoras do mundo, de acordo com a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2021, realizada pelo Sebrae em parceria com o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP).

Após os resultados da pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2000) terem sido divulgados, o governo brasileiro passou a intensificar as suas ações voltadas para o movimento do empreendedorismo assim como para os empreendedores. Isso porque os governantes da época passaram a enxergar que um bom planejamento econômico e político, aliado ao alto espírito empreendedor brasileiro, poderia gerar um alto desenvolvimento econômico e social para o Brasil. Sendo assim, vale citar o comentário divulgado no relatório da pesquisa GEM (2000, p. 42):

“A alta taxa de empreendedorismo no Brasil mostra que o fenômeno não é expressivo apenas em termos percentuais. Também o é em termos absolutos, o que traz consequências importantes para o dimensionamento e design de políticas e programas.”

Tendo observado todo esse potencial que surgia na época, (NETO, 2005) afirma que no contexto de uma economia globalizada na qual o Brasil se insere, o desafio de gerar riqueza junto a um desenvolvimento econômico e social levou a uma nova visão sobre o contexto do empreendedorismo. Este agora passou a ser visto como uma grande força capaz de fazer com que as economias se desenvolvam e que novos postos de trabalho e empregos sejam criados. Sendo assim, a partir desse ponto, no Brasil, de acordo com o levantado por (NETO, 2005), pode-se observar que o empreendedorismo no Brasil já não estava sendo mais visto como um mero movimento para geração de riqueza e abertura do próprio negócio, mas também como uma porta para a geração de mais emprego e renda no país.

Porém, mesmo com todo esse incentivo criado a partir da década de 90 e intensificado no início dos anos 2000, ainda não foi o suficiente para que aquele que deseja empreender no Brasil se sinta seguro e tenha motivação para abrir o seu negócio ao invés de adentrar ou permanecer no mercado de trabalho. Os analistas

chamam a atenção para o ambiente desfavorável no qual os empreendedores têm de atuar, a falta de acesso ao crédito, a ausência de políticas governamentais e normas sociais que fazem deste um ambiente perverso (SIQUEIRA, 2006).

Passados praticamente 30 anos desde o início do movimento empreendedor aqui no país de forma massiva, por meio do IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística obtém-se alguns dados quanto a entrada e saída de empresas no cenário empreendedor nacional. De acordo com o IBGE, através do Cadastro Central de Empresas - Cempre (ESTATÍSTICA, 2022), o Brasil tinha um total de 4.875.827 empresas ativas, e houve um fechamento de 634.439 empresas. Isso entre os anos de 2017 a 2020, último ano de publicação do estudo. A tabela abaixo mostra de forma mais detalhada a quantidade e percentual dessas empresas.

Quadro 2: Entrada e saídas de empresas no cenário empreendedor - Brasil 2020

Empresa	Total	Percentual (%)
Empresas ativas	4 875 827	100%
Sobreviventes	4 049 423	83,1%
Entradas	826 404	16,9%
Nascimentos	669 651	13,7%
Reentradas	156 753	3,2%
Saídas	634 439	13%

Fonte: Adaptado de: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Cadastros e Classificações, Cadastro Central de Empresas 2017- 2020.

Para um melhor entendimento, entende-se como empresas ativas aquelas que entraram em atividade no dentro do ano vigente. Empresas sobreviventes são aquelas que não encerraram as suas atividades no ano em questão. Entradas são aquelas empresas que iniciaram as suas atividades dentro de um ano. Nascimentos são os empreendimentos que apesar de não estarem em atividade tiveram sua abertura concretizada em junta comercial. Reentradas são o grupo de empresas que retomaram as suas atividades após um encerramento. Por fim as saídas como o

próprio nome sugere são as empresas que encerraram suas atividades e saíram do mercado em que atuavam.

2.3. O PERFIL DOS JOVENS EMPREENDEDORES

Para Conceição (2017) a partir do momento que o jovem se inserir no mercado de trabalho, este estará fazendo parte do empreendedorismo jovem, sendo um fator contribuinte para o desenvolvimento socioeconômico no Brasil. Ou seja, ao sair da faculdade, o jovem já pode ser considerado um empreendedor mesmo que logo de início não invista no seu próprio negócio.

Geralmente, os jovens que optam por empreender tem algumas características em comum, conforme o estudo da FIRJAN (2016) que destacou que jovens empreendedores são: mais confiantes do que aqueles que não empreendem; gostam de fazer muitas coisas ao mesmo tempo, tentam resolver de forma rápida; importam-se com as causas sociais e ambientais; têm desejo de mudar o mundo; geralmente são mais organizados, tanto na vida pessoal como na profissional assim como não têm medo de correr o risco de fracassar.

Segundo Camozzato et al. (2018, p. 111), “[...] o grau de intensidade da intenção empreendedora nos indivíduos pode variar razoavelmente de pessoa para pessoa, e ainda variar para a mesma pessoa em diferentes pontos no tempo, dependendo das circunstâncias vivenciadas por este indivíduo”. Sendo assim, o período em que o país estiver vivenciando naquele momento, assim como o ambiente universitário em que determinado grupo universitário estiver inserido é responsável por moldar as intenções empreendedoras do jovem universitário.

Quanto a dados empíricos, de acordo com o Relatório GEM 2022 (Global Entrepreneurship Monitor) os chamados empreendedores novos, aqueles que estão entrando na área do empreendedorismo agora correspondem a uma taxa de 19,2% (empreendedores com idade entre 18 a 24 anos) e quanto a questão do grau de escolaridade, aqueles que já concluíram o curso superior correspondem a 22,4%.

Isso mostra que se for levado em consideração que a taxa medida é de 0 a 100%, o número de empreendedores jovens e que estejam com seus cursos superiores

em conclusão ou concluído é relativamente baixo, mostrando assim que o cenário empreendedor ainda não é preenchido em sua maioria por jovens recém formados.

Conforme Quadro 3, a seguir, é possível perceber esta realidade, na qual se constata uma presença pequena de jovens empreendendo. Por exemplo, 7,2% de jovens entre 18 e 24 anos e 8,7% entre 25 e 34 anos estão envolvidos com o empreendedorismo.

Quadro 3: Taxa de empreendedores por faixa etária em 2022

Faixa etária	Porcentagem (%)
18 a 24 anos	7,2
25 a 34 anos	8,7
35 a 44 anos	7,6
45 a 54 anos	6,4
55 a 64 anos	7,2

Fonte: Adaptado de GEM Brasil 2021 e 2022

2.4. O ENSINO DO EMPREENDEDORISMO EM IES

Os estudos sobre empreendedorismo têm se multiplicado ao longo dos anos, no entanto, não há um consenso na sua definição. Essa falta de consenso sobretudo faz considerá-lo um campo de pesquisa e de ensino ainda novo, dado que a natureza do tema engloba mais do que uma simples aquisição de saber, permitindo ampliar o foco para questões sociais, culturais, educacionais e econômicas (KURATKO, 2016; OLIVEIRA; MELO; MUYLDER, 2016; SAES; MARCOVITCH, 2020).

Alguns estudiosos questionam se o empreendedorismo pode ou não ser ensinado e de que forma deve ser ensinado (FAYOLLE; GAILLY, 2015; RIDEOUT, 2013; HEINONEN, 2007; MWASALWIBA, 2010). Já outra corrente, ressalta que o empreendedorismo inovador não só deve ser ensinado, mas acima de tudo incentivado (DRUCKER, 1986; OOSTERBEEK; PRAAG; IJSSELSTEIN, 2010; PARKER, 2009; KURATKO, 2005; ROXAS; CAYOCA-PANIZALES; DE JESUS 2008; KUCKERTZ, 2013; SOUZA; SARAIVA, 2010).

A alteração da Lei de Diretrizes e Bases da Educação (LDB) em 2021, para a inclusão dos temas "empreendedorismo" e "inovação" nos currículos da educação básica e superior, configura-se como marco para a consolidação da prática de uma educação empreendedora, como base para a construção de uma cultura empreendedora no contexto das Universidades. Segundo a autora do projeto no Senado Federal, Kátia Abreu, proponente da alteração, enquanto nos países desenvolvidos a educação empreendedora já é uma realidade, aqui no Brasil a educação ainda está centrada em pedagogias relativamente dissociadas da realidade econômica e social (AGÊNCIA SENADO, 2021).

Concernente ao que se propõe a alteração da LDB, no intuito de apoiar a educação empreendedora nas universidades, a Confederação Brasileira de Empresas Juniores (Brasil Júnior) desenvolveu o Ranking de Universidades Empreendedoras (RUE), por meio do qual são avaliadas as Instituições de ensino Superior (IES) sob a ótica de 6 dimensões: Cultura Empreendedora, Infraestrutura, Inovação, Extensão, Internacionalização, e Capital Financeiro (UNIVERSIDADES EMPREENDEDORAS, 2021) Para um melhor entendimento do estudo o quadro abaixo apresenta as dimensões e os indicadores.

Quadro 4: Dimensões do Ranking de Universidades Empreendedoras

DIMENSÕES	DESCRIÇÃO	INDICADORES
Cultura Empreendedora	Visa, por meio do olhar dos alunos da própria Instituição de Ensino Superior, compreender as percepções e assim avaliar a IES por meio da sua Postura Empreendedora, que é também a proatividade para resolver problemas e aproveitar as oportunidades, a participação ativa de discentes e docentes, na qual estes também desenvolvam essas competências, e a avaliação dos devidos espaços nas grades curriculares para explorar atitudes essenciais para uma cultura empreendedora	Postura Empreendedora Discente Postura Empreendedora Docente Avaliação da Grade Curricular
Inovação	A dimensão de inovação tem ligação direta tanto com o desenvolvimento de tecnologia como também de conhecimento nas IES. Como um complemento ao indicador de proximidade IES-Empresa, também se levou em consideração as informações provindas dos resultados das Instituições Científicas e Tecnológicas (ICTs), obtidas através de um questionário enviado aos Núcleos de Inovação Tecnológica (NITs).	Pesquisa Patentes Proximidade IES-Empresa
Extensão	Abrange a percepção acerca das ações que a IES realiza em conjunto com o ecossistema, promovendo um ambiente favorável ao desenvolvimento de pesquisas dentro da IES, as quais são compartilhadas com o público externo à Instituição de ensino superior	Redes Ações de Extensão Altimetria
Internacionalização	Objetiva-se avaliar a conexão entre a IES e o ecossistema internacional, seja oferecendo oportunidades de intercâmbio aos seus alunos, e assim mantendo contato com as demais Instituições de Ensino Superior ao redor do mundo, como também proporcionando soluções inovadoras através dos estudos e tecnologias desenvolvidas na IES.	Intercâmbio Parcerias com IES Internacionais Pesquisas com Colaboração Internacional
Infraestrutura	A dimensão de infraestrutura mensura a percepção dos alunos	Qualidade da infraestrutura

	quanto ao tema e também à aproximação com o Parque Tecnológico local, caso haja e ele esteja em funcionamento.	Parque Tecnológico
Capital Financeiro	Ao analisar os ecossistemas empreendedores, percebe-se que a inserção de capital financeiro é de extrema importância para o seu alavancamento, seja através de investimentos em projetos e iniciativas inovadoras ou com o objetivo de proporcionar as condições básicas para o desenvolvimento dessas iniciativas a partir da infraestrutura e do corpo administrativo.	Orçamento Fundos Patrimoniais (endowment)

Fonte: Universidades Empreendedoras (2021)

O resultado deste estudo de 2021 ranqueia as melhores colocações entre as 126 IES participantes, conforme cada dimensão, como também traz a colocação geral, elegendo a Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) como sendo a IES destaque.

