

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
Departamento de Economia
Programa de Pós-Graduação em Organizações e Mercados



Dissertação

Influência do ambiente universitário na intenção empreendedora: Uma análise comparativa para universidades públicas e privadas no Brasil

Maria Renata Martínez Barral

Pelotas, 2015

MARIA RENATA MARTÍNEZ BARRAL

Influência do ambiente universitário na intenção empreendedora: Uma análise comparativa para universidades públicas e privadas no Brasil

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Organizações e Mercados da Universidade Federal de Pelotas, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Economia Aplicada.

Orientador: Mario Duarte Canever

Co-orientador: Felipe Garcia Ribeiro

Pelotas, 2015

Maria Renata Martínez Barral

Influência do ambiente universitário na intenção empreendedora: Uma análise comparativa para universidades públicas e privadas no Brasil

Dissertação aprovada, como requisito parcial, para obtenção do grau de Mestre em Economia Aplicada, Programa de Pós-Graduação em Organizações e Mercados, Faculdade de Economia, Universidade Federal de Pelotas.

Data da defesa:

Banca examinadora:

Prof. PhD. Mario Duarte Canever (Orientador).
Doutor em Administração pela Universidade Wageningen

Prof. Dr. Edar da Silva Añaña
Doutor em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Gibran da Silva Teixeira
Doutor em Economia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Regis Augusto Ely
Doutor em Economia pela Universidade de Brasília

Agradecimentos

Agradeço, em primeiro lugar, à minha família, que sempre me incentivou e me apoiou em todos os momentos.

A todos os meus amigos que me entenderam e me apoiaram nessa jornada.

Aos colegas do PPGOM que tornaram essa caminhada mais alegre e uma grande base de apoio nos momentos difíceis. Tornaram-se amigos para a vida.

Aos professores do PPGOM que sempre estiveram à disposição para ensinamentos didáticos, profissionais e para a vida.

A todas as universidades públicas e privadas que cederam tempo e espaço para contribuir com a minha pesquisa.

Ao professor Felipe que apoiou e se disponibilizou para aprimorar esta pesquisa.

E ao meu orientador Mario Canever que me apoiou e me estimulou a sempre buscar o meu melhor. Que se engajou com tempo, paciência e conhecimentos neste trabalho e no meu aprendizado.

Resumo

BARRAL, Maria Renata Martínez. Influência do ambiente universitário na intenção empreendedora: Uma análise comparativa para universidades públicas e privadas no Brasil. 2015. Dissertação (Mestrado em Economia Aplicada) – Programa de Pós Graduação em Organizações e Mercados, Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2015.

Este estudo teve como objetivo analisar a intenção empreendedora (IE) em diferentes ambientes institucionais no Brasil: Universidades Públicas e Privadas. Para tal, foi utilizado o modelo de Krueger et al., (2000), conhecido como Modelo Clássico de Intenções Empreendedoras. Os dados foram coletados através de um questionário estruturado em três universidades públicas e três privadas em cidades do sul do Brasil: Pelotas, Rio Grande e da região metropolitana de Porto Alegre. Foi realizada uma análise comparativa utilizando o método econométrico de diferenças em diferenças. Além disso, foi testada a consistência entre os dados e o modelo proposto. Os resultados estão de acordo com parte de estudos anteriores mostrando que os estudantes de universidades privadas têm intenções empreendedoras mais elevadas, no entanto, os nossos dados mostram também que os alunos já tinham esse comportamento antes de entrarem na universidade. Assim, não há diferença na influência do ambiente universitário público e privado na IE, exceto no fator que expressa o desejo de aprender sobre empreendedorismo. Já quanto à consistência do modelo de Krueger et al. (2000) não obtemos ajustes suficientes para validar a sua estrutura.

PALAVRAS CHAVES: estudantes universitários; intenção empreendedora; ambiente universitário; educação empreendedora; modelos de equações estruturais

Abstract

BARRAL, Maria Renata Martínez. Influence of university environment on entrepreneurial intention: A comparative analysis for public and private universities in Brazil. 2015. Dissertation (Master degree in Applied Economy) – Programa de Pós Graduação em Organizações e Mercados, Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2015.

This study aimed to analyze the entrepreneurial intention (IE) in different institutional environments in Brazil: Public and Private Universities. For this purpose, we used the model of Krueger et al., (2000) known as The Classic Entrepreneurial Intentions Model. Data were collected through a structured questionnaire in three public and three private universities in southern Brazil (cities of Pelotas, Rio Grande and the metropolitan area of Porto Alegre). We performed a comparative analysis using the econometric method of difference in differences. Furthermore, the consistency was tested between the data and the proposed model. The results were in agreement with previous studies showing that students of private universities have higher entrepreneurial intentions, nevertheless our data also show that students already had that mentality before going to the university. Thus, there is no difference in the influence of public and private university setting in the IE, except in the factor that expresses the desire to learn about entrepreneurship. For this factor, students of public universities show a decreased level of desire from the beginning to the end of the graduation period, while in private universities that desire keeps constant. As for the consistency of the model of Krueger et al. (2000) we haven't get enough adjustments to validate the model.

KEYWORDS: college students; entrepreneurial intention; university environment; education entrepreneurial; structural equation modeling

Lista de Figuras

Figura 1 - Modelo Clássico de Intenção Empreendedora.....	13
Figura 2 - Modelo Clássico de Intenções Empreendedoras de Krueger et al. (2000).....	28
Figura 3 - Modelo Clássico de Intenções Empreendedoras de Krueger et al. (2000) com divisão de fatores	32
Figura 4 – Modelo Clássico de Intenções Empreendedoras de Krueger et al. (2000) ajustado e com divisão de fatores	34
Figura 5 - Trajetórias do F2DE nas IES.....	37

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Características descritivas da amostra.....	20
Tabela 2 - Medidas de ajuste geral do modelo.....	23
Tabela 3 - Média dos constructos para o início e fim dos períodos universitários, nas universidades pública e privada	
Tabela 4 - Matriz de Correlação.....	29
Tabela 4 - Matriz de Correlação - continuação.....	30
Tabela 5 - Fatores, Factor Loadings e Alfa de Cronbach.....	31
Tabela 6 - Estatísticas dos ajustes do modelo.....	33
Tabela 7 - Efeito das universidades sobre os fatores	36
Tabela 8 - Equação (4) para o F2DE.....	36

Sumário

1. Introdução	9
1.2 . Objetivos da pesquisa	11
2. Referencial Teórico	12
2.1. Modelos de Intenções Empreendedoras	12
2.2. Ambientes universitários	14
2.2.1. Universidades Públicas x Universidades Privadas	15
3. Dados e métodos	19
3.1 Amostra	19
3.2 Procedimentos de mensuração	20
3.3 Métodos utilizados	23
3.3.1 Modelos de equações estruturais	23
3.3.2 Análise fatorial	24
3.3.3 Método de diferenças em diferenças	24
4. Resultados	27
4.1 Ambiente Universitário e Intenção Empreendedora	27
4.2 Ajustamento do Modelo de Krueger et al, (2000) para o ambiente universitário	27
4.3 O Efeito do Ambiente Universitário na Intenção Empreendedora e nos seus Antecedentes	35
5 Discussão e considerações finais	38
Referências	41
Apêndices	47
Apêndice A – Questionário	48

1. Introdução

O empreendedorismo inovador tem se tornando um fenômeno social relevante ao longo do tempo em muitos países tanto que a criação de novos negócios é uma das soluções para o problema do desemprego (Birch, 1981; Reynolds et al., 2001), para o desenvolvimento regional e crescimento econômico (Reynolds et al., 1994; Morris, 1998; Porter, 2000; Acs e Storey, 2004) e para a promoção da inovação (Acs e Armington, 2004; Sutaria e Hicks, 2004; Audretsch e Keilbach, 2007). Assim, cada vez mais os governos de países delineiam programas para incentivar a criação de novas empresas e para a promoção do empreendedorismo, inclusive no Brasil.

Desde os anos oitenta e, no Brasil, do início da década passada, a literatura em empreendedorismo tem se tornado um importante e fértil campo de investigação científica. Atualmente o empreendedorismo é estudado em diversas áreas como antropologia, geografia, psicologia, economia e sociologia. Uma das áreas com larga tradição é o estudo dos indivíduos e a sua relação com o evento empreendedor. Tal linha de investigação salienta as dimensões motivacionais (Shane e Venkataraman, 2000) e cognitivas (Krueger, 2003; Baron e Ward, 2004) dos indivíduos na formação de novas empresas e no empreendedorismo em geral.

Neste estudo, nós nos utilizaremos da base de conhecimentos em cognição, em especial, sobre a formação da intenção empreendedora (IE), para analisar a influência de diferentes ambientes institucionais na IE de estudantes universitários.

O sistema universitário brasileiro é constituído por dois ambientes institucionais distintos: o público e o privado. Embora, haja exceções, é na universidade pública que se concentra a maior e mais qualificada base de investigação científica do país. No entanto, as agendas de pesquisas são tradicionalmente direcionadas aos interesses de cientistas e pesquisadores (*science push*) e são pouco articuladas com as demandas da sociedade e pouco comprometidas com a inovação (Andrade, 2012). Neste sentido, a interação universidade, empresa e governo (Tripla Hélice) ainda precisa ser consolidada para o ambiente tornar-se propício ao empreendedorismo (Audy, 2006). Já a tônica na universidade privada é de sustentação financeira. Assim, para atraírem estudantes, elas buscam estratégias de diferenciação, que muitas vezes estão em sintonia com as demandas imediatas da comunidade e das empresas. Contudo, similarmente às universidades públicas, pouco inovam nas interações com a comunidades (Endeavor, 2012).

Embora o ambiente universitário brasileiro esteja institucionalmente caracterizado em público e privado, sendo que isto impacta na missão e na forma de atuação de cada instituição, recentemente instalou-se no país um movimento para tornar as universidades mais

responsáveis e comprometidas com o futuro econômico e social de suas regiões (Endeavor, 2012). Então, a preocupação pedagógica com a formação em inovação e empreendedorismo e com o aumento das capacidades empreendedoras está na pauta do dia em ambos os tipos de universidades. Assim, estimula-se a formação de recursos humanos em negócios, com a criação de empresas juniores, de incubadoras de empresas e de parques tecnológicos. No entanto, não se tem uma avaliação clara da efetividade destas ações e nem se iniciativas como estas impactam as atitudes, intenções e comportamentos dos estudantes de forma distinta no ambiente público e no ambiente privado.

Para o desenvolvimento de características empreendedoras nos estudantes, a educação universitária e o empreendedorismo não devem ser dissociados. Desta forma, a identificação e a análise dessas características dos estudantes tem papel central para o adequado desenvolvimento de programas relacionados com empreendedorismo e com a criação de empresas. Portanto, investigar quais os fatores que determinam a IE em diferentes ambientes institucionais é um elemento crucial na pesquisa em empreendedorismo. Uma vez que ela tem sido descrita como um estado mental consciente que dirige a atenção (e conseqüentemente a experiência e a ação), em direção a um objeto ou meta específica (Bird, 1989). E é tida como um preditor primário do futuro comportamento empreendedor (Krueger et al. 2000; Schwarz et al. 2006).

No entanto, existe apenas um número limitado de estudos considerando a influência do ambiente na intenção empreendedora a nível universitário (Wang and Wong 2004; Endeavor 2012, 2014, Perim 2012, Silva e Teixeira 2013, Zaidatol et al, 2013). Os estudos, em geral, concentram-se em análises descritivas que apontam que o nível da IE é mais elevado entre alunos das universidades privadas do que das públicas (Endeavor 2012, Perim 2012, Silva e Teixeira 2013). Estes estudos, entretanto, não objetivam avaliar se é o ambiente universitário o determinante desta diferença. Assim, neste estudo de caso, objetivamos responder a seguinte pergunta: Os ambientes universitários (público e privado) divergem na maneira em que influenciam na intenção empreendedora de seus estudantes?

A fim de alcançar este objetivo, utilizamos o modelo de IE proposto por Krueger et al. (2000). Este modelo preconiza que a IE é formada a partir das percepções de antecedentes, quais sejam: do desejo e da viabilidade de empreender, que por sua vez dependem da aceitabilidade da atividade empreendedora e da autoconfiança dos indivíduos em suas competências e habilidades empreendedoras. Para testar este modelo, construímos um *survey* com estudantes universitários do curso de administração de seis universidades (3 públicas e 3 privadas) do Rio Grande do Sul. Acreditamos que estas universidades sejam bem representativas para a região sul do Estado pelo adequado tamanho da amostra. A

contribuição do estudo está na capacidade metodológica de distinguir o efeito líquido dos ambientes universitários na IE e, nos antecedentes desta. Para tal, nos valem do método de diferenças em diferenças amplamente difundido nas literaturas de avaliação de políticas públicas (Neri e Medrado, 2010) e economia e ainda não utilizada na pesquisa em empreendedorismo.