Como parte integrante da amostra deste estudo, estavam as instituições de ensino superior da Paraíba: UFPB, UEPB e UFCG. Analisando os dados alcançados, observou-se que a UFPB se encontra na 33ª colocação geral entre as 126 IES, mas ao se detalhar por dimensão, constata-se que a UFPB se destaca em algumas como 12ª posição em Inovação, 20ª posição em Capital financeiro e 36ª posição em Extensão, mas na dimensão infraestrutura encontra-se na 70ª posição, na cultura empreendedora ficou na colocação 108ª e na colocação de 119ª na internacionalização.

Quadro 5: Instituições de Ensino Superior (IES) ranqueadas em 2021 no Ranking de Universidades Empreendedoras das Brasil Júnior

Dimensão	Colocação
Cultura Empreendedora	1o Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-brasileira (UNILAB)
Inovação	1o Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)
Extensão	1o Universidade de São Paulo (USP)
Internacionalização	1o Universidade de São Paulo (USP)
Infraestrutura	1o Universidade do Vale do Taquari (UNIVATES)
Capital financeiro	1o Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)

Fonte: Ranking de Universidades Empreendedoras (RUE) da Brasil Júnior

2.5 A INTENÇÃO EMPREENDEDORA

Almeida (2013) em seu estudo confia o termo intenção ao latim medieval, *intentio*, originário do árabe *ma'nā*, que remete a significado ou pensamento. Quando se faz uma consulta ao dicionário Aurélio (2010) o termo intenção tem por significado o “resultado da vontade depois de admitir uma ideia como projeto, o que se pretende alcançar, o que está planejado”. No caso do comportamento empreendedor a intenção de criar um empreendimento está relacionada com a vontade, o desejo e a possibilidade de, por exemplo, constituir um negócio. Sendo assim, pode-se perceber que a intenção empreendedora está intimamente ligada à vontade de se envolver em um negócio próprio, seja sozinho ou com terceiros.

Intenção também não está ligado apenas ao desejo, mas pode também ser um estado de espírito, já que para (BIRD, 1988) a intenção pode ser entendida como um estado de espírito em que a atenção do indivíduo está dirigida para uma determinada situação, com vistas a alcançar uma meta. Krueger e Brazeal (1994) vai além, ao enfatizar que a intenção de empreender é baseada na interação entre características pessoais, percepções, valores, crenças, variáveis sócio demográficas e até mesmo ambientais.

Dentro de um indivíduo, a intenção é algo que tem uma certa prioridade, já que segundo Tubbs e Ekerberg (1991), a intenção ocupa posição privilegiada no estudo do comportamento humano. Para os autores, a intenção representa um objetivo que o indivíduo almeja alcançar e o planejamento que fundamentará a busca pela concretude desse objetivo.

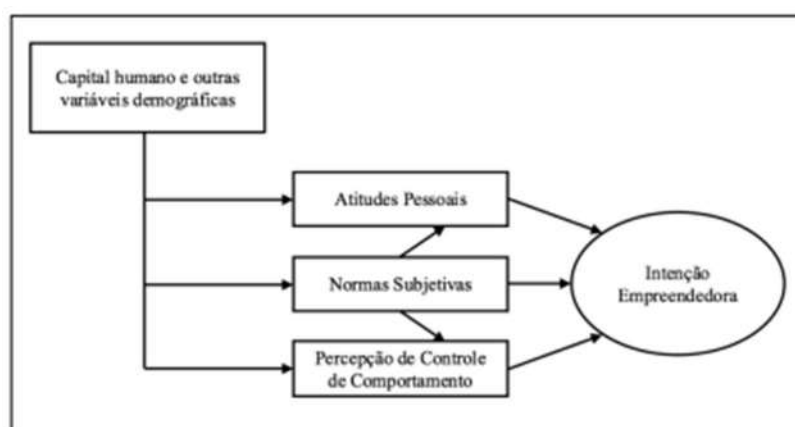
O debate em torno de intenção empreendedora envolve a identificação dos construtos que mais a influenciam (KASSICIEH et al., 1997; KENNEDY et al., 2003; YUKONGDI; LOPA, 2017). Para Camozzato et al. (2018, p. 111), “[...] o grau de intensidade da intenção empreendedora nos indivíduos pode variar razoavelmente de pessoa para pessoa, e ainda variar para a mesma pessoa em diferentes pontos no tempo, dependendo das circunstâncias vivenciadas por este indivíduo”. Sendo assim, pode-se inferir que não é porque um indivíduo tem um viés empreendedor que naquele momento o seu desejo de empreender será o mesmo que há algum tempo atrás ou daqui um tempo depois.

De acordo com Souza, Silveira e Nascimento (2018, p. 76): “ a intenção empreendedora se volta para o estudo da predição e da propensão do indivíduo em se tornar um empreendedor e fundamenta-se, principalmente, na Teoria do Comportamento Planejado (TCP), de Ajzen (1991). Esse é o modelo mais usado na literatura acadêmica para examinar os antecedentes da intenção empreendedora (BIGNETTI, 2018).

A TCP- Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen (1991), tem como princípio geral que os comportamentos previstos são intencionais e, portanto, são previstos pela intenção existente para esse comportamento. Sendo assim, a Intencionalidade é, então, fundamentada na psicologia cognitiva, que tenta explicar ou prever o comportamento humano. Diversos estudos têm mostrado intenções empreendedoras como um dos antecedentes cruciais de ações para empreender. (KRUEGER, REILLY, CARSRUD, 2000; LEE et al., 2011).

De acordo com o estudo, o autor diz que a TCP pode prever o comportamento em comparação com o imposto pela confiabilidade comportamental (AJZEN, 1991, p. 179). Com isso, de acordo com esse modelo desenvolvido é possível prever se algum indivíduo vai criar um empreendimento no futuro, analisando a sua intenção. Para chegar a essa conclusão, o estudo parte de um determinado ponto, onde existem três pontos básicos que dependendo da forma que são vistos o indivíduo é propenso ou não a criar um negócio, conforme o esboço da figura abaixo.

Figura 1: Modelo de intenção empreendedora



Fonte: Adaptado de Liñán e Chen (2009, p. 597)

Apesar disso, Ajzen (1991) coloca que a TCP apresenta algumas lacunas, as relações entre atitude e normas subjetivas, atitude e percepção de controle e percepção de controle e normas subjetivas ainda são incertas. De acordo com o autor, intenção, percepção de controle, atitude em relação ao comportamento e normas subjetivas, cada uma revela um aspecto diferente do comportamento, e cada uma pode servir como um ponto de partida nas tentativas de mudar esse comportamento (AJZEN, 1991, p. 28). Ainda assim, a base subjacente dessas crenças, na TCP, fornece descrições detalhadas necessárias para obter informações substanciais sobre os determinantes de um comportamento, e de acordo com (LIÑÁN; CHEN, 2009), é no nível das crenças que se pode aprender sobre os fatores únicos que induzem uma pessoa a se engajar na intenção de empreender induzindo outro a seguir um curso de ação diferente.

Sendo assim, no modelo de Ajzen (1991), cada constructo possui um significado que tem relação com o comportamento psicológico daquele que responde ao teste da TCP, conforme mostra o quadro abaixo:

Quadro 6: Descrição dos Construtos da TCP de Ajzen (1991)

VARIÁVEL	DESCRIÇÃO
Atitude Pessoal	Determina o momento favorável para uma ação
Normas Subjetivas	Indica a percepção que um indivíduo tem sobre a comunidade que o rodeia, influencia e determina o seu comportamento
Percepção do Controle e Comportamento	Reflete o grau de percepção do encontrado, levando o indivíduo a ter também um determinado comportamento

Fonte: Elaboração Própria (2023), baseado em Ajzen (1991)

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

Com o intuito de analisar a intenção empreendedora dos concluintes do curso superior de Administração do IFPB, investigar o quanto o curso contribui para a intenção empreendedora e compreender se os discentes vêem o empreendedorismo como opção de carreira, a seguir são explicados os procedimentos metodológicos adotados para chegar a essas conclusões. Para isso, os alunos do curso de administração matriculados nos 6º, 7º e 8º períodos foram abordados através do Whatsapp, forma como o questionário foi divulgado em grupos formados pelas turmas

dos períodos citados acima, onde estão como participantes o público alvo da pesquisa. Dessa forma, foi solicitada a participação voluntária dos estudantes para que respondessem ao questionário. A pesquisa foi realizada entre os dias 24/10/2023 e 08/11/2023, atingindo assim 30 participantes no total.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Trata-se de uma pesquisa de campo, que segundo Gil (2002), as pesquisas de campo também possuem considerável grau de flexibilidade metodológica, não necessitando de padrões rígidos para sua elaboração. Ela trata com profundidade as características de um único grupo ou comunidade em termos de sua estrutura social, ressaltando a interação entre esses indivíduos. Quanto à abordagem, esse é um estudo quantitativo, que de acordo com Lakatos e Marconi (2009), a metodologia quantitativa emprega instrumentos estatísticos para analisar as informações numéricas resultante da investigação que são apresentadas como um conjunto de quadros, tabelas e medidas.

3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

O universo da pesquisa foi os discentes do curso superior de bacharelado em administração do IFPB que no período em que o trabalho foi escrito contava com 528 alunos matriculados. Já a amostra selecionada para responder ao questionário aplicado foram os alunos matriculados no 6, 7 e 8 período, períodos finais do curso. O número de alunos matriculados em cada período varia de acordo com a disciplina cursada, porém cada período tem uma média de alunos que são a seguinte: 46 alunos matriculados no 6 período, 54 alunos matriculados no 7 período e 49 alunos matriculados no 8 período. Foram escolhidos esses três últimos períodos pelo fato de os alunos que nele estão matriculados já obtêm uma grande carga horária no curso e isso pode refletir na maturidade do pensamento empreendedor.

De acordo com Medeiros (2021), o universo da pesquisa, ou população, é “um todo constituído por elementos que guardam características comuns”. Já a amostra não probabilística por acessibilidade e conveniência, pode ser definida como aquela que implica certa submissão por parte do pesquisador para com os elementos que constituem a amostra, tendo em vista que, como o próprio nome sugere, tais elementos são selecionados mediante a acessibilidade de acesso aos dados e por aquilo que convém à pesquisa, ou seja, aquilo que será útil para o estudo (OLIVEIRA, 2011, p.30-31).

3.3 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

Foi utilizada como técnica de coleta de dados o levantamento, que de acordo com Medeiros (2019) é um tipo de pesquisa que se realiza para a obtenção de dados ou informações sobre características ou opiniões de um grupo de pessoas, selecionado como representante de uma população (em termos estatísticos). Já para Ludwig (2015) o levantamento é um dos tipos de pesquisa de campo. Esta modalidade diz respeito a solicitação de informações a um grupo de pessoas antecipadamente selecionadas, acerca de um problema de estudo.