Ademais, objetivamos ajustar o modelo de IE de Krueger et al. (2000) conforme o padrão formal preconizado pelos modelos de equações estruturais, nas condições ambientais brasileiras. Assim fazendo, teremos como resultado a confirmação dos relacionamentos hipotetizados no modelo clássico de Krueger et al. (2000). Dessa forma, esperamos que o desejo percebido e a viabilidade percebida afetem positivamente a IE, enquanto que as normas sociais percebidas e a percepção de autoconfiança (autoeficácia) afetem positivamente e respectivamente o desejo e a viabilidade da intenção empreendedora. Se, ao contrário, o modelo resultante não se ajustar, mais estudos deverão ser feitos para a validação do modelo de IE de Krueger et al. (2000) para as condições ambientais brasileiras.

Depois desta introdução, apresentaremos os objetivos da pesquisa, após, uma breve revisão da literatura sobre os modelos de intenções empreendedoras e sobre as características das universidades públicas e privadas brasileiras. Seguindo esta seção, a descrição da metodologia será apresentada. Os resultados e discussão são oferecidos conjuntamente na seção seguinte. Finalmente, algumas conclusões e implicações dos resultados são apresentadas.

1.2. Objetivos da pesquisa

Objetivo geral: Analisar se os ambientes universitários (público e privado) divergem na maneira em que influenciam na intenção empreendedora de seus estudantes.

Objetivos específicos:

1. Comparar cada dimensão do Modelo Clássico de Intenção Empreendedora de Krueger et al. (2000) entre estudantes de universidades públicas e privadas no ingresso e na conclusão do curso de graduação;
2. Testar e validar o Modelo Clássico de Intenção Empreendedora de Krueger et al. (2000);

2. Referencial Teórico

2.1. Modelos de Intenções Empreendedoras

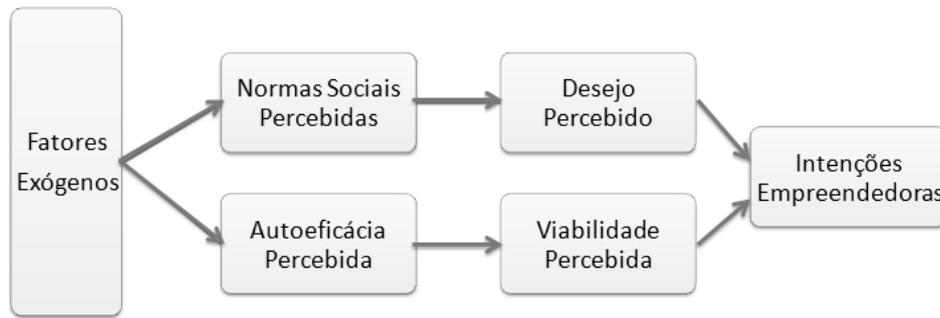
A abordagem tradicional no estudo da atividade empreendedora prevê que são condições situacionais do indivíduo (por exemplo, a situação empregatícia) e suas características pessoais (características demográficas ou traços de personalidade) (Krueger et al., 2000, Singh et al., 2012), os fatores preponderantes na definição de quem se tornará ou não um empreendedor. Esta abordagem tem caído em desuso devido a problemas metodológicos e conceituais assim como pela falta de capacidade explicativa do fenômeno empreendedor.

Para Krueger et al. (2000), os modelos de intenções provaram serem superiores aos modelos da abordagem tradicional uma vez que os empreendedores são também moldados por fatores motivacionais, pelo ambiente social e pelas percepções sobre as suas capacidades pessoais. Os autores sugerem que a abertura de uma empresa trata-se de um comportamento planejado que é antecedido de intenções e atitudes e não apenas de características individuais. As intenções são construídas ao longo da vida das pessoas, influenciadas diretamente por fatores como a confiança em suas habilidades e capacidades, a aceitação da carreira por pessoas importantes na vida dos indivíduos, bem como, pela motivação e avaliação da oportunidade, além de outros fatores.

Assim, os modelos foram evoluindo de modo a avaliar quais os antecedentes que melhor preveem a intenção empreendedora (IE). Os principais modelos que medem intenções empreendedoras na literatura internacional são o modelo da Teoria do Comportamento Planejado (TPB) de Ajzen (1985, 1991) e o Modelo do Evento Empreendedor (SEE) de Shapero (1982). Enquanto o modelo TPB de Ajzen é geral e serve para a análise de qualquer ação humana, o modelo de Shapero é específico para a análise do empreendedorismo.

Segundo Krueger et al. (2000), ambos TPB e SEE são largamente homólogos um ao outro e os dois modelos baseados em intenções oferecem aos investigadores uma ferramenta valiosa para a compreensão do processo de criação de uma empresa. Krueger et al. (2000) propõem então o Modelo Clássico de Intenção Empreendedora que advém de uma adaptação de Shapero (1982), Krueger (1993) e Krueger e Brazeal, (1994). A Figura 1 ilustra o modelo desenvolvido por Krueger e coautores.

Figura 1: Modelo Clássico de Intenção Empreendedora



Fonte: Adaptado de Krueger et al, (2000)

Este modelo foi se estruturando a partir de trabalhos anteriores. Por exemplo, em Krueger (1993), o autor sugere que as percepções de viabilidade e de desejo antecedem as intenções de se tornar um empreendedor. Já para Krueger e Brazeal (1994), as normas sociais e a autoeficácia percebidas foram identificadas como antecedentes do desejo e da viabilidade percebidas, respectivamente.

As normas sociais (NS) são definidas como o grau em que as pessoas próximas ao futuro empreendedor, aceitam essa escolha como opção de carreira. Essa aceitação reflete a influência de uma cultura organizacional e/ou social e fornece orientações para o que se considera aceitável em uma cultura. Granovetter (1973) destaca a importância das redes sociais para vários tipos de empreendimentos humanos, em que elas exerceriam papel crucial no processo empreendedor, na medida em que poderiam guiar e facilitar, assim como constrianger ou inibir, certas oportunidades.

O desejo percebido (DE) é uma medida da percepção do indivíduo do quanto ele considera desejável tornar-se um empreendedor.

A autoeficácia percebida (AE), ou a autoconfiança em um determinado domínio, é baseada na percepção dos indivíduos de suas competências e habilidades (Wilson et al., 2007). Este conceito reflete os pensamentos mais íntimos dos indivíduos sobre se eles acreditam que possuem as habilidades percebidas para o desempenho da tarefa, bem como a crença de que eles serão capazes de converter de forma eficaz essas habilidades em um resultado escolhido (Bandura, 1997).

A viabilidade percebida (VB) refere-se à percepção do indivíduo de que é realmente viável, possível, para ele, empreender como carreira profissional.

E por fim, a intenção empreendedora (IE) mede a real intenção do indivíduo em abrir uma empresa.

Diversos autores, (Autio et al., 2001; Chen et al., 1998; Fayolle et al., 2006; Kolvereid, 1996b; Kolvereid e Isaksen, 2006; Krueger, 1993; Krueger e Brazeal, 1994; Krueger et al., 2000; Peterman e Kennedy, 2003; Tkachev e Kolvereid, 1999; Veciana et al., 2005; Zhao et al., 2005), desde a construção destes modelos, vêm tentando contestá-los ou confirmá-los. O propósito destes estudos é principalmente confirmar quais os fatores que realmente influenciam na intenção empreendedora e quais são os antecedentes desta. De acordo com estes estudos, ainda são necessários estudos transculturais para avaliar o efeito de diferentes culturas e valores sobre a IE. Ao mesmo tempo, os estudos apontam que para pesquisas diferentes serem comparáveis, os instrumentos de medição têm que ser padronizados.

É dentro deste arcabouço teórico e conceitual que nossa análise será realizada. Verificaremos se os diferentes ambientes universitários exercem distintas influências em cada uma das esferas cognitivas relacionadas ao processo de tomada de decisão de empreender. Além disso, com base no Modelo Clássico de IE de Krueger et al., (2000), buscaremos, primeiramente, avaliá-lo e, posteriormente, adaptá-lo para medir os relacionamentos preconizados pelo mesmo.

2.2. Ambientes universitários

Como vimos e seguindo a teoria utilizada neste estudo, a percepção da viabilidade e do desejo de empreender, antecidos das normas sociais e autoeficácia percebidas são os principais fatores que irão formar a intenção empreendedora. Ou seja, a maneira como os indivíduos se veem capazes e da facilidade/dificuldade de se começar um negócio, assim como o modo como essa carreira é vista por pessoas ao seu redor e seu desejo pessoal de exercer essa atividade, os guiará, ou inibirá, para o ato de empreender.

É de se esperar, no entanto, que esses fatores sejam influenciados por circunstâncias alheias aos indivíduos, como por exemplo, o meio em que eles se encontram. Conforme Dornelas (2005), os empreendedores são produtos da época e do lugar em que vivem. A literatura de empreendedorismo nos sugere que o ambiente em que os indivíduos se encontram irá influenciar na decisão de tornar-se um empreendedor. Tanto o macroambiente - localização geográfica (aspectos sociais, culturais, políticos) - quanto o microambiente - o ambiente em que ele está inserido no dia a dia, como a família, a empresa e a escola.

Em relação ao macroambiente, de acordo com Veciana et al. (2002), a teoria institucional trouxe destaque para os fatores institucionais ou contextuais (culturais, sociais, políticos e econômicos) como determinantes do empreendedorismo. Shane et al. (2003), ressaltam que as condições ambientais importam, onde a vontade de se envolver em

atividades empreendedoras depende de aspectos como o sistema legal do país em que o empreendedor atua, a idade da indústria, a disponibilidade de capital na economia (e para a indústria, em particular), a condição dos mercados de capitais, bem como o estado da economia global. Díaz-Casero et al. (2009) salienta que o ambiente social e cultural, influencia na formação das crenças, dos valores e das atitudes que por sua vez influenciam nos comportamentos dos indivíduos. Assim, esse ambiente influencia na percepção de desejo e viabilidade e no objetivo final da criação de um novo negócio (Bruno e Tyebjee 1982; Kent, 1984; Burch 1986; Birch 1987; Dubini 1989).

Já a respeito do microambiente, o ambiente no qual o indivíduo interage no dia a dia, que é claramente relacionado ao macroambiente, trazemos que as situações que os indivíduos presenciam e as relações que eles mantêm diariamente nos seus círculos sociais são capazes também de influenciar nos antecedentes da intenção empreendedora. Em outras palavras, é na sua família, comunidade, igreja, local de trabalho e local de estudo que as pessoas irão obter informações favoráveis ou contrárias ao empreendedorismo e que afetarão os antecedentes da intenção, assim como o próprio comportamento dos indivíduos.

O nosso interesse em questão é no ambiente de estudo dos universitários, uma vez que as universidades visam influenciar na formação dos estudantes. Mais especificamente, queremos entender se, e de que maneira, diferentes ambientes de Instituições de Ensino Superior (IES) afetam a intenção empreendedora de seus alunos uma vez que elas possuem papel relevante no desenvolvimento socioeconômico da sociedade.

2.2.1. Universidades Públicas x Universidades Privadas

O sistema universitário brasileiro é constituído por ambientes institucionais distintos: o público e o privado. Apesar das divergências advindas dos dois tipos de instituições, há uma certa preocupação pedagógica no intuito de tornar as universidades do país mais responsáveis e comprometidas com o futuro econômico e social (Endeavor, 2012). Então, o ensino do empreendedorismo e as ações voltadas à inovação têm sido vistas como meios para o alcance deste compromisso. Porém, não encontramos estudos que comprovem a obtenção desses objetivos pelas universidades, embora acreditamos que as características institucionais tenham impactos no cumprimento da missão e na forma de atuação de cada ambiente universitário.

A universidade pública é caracterizada no Brasil por conter um grupo de professores com maior extensão curricular na pesquisa. Ou seja, maior número de mestres e doutores dedicados à pesquisa científica com contratos de dedicação exclusiva, o que propicia

aumentos salariais ao elevaram seus títulos de pós-graduação. Dessa forma, nessas instituições se concentra a maior e mais qualificada base de investigação científica do país. Onde professores mais engajados com a pesquisa científica, possuem mais acesso a bolsas e investimentos do governo, e às vezes de empresas, para projetos onde podem trabalhar com os alunos. No entanto, conforme Andrade (2012), os pesquisadores e cientistas direcionam tradicionalmente seus estudos para responder questões de interesses científicos, mas originados de dúvidas pessoais ao invés de articulá-las com as demandas da sociedade e com a inovação. Assim, o ambiente universitário público tenderia a estar mais afastado do “mundo real” do mercado, o que seria considerado uma barreira ao despertar da intenção empreendedora. Além disso, como essas IES dispõem de maior quantidade de bolsas de iniciação científica (Silva e Teixeira, 2013), há maior estímulo para que os alunos optem pela carreira acadêmica, se dedicando a programas de pós-graduação, ao invés de se arriscarem como futuros empreendedores. Outra questão já apontada pela Endeavor (2014) é a influência dos “mestres pesquisadores e doutores” existentes nestas instituições. O convívio com estes professores profissional e sócio-financeiramente bem-sucedidos cria um sentimento de desejo positivo em torno desta carreira, funcionando como modelo de referência para os estudantes. Obviamente, tal efeito é negativo em relação à IE.

Ipiranga et al. (2010) analisaram a cooperação entre as universidades (públicas), as empresas e o governo a fim de fomentar o sistema de inovação e o empreendedorismo acadêmico. Segundo eles, a aproximação propicia maior acesso a recursos, seja via editais públicos ou através de financiamento privado a pesquisas. Outro motivo é que a cooperação com as empresas permite uma aproximação com a realidade técnica, econômica e social, e assim contribui para a transformação tecnológica e social que se espera dos centros de pesquisas e das universidades (Lima e Fialho, 2001). Contudo, embora tudo isto seja verdadeiro, Audy (2006), recomenda que a Tripla Hélice ainda precisa ser consolidada no ambiente universitário brasileiro, para as universidades tornarem-se mais favoráveis à emergência do “espírito empreendedor”.

Outro fator que pode impactar contra o fomento ao empreendedorismo é o fato de esta ainda ser uma preocupação recente nas universidades públicas. O perfil das instituições públicas brasileiras é caracterizado pela resistência a mudanças. Então é possível que essas, não estejam preparadas para incentivar a intenção empreendedora de seus estudantes, pois as capacitações para tal podem não estar presentes. Não apenas professores, mas a estrutura como centros de desenvolvimento, incubadoras, empresas juniores, parques tecnológicos, etc..

Por outro lado, temos uma quantidade cada vez maior de universidades privadas espalhadas pelo país. Estas se caracterizam por possuir maior número de parcerias com

empresas privadas (de médio e pequeno porte) e maior porcentagem de estudantes no mercado de trabalho, onde muitos destes possuem parte dos custos de suas faculdades financiadas pelas empresas as quais trabalham. Além disso, possuem maior número dos próprios professores no mercado de trabalho, pelo fato de muitos não possuírem vínculo empregatício exclusivo com essas universidades, o que pode levar experiências profissionais desses para a sala de aula. Todas essas interações diretas ou indiretas com o mercado de trabalho podem incentivar os alunos a ingressarem nele (seja como empregados ou como empreendedores) uma vez que eles possuem maior conhecimento e podem se sentir mais confiantes sobre suas capacidades e habilidades e perceber uma viabilidade maior por conhecer mais sobre o assunto. Também, como, em geral, nestas IES o nível das investigações científicas é menos desenvolvido (menos programas de pós-graduação, menor exigência em pesquisa, menor quantidade de pesquisadores, etc.), pode-se depreender que também haja menores incentivos a carreira acadêmica.

Na questão sobre o investimento necessário para o fomento do empreendedorismo, poderia ser mais fácil para as instituições privadas, tanto por motivos financeiros quanto burocráticos, investir em infraestrutura e pessoal qualificado para alcançar tal objetivo do que para as públicas. De acordo com Ferreira et al. (2012), no contexto de desenvolvimento de uma universidade empreendedora, destaca-se a importância das mudanças necessárias em estruturas e mecanismos para atender às demandas originadas por esta opção. Segundo as autoras, as universidades devem criar estruturas internas para promover e coordenar a interação com a sociedade, estabelecendo estratégias para articular ensino, pesquisa e extensão. Para elas, o comportamento da universidade, ao se manter aberta e aparelhada com estruturas, políticas e atividades para desenvolver projetos em parceria com a sociedade, possibilita, ainda, a atração dos melhores talentos, tanto alunos quanto professores, na área de pesquisa e desenvolvimento.

Assim, sugerimos neste trabalho que as IES privadas estão mais aptas a influenciarem positivamente na intenção empreendedora dos estudantes, em comparação com as instituições públicas. Isto se deve ao fato delas estarem em constante adaptação ao mercado devido à concorrência e mais aptas a responderem aos requisitos da sociedade.

Na literatura de empreendedorismo no Brasil, encontramos alguns estudos que buscaram comparar o nível de intenção empreendedora dos alunos de universidades públicas e privadas. Perim (2012), por exemplo, ao analisar o ensino e a prática de empreendedorismo em IES de Boa Vista aplicou uma *survey* em duas instituições públicas e em três privadas. A autora relatou que os alunos das universidades privadas percebem suas instituições como mais voltadas à formação empreendedora do que os estudantes das IES públicas. E declarou

ainda que as IES privadas dão maior incentivo às práticas empreendedoras, sendo que os alunos das instituições públicas percebem uma maior necessidade de aulas práticas de empreendedorismo, visto que o ensino está mais focado em teorias.

Silva e Teixeira (2013) estudaram as intenções empreendedoras de estudantes de computação de uma universidade pública e uma privada no estado do Sergipe. Eles corroboram os estudos anteriores, demonstrando quantitativamente que os alunos da instituição privada possuem maior nível de IE do que os da instituição pública. Conforme a Endoever (2012), no Brasil, uma maior quantidade de alunos de instituições privadas já teve participação em cursos de educação empreendedora comparados aos das IES públicas. Este estudo também salienta que alunos que cursaram matérias relacionadas ao empreendedorismo pensam mais em abrir suas próprias empresas em relação aos que nunca cursaram.

Contudo, é importante dizer que estes estudos quando fazem a comparação entre alunos de instituições privadas com os de instituições públicas não se atentam ao fato de que provavelmente existam fatores não observáveis (e observáveis) que tornem os alunos das IES privadas diferentes dos alunos das instituições públicas mesmo antes de entrarem na universidade. Tais fatores tornam qualquer comparação descritiva sujeita a viés. A metodologia proposta neste trabalho acomoda esta situação.

3. Dados e métodos

3.1 Amostra

Nossa amostra é composta por alunos do curso de administração do primeiro e dos três últimos semestres. Optamos por alunos desse curso por ser um curso ofertado em muitas universidades tanto públicas quanto privadas. Ademais, os alunos de administração estão familiarizados com o assunto principal desta dissertação, além de terem escolhido uma carreira acadêmica de alta proximidade com o tema. Segundo a Endeavor (2014), os estudantes de administração possuem a mais favorável atitude ao aprendizado em empreendedorismo (96% do total), o que possivelmente promove maior taxa de resposta, assim como melhor qualidade na aplicação do questionário.

O *survey* foi executado através da aplicação de questionários em 3 universidades públicas (uma na cidade de Rio Grande, uma em Pelotas e uma em Porto Alegre) e 3 privadas (duas na cidade Pelotas e uma em São Leopoldo, região metropolitana de Porto Alegre). As cidades de Pelotas e Rio Grande estão localizadas no sul do estado do Rio Grande do Sul, a uma distância de 60 quilômetros uma da outra. A população total das duas cidades é de cerca de 550 mil habitantes. As universidades que se encontram na região metropolitana estão entre as maiores e mais conceituadas universidades do estado.

A amostra total perfaz 566 estudantes, dos quais, 332 alunos, são de IES privadas, estando 198 matriculados no primeiro semestre do curso (início) e 134 nos três últimos semestres - a partir do sétimo semestre (fim). Foram aplicados 234 questionários com alunos de IES públicas, dos quais 120 estavam matriculados no primeiro semestre e 114 nos três últimos semestres. A Tabela 1 apresenta as características descritivas da amostra por tipo de universidade e período.

Tabela 1: Características descritivas da amostra

Universidade	Pública				Privada			
	Início		Fim		Início		Fim	
	Média	DP	Média	DP	Média	DP	Média	DP
Idade (anos)	21,74	5,35	24,76	5,31	23,35	5,94	27,22	6,39
Familiares empreendedores (un)	0,65	0,93	0,73	0,91	0,68	0,80	0,66	0,77
Gênero (%)								
Mulheres	45,83		46,49		56,06		66,42	
Homens	54,17		53,51		43,94		33,58	
Estado Civil (%)								
Solteiros	88,33		82,30		78,79		60,15	
Não Solteiros	11,67		17,70		21,21		39,85	
Renda familiar mensal (%)								
até R\$ 3.900,00	55,27		35,77		76,8		66,16	
acima de R\$ 3.900,00	44,73		64,23		23,2		33,83	
Trabalho (%)								
Trabalha	44,54		81,7		75,13		94,03	
Não trabalha	55,46		19,3		24,87		5,97	

Fonte: elaborado pela autora

Percebemos, através da Tabela 1, que na amostra das universidades privadas, em média, as mulheres estão mais presentes, os estudantes são mais velhos, a renda familiar mensal é mais baixa, se comparada com a amostra dos estudantes das IES públicas.

Além destes dados, também verificamos na nossa pesquisa que, um maior número de alunos das universidades públicas nunca pensou em se tornar empreendedor (18,88%), assim como, mais alunos planejam trabalhar no setor público após se formarem (38,46%), se comparados aos alunos da rede privada (17,63% e 27,19% respectivamente). No mesmo sentido, os alunos das IES privadas, estão em maior presença no mercado de trabalho, onde apenas 17,22% desses estudantes não trabalham, nem como estagiários, nem como empregados dos setores públicos ou privados e nem possuem seu negócio próprio, frente a 37,77% dos alunos de universidades públicas que se encontram nesta mesma situação.

3.2 Procedimentos de mensuração

Como não encontramos um único instrumento padrão válido para medir intenção empreendedora, e nem para os seus antecedentes, conforme o modelo de Krueger et al. (2000), e tampouco a literatura confirma a existência de algum completamente aceito, optamos por elaborar um questionário composto por itens encontrados em diversos estudos.

Apresentamos a seguir as questões do nosso instrumento que representam cada dimensão do Modelo Clássico de Intenção Empreendedora. Todas elas possuem formato de resposta conforme escala likert de 5 pontos, variando de 1 (discorda totalmente/muito improvável) a 5 (concorda totalmente/muito provável). Uma cópia integral do questionário usado nesta pesquisa encontra-se no Apêndice 1.

Constructo dependente:

Intenção Empreendedora foi baseada em 8 questões: (IE01) Eu tenho a intenção de começar e desenvolver um negócio com alto potencial de crescimento (Zhao et al., 2005); (IE02) Meu objetivo profissional é me tornar um(a) empreendedor(a); (IE03) Tenho pensado muito seriamente em começar uma empresa; (IE04) Tenho a firme intenção de criar uma empresa algum dia; (IE05) Eu farei qualquer esforço para iniciar e conduzir o meu próprio negócio; (IE06) Qual a probabilidade de que você vai escolher uma carreira como empresário independente? (Kolvereid, 1996); (IE07) Qual a probabilidade de você começar o seu próprio negócio no próximo ano? (Wouter Duijn, 2004); (IE08) Qual a probabilidade de você começar o seu próprio negócio nos próximos 5 anos? (Krueger et al., 2000);

Constructos independentes:

Normas Sociais Percebidas foi baseada em 7 questões. Quatro oriundas do próprio trabalho de Krueger et al. (2000): (NS01) Se eu decidisse iniciar o meu próprio negócio meus parentes e familiares apoiariam a minha decisão; (NS02) Se eu decidisse iniciar o meu próprio negócio meus amigos apoiariam a minha decisão; (NS03) Pessoas conhecidas e que se interessam por mim querem que eu inicie o meu próprio negócio; (NS04) Tornar-se um empreendedor é considerado uma boa opção na minha família. As demais questões foram originadas a partir de autores como Kolvereid (1996) (NS05) Eu me importo com a opinião da minha família em relação a minha carreira; (NS06) Eu me importo com a opinião dos meus amigos em relação a minha carreira e; (NS07) Eu me importo com a opinião de pessoas importantes para mim em relação a minha carreira.

Desejo Percebido foi baseado em 15 questões: (a) Frequentaria um curso de empreendedorismo que desenvolvesse: (DE01) Conhecimentos sobre o ambiente empresarial; (DE02) A importância da figura do empreendedor para a sociedade; (DE03) As vantagens de ser um empreendedor; (DE04) As habilidades necessárias para ser um empreendedor; (DE05) Conhecimentos de como criar uma nova empresa; (b) (DE06) Para mim, ser um(a) empreendedor(a) implica em mais vantagens do que desvantagens; (DE07) Para mim, uma carreira como empreendedor(a) é atrativa. (Krueger et al., 2000); (DE08) Se eu tivesse a

oportunidade e os recursos, eu gostaria de criar uma empresa; (DE09) Para mim, ser um(a) empreendedor(a) traria grande satisfação; (DE10) De todas as opções de carreira disponíveis, a que eu preferiria é ser um(a) empreendedor(a); (DE11) Eu desejo muito iniciar o meu próprio negócio; (DE12) Nada me estressaria se eu iniciasse o meu próprio negócio; (DE13) Eu não acho que será um trabalho insuportável iniciar o meu próprio negócio; (DE14) Eu considero altamente desejável para as pessoas com a minha educação ser um empreendedor; (DE15) Eu preferiria começar uma nova empresa do que ser o gerente de uma já existente;

Autoeficácia Percebida foi baseada em 8 questões: (AE01) Eu confio que posso identificar facilmente novas oportunidades de negócio; (AE02) Eu confio que posso pensar de forma criativa sobre questões relacionadas aos negócios; (AE03) Eu confio na minha capacidade para sugerir novas ideias para produtos e serviços (McGee et al., 2009); (AE04) Eu estou mentalmente preparado(a) para iniciar um novo negócio; (AE05) Eu sei os detalhes práticos necessários para iniciar um novo negócio; (AE06) Eu posso identificar uma boa oportunidade muito antes dos outros; (AE07) Eu tenho as habilidades/capacidades necessárias para ter sucesso como um(a) empreendedor(a) (Autio et al., 2001); (AE08) Eu confio na minha capacidade para delegar tarefas ou responsabilidades a outros (McGee et al., 2009);