O instrumento de coleta de dados foi um questionário estruturado, tendo como referência o questionário desenvolvido primeiramente, em 2006, pelos Profs. F. Liñán, N. Bradley, W. Basuki & D.T. Redford (English Version) *copyright* – para um projeto de pesquisa na Universidade de Sevilha, denominado de Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ). Segundo Andrade (2010), o questionário é um conjunto de perguntas que o informante responde sem a necessidade da presença do pesquisador. O questionário teve suas respostas montadas por meio da escala Likert de concordância com grau de cinco pontos, indo de discordo totalmente como primeiro ponto até concordo totalmente como o quinto ponto.

Quanto às perguntas, o questionário está dividido em 4 constructos, sendo cada um dividido da seguinte forma. Constructo 1: Atitude Pessoal, com 5 questões, onde cada uma trata algo com relação a atitude pessoal do discente quanto a atitude empreendedora. Constructo 2: Normas Subjetivas, com 3 questões, onde cada uma questiona sobre o ciclo de amizades e o apoio que eles dariam caso o discente

decidisse empreender. Constructo 3: Controle do Comportamento Percebido, com 6 questões onde cada uma aborda sobre o comportamento do discente em alguma situação relacionada ao empreendedorismo. E por fim, o Constructo 4 onde questiona ao discente sobre a sua intenção empreendedora de fato.

3.4 PERSPECTIVA DE ANÁLISE DE DADOS

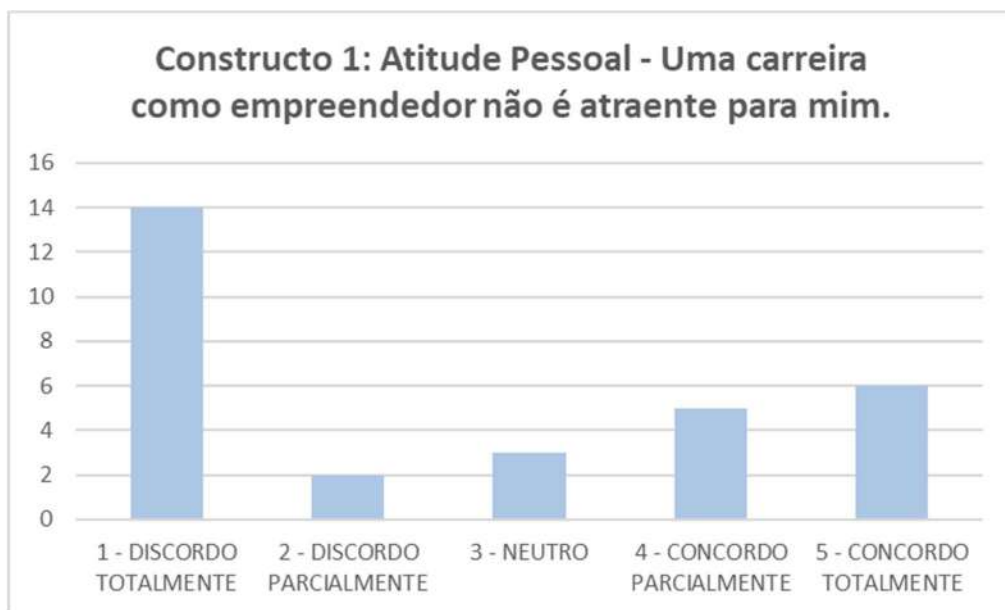
Os alunos do curso de administração matriculados no 6, 7 e 8 período foram abordados através do Whatsapp, onde o questionário foi divulgado em grupos formados pelas turmas dos períodos citados acima, onde estão como participantes o público alvo da pesquisa. Dessa forma, foi solicitada a participação voluntária dos estudantes para que respondessem ao questionário. A pesquisa foi realizada entre os dias 24/10/2023 e 08/11/2023, atingindo assim 30 participantes no total. Para a análise dos dados obtidos, foi utilizada a técnica da estatística descritiva.

4. ANÁLISE DE DADOS

Na sequência serão apresentados os resultados obtidos a partir da aplicação do questionário aos alunos matriculados no 6º, 7º e 8º período do curso de administração do IFPB.

Obteve-se a seguinte porcentagem de participantes por período do curso. Dos participantes, 20% (6 alunos) estão matriculados no 6º período. 46,7% estão matriculados no 7º período do curso (14 alunos) e por fim 33,3% (10 alunos) estão regularmente matriculados no 8º e último período do curso.

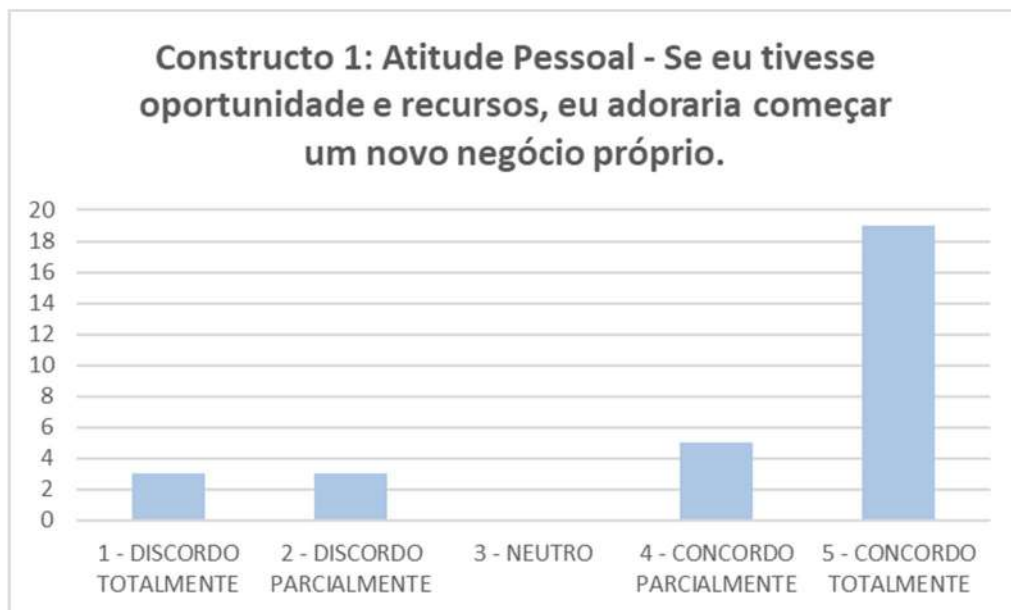
Gráfico 1 - O quanto você se atrai pela carreira de empreendedor



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Conforme abordado no gráfico 2, os discentes deveriam responder se a carreira de empreendedor não era atraente para eles. Pode-se observar através das quantidades obtidas que 14 respondentes informaram que discordam totalmente de que não se atraem pela carreira de empreendedor, ou seja, uma grande maioria tem a carreira de empreendedor como atrativa, o que dá um total de 46,6% dos respondentes, dos 30 que foram atingidos pela pesquisa. Comparando com os outros graus de atração quanto a carreira de empreendedor, os números ficaram abaixo de 6 respondentes, o que dá uma porcentagem de 20% dos que responderam a pesquisa. Sendo assim, podemos inferir que os discentes têm a carreira de empreendedor como atrativa.

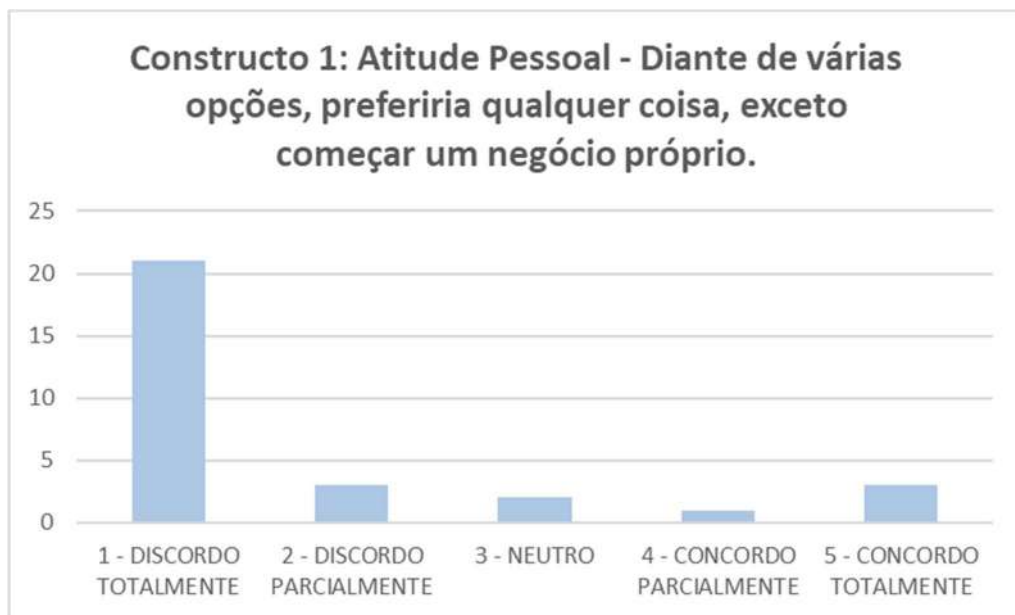
Gráfico 2 - Você começaria um negócio tendo oportunidade e recursos?



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Ao serem indagados de que se em um cenário onde tivessem oportunidades e recursos eles começariam um novo negócio a maioria concordou totalmente que sim, tendo um percentual de 63,3% (19 respondentes) concordando com a afirmativa. Ao compararmos com os outros graus da escala, pode-se perceber uma queda significativa, tendo em vista que todos os outros graus tiveram uma escolha abaixo de 6 respondentes, ou seja, abaixo dos 20% de preferência dos que responderam a pesquisa. Isso é coerente com o que Vale (2014) diz, onde ele salienta que o empreendedor possui uma visão oportunista, instigado por impulsos e pelo interesse social em criar um novo negócio, desencadeando transformações, progresso, evolução e crescimento econômico.

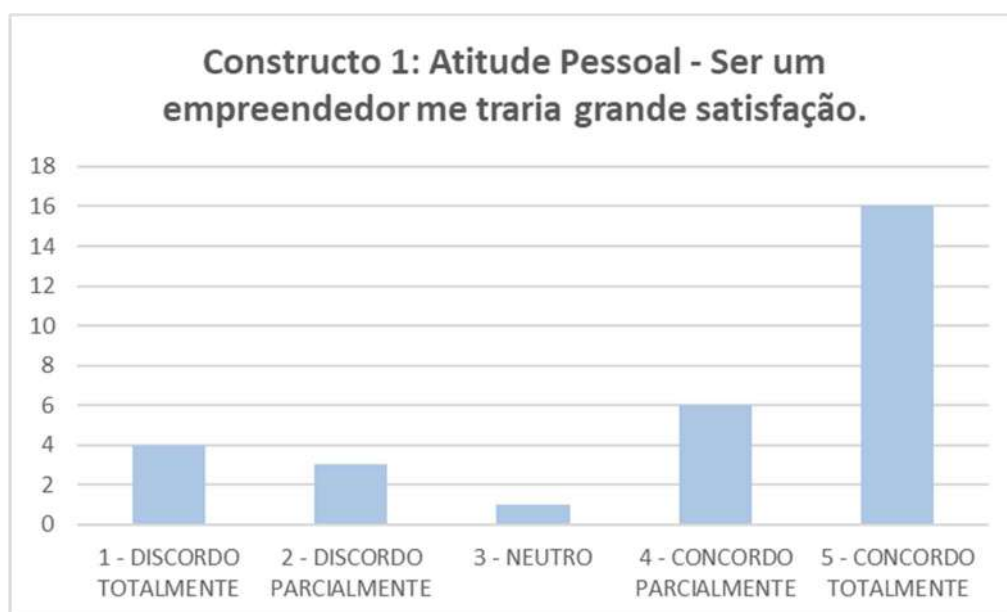
Gráfico 3 - Você iniciaria um negócio dentre outras opções



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Nesse quesito, 70% (21 respondentes) discordaram totalmente de que dentre várias outras opções eles escolheriam qualquer uma delas, exceto abrir um novo negócio. Em seguida, mas uma vez notamos uma queda considerável ao analisarmos outros graus da escala que concordem com a afirmativa, ficando assim sempre abaixo dos 5 respondentes, uma média de 16%. Com isso podemos visualizar indícios de que os discentes do curso de bacharelado em administração do IFPB matriculados no 6º, 7º e 8º período estão com uma inclinação positiva para o empreendedorismo.