Viabilidade Percebida foi baseada em 18 questões: (VB01) Empreendedorismo não pode ser ensinado; (VB02) Eu sei de muitas pessoas na minha universidade que iniciariam com sucesso o próprio negócio; (a) Na minha universidade: (VB03) há uma boa infraestrutura de apoio para o começo de novas empresas (Autio et al., 2001); (VB04) as pessoas estão ativamente encorajadas a seguir as suas próprias ideias (Autio et al., 2001); (VB05) há várias pessoas com boas ideias para um novo negócio (Autio et al., 2001); (VB06) Cursos de empreendedorismo preparam bem as pessoas à empreender (Autio et al., 1997); (VB07) Para mim, seria fácil iniciar o meu próprio negócio; (VB08) Para mim, não seria problema iniciar o meu próprio negócio; (VB09) Começar a própria empresa, provavelmente, é a melhor forma de aproveitar a minha educação; (VB10) Estou confiante de que eu teria sucesso se eu comesse meu próprio negócio; (b) Para cada uma das seguintes possíveis formas de apoio à criação de empresas existentes no Brasil, o nível de conhecimento: (VB11) Formação específica para jovens empresários; (VB12) Empréstimos em termos especialmente favoráveis; (VB13) Assistência técnica para iniciar o negócio; (VB14) Centros de negócios/redes; (VB15) Consultoria em condições favoráveis; (VB16) Acessibilidade ao mercado em condições favoráveis; (VB17) Políticas favoráveis para iniciar negócios; (VB18) Oportunidade prontamente disponível de iniciar os negócios;

3.3 Métodos utilizados

3.3.1 Modelos de equações estruturais

Nesta etapa nosso objetivo foi testar o Modelo Clássico de Intenções Empreendedoras. Em primeiro lugar, testamos o modelo de Krueger et al. (2000) com um constructo latente por dimensão através do software Lisrel. Para avaliarmos a adequabilidade do modelo utilizamos os indicadores de ajustamento apresentados na Tabela 2.

Tabela 2 – Medidas de ajuste geral do modelo

Medida	Valor aceitável
Medidas de ajuste absoluto	
Qui-quadrado (χ^2)	Valores menores resultam em maiores níveis de significância: a matriz verdadeira não é estatisticamente diferente da prevista
Parâmetro de não centralidade (NCP)	Valores mais perto de zero são melhores
Índice de qualidade do ajuste (GFI)	Varia de zero (ajuste nulo) a 1 (ajuste perfeito)
Raiz do erro quadrático médio de aproximação (RMSEA)	Valores inferiores a 0,08
Medida de ajuste incremental	
Índice ajustado de qualidade do ajuste (AGFI)	Varia de zero (ajuste nulo) a 1 (ajuste perfeito), recomenda-se acima de 0,90
Medida de ajuste parcimonioso	
Índice de ajuste ponderado (NFI)	Varia de zero (ajuste nulo) a 1 (ajuste perfeito), recomenda-se acima de 0,90

Fonte: adaptado de Hair Jr et al. (2005)

Caso o modelo com um fator por dimensão apresentar indicadores de ajustamento adequados (conforme indicadores da Tabela 2), o próximo passo seria realizar a análise dos coeficientes e a significância dos caminhos estruturais obtidos. Se, ao contrário, o modelo não apresentar bons indicadores de ajustamento, então, a estratégia a ser adotada é a de procurar ajustá-lo sem comprometer a estrutura teórica proposta por Krueger et al. (2000).

Nesta fase de modificação e adaptação do modelo, caso este não se ajustar, a alternativa é realizar uma análise fatorial (apresentada na subseção a seguir) a fim de verificar se as dimensões podem não ser representadas por um único fator e quais os constructos que formam cada um deles.

3.3.2 Análise fatorial

Ao não obtermos um adequado ajuste do Modelo Clássico de Intenções Empreendedoras através do modelo de equações estruturais, a opção será de utilizar-se da análise fatorial (através do software SPSS 20), para identificar se os itens para mensurar cada dimensão do modelo de Krueger et al, (2000) perfazem mais do que um fator. A análise fatorial conforme Hair et al. (2005), objetiva condensar as informações contidas num conjunto de variáveis originais em um conjunto menor de variáveis (fatores) com uma perda mínima de informação.

Portanto, optamos por executar a análise fatorial, para reduzir o grande número de constructos em fatores conforme cada uma das dimensões do modelo de Krueger et al. (2000). Logo, nesta etapa, alguns itens do questionário foram excluídos com base nos seus respectivos pesos fatoriais (*factor loadings*). O número de fatores a serem extraídos por dimensão obedeceu aos critérios de diagrama de sedimentação (Scree Plot) e do autovalor maior que 1. Após esta fase, tentaremos ajustar o modelo de equações estruturais absorvendo o aprendizado realizado através da análise fatorial.

3.3.3 Método de diferenças em diferenças

Após a criação dos fatores, conforme demonstrado acima, eles foram armazenados e, posteriormente, com base neles, realizamos os testes para responder o principal objetivo deste trabalho através do método de diferenças em diferenças (Neri e Medrado, 2010). Esse método necessita de informações de observações de pelo menos dois grupos que estejam sendo expostos a diferentes tratamentos com informações em pelo menos dois períodos de tempo (antes e depois da exposição ao tratamento).

No nosso caso, consideramos como primeiro grupo aquele que representa os estudantes de IES privadas, e o segundo grupo o composto por alunos das IES públicas. Os dois momentos são o início e o fim da faculdade, sendo o início o primeiro semestre do curso e o fim a partir do sétimo semestre. A suposição por trás destes períodos é que no começo do curso o aluno ainda não está totalmente exposto ao ambiente universitário, sendo assim, os efeitos da universidade ainda não estão presentes. Por outro lado, no fim (sétimo até o último semestre), as expectativas são de que eles já tenham recebido a interferência do ambiente da universidade nas suas intenções.

Assim, sendo controladas as variáveis observáveis que a literatura sugere como impactantes na intenção empreendedora (IE), estimamos a diferença entre a intenção empreendedora média de um grupo, do período final menos a IE média desse grupo do

período inicial e após realizamos a mesma estimativa para o outro grupo. E por fim, estimamos a diferença entre essas diferenças. Ou seja, estima-se a diferença da IE média dos estudantes das universidades privadas e públicas no final e início do curso e após estima-se a diferença das médias entre ambas.

A hipótese central para identificar os distintos efeitos das instituições de ensino superior (IES) sobre a IE é que quaisquer outros choques que possam vir a afetar as trajetórias da formação da intenção, assim como de seus antecedentes, exercem a mesma influência nos dois grupos. Logo, sob essa hipótese, quaisquer desvios observados nas trajetórias das variáveis de interesse entre os dois grupos, ao longo do período universitário, nos dirão que as universidades influenciam de maneira distinta a intenção de empreender.

Colocando em termos formais, temos a seguinte equação:

$$Y_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 P_{it} + \alpha_2 T_t + \alpha_3 P_{it} * T_t + \varepsilon_{it} \quad i=1,2 \text{ e } t=1,2. \quad (1)$$

A variável dependente Y é a medida da intenção empreendedora, como também cada um dos fatores que representam as dimensões capazes de influenciar a intenção empreendedora (normas sociais, autoeficácia, desejo e viabilidade). A variável P é uma variável binária que assume valor 1 para o primeiro grupo (estar na universidade privada), e valor 0 para o segundo grupo (estar na universidade pública). A variável T é também uma variável binária que assume valor 1 para os alunos dos semestres finais do curso, e 0 para os estudantes que estão no primeiro semestre.

O coeficiente de interesse estimado é o α_3 que captura a diferença das diferenças condicionais da variável dependente entre os dois períodos. Para a visualização do que está sendo dito tomemos as quatro seguintes esperanças condicionais:

$$E[Y_{it}|P_{it} = 1, T_t = 1] = \alpha_0 + \alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3 + E[\varepsilon_{it}|P_{it} = 1, T_t = 1] \quad (a)$$

$$E[Y_{it}|P_{it} = 1, T_t = 0] = \alpha_0 + \alpha_1 + E[\varepsilon_{it}|P_{it} = 1, T_t = 0] \quad (b)$$

$$E[Y_{it}|P_{it} = 0, T_t = 1] = \alpha_0 + \alpha_2 + E[\varepsilon_{it}|P_{it} = 0, T_t = 1] \quad (c)$$

$$E[Y_{it}|P_{it} = 0, T_t = 0] = \alpha_0 + E[\varepsilon_{it}|P_{it} = 0, T_t = 0]. \quad (d)$$

Agora, fazendo as diferenças (a)-(b) e (c)-(d) teremos:

$$(a) - (b) = \alpha_2 + \alpha_3 + \{E[\varepsilon_{it}|P_{it} = 1, T_t = 1] - E[\varepsilon_{it}|P_{it} = 1, T_t = 0]\} \quad (e)$$

$$(c) - (d) = \alpha_2 + \{E[\varepsilon_{it}|P_{it} = 1, T_t = 1] - E[\varepsilon_{it}|P_{it} = 1, T_t = 0]\}. \quad (f)$$

Por fim, com a hipótese de identificação do método de diferenças em diferenças, $\{E[\varepsilon_{it}|P_{it} = 1, T_t = 1] - E[\varepsilon_{it}|P_{it} = 1, T_t = 0]\} = \{E[\varepsilon_{it}|P_{it} = 1, T_t = 1] - E[\varepsilon_{it}|P_{it} = 1, T_t = 0]\}$ obtemos α_3 a partir de (e)-(f).

Para efeito de testar a robustez dos resultados gerados pelo método, estimamos a equação (1) em quatro especificações diferentes: Na primeira, não incluímos nenhuma variável de controle (exatamente a forma apresentada na equação (1)). Na segunda especificação,

adicionamos controles demográficos que poderiam influenciar na intenção empreendedora dos alunos além das variáveis do modelo de Krueger et al. (2000). As variáveis utilizadas foram a renda familiar mensal, o nível de educação do pai e da mãe, o tipo de escola onde realizou o ensino fundamental e médio, o gênero, a idade, o estado civil e a quantidade de parentes próximos empreendedores. Para a equação (3), utilizamos como controle apenas a localização da universidade, se na região metropolitana ou fora dela. Este controle foi escolhido, pois o ambiente macro, no qual a universidade está inserida, pode exercer influências sobre a intenção de empreender dos alunos em decorrência das diferentes oportunidades do mercado de trabalho local. Por fim, a quarta especificação foi estimada com todos os controles da equação (2) e (3) em conjunto. As estimações foram realizadas através do software econométrico Stata 13.

4. Resultados

4.1 Ambiente Universitário e Intenção Empreendedora

Primeiramente analisamos as médias de cada constructo e seus respectivos desvios padrões, separados por alunos de universidades privadas e públicas e pelo período em que estavam no curso (início e fim) como podemos ver na Tabelas 3. Para a construção deste índice calculamos a média das respostas para cada item e posteriormente tiramos a média deles para cada dimensão do modelo de Krueger et al., (2000). Através dessa análise conseguimos identificar o nível de percepção dos indivíduos referente a cada constructo e verificar se existem diferenças entre os estudantes de IES públicas e privadas nos dois períodos considerados.