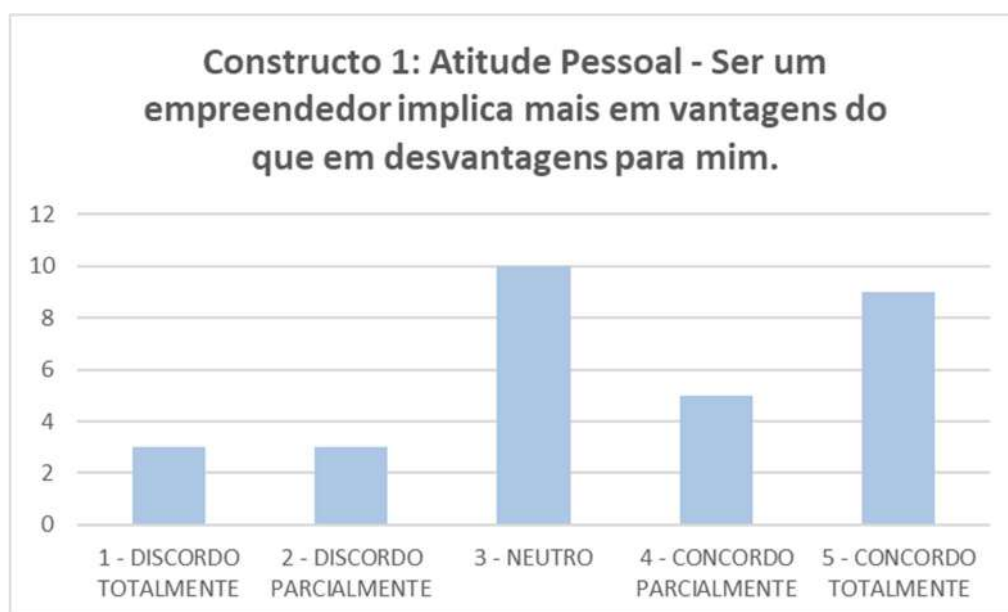
Gráfico 4 - Grau de satisfação ao ser um empreendedor



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Quando questionados sobre a satisfação que teriam caso fossem empreendedores, outra vez a maioria se destacou informando que teriam satisfação ao se tornarem donos do próprio negócio, tendo em vista que mais de 50% (16 respondentes) afirmaram que concordam totalmente com a indagação. Igualmente se torna verdade a inclinação positiva para o empreendedorismo dos discentes dos períodos finais do curso de Administração do IFPB pois vemos que as alternativas que concordam em menor grau com a afirmativa tiveram uma pouca adesão dos respondentes ficando abaixo das 6 respostas, uma média de apenas 20% da escolha dos alunos.

Gráfico 5 - Vantagens e desvantagens do empreendedorismo

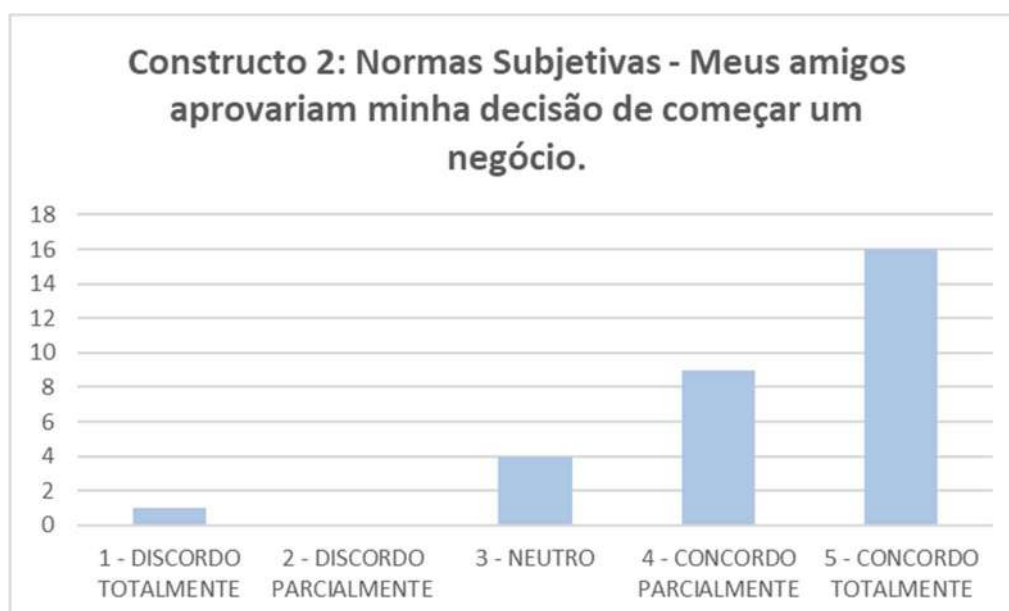


Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Quando os respondentes se deparam com a afirmação de que o empreendedorismo traria mais vantagens do que desvantagens para eles, o cenário das respostas mudou um pouco. Se formos observar, as respostas que vinham com uma tendência entre discordo totalmente para afirmativas que tinham o intuito mais negativo quanto ao empreendedorismo e concordo totalmente para afirmativas que tinham o viés mais positivo para o movimento empreendedor, nessa alternativa, onde os discentes se depararam com a questão de vantagem e desvantagem o resultado ficou um pouco mais balanceado, tendo 33,3% (10 respondentes) afirmando serem neutros quanto a alternativa. 30% (9 respondentes) afirmaram que ser um empreendedor traria mais vantagens do que desvantagens para eles. Após isso, a queda começa a ser notória quando vemos os graus de discordância parcial e total da escala, ficando ambas com exatamente 3 respostas (10%) das escolhas. Sendo assim,

podemos inferir que apesar de ser uma alternativa que trouxe um posicionamento mais balanceado por parte dos discentes, ainda sim o empreendedorismo é visto como algo vantajoso para os alunos matriculados no 6º, 7º e 8º período do curso de administração do IFPB. Vantajoso não só para os discentes, mas também para todo o país, já que de acordo com BRUTON; AHLSTROM; LI, 2010 o empreendedorismo é considerado como uma importante perspectiva para desenvolver a economia e gerar emprego.

Gráfico 6 - O apoio dos meus amigos quanto a decisão de empreender

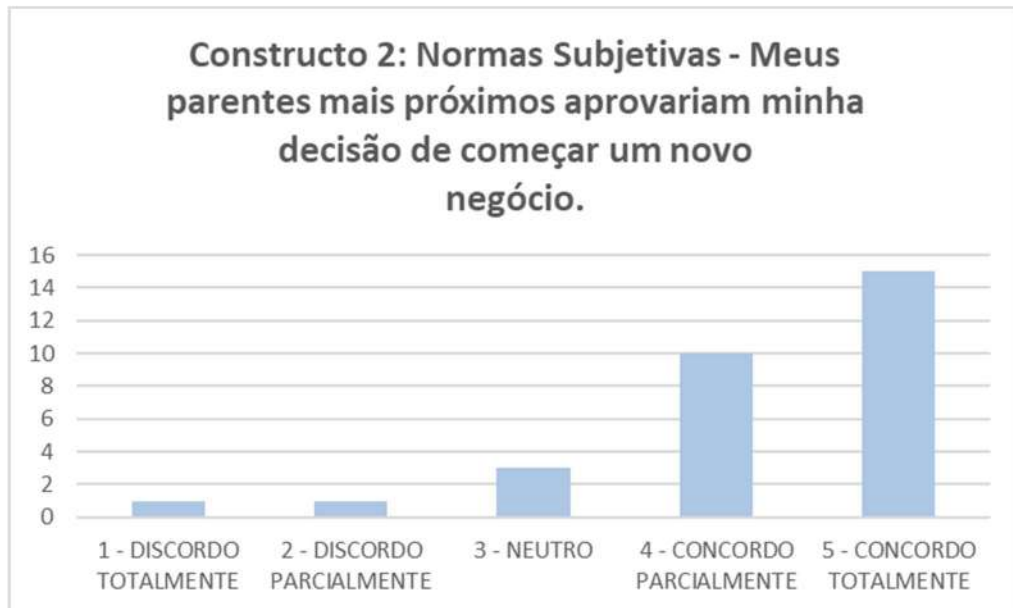


Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Quanto ao apoio dos amigos, os discentes revelaram que no caso de decidirem tornarem-se empreendedores, os colegas com certeza apoiarão os mesmos na decisão de abrir um negócio, tendo em vista que 16 respondentes concordaram totalmente com a afirmação, um percentual de 53% das respostas. Em seguida tivemos 9 respondentes informando que concordam de maneira parcial com a afirmativa. O gráfico entra em queda acentuada quando vamos analisar os graus da escala que discordam da afirmação, tendo assim um panorama de que os discentes enxergam o apoio dos amigos quanto a decisão de se tornarem empreendedores. Isso é muito importante, pois é na família e no ciclo de amigos que o empreendedor, principalmente o novato, recebe uma das coisas que ele mais precisa no momento, que é o apoio moral.

São essas as duas principais figuras que fazem o empreendedor acreditar na ideia quando ela é viável ou até mesmo desistir quando ela não é tão boa assim.