Tabela 3: Média dos constructos para o início e fim dos períodos universitários, nas universidades pública e privada

Constructos	Universidade Privada		Universidade Pública	
	Início	Fim	Início	Fim
NS	3,7060	3,6706	3,6471	3,5351
DE	3,8521	3,7974	3,5886	3,3117
AE	3,3896	3,3787	3,2091	3,2271
VB	3,1218	2,9960	2,7627	2,7210
IE	3,4551	3,1033	2,8289	2,8144

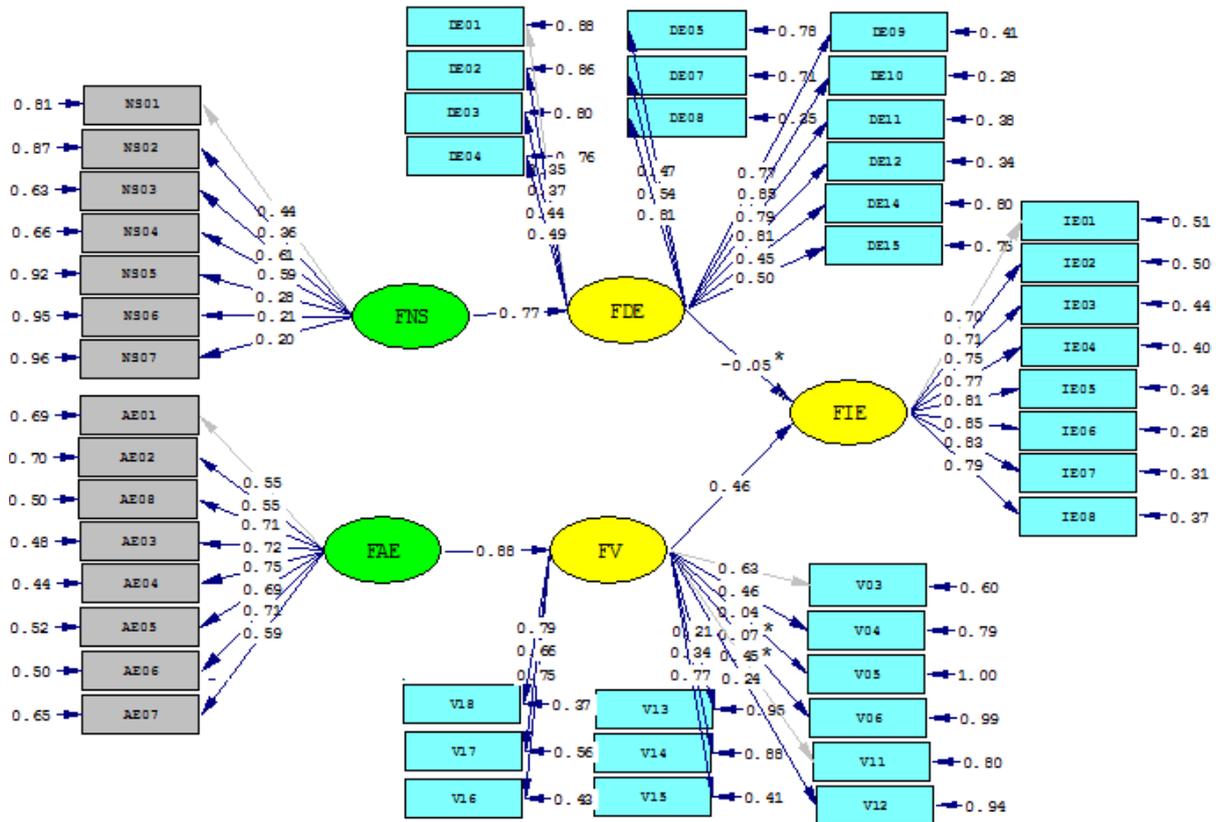
Fonte: elaboração própria

Percebemos que as médias dos constructos são mais altas no início e no fim do curso para os alunos das instituições privadas. No entanto, não podemos auferir nenhuma afirmação sobre esses resultados serem causados por influência do ambiente uma vez que, como já vimos, as amostras possuem características observáveis distintas, que devem ser levadas em consideração no momento da análise.

4.2 Ajustamento do Modelo de Krueger et al, (2000) para o ambiente universitário

A Figura 2 mostra a saída do Modelo Clássico de Intenções Empreendedoras de Krueger et al., (2000) do Lisrel. Apresentamos primeiro, os resultados com as variáveis que antecedem a Intenção Empreendedora com um único fator para cada dimensão. As correlações entre as variáveis são apresentadas na Tabela 5.

Figura 2 – Modelo Clássico de Intenções Empreendedoras de Krueger et al. (2000)



Fonte: saída do Lisrel

Nota: * parâmetros não significativos a $p < 0,05$.

A primeira informação a identificar sobre este modelo é o seu ajuste global. No nosso modelo o valor do qui-quadrado chega a 6361,592 ($P = 0.0000$) com 1076 graus de liberdade, gerando um resultado altamente significativo ($p < 0.01$), o que implica que o modelo não é adequado. Mas, como o cuidado deve ser tomado porque o teste do qui-quadrado é muito sensível ao tamanho da amostra, são consideradas outras medidas para avaliar o ajuste do modelo global. O RMSEA foi de 0,0932, sendo muito superior a 0,05, o que indica um ajuste medíocre do modelo aos dados. Os índices de GFI e AGFI no nosso modelo são bem abaixo dos valores esperados (GFI = 0,634 e AGFI = 0,600). O NFI que indica a melhora do ajuste do modelo em comparação com um modelo aleatório resultou em valor igual a 0,860, acima, portanto, do limite de 0,8 recomendado. Porém, em uma avaliação geral do modelo, concluímos que os indicadores de ajustamento sugerem que o nosso modelo se adapta mal aos dados.

Tabela 4 - Matriz de Correlação

	Média	DP	NS01	NS02	NS03	NS04	NS05	NS06	NS07	DE01	DE02	DE03	DE04	DE05	DE06	DE07	DE08	DE09	DE10	DE11	DE12	DE13	DE14	DE15	AE01	AE02	AE03	AE04	
NS01	4,23	0,99	1,00																										
NS02	4,35	0,86	0,47	1,00																									
NS03	3,31	1,21	0,25	0,31	1,00																								
NS04	3,74	1,12	0,44	0,25	0,32	1,00																							
NS05	3,62	1,33	0,26	0,14	0,15	0,29	1,00																						
NS06	2,63	1,20	0,11	0,21	0,19	0,14	0,50	1,00																					
NS07	3,66	1,22	0,14	0,11	0,13	0,15	0,55	0,46	1,00																				
DE01	4,06	1,07	0,11	0,08	0,14	0,18	0,05	0,06	0,10	1,00																			
DE02	3,75	1,18	0,13	0,10	0,24	0,18	0,12	0,10	0,12	0,52	1,00																		
DE03	4,02	1,12	0,15	0,08	0,28	0,22	0,09	0,05	0,11	0,51	0,70	1,00																	
DE04	4,27	1,02	0,10	0,11	0,21	0,23	0,12	0,06	0,09	0,56	0,55	0,71	1,00																
DE05	4,38	0,94	0,12	0,16	0,20	0,22	0,06	-0,04	0,04	0,56	0,41	0,55	0,71	1,00															
DE06	3,69	0,92	0,22	0,18	0,24	0,29	0,07	0,04	0,07	0,16	0,18	0,25	0,25	0,21	1,00														
DE07	3,90	0,99	0,11	0,13	0,33	0,33	0,08	0,04	0,03	0,25	0,25	0,29	0,34	0,33	0,54	1,00													
DE08	4,31	0,97	0,11	0,10	0,30	0,24	0,16	0,03	0,03	0,28	0,23	0,28	0,33	0,34	0,33	0,59	1,00												
DE09	4,02	1,04	0,10	0,08	0,35	0,34	0,10	0,03	0,00	0,25	0,24	0,32	0,37	0,32	0,43	0,73	0,75	1,00											
DE10	3,17	1,27	0,11	0,08	0,31	0,38	0,08	0,02	0,06	0,20	0,21	0,24	0,25	0,25	0,39	0,65	0,57	0,68	1,00										
DE11	3,42	1,28	0,14	0,07	0,38	0,36	0,08	0,01	0,00	0,19	0,18	0,23	0,29	0,29	0,36	0,65	0,63	0,67	0,75	1,00									
DE12	2,26	1,21	0,09	0,01	0,23	0,17	0,05	0,13	-0,01	0,10	0,21	0,19	0,13	0,09	0,28	0,32	0,28	0,30	0,42	0,44	1,00								
DE13	3,38	1,20	0,09	0,09	0,24	0,21	0,04	0,05	-0,01	0,15	0,15	0,20	0,22	0,24	0,25	0,37	0,34	0,39	0,39	0,47	0,31	1,00							
DE14	3,28	1,05	0,11	0,17	0,32	0,22	0,11	0,14	0,03	0,17	0,23	0,26	0,24	0,22	0,31	0,42	0,35	0,42	0,43	0,42	0,40	0,46	1,00						
DE15	3,20	1,29	0,08	0,09	0,26	0,19	0,04	0,03	0,00	0,12	0,09	0,14	0,15	0,19	0,30	0,46	0,40	0,43	0,47	0,57	0,38	0,38	0,39	1,00					
AE01	3,41	0,97	0,20	0,11	0,27	0,27	0,05	0,01	0,09	0,15	0,14	0,21	0,21	0,20	0,26	0,42	0,30	0,38	0,34	0,36	0,29	0,24	0,32	0,32	1,00				
AE02	3,70	0,95	0,16	0,17	0,27	0,26	0,03	0,03	0,03	0,22	0,14	0,18	0,25	0,26	0,28	0,44	0,33	0,41	0,39	0,40	0,28	0,32	0,37	0,34	0,65	1,00			
AE03	3,80	0,98	0,19	0,13	0,27	0,22	0,05	0,05	0,08	0,18	0,12	0,16	0,23	0,26	0,27	0,38	0,31	0,40	0,32	0,34	0,20	0,27	0,31	0,26	0,59	0,70	1,00		
AE04	2,91	1,13	0,11	0,07	0,28	0,24	0,05	0,07	0,04	0,12	0,19	0,18	0,18	0,19	0,29	0,44	0,37	0,41	0,44	0,50	0,37	0,32	0,40	0,45	0,46	0,44	0,42	1,00	
AE05	2,75	1,13	0,17	0,07	0,25	0,17	0,01	0,05	-0,02	0,08	0,15	0,04	0,05	0,06	0,20	0,27	0,19	0,23	0,32	0,32	0,31	0,20	0,25	0,34	0,36	0,32	0,29	0,58	
AE06	2,79	1,00	0,10	0,08	0,34	0,18	0,02	0,08	0,06	0,14	0,17	0,13	0,18	0,16	0,27	0,41	0,30	0,40	0,35	0,33	0,31	0,21	0,39	0,35	0,56	0,52	0,50	0,51	
AE07	3,31	1,01	0,21	0,16	0,35	0,30	0,08	0,04	0,06	0,12	0,11	0,14	0,19	0,20	0,30	0,45	0,35	0,42	0,43	0,47	0,30	0,31	0,35	0,37	0,48	0,49	0,46	0,55	
AE08	3,85	1,01	0,17	0,19	0,22	0,17	0,04	0,06	0,04	0,10	0,08	0,09	0,16	0,16	0,15	0,24	0,26	0,25	0,23	0,26	0,19	0,21	0,22	0,18	0,30	0,36	0,41	0,31	
VB01	2,35	1,18	0,03	-0,02	0,01	0,06	-0,02	-0,01	-0,04	0,03	0,03	-0,01	0,00	-0,04	-0,02	0,00	0,03	-0,01	0,02	0,02	0,11	0,05	0,00	0,03	0,03	-0,03	-0,05	0,02	
VB02	2,83	1,25	0,04	0,00	0,07	0,00	0,00	-0,01	0,00	-0,01	0,04	0,01	-0,03	-0,06	0,11	0,07	-0,02	-0,02	0,02	0,04	0,02	0,00	-0,04	0,01	0,02	-0,02	-0,01	0,06	
VB03	3,09	1,20	0,13	0,02	0,09	0,14	0,08	-0,02	0,09	0,03	0,12	0,15	0,15	0,04	0,22	0,12	0,08	0,09	0,11	0,10	0,09	0,06	0,08	0,07	0,14	0,09	0,13	0,06	
VB04	3,21	1,18	0,15	0,05	0,05	0,07	0,07	0,00	0,06	0,01	0,10	0,11	0,07	0,01	0,14	0,04	0,02	0,00	0,05	0,02	0,09	0,06	0,10	0,04	0,09	0,10	0,10	0,06	
VB05	3,32	1,05	0,14	0,11	0,12	0,08	0,12	0,07	0,13	0,01	0,08	0,07	0,08	0,04	0,18	0,07	0,05	0,06	0,06	0,05	0,08	0,05	0,05	0,03	0,11	0,14	0,15	0,10	
VB06	3,20	1,18	0,10	0,02	0,15	0,12	0,04	-0,01	0,06	0,10	0,16	0,18	0,16	0,07	0,19	0,13	0,14	0,12	0,14	0,13	0,13	0,07	0,12	0,09	0,21	0,17	0,18	0,12	
VB07	2,63	1,13	0,19	0,08	0,31	0,25	0,02	0,04	-0,05	0,06	0,11	0,12	0,14	0,15	0,28	0,37	0,29	0,34	0,39	0,43	0,37	0,20	0,32	0,31	0,37	0,35	0,35	0,50	
VB08	2,82	1,16	0,18	0,17	0,30	0,27	0,00	0,03	-0,02	0,08	0,08	0,10	0,13	0,14	0,33	0,40	0,35	0,37	0,47	0,47	0,39	0,27	0,31	0,35	0,40	0,37	0,33	0,48	
VB09	2,97	1,17	0,14	0,06	0,27	0,27	0,04	0,05	0,03	0,12	0,11	0,17	0,19	0,16	0,33	0,47	0,42	0,46	0,52	0,56	0,40	0,35	0,40	0,52	0,34	0,32	0,31	0,42	
VB10	3,33	1,10	0,20	0,08	0,35	0,28	0,03	0,01	0,02	0,15	0,13	0,20	0,23	0,24	0,33	0,55	0,48	0,55	0,54	0,62	0,37	0,33	0,41	0,49	0,49	0,50	0,48	0,52	
VB11	2,79	1,10	0,09	0,07	0,16	0,09	0,04	0,06	0,04	0,05	0,14	0,09	0,07	0,05	0,10	0,16	0,11	0,12	0,11	0,12	0,19	0,10	0,18	0,09	0,19	0,18	0,12	0,18	
VB12	2,86	1,12	0,06	0,04	0,13	0,06	0,09	0,09	0,02	0,00	0,06	0,03	0,06	0,05	0,10	0,13	0,11	0,11	0,10	0,12	0,15	0,09	0,16	0,12	0,16	0,15	0,12	0,23	
VB13	3,04	1,14	0,08	0,06	0,15	0,11	0,02	0,04	0,04	0,08	0,10	0,11	0,11	0,11	0,12	0,19	0,13	0,12	0,13	0,15	0,19	0,16	0,21	0,13	0,16	0,19	0,15	0,24	
VB14	2,90	1,13	0,09	0,05	0,20	0,15	0,04	0,03	0,05	0,01	0,11	0,06	0,08	0,07	0,08	0,16	0,09	0,11	0,14	0,15	0,14	0,08	0,18	0,09	0,20	0,15	0,17	0,23	
VB15	3,01	1,11	0,09	0,07	0,16	0,14	-0,02	0,03	0,00	0,07	0,09	0,04	0,08	0,08	0,10	0,15	0,07	0,10	0,13	0,15	0,15	0,10	0,17	0,14	0,17	0,19	0,16	0,24	
VB16	2,89	1,10	0,13	0,07	0,17	0,13	0,04	0,04	0,02	0,05	0,11	0,08	0,10	0,08	0,16	0,19	0,10	0,13	0,15	0,16	0,20	0,11	0,19	0,13	0,18	0,18	0,15	0,20	
VB17	2,78	1,14	0,12	0,08	0,13	0,14	0,08	0,11	0,06	0,11	0,12	0,10	0,08	0,08	0,20	0,22	0,15	0,17	0,18	0,20	0,27	0,17	0,22	0,20	0,18	0,22	0,19	0,24	
VB18	2,79	1,13	0,09	0,05	0,17	0,14	0,03	0,06	0,02	0,09	0,14	0,13	0,14	0,09	0,21	0,28	0,20	0,23	0,21	0,26	0,30	0,14	0,25	0,20	0,28	0,27	0,20	0,29	
IE01	3,25	1,27	0,21	0,14	0,36	0,33	0,14	0,05	0,08	0,27	0,17	0,25	0,30	0,32	0,35	0,58	0,53	0,58	0,53	0,64	0,29	0,39	0,42	0,47	0,42	0,39	0,37	0,44	
IE02	3,13	1,30	0,19	0,13	0,36	0,40	0,11	0,06	0,05	0,23	0,19	0,27	0,29	0,27	0,38	0,61	0,52	0,63	0,72	0,72	0,38	0,39	0,44	0,50	0,41	0,40	0,35	0,48	
IE03	3,15	1,41	0,15	0,08	0,40	0,31	0,13	0,06	0,06	0,24	0,20	0,26	0,30	0,30	0,40	0,62	0,58	0,63	0,65	0,74	0,39	0,39	0,41	0,54	0,37	0,40	0,35	0,49	
IE04	3,46																												