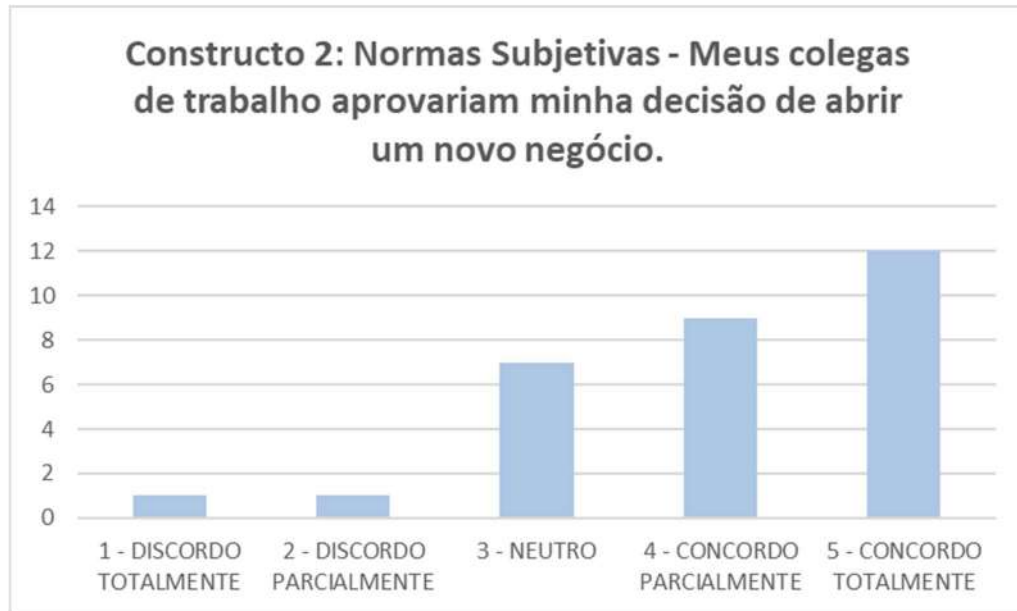
Gráfico 7 - O apoio dos meus familiares ao abrir um negócio



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

De maneira análoga ao resultado da afirmativa anterior, nessa afirmação os discentes também afirmaram ter um apoio caso decidam iniciar um empreendimento, porém dessa vez o apoio viria especificamente do âmbito familiar. 15 alunos responderam que concordam totalmente de que seus parentes apoiariam a decisão, uma representação de 50% dos respondentes. Mais uma vez o percentual vai diminuindo de maneira acentuada conforme o grau de concordância quanto à afirmação vai diminuindo.

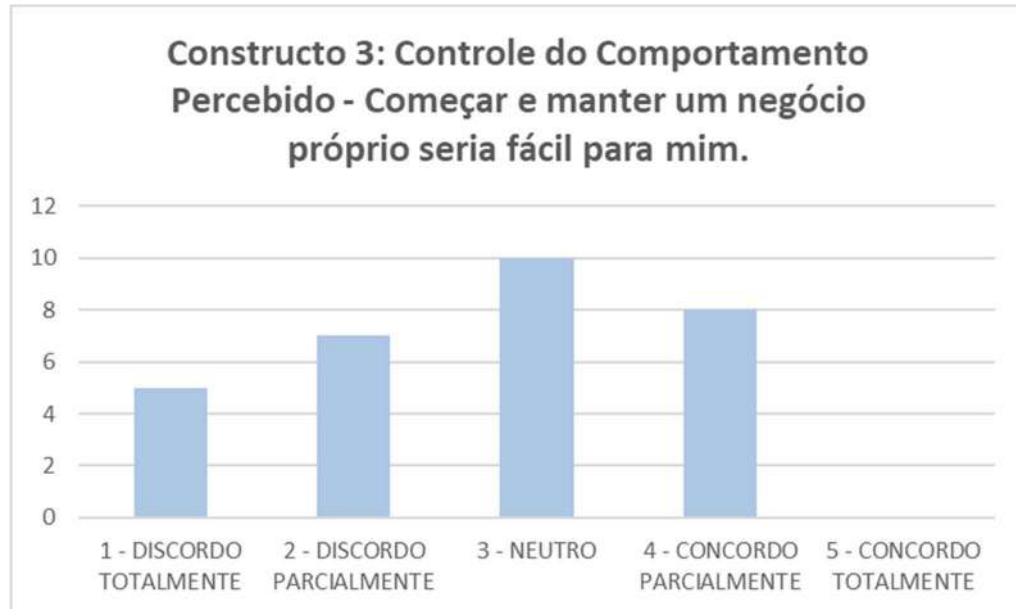
Gráfico 8 - O apoio no ciclo de amizades do trabalho



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Não menos importante, o apoio dos colegas de trabalho também se mostra importante nesse momento, e isso existe no ciclo de amizades dos discentes respondentes, onde 12 pessoas afirmaram que enxergam esse apoio (40%). De maneira análoga às afirmações anteriores, vemos que o percentual vai caindo até chegar a apenas 3% quando analisamos os graus de discordância parcial e total da afirmativa.

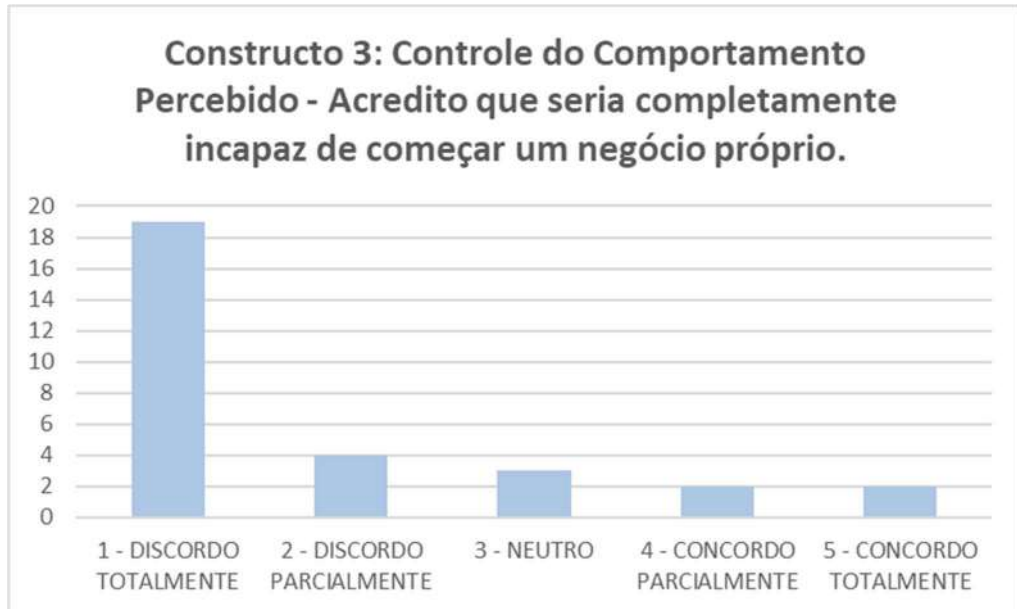
Gráfico 9 - Facilidade no início e mantimento de um novo negócio



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Quando começamos a falar sobre a questão da facilidade em começar e manter um novo empreendimento, vemos que o cenário muda um pouco, se formos comparar com os cenários anteriores quando falamos especificamente da intenção em abrir um negócio e também sobre o apoio do ciclo familiar e de amigos. Nessa afirmativa nenhum discente concordou totalmente que seria fácil abrir e manter um negócio próprio, e 8 afirmaram que concordam de maneira parcial. Um maior número ficou neutro na questão. Isso mostra que apesar de terem a intenção de empreender, assim como enxergarem o apoio de colegas e familiares, os discentes também têm a ciência de que empreender no Brasil não é tarefa fácil, já que aqui no país não existe um cenário economicamente propício para empreender. O ambiente é caracterizado pela falta de crédito, ausência de políticas governamentais, alto índice de impostos cobrados e muita burocracia. De acordo com Maximiano (2006), o brasileiro, ao montar um empreendimento, já começa a pagar impostos antes mesmo de fazer qualquer negócio.

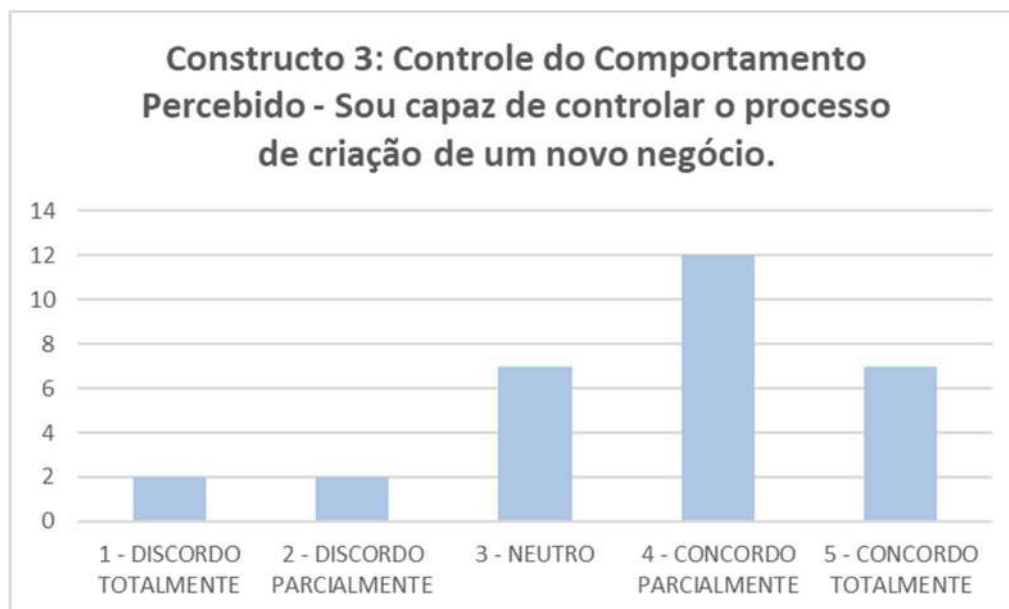
Gráfico 10 - Incapacidade em iniciar um novo negócio



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Ao afirmar que os discentes seriam incapazes de iniciar um novo negócio, 63% discorda totalmente da afirmativa, e logo em seguida vemos uma queda abrupta quando na escala de concordância a variação vai concordando com a afirmativa. Podemos inferir que os discentes se sentem em grande quantidade capazes de começar um negócio próprio. Essa confiança reflete no resultado que acompanhamos nas afirmativas apresentadas anteriormente. Assim como, pode-se concluir também que existe na instituição um ensino adequado para a formação de um profissional de um perfil arrojado, com fortes habilidades para tornarem-se empreendedores.