Tabela 4 - Matriz de Correlação – continuação

	AE05	AE06	AE07	AE08	VB01	VB02	VB03	VB04	VB05	VB06	VB07	VB08	VB09	VB10	VB11	VB12	VB13	VB14	VB15	VB16	VB17	VB18	IE01	IE02	IE03	IE04	IE05	IE06	IE07	IE08		
AE05	1,00																															
AE06	0,50	1,00																														
AE07	0,47	0,55	1,00																													
AE08	0,28	0,34	0,50	1,00																												
VB01	0,00	0,06	0,02	0,02	1,00																											
VB02	0,13	0,03	0,05	-0,01	0,02	1,00																										
VB03	0,03	0,09	0,12	0,10	0,04	0,28	1,00																									
VB04	0,08	0,15	0,10	0,15	0,05	0,24	0,65	1,00																								
VB05	0,15	0,16	0,18	0,16	0,00	0,37	0,46	0,57	1,00																							
VB06	0,05	0,21	0,15	0,10	0,04	0,17	0,63	0,58	0,48	1,00																						
VB07	0,43	0,43	0,47	0,27	0,09	0,11	0,18	0,18	0,19	0,26	1,00																					
VB08	0,39	0,39	0,45	0,28	0,05	0,08	0,13	0,14	0,12	0,21	0,75	1,00																				
VB09	0,32	0,39	0,41	0,23	0,10	0,08	0,14	0,12	0,12	0,22	0,49	0,52	1,00																			
VB10	0,39	0,46	0,59	0,39	0,00	0,07	0,16	0,12	0,14	0,19	0,54	0,54	0,60	1,00																		
VB11	0,21	0,24	0,15	0,09	0,17	0,18	0,16	0,14	0,11	0,20	0,28	0,24	0,18	0,12	1,00																	
VB12	0,26	0,25	0,16	0,16	0,07	0,17	0,08	0,08	0,12	0,07	0,27	0,21	0,21	0,16	0,57	1,00																
VB13	0,27	0,28	0,22	0,17	0,12	0,18	0,07	0,10	0,17	0,13	0,27	0,25	0,24	0,22	0,55	0,63	1,00															
VB14	0,27	0,24	0,20	0,15	0,03	0,17	0,09	0,06	0,11	0,12	0,25	0,17	0,17	0,19	0,52	0,56	0,65	1,00														
VB15	0,23	0,26	0,23	0,14	-0,02	0,21	0,06	0,04	0,14	0,07	0,28	0,20	0,16	0,19	0,53	0,57	0,60	0,71	1,00													
VB16	0,28	0,29	0,23	0,13	0,04	0,26	0,18	0,12	0,18	0,15	0,30	0,22	0,20	0,19	0,57	0,53	0,57	0,61	0,69	1,00												
VB17	0,25	0,28	0,26	0,19	0,07	0,18	0,13	0,10	0,14	0,12	0,31	0,23	0,25	0,22	0,53	0,52	0,53	0,56	0,65	0,75	1,00											
VB18	0,26	0,34	0,25	0,14	0,05	0,22	0,17	0,10	0,15	0,23	0,37	0,30	0,24	0,28	0,55	0,48	0,51	0,55	0,61	0,70	0,74	1,00										
IE01	0,27	0,42	0,46	0,24	0,00	0,01	0,11	0,06	0,06	0,13	0,39	0,43	0,50	0,57	0,22	0,15	0,17	0,17	0,16	0,16	0,25	0,26	1,00									
IE02	0,35	0,37	0,48	0,24	0,04	0,04	0,16	0,10	0,08	0,18	0,44	0,47	0,56	0,59	0,17	0,13	0,16	0,14	0,13	0,13	0,21	0,24	0,74	1,00								
IE03	0,36	0,35	0,46	0,26	0,02	0,10	0,13	0,09	0,07	0,15	0,45	0,48	0,56	0,61	0,20	0,18	0,22	0,19	0,19	0,18	0,26	0,32	0,67	0,76	1,00							
IE04	0,35	0,33	0,44	0,26	0,01	0,11	0,15	0,08	0,06	0,16	0,40	0,43	0,55	0,60	0,17	0,16	0,21	0,18	0,16	0,20	0,23	0,27	0,65	0,75	0,78	1,00						
IE05	0,34	0,36	0,46	0,27	0,00	0,10	0,17	0,10	0,07	0,19	0,44	0,46	0,51	0,60	0,21	0,16	0,21	0,19	0,18	0,21	0,25	0,33	0,67	0,74	0,80	0,83	1,00					
IE06	0,35	0,37	0,46	0,23	0,07	0,08	0,14	0,08	0,06	0,16	0,45	0,50	0,55	0,59	0,18	0,12	0,16	0,15	0,14	0,16	0,21	0,27	0,64	0,75	0,72	0,73	0,73	1,00				
IE07	0,41	0,34	0,37	0,12	0,10	0,14	0,11	0,09	0,05	0,14	0,48	0,43	0,44	0,43	0,26	0,21	0,23	0,23	0,22	0,24	0,25	0,29	0,39	0,48	0,53	0,41	0,49	0,53	1,00			
IE08	0,27	0,27	0,35	0,21	0,01	0,11	0,12	0,07	0,10	0,20	0,37	0,42	0,48	0,47	0,20	0,17	0,20	0,19	0,17	0,21	0,27	0,28	0,54	0,55	0,61	0,64	0,63	0,61	0,48	1,00		

Fonte: adaptação da saída do SPSS 20

Como não obtivemos um bom ajuste do Modelo de Krueger et al. (2000) aos nossos dados, optamos por reduzir nossos constructos através de análise fatorial.

Na Tabela 6 expomos os *factor loadings* de cada item/questão que compõem os fatores extraídos. Na última linha da mesma tabela apresentamos o resultado do teste de confiabilidade Alfa Cronbach que mede a consistência interna de cada fator extraído. Pelos valores obtidos concluímos que todos os fatores resultantes estão adequados, pois apresentam o valor de alfa superior a 0,6.

Através da análise fatorial não foi possível reduzir todos os itens utilizados para medir cada uma das cinco dimensões do modelo de Krueger et al. (2000), em um único fator. As dimensões Normas Sociais Percebidas, Desejo Percebido e Viabilidade Percebida resultaram em dois fatores. Embora, nosso objetivo não seja a construção e a validação das escalas, estes fatores resultantes, podem ser interpretados conforme o teor dos itens que o compõem. Assim, o primeiro fator resultante da dimensão Normas Sociais Percebidas (F1NS) representa as opiniões de familiares, amigos e pessoas importantes sobre a possibilidade do respondente tornar-se um empreendedor. O fator (F2NS) corresponde à importância dada pelos estudantes a essas opiniões.

Tabela 5: Fatores, *Factor Loadings*, *Variância explicada* e *Alfa de Cronbach*

Normas Sociais			Desejo			Autoeficácia		Viabilidade			Intenção Empreendedora	
Itens	F1NS	F2NS	Itens	F1DE	F2DE	Itens	FAE	Itens	F1VB	F2VB	Itens	FIE
NS01	0,789		DE01		0,759	AE01	0,767	VB03		0,835	IE01	0,802
NS02	0,726		DE02		0,771	AE02	0,781	VB04		0,855	IE02	0,875
NS03	0,603		DE03		0,844	AE03	0,760	VB05		0,733	IE03	0,893
NS04	0,690		DE04		0,856	AE04	0,736	VB06		0,817	IE04	0,886
NS05		0,816	DE05		0,771	AE05	0,639	VB11	0,744		IE05	0,896
NS06		0,789	DE07	0,784		AE06	0,775	VB12	0,756		IE06	0,866
NS07		0,832	DE08	0,742		AE07	0,772	VB13	0,792		IE07	0,622
			DE09	0,815		AE08	0,579	VB14	0,807		IE08	0,757
			DE10	0,833				VB15	0,846			
			DE11	0,865				VB16	0,843			
			DE12	0,553				VB17	0,826			
			DE14	0,582				VB18	0,793			
			DE15	0,685								
Alpha de Cronbach	0,66	0,75		0,89	0,87		0,87		0,92	0,84		0,93
Variância Explicada %	29,25	28,97		34,73	26,49		53,21		43,03	22,46		68,81

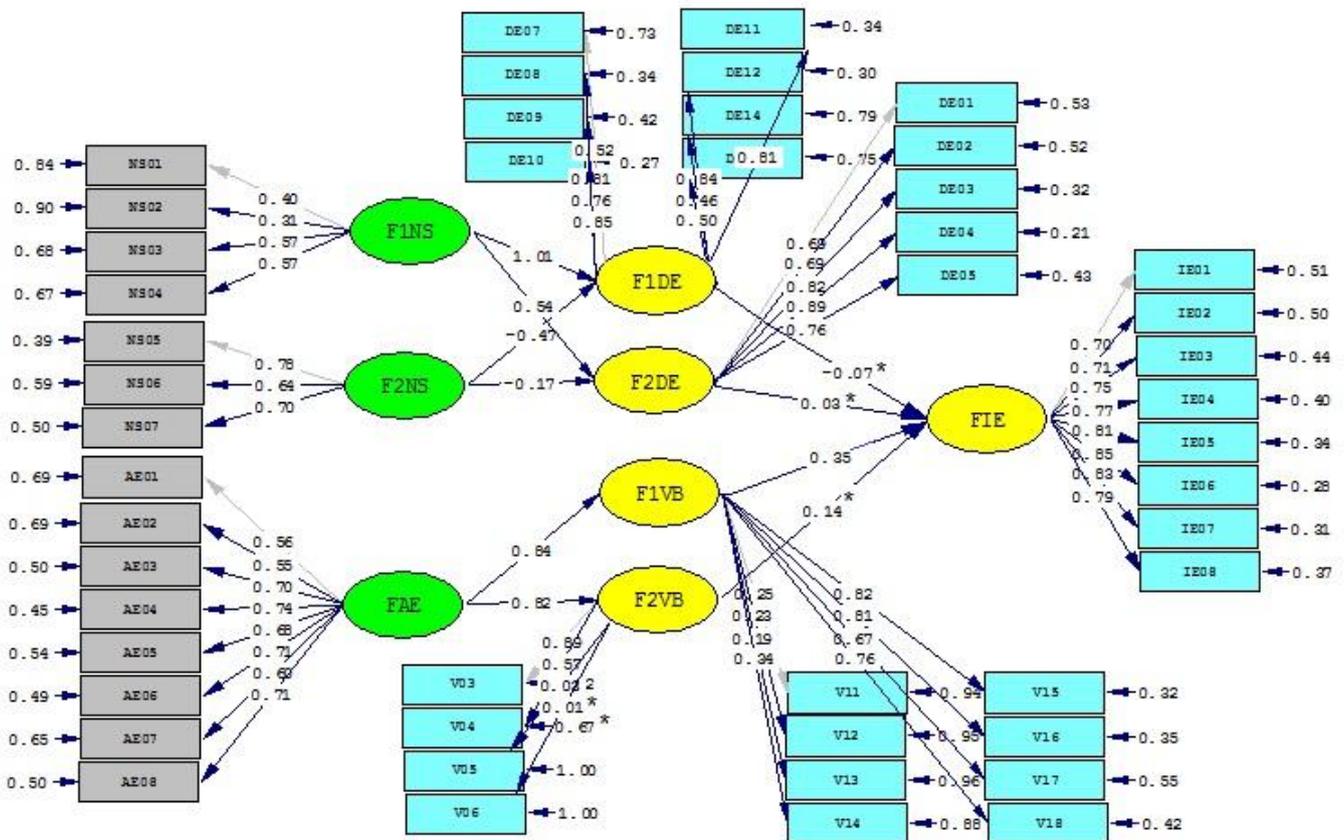
Fonte: elaboração própria

O fator 1 da dimensão Desejo Percebido (F1DE), corresponde ao desejo de optar por empreender como carreira profissional, enquanto o fator (F2DE), refere-se ao desejo de aprender e possuir maiores conhecimentos sobre empreendedorismo. A medida de Viabilidade

Percebida gerou dois fatores, sendo o fator (F1VB) relacionado ao conhecimento sobre auxílios disponíveis para empreender, e o fator (F2VB), referindo-se à percepção dos indivíduos sobre a viabilidade existente para abrir seu próprio negócio. Finalmente, as medidas das duas outras dimensões, Autoeficácia Percebida (FAE) e Intenção Empreendedora (FIE) resultaram em apenas um fator, retratando, respectivamente a autoconfiança nas habilidades e capacidades empreendedoras e a real intenção empreendedora dos estudantes universitários.