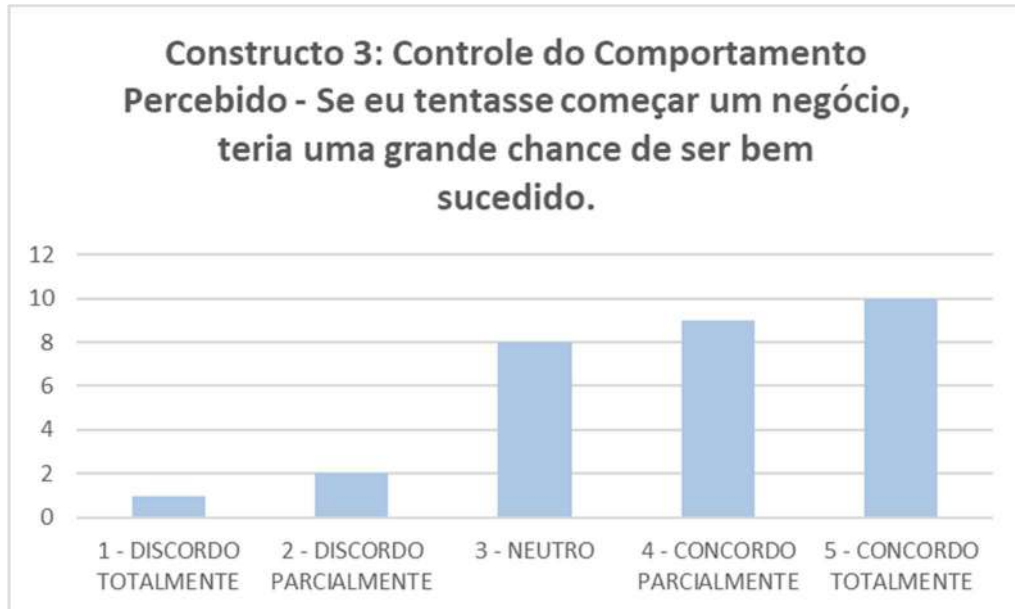
Gráfico 11 - Capacidade no controle de criação de um novo negócio



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Ao se depararem com a afirmativa de que seriam capazes de controlar o processo de criação de um novo negócio, 12 respondentes afirmaram que concordam de maneira parcial com a afirmação, e logo em seguida 7 respondentes afirmaram que concordam de maneira total. Vemos, assim, a predominância positiva na segurança que os discentes têm no processo de criação de um empreendimento, isso pode também estar ligado ao processo de formação adotado pelos docentes do curso de administração do IFPB, assim como pela sua grande curricular, com matérias que preparam o discente para a própria prática empreendedora, como no caso a disciplina de formação de empreendedores versando sobre plano de negócios e outros quesitos pertinentes a formação de um empreendedor e também a disciplina de estratégia por exemplo, onde questões como a manutenção e escalonamento de resultados de um empreendimento são ensinados.

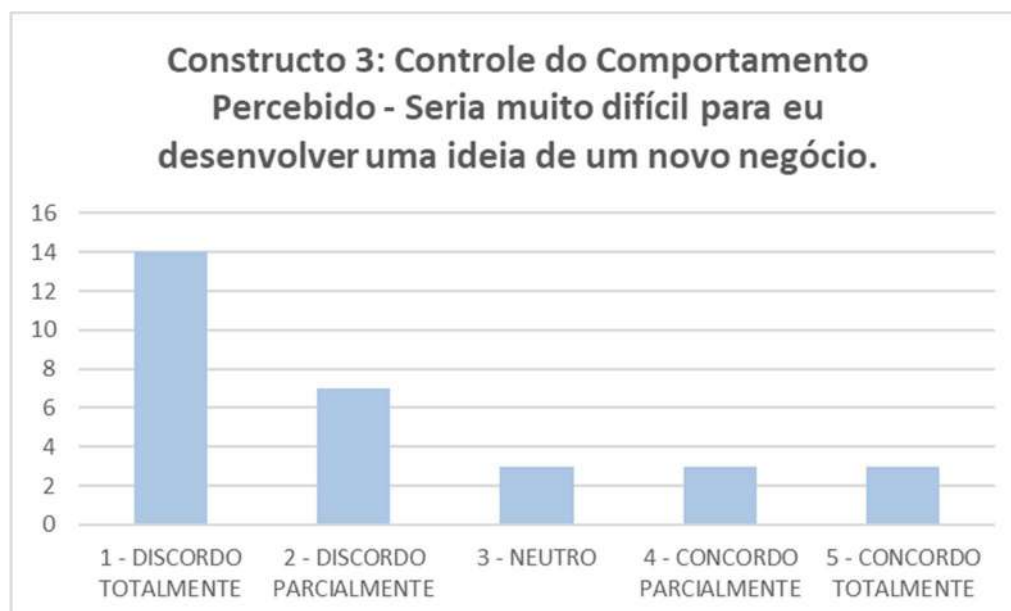
Gráfico 12 - O sucesso na criação de um novo negócio



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

33% dos discentes disseram que teriam uma grande chance de obter sucesso caso iniciassem um empreendimento. Logo em seguida, 30% afirmaram concordar parcialmente com a afirmativa. Essa predominância de concordância positiva mostra que além de os discentes terem o interesse em abrir seu negócio, terem o apoio de amigos e familiares eles também têm a segurança de que obterão sucesso na empreitada. Mais uma vez vimos que durante o curso de administração existe uma preocupação assim como uma prioridade para a formação de um profissional multifacetado, e não apenas um profissional que esteja direcionado a atuar no mercado de trabalho propriamente dito.

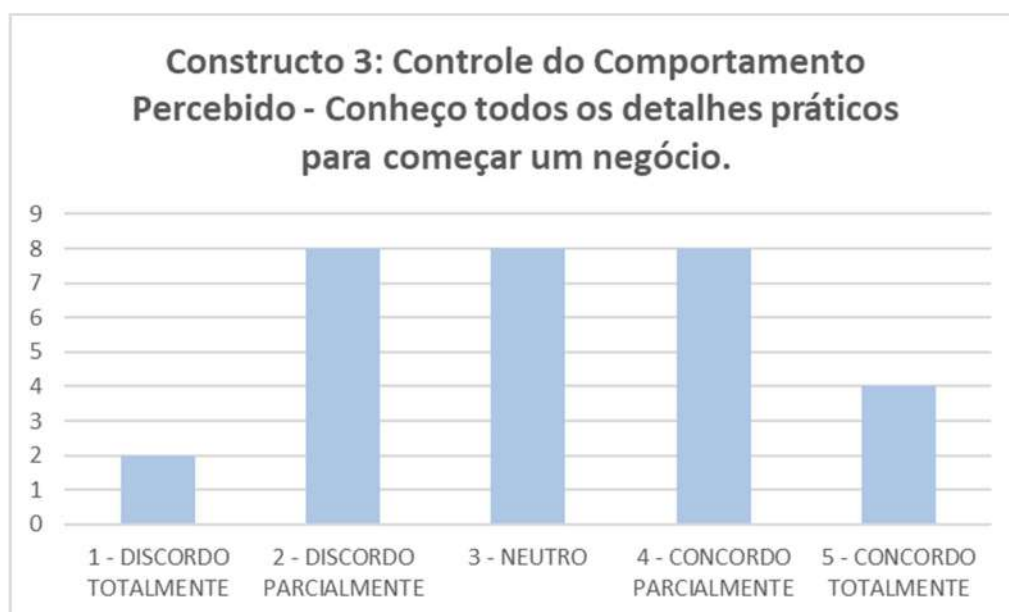
Gráfico 13 - Dificuldade em desenvolver uma ideia de negócio



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

De acordo com o apurado, os discentes afirmaram que discordam totalmente de que sentirão dificuldades em desenvolver uma ideia para transformar em negócio. Sendo assim, podemos ver que os discentes do curso se enxergam como criativos para poder desenvolver um empreendimento e assim gerar sua própria renda e até mesmo empregos para o país. Ao longo do curso os discentes estão expostos a atividades extracurriculares, como por exemplo a empresa júnior, que mostra na prática a vivência profissional de gestão de uma empresa em diversos departamentos, preparando assim ainda mais o discente para a vivência empreendedora. Além disso, estágios extracurriculares poderão ser feitos além do estágio curricular obrigatório, deixando assim o estudante com mais opções para se aprofundar na carreira de maneira prática.

Gráfico 14 - Conhecimento de detalhes para o início de um novo negócio

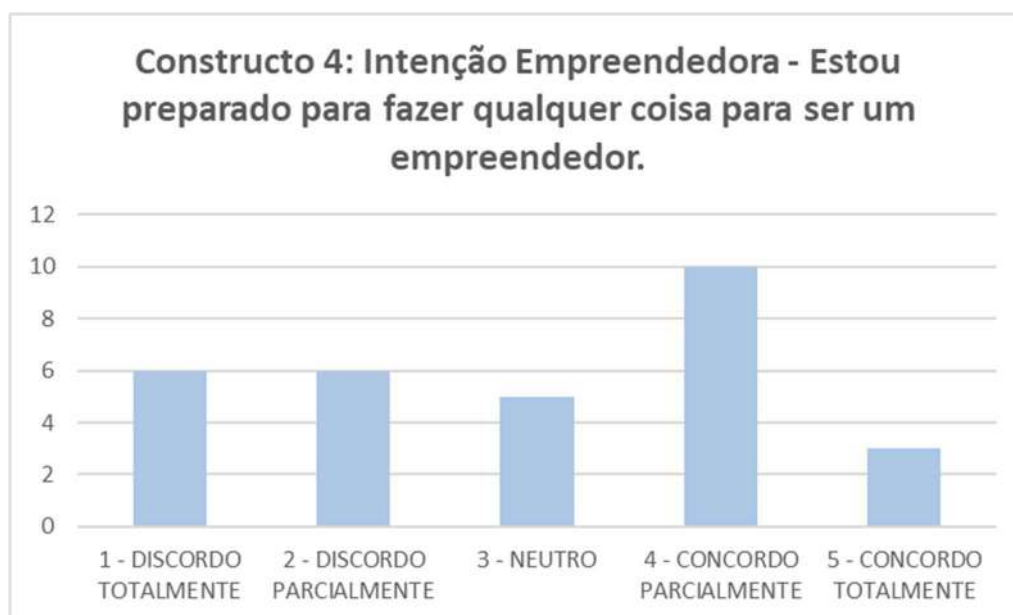


Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Quando confrontados com a afirmação de que eles conhecem todos os detalhes práticos para começar um novo negócio, os discentes se mostraram bem divididos em suas respostas. Diferentemente da tendência de quase que unanimidade nas decisões, agora tivemos um empate com 26% para os seguintes tópicos da escala, discordo parcialmente, neutro e concordo parcialmente. Com isso podemos ver que quando se fala na questão de conhecimento os discentes de maneira bem dividida não se mostram totalmente seguros, mesmo que conforme vimos anteriormente eles tenham a vontade de empreender, o apoio dos amigos e familiares e também sintam que teriam algum sucesso na empreitada. Essa questão pode ser entendida pelo fato de que o conhecimento aprofundado é uma busca individual, pois por mais que os profissionais que atuam no curso sejam capacitados e a grade curricular do mesmo seja diversificada e atual, a dedicação do aluno também e de extrema importância para um conhecimento concreto e que traga a sensação de aprendizado. Essa realidade é até comum para grande parte dos empreendedores brasileiros que já estão na ativa, mas que nesse caso não tem nenhum tipo de formação com ênfase em gestão, realidade totalmente diferente dos respondentes desta pesquisa. Isso se dá muito pelo fato do brasileiro resolver as coisas através do “jeitinho brasileiro” que de acordo com

Barbosa (1992), chama atenção por seu caráter universal, multifacetado e ambíguo. Para Vieira, Costa e Barbosa (1982, p. 20), esse jeitinho brasileiro é "a maneira pela qual se pode resolver as dificuldades, sem contrariar as normas e leis".