Portanto, conforme as análises já apresentadas na primeira parte desta dissertação - construção dos fatores para medir a influência dos ambientes universitários na intenção empreendedora - nesta etapa apresentamos os resultados obtidos a partir da quebra das dimensões Normas Sociais Percebidas, Desejo Percebido e Viabilidade Percebida em dois fatores (Figura 3). Assim obtivemos os seguintes indicadores de ajustamento: Qui-quadrado igual a 4609,641 (P = 0.0000) com 1067 graus de liberdade, RMSEA de 0,0766, GFI = 0,717, AGFI = 0,688, NFI = 0,898.

Figura 3 – Modelo Clássico de Intenções Empreendedoras de Krueger et al. (2000) com divisão de fatores



Fonte: saída do Lisrel
 Nota: * parâmetros não significativos a p < 0,05.

Podemos perceber que este modelo modificado se ajusta melhor aos dados. Porém ainda está aquém do esperado para um modelo ajustável e aceitável. Portanto, realizamos algumas modificações sugeridas pela própria saída do Lisrel na tentativa de melhorá-lo.

Melhoria no ajuste é alcançada pela adição de parâmetros do modelo ou eliminando variáveis não significativas. Ao olhar para o índice de modificação fornecida na saída do LISREL algumas sugestões são dadas, o que pode reduzir consideravelmente o tamanho do qui-quadrado. Sugere-se que a adição de caminhos diretos a partir dos determinantes de empreendedorismo (antecedentes) para as consequências (intenções) ajustará o modelo aos dados. Além disso, o modelo também melhora através da remoção de itens não relacionados pesadamente aos constructos latentes sugeridos.

A saída do Lisrel lista as estimativas dos parâmetros não padronizados para todas as equações em um modelo, juntamente com os seus erros padrões e t-valores. Para este último modelo estimado, todas as cargas são significativas ($p < 0,05$ ou melhor), como indicado por t-valores acima de 1,96 em termos absolutos. Exceto para os itens VB05 e VB06 da variável latente F2VB. A variável DE14 mostrou-se com peso fatorial muito próximo do mínimo recomendado com o constructo latente F1DE, assim como os itens VB11, VB12, VB13 e VB14 para o constructo F1VB e, finalmente, o item N0S2 para o constructo F1NS. Assim, estes 8 itens foram excluídos do modelo. Estes novos modelos foram testados e na Tabela 8 estão apresentadas as principais saídas do Lisrel para a avaliação do ajustamento dos modelos, tanto para o modelo geral com apenas um fator por dimensão do modelo de Krueger et al., (2000) (a), quanto para o modelo com dois fatores por dimensão (b).

Tabela 6 - Estatísticas dos ajustes do modelo

	Modelo sem divisão de fatores		Modelo com divisão de fatores	
	Todos itens incluídos	Com os 8 itens excluídos (a)	Todos itens incluídos	Com os 8 itens excluídos (b)
Qui-quadrado	6.361,592	4.516,526	4.609,641	2.825,817
Graus de liberdade	1076	736	1067	727
RMSEA	0,0932	0,0953	0,0766	0,0714
GFI	0,6340	0,6760	0,7170	0,7870
AGFI	0,6000	0,6390	0,6880	0,7600
NFI	0,8600	0,8880	0,8980	0,9300

Fonte: elaboração própria

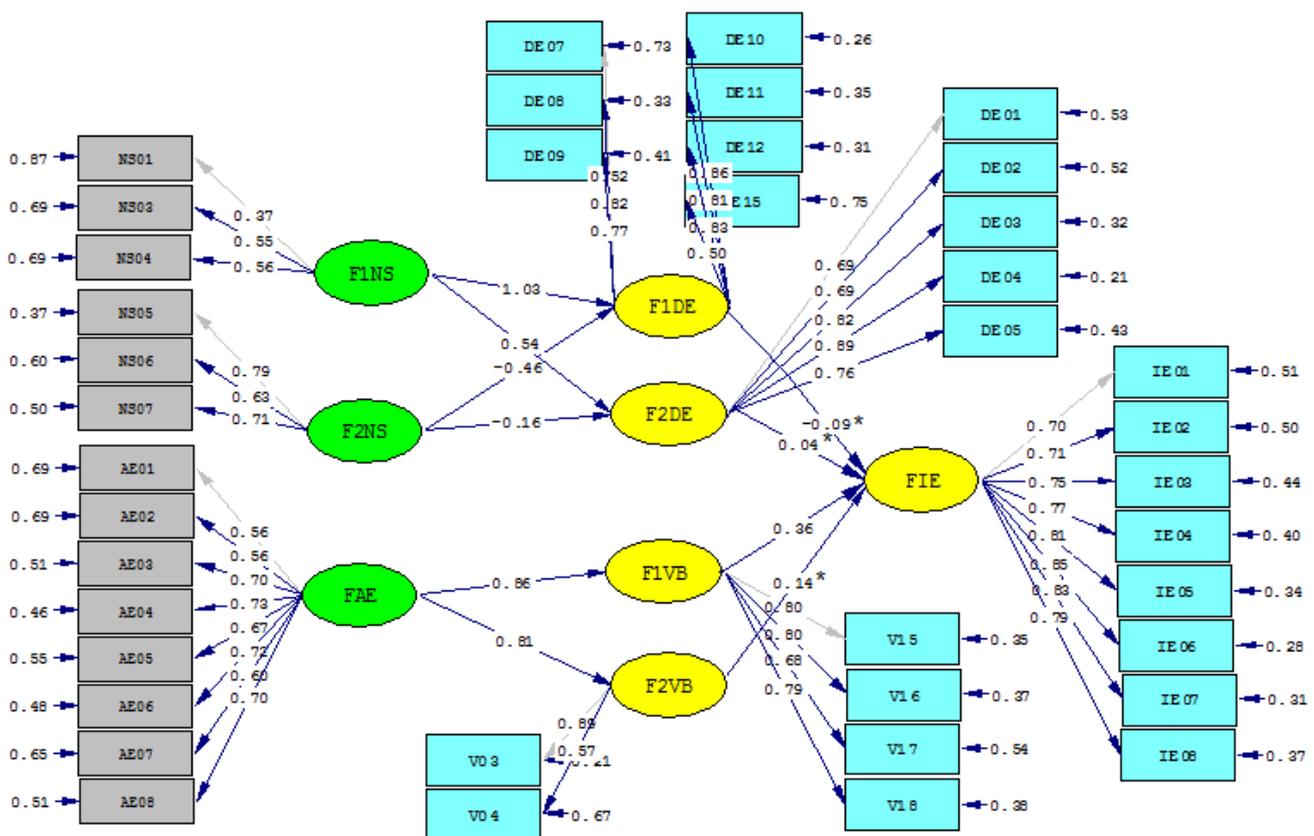
A Figura 4 mostra o modelo ajustado com a divisão de fatores, com as alterações descritas acima. O modelo modificado mostra que, embora tenha havido uma perda de 340 graus de liberdade, este tem sido mais do que compensado pela grande redução no valor da estatística qui-quadrado. O novo valor do qui-quadrado mostra que as variáveis excluídas

contribuíram significativamente para a melhoria do modelo. Contudo, o modelo ainda não está adequadamente ajustado.

Possíveis modificações no modelo proposto poderiam ainda ser executadas através da análise dos resíduos normalizados e dos índices de modificação (*modification indices*), ambas saídas do Lisrel. No entanto, modificações devem primeiramente ter justificativas teóricas para serem testadas. Analisando os resíduos normalizados revela-se que muitas correlações da matriz original dos dados têm resíduos estatisticamente significativos. Conforme Hair et al. (2005), o nível de aceitação é de um resíduo acima de 2,58 em módulo, para cada vinte resíduos. Nosso caso há 8,95 para cada vinte resíduos.

Assim, a conclusão é que o modelo de Krueger et al. (2000), não foi completamente ajustado para as condições do nosso estudo. A principal razão para tal, conforme análise dos índices de modificação sugeridos pelo Lisrel reside no fato de que há itens utilizados para medir um determinado constructo que também são indicadores de outros constructos (múltiplos *loadings*). Isto sugere que possivelmente o problema do não completo ajustamento esteja dependente de uma melhor verificação da validade discriminante do modelo de mensuração.

Figura 4 – Modelo Clássico de Intenções Empreendedoras de Krueger et al. (2000) ajustado e com divisão de fatores



Fonte: saída do Lisrel

Nota: * parâmetros não significativos a $p < 0,05$.

Embora não tenhamos obtido um excelente ajustamento do modelo de Krueger et al. (2000) para efeitos de validade do mesmo para as condições deste estudo, os indicadores de ajuste utilizados apontam que o modelo no seu todo tem um ajuste razoável. Para validação do modelo, seria necessária também a análise de normalidade. Dado este resultado, não analisaremos os coeficientes e a significância dos caminhos estruturais obtidos, e nem verificaremos o poder de explicação do modelo sobre as variáveis dependentes do estudo. Obviamente, a confrontação das relações estruturais com as hipóteses teóricas previamente concebidas no estudo também não será realizada pelo mesmo motivo.

Contudo, o nosso objetivo de pesquisa não foi prejudicado uma vez que analisamos as diferenças entre as universidades em cada uma das dimensões do modelo separadamente e não nos caminhos entre elas.

4.3 O Efeito do Ambiente Universitário na Intenção Empreendedora e nos seus Antecedentes

A Tabela 8 apresenta os resultados obtidos pelo método de diferenças em diferenças das quatro estimações da equação (1) para cada fator do Modelo Clássico de Intenções Empreendedoras. A interpretação de cada resultado é que o fato do aluno ter cursado uma universidade privada, faz com que cada fator, sofra aumento (sinal positivo) ou redução (sinal negativo) em comparação ao estudante que cursou uma universidade pública. Se a diferença for significativa é provável que essa diferença seja devido ao ambiente, uma vez que foram controladas as características dos indivíduos e outras variáveis que possam afetar ambos os indivíduos nos dois ambientes ao longo do tempo.

Tabela 7: Efeito das universidades sobre os fatores

Fatores	Regressões			
	(1)	(2)	(3)	(4)
	Coef/DP	Coef/DP	Coef/DP	Coef/DP
FIE	-0,285	-0,102	-0,293*	-0,103
	0,173	0,176	0,173	0,175
F1NS	0,097	0,160	0,097	0,158
	0,176	0,187	0,176	0,186
F2NS	0,077	0,009	0,077	0,008
	0,174	0,183	0,174	0,183
FAE	-0,037	0,212	-0,053	0,205
	0,173	0,169	0,171	0,166
F1DE	-0,017	0,230	-0,026	0,228
	0,182	0,188	0,182	0,188
F2DE	0,629***	0,612***	0,616***	0,608***
	0,171	0,179	0,170	0,177
F1VB	-0,070	-0,070	-0,073	-0,064
	0,173	0,180	0,173	0,180
F2VB	0,150	0,213	0,164	0,202
	0,158	0,165	0,154	0,162

Nota: * p<0.1; ** p<0.05; ***p<0.01;

(1) Diff-in-Diff sem controles

(2) Diff-in-Diff com controles demográficos

(3) Diff-in-Diff com controles de localização da universidade

(4) Diff-in-Diff com controles demográficos e de localização da universidade

Analisando os resultados, observamos que as únicas estimativas estatisticamente significativas se referem ao fator (F2DE) da dimensão Desejo Percebido. Esta diferença nos diz que os alunos de universidades privadas têm, em média, ao final do curso maior desejo de aprender e frequentar cursos de empreendedorismo do que os estudantes de IES públicas.