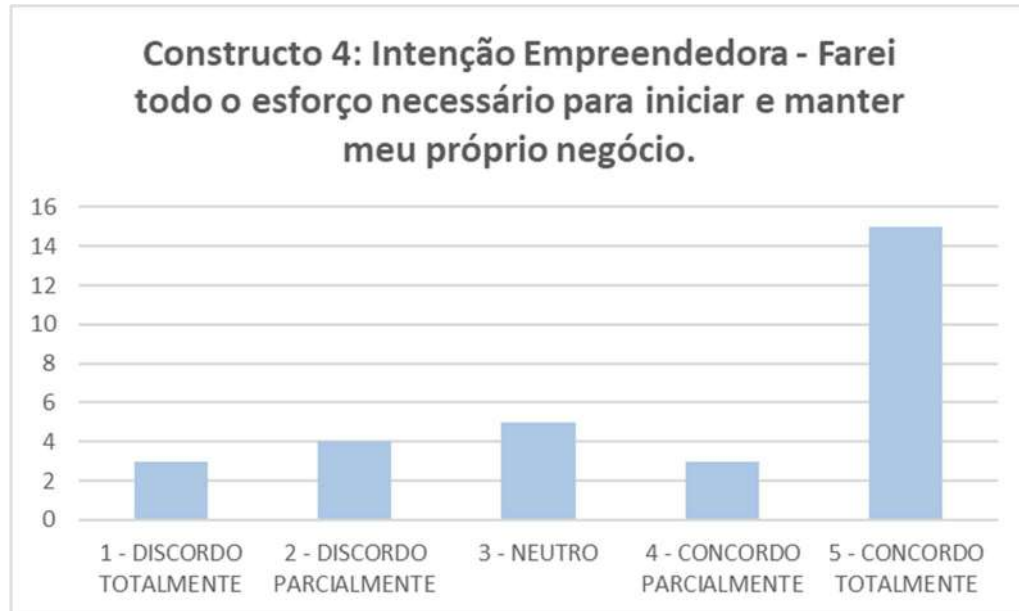
Gráfico 15 - Estou preparado para qualquer coisa para ser um empreendedor



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Para ser um empreendedor não basta apenas a vontade, o apoio de quem está a sua volta ou conhecimento, mas também coragem e disposição, principalmente no Brasil que como vimos anteriormente temos diversas dificuldades, sobretudo a questão tributária. E os discentes do curso de Administração do IFPB parecem saber muito bem disso, pois mais de 30% informaram que estão dispostos a fazer qualquer coisa para se tornar um empreendedor. Isso é muito importante para fazer a ideia de desenvolver um novo negócio dar certo. Mesmo que anteriormente eles tenham afirmado que não sentem que detenham todos os conhecimentos necessários para fundar e gerir um empreendimento, eles têm a intenção de enfrentar e superar os obstáculos, detalhe muito importante para um empreendedor, que muitas das vezes pode até ajudar em situações que a falta de conhecimento pode acarretar. Com isso podemos ver mais uma vez que os discentes estão bem inclinados para a intenção empreendedora.

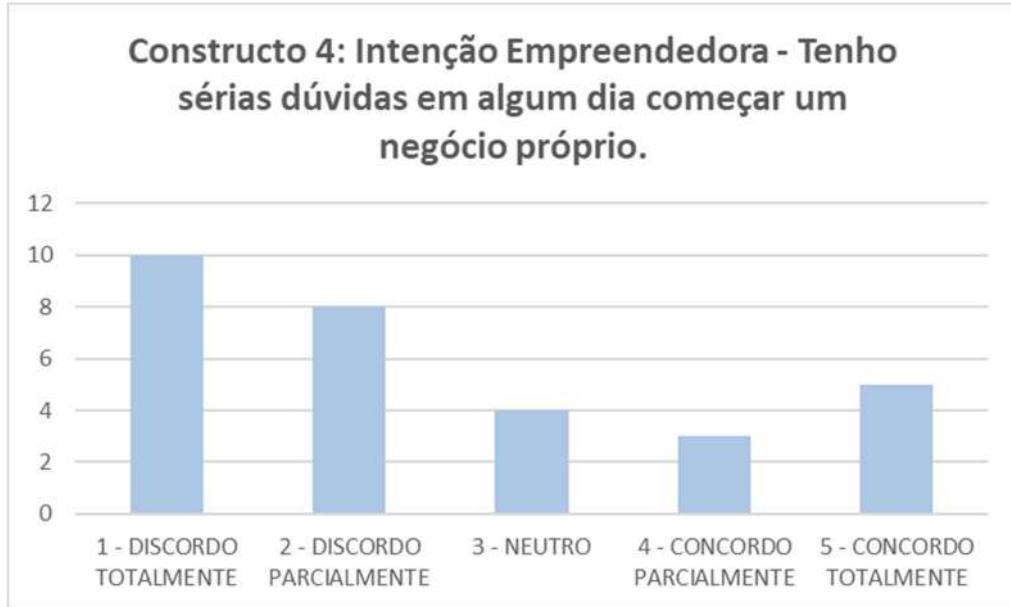
Gráfico 16 - Esforço para iniciar e manter o meu negócio



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

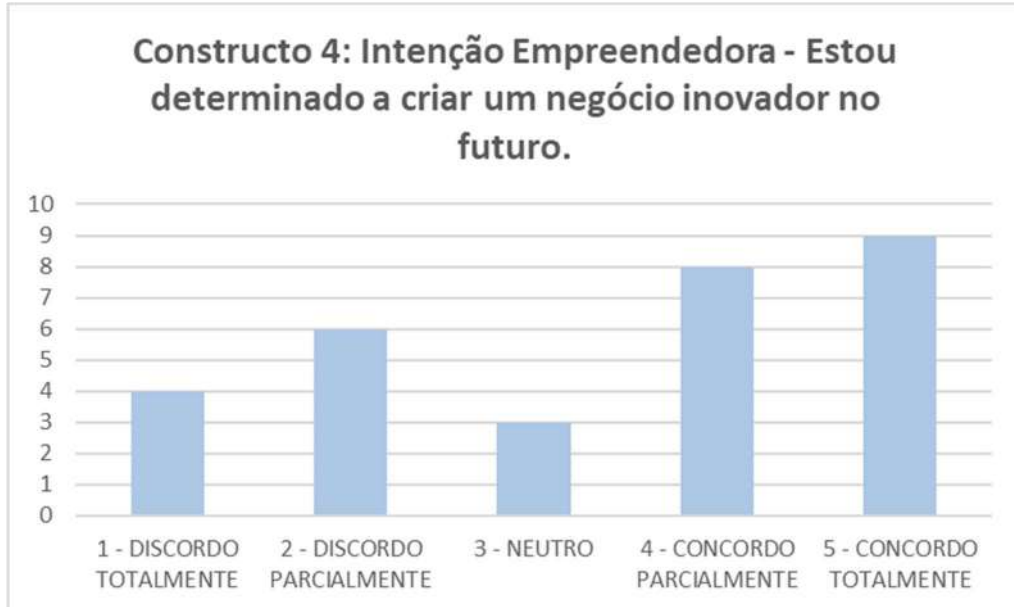
Quando se depararam com a afirmativa de que fariam todo o esforço para iniciar e manter um negócio, 50% afirmou que concorda totalmente que fariam um esforço para se tornarem empreendedores. Isso reflete que os discentes que foram atingidos pela pesquisa estão decididos a se tornar empreendedores e desenvolverem seus próprios negócios, assim como eles são cientes de que não é necessário um esforço para se tornar empreendedor, mas também se esforçar e superar obstáculos para a manutenção do negócio.

Gráfico 17 - Tenho dúvidas em iniciar ou não um negócio



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

De acordo com o que vemos nessa afirmativa, os discentes não têm muitas dúvidas se algum dia querem iniciar um negócio próprio, já que 33% afirmaram que não têm sérias dúvidas quanto a isso. O percentual vai caindo conforme a escala vai concordando com a afirmativa. Ou seja, a predominância é que os discentes discordem de que haja alguma dúvida em iniciar um negócio.



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

30% dos respondentes informaram que estão determinados a criar um negócio futuramente, representando assim o quanto os discentes estão inclinados com a possibilidade de serem gestores do próprio negócio, já que esses 30 % concordaram totalmente com a afirmativa. Logo em seguida tivemos 26% concordando parcialmente com a afirmação, deixando claro assim que mesmo que seja de maneira parcial, ainda assim uma boa parte dos respondentes estão inclinados para o empreendedorismo.

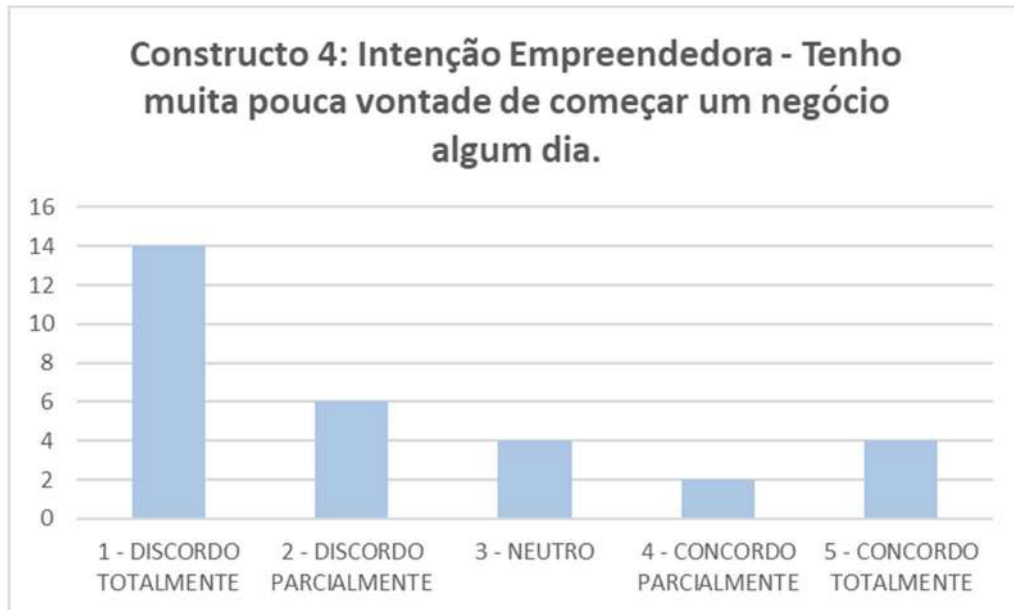
Gráfico 19 - Empreendedorismo como objetivo profissional



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

De maneira empatada 26% dos discentes informaram que tem como objetivo profissional serem empreendedores, mostrando assim que o empreendedorismo para os alunos de administração do IFPB do 6, 7 e 8 período não é apenas um desejo, mas sim um objetivo de vida. Isso frisa mais uma vez a inclinação que eles têm para o movimento empreendedor.

Gráfico 20 - Vontade de empreender algum dia



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

De maneira inversa ao que vimos no gráfico anterior, a afirmativa agora era de que os discentes tinham pouca vontade de começar algum negócio algum dia, e seguindo a linha de pensamento anterior, eles discordaram disso totalmente em 46%, mostrando assim que eles estão firmes na opinião de que tem a intenção de empreender algum dia. De maneira análoga aos outros gráficos conforme o grau de concordância vai aumentando com esse tipo de afirmação que vai contra ao empreendedorismo, o número de alunos que votaram a favor diminui, mostrando assim que são fiéis de maneira positiva ao movimento empreendedor.

Sendo assim, pudemos perceber que os discentes que foram atingidos pela pesquisa estão voltados de maneira positiva para a questão do empreendedorismo, considerando de maneira aberta como uma opção de carreira, e não se limitando apenas ao mercado de trabalho e ao emprego como funcionário para outro empreendedor. Eles desejam criar as próprias oportunidades, gerando assim também oportunidades e renda para outros.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo como objetivo geral analisar a intenção empreendedora dos concluintes do curso superior de bacharelado em administração ofertado pelo IFPB e objetivos específicos investigar o quanto o curso superior de bacharelado em administração do IFPB contribui para a intenção empreendedora dos discentes durante a graduação e compreender se os discentes do curso superior de bacharelado em administração consideram o empreendedorismo como opção de carreira, podemos ver por meio da análise das respostas obtidas através do questionário realizado que os discentes estão extremamente alinhados positivamente para todos os objetivos propostos, tendo assim uma boa aceitação por parte dos mesmos das afirmativas que constam nos quatro construtos do questionário utilizado.

Como principais resultados tivemos um índice de 46,7% de respondentes discordando de que uma carreira como empreendedor não seria atraente para eles e 63,3% afirmando que começariam um negócio caso tivessem a oportunidade. Porcentagem essas bem atrativas para um cenário empreendedor. Quanto à questão do apoio recebido vindo de familiares e amigos, todas as três afirmativas tiveram acima de 40% de aceitação dos discentes, mostrando assim que eles não teriam problemas caso precisassem de um apoio. Ao chegar no constructo de número três as respostas ficaram mais balanceadas, porém devemos levar em consideração que ele é um constructo que aborda sobre a tentativa de iniciar um negócio de fato, enquanto os outros dois construtos anteriores abordam questões como vontade e apoio.

Esse resultado pode ser compreendido pelo fato de que a vontade e o apoio é um fator, já o real início do empreendimento em um país de poucas garantias e segurança para empreendedores é totalmente outra realidade. Ao chegar no constructo de número quatro mais uma vez vimos a inclinação positiva ao empreendedorismo, já que eles afirmam em grande maioria de que estão dispostos a se esforçar para criar um negócio, assim como não tem dúvidas de que algum dia pretendem trilhar esse caminho.

Podemos assim concluir que, conforme dito na seção anterior, os discentes têm a intenção de empreender após concluir a sua graduação, assim como os respondentes quase que em sua unanimidade consideram o empreendedorismo como opção de carreira além do mercado de trabalho. Também podemos ver que o curso superior de bacharelado em Administração tem uma contribuição nessa decisão dos

alunos, já que podemos ver através das respostas que eles têm a ciência de que o empreendedorismo não seja tarefa fácil, mas mesmo assim eles tem o intuito de em um futuro ter algum tipo de empreendimento próprio.

Apesar do resultado atingido, uma grande limitação da pesquisa foi o encontro de materiais que tragam dados e resultados de pesquisas feitas relacionadas ao empreendedorismo no Instituto Federal Da Paraíba de maneira específica. Outra limitação foi a questão dos discentes que se propuseram a responder o questionário, onde foi obtido um total de 30 respostas, impossibilitando assim uma análise mais aprofundada do assunto. Fica como sugestão de estudos na área a comparação da intenção empreendedora de alunos que estão nos períodos iniciais do curso com a intenção dos alunos que estão nos períodos finais, assim como também seria interessante e de muita contribuição para a área um estudo que mostrasse se de fato esses alunos empreenderam após concluir os estudos, de qual forma empreenderam e em qual ramo.

REFERÊNCIAS

AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 50, 179-211, 1991.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. São Paulo: Atlas, 2010.

BARBOSA, L. **O jeitinho brasileiro**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

BIGNETTI, Bernardo. **Análise da Influência da criatividade e da paixão empreendedora sobre a intenção empreendedora de estudantes universitários**. 2018. 136 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018. Disponível em: <<https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/7987?mode=full> Acesso em: 14 set. 2023

BIRD, B. Implementing entrepreneurial ideas: The case for intentions. **Academy of Management Review**, v. 13, n. 3, p. 442-454, 1988.

BRUTON, G.; AHLSTROM, D.; Li, H. **Institutional theory and entrepreneurship: Where are we now and where do we need to move in the future?** *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 421–440. (2010). doi:10.1111/j.1540-6520.2010.00390.x

CANTILLON, Richard. **Ensaio Sobre a Natureza do Comércio em Geral**. Paris. 1755

CONCEIÇÃO, O. S. **Empreendedorismo: Perfil dos jovens empreendedores de Caraguatatuba**. Monografia (Curso Técnico de Processos Gerenciais) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Caraguatatuba – IFSP, 2017, 50 p.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis; **Transformando Idéias em Negócios**; 2. Ed; Rio de Janeiro; Elsevier, 2005.

DRUCKER, P. F. **Innovation and Entre-preneurship: Practice and Principles**. Nova York: Harper & Row, 1986

FAYOLLE, A.; GAILLY, B. The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. **Journal of small business management**, v. 53, n. 1, p. 75-93, 2015

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4^a. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2002.

GLOBAL Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Nacional – 2000**

GLOBAL Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo - 2022**

HISRICH, R. D. & PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

IBGE. **Demografia das Empresas e Estatística de Empreendedorismo**, 2020. Disponível em <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em 25/09/2023

KASSICIEH, S. K.; RADOSEVICH, H. R.; BANBURY, C. M. Using attitudinal, situational, and personal characteristics variables to predict future entrepreneurs from national laboratory inventors. **IEEE Transactions on Engineering Management**, 44(3), 248-257, 1997. Disponível em: <<https://ieeexplore.ieee.org/document/618076>>. Acesso em 20 ago. 2023.

KENNEDY, J.; DRENNAN, J.; RENFROW, P.; WATSON, B. Situational factors and entrepreneurial intentions. In: ANNUAL CONFERENCE OF

KRUEGER, N. F.; BRAZEAL, D. V. Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 18, n. 3, p. 91–104. 1994.

KRUEGER, N. F., REILLY, M. D., & CARSRUD, A. L. Competing models of entrepreneurial intentions. **Journal of Business Venturing**, 15(5–6), 2000, 411–432.

KURATKO, D. **Empreendedorismo**: Teoria, processo e prática. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

Laviere, C. (2010). **Educação empreendedora?** In R. M. A. Lopes (Org.), *Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas* (pp. 1-16). Rio de Janeiro: Elsevier.

LUDWIG, Antonio Carlos Will. *Fundamentos e Prática de Metodologia Científica*. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes 2015

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração Para Empreendedores: Fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação Científica: prática de fichamentos, resumos, resenhas**. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

MEDEIROS, J.W de M. **Universo, Amostragem e Amostra: Nuances e Perspectivas**. João Pessoa. 2021

Redação. Brasil figura entre as cinco economias mais empreendedoras do mundo. **ASN- Agência Sebrae De Notícias**, 10/01/2023. Disponível em <https://agenciasebrae.com.br/brasil-empendedor/brasil-figura-entre-as-cinco-economias-mais-empreendedoras-do-mundo/>. Acesso em: 20/08/2023

SCHUMPETER, Joseph. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Estados Unidos. 1942

SIQUEIRA, Moema M. de; GUIMARÃES, Liliane de Oliveira; **Singularidades do empreendedorismo brasileiro: subsídios para políticas públicas de apoio aos novos negócios**; Revista de Gestão e Tecnologia; v.7; n.2; 2006.

SMALL ENTERPRISE ASSOCIATION OF AUSTRALIA AND NEW ZEALAND, 16., Pretoria, África do Sul, 2003. **Proceedings...** Pretoria, África do Sul, 2003.

SMALL ENTERPRISE ASSOCIATION OF AUSTRALIA AND NEW ZEALAND, 16., Pretoria, África do Sul, 2003. **Proceedings...** Pretoria, África do Sul, 2003.

SOUZA, Roosiley dos S.; SILVEIRA, Amelia; NASCIMENTO, Sabrina do. Ampliando a mensuração da intenção empreendedora. **Revista de Administração FACES Journal**, Belo Horizonte, v. 17, n. 2, p. 74-93, abr./jun. 2018. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/facesp/article/view/5319/3103>>. Acesso em: 26 out. 2019.

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.

UNIVERSIDADES EMPREENDEDORAS. **Ranking das Universidades Empreendedoras- 2021**. Disponível em: <https://universidadesempreendedoras.org/>. Acesso em 10/09/2023.

VALE, G. M. V. **Empreendedorismo, marginalidade e estratificação social**. Revista de Administração de Empresas, v. 54, n. 3, p. 310-321. (2014).

VIEIRA, C. A.; COSTA, F. L. da; BARBOSA, L. O. **O jeitinho brasileiro como um recurso de poder**. *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, v. 16, p. 5-31, abr./jun. 1982.

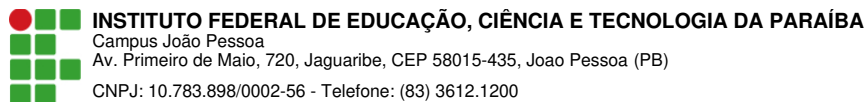
YUKONGDI, V.; LOPA, N. Z. Entrepreneurial intention: a study of individual, situational and gender differences. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, 24(2), 333- 352, 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2016-0168>>. Acesso em: 01 set. 2021.

APÊNDICE

APÊNDICE A - INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS - QUESTIONÁRIO

CONSTRUCTOS	Itens	Afirmativas
Atitude Pessoal	A02	Uma carreira como empreendedor não é atraente para mim.
	A10	Se eu tivesse oportunidade e recursos, eu adoraria começar um novo negócio próprio.
	A12	Diante de várias opções, preferiria qualquer coisa, exceto começar um negócio próprio.
	A15	Ser um empreendedor me traria grande satisfação.
	A18	Ser um empreendedor implica mais em vantagens do que em desvantagens pra mim.
Normas Subjetivas	A03	Meus amigos aprovariam minha decisão de começar um negócio.
	A08	Meus parentes mais próximos aprovariam minha decisão de começar um novo negócio.
	A11	Meus colegas de trabalho aprovariam minha decisão de abrir um novo negócio.
Controle do Comportamento Percebido	A01	Começar e manter um negócio próprio seria fácil para mim.
	A05	Acredito que seria completamente incapaz de começar um negócio próprio.
	A07	Sou capaz de controlar o processo de criação de um novo negócio.
	A14	Se eu tentasse começar um negócio, teria uma grande chance de ser bem sucedido.
	A16	Seria muito difícil para eu desenvolver uma ideia de um novo negócio.
	A20	Conheço todos os detalhes práticos para começar um negócio.
Intenção Empreendedora	A04	Estou preparado para fazer qualquer coisa para ser um empreendedor.
	A06	Farei todo o esforço necessário para iniciar e manter meu próprio negócio.
	A09	Tenho sérias dúvidas em algum dia começar um negócio próprio.
	A13	Estou determinado a criar um negócio inovador no futuro.
	A17	Meu objetivo profissional é ser um empreendedor.
	A19	Tenho muita pouca vontade de começar um negócio algum dia.

Fonte: Adaptado com base no Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ).



Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TCC Versão Final

Assunto: TCC Versão Final
Assinado por: Ramon Silva
Tipo do Documento: Anexo
Situação: Finalizado
Nível de Acesso: Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência: Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Ramon Pereira Soares da Silva, ALUNO (20201460014) DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - JOÃO PESSOA**, em 12/12/2023 21:56:35.

Este documento foi armazenado no SUAP em 12/12/2023. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1020775
Código de Autenticação: b1851ff5ba