Assim, ao interpretar este resultado, poderíamos concluir erroneamente que o ambiente universitário privado influencia mais fortemente, se comparado ao ambiente público, o desejo dos alunos aprenderem conteúdos sobre empreendedorismo. Porém, ao verificarmos as estimativas deste fator (Tabela 9 e Figura 5), percebemos que o desejo dos alunos das IES privadas permanece quase constante do início para o fim do curso, enquanto que ele diminui significativamente para os alunos das universidades públicas.

Tabela 8: Equação (4) para o F2DE

Estimação de diferenças em diferenças							
Período	Início			Fim			DIFF-IN-DIFF
	Pública	Privada	Diff	Pública	Privada	Diff	
F2DE	-0,013	0,070	0,082	-0,621	0,069	0,691	0,608
Desvio Padrão (DP)	0,338	0,348	0,118	0,370	0,373	0,140	0,177
T	-0,040	0,200	0,700	-1,680	0,190	4,930	3,430
P> t 	0,970	0,841	0,485	0,094	0,852	0,000***	0,001***

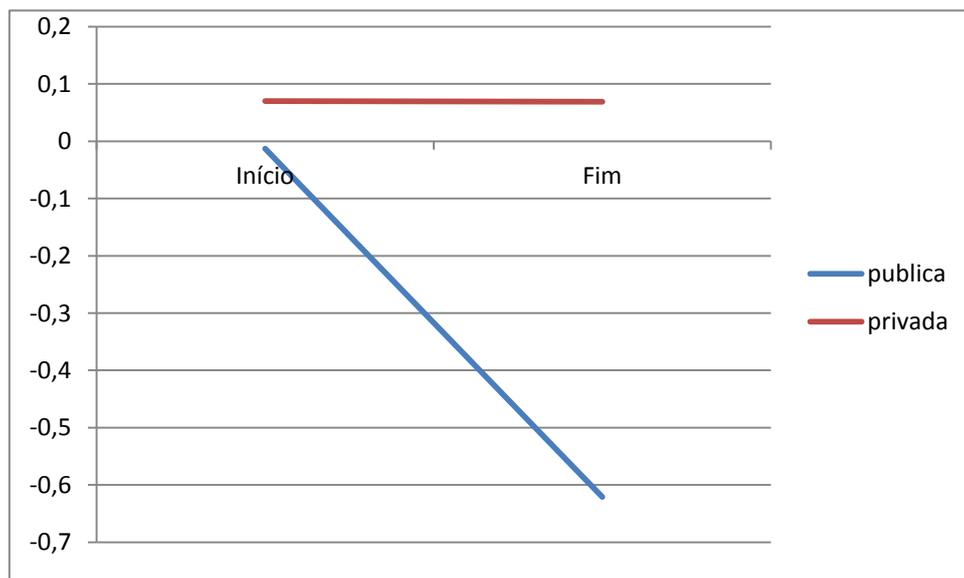
Nota: *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

Fonte: Elaboração própria

Embora os resultados das equações não tenham se mostrado significativos, chama a atenção, que para a nossa principal variável de interesse, que também é a principal variável endógena do modelo de Krueger et al., (2000) - (FIE) - o sinal em todas as estimativas tenha sido negativo. Ou seja, o ambiente da universidade privada seria um influenciador negativo à intenção empreendedora em comparação ao ambiente da IES pública. Porém não podemos considerar esse resultado, pois assim como para os demais fatores este também não foi significativamente diferente de zero.

Observamos assim que as diferenças das diferenças não são significativas, o que implica dizer que as trajetórias universitárias não são diferentes em termos das influências que exercem sobre as percepções empreendedoras dos alunos. Ademais, o fato da variável Intenção Empreendedora (nossa variável dependente principal), também não ter respondido ao tratamento, pode também estar relacionada à falta de respostas dos demais fatores aos tratamentos. Isto de certa forma, foi verificado anteriormente através da análise formal do modelo de Krueger et al., (2000) através do modelo de equações estruturais.

Figura 5 – Trajetórias do F2DE nas IES



Fonte: elaboração própria

5 Discussão e considerações finais

As universidades (seus ambientes) influenciam a intenção empreendedora dos estudantes. Contudo, pelos resultados deste estudo, concluímos que os dois principais tipos de ambientes universitários brasileiros (público e privado) não apresentam distinção na forma de como influenciam a IE e nem os antecedentes desta, conforme o modelo de Krueger et al. (2000). O único fator em que a trajetória entre os dois tipos de universidades foi divergente foi o desejo percebido de aprender sobre empreendedorismo, cujo sinal e magnitude do resultado mostram que os alunos de IES públicas, após passarem em torno de quatro anos na universidade, já não estão mais interessados neste aprendizado. Ao contrário, nas IES privadas este comportamento não se verifica.

Assim, os resultados deste estudo são opostos às conclusões derivadas de outros estudos realizados no Brasil (Endeavor 2012, 2014, Perim 2012, Silva e Teixeira 2013) de que o ambiente universitário público é inóspito para o fomento do empreendedorismo, enquanto o privado é mais favorável a ele. Em realidade, eles são iguais. Ou seja, as universidades influenciam os indivíduos de forma similar. Embora o nível dos constructos que formam a percepção da IE e de seus antecedentes (normas sociais, autoeficácia, desejo e viabilidade) seja mais alto nas universidades privadas do que nas públicas - nisto nossos resultados corroboram os estudos anteriores (Endeavor 2012, Perim 2012, Silva e Teixeira 2013) - as diferenças são anteriores à entrada dos estudantes nas universidades.

A inovação deste estudo está exatamente na capacidade metodológica de distinguir o efeito líquido dos ambientes universitários na intenção empreendedora e, nos antecedentes desta, dos estudantes universitários. Para tal, são três os pontos relevantes a serem considerados: (1) as variáveis observáveis dos alunos; (2) a possibilidade deles já possuírem esses níveis de intenção empreendedora antes de ingressar nas universidades; e (3) outros fatores que afetam as intenções de empreender dos alunos ao longo do curso que são advindos do macroambiente e não do ambiente universitário. Os resultados deste estudo, mostram que após o controle destes três pontos (evidenciados na equação 4 da Tabela 8) o efeito líquido é praticamente nulo.

Portanto, os alunos de universidades públicas teriam menos interesse na carreira empreendedora, porém não partiria de uma influência do ambiente e sim de fatores individuais anteriores a entrada na universidade. Em concordância com essa suposição, encontramos um maior número de alunos na universidade pública que planeja trabalhar no setor público após o término da graduação. Além disso, dados levantados neste mesmo projeto evidenciam que nas universidades públicas há um número significativamente maior de alunos que nunca pensaram

em se tornar empreendedores quando comparados aos alunos das universidades privadas. Ademais, a proporção de estudantes que trabalham é significativamente superior nas IES privadas. Sabemos que uma das características do perfil de um futuro empreendedor é a experiência profissional, uma vez que trabalhar em pequenas empresas estimula a confiança para empreender (Endeavor, 2014).

Os nossos resultados, portanto, sugerem que embora a literatura recente ressalte a importância atual das universidades tanto públicas quanto privadas no apoio e no fomento ao espírito empreendedor de seus alunos, os maiores influenciadores ainda são fatores externos ao ambiente micro das universidades.

Para respondermos a primeira pergunta do nosso trabalho, analisamos cada dimensão do modelo proposto por Krueger et al. (2000) que seria responsável pela formação da intenção empreendedora isoladamente e comparamos os diferentes tipos de instituições. No entanto, sabemos que não se tem ainda uma comprovação única e validada dos modelos que se propõem a medir a intenção empreendedora. Uma série de pesquisas ainda é necessária para melhor compreender quais os fatores que afetam a intenção empreendedora onde são necessários estudos transculturais para o efeito de diferentes culturas e valores sobre a IE para ser mais bem compreendido (Liñán e Chen, 2009).

Nesse intuito, através do nosso teste do Modelo Clássico de Intenções Empreendedoras de Krueger et al. (2000), com o banco de dados que construímos através de investigação na teoria existente sobre o assunto, não conseguimos comprovar e validar a estrutura desse modelo. Portanto, antes de procurar comprovar a intenção empreendedora dos estudantes de universidades, ou de quaisquer outros ambientes, ao redor do mundo e de buscar comparações advindas de pesquisas diferentes, é necessário validar o modelo de medição. Poderíamos ainda continuar modificando nosso modelo até que possuíssemos um modelo ajustado, porém, tais modificações devem ser justificadas teoricamente para serem testadas.

Embora os propósitos do estudo sejam ambiciosos e os resultados de certa forma inovadores, sabemos que há limitações que ainda precisam ser dirimidas em futuros trabalhos.

Um dos elementos a ser melhorado é a validação das escalas de medida das dimensões do modelo de Krueger et al. (2000). Os instrumentos foram construídos a partir de questões de vários estudos, mas via de regra redundaram em mais de um fator por dimensão. Obviamente, melhorias no sentido de obter-se apenas um fator por dimensão refletiria mais coerentemente o modelo de Krueger et al. (2000). Ademais a principal limitação está na construção das escalas de medidas. Futuros estudos necessitam construir e validar os principais constructos do modelo de Krueger et al. (2000) para as condições brasileiras e, em especial, com estudantes

universitários para somente posteriormente serem utilizadas em modelos de equações estruturais.

Referências

- ACS, Z. J.; ARMINGTON, C. The impact of geographic differences in human capital on service firm formation rates. *Journal of Urban Economics*, 56, 244-278. 2004.
- ACS, Z. J.; STOREY D. J. Introduction: Entrepreneurship and economic development. *Regional Studies*, v. 38, n.8, p. 871–877. 2004.
- AJZEN, I. From intentions to actions: A theory of planned behavior. In: Kuhl J, Beckmann J (eds.) *Action Control: From Cognition to Behavior*. Springer-Verlag, Berlin, p. 11–39, 1985.
- AJZEN, I. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, p. 179–211, 1991.
- ALMEIDA, G. O. Valores, atitudes e intenção empreendedora: um estudo com universitários brasileiros e cabo-verdianos, 2013. Tese de doutorado em administração na FGV-SP. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/11281>. Acesso em 03 de março de 2014.
- ANDRADE, J. A., Universidades Empreendedoras e o Contexto do Nordeste Brasileiro. *Revista Gestão & Tecnologia*, Pedro Leopoldo, 12, p. 04-32, 2012.
- AUDRETSCH, D.; KEILBACH, M. Entrepreneurship capital and economic performance. *Regional Studies*, v. 38, n. 8, p.871-877, 2004.
- AUDY, Jorge Luis Nicolas. Entre a tradição e a renovação: os desafios da universidade empreendedora. In: *Inovação e empreendedorismo na universidade = Innovation and entrepreneurialism in the university* / [org. Jorge Luis Nicolas Audy, Marília Costa Morosini]. Porto Alegre: EDIPUCRS, p.56-69, 2006. Disponível em: . Acesso em: 23 set. 2014.
- AUTIO, E., KEELEY, R. H., KLOFSTEN, M., PARKER, G. C., & Hay, M. Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145–160, 2001.
- AUTIO, E, KEELEY, R H, KLOFSTEN, M. ULFSTEDT, T. 'Entrepreneurial intent among students: Testing an intent model in Asia , Scandinavia and USA', *Frontiers of Entrepreneurship Research*, vol. 17, pp. Babson College/Kauffman Entrepreneurship Research Conference, Centre for Entrepreneurial Studies, Babson College, Wellesley, 1997.
- BANDURA, A. Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37, 122-147. 1982.
- BANDURA, A. *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman, 1997.
- BARON, R. A.; WARD, T.B. Expanding Entrepreneurial Cognition's Toolbox: Potential Contributions from the Field of Cognitive Science, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 28(6), p. 553-573, 2004.
- BIRCH, D. L. Who creates jobs? *The Public Interest*. v. 65, p. 3–14. 1981.

- BIRCH, D. L.. Job creation in America: How our smallest companies put the most people to work. New York: Free Press. 1987.
- BIRD, B. J. Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13, 442-453, 1988.
- BIRD, B. J. *Entrepreneurial behavior*. Glenview, Ill: Scott, Foresman and Company, 1989.
- BRENER, R. National policy and entrepreneurship: The statesman's dilemma. *Journal of Business Venturing*, 2 (2), 95-101, 1987.
- BRUNO, A. V.; TYEBJEE, T. T. The environment for entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton and K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, p. 288–307, 1982.
- BURCH, J. G. *Entrepreneurship*. New York: Wiley, 1986.
- CANEVER, M. D., KOHLS, V. K., LAGEMANN, M., RIGATTO, P. Empreendedorismo: Por que alguns estudantes e não outros escolhem ser empreendedores? *Estudos e Pesquisas em Psicologia (UERJ. Impresso)* 13, p. 101-124, 2013.
- CHEN C.C., GREENE, P.G., CRICK, A. "Does Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers?" *Journal of Business Venturing* 13: 295-316, 1998.
- DÍAZ-CASERO, J. FERREIRA, J., HERNANDEZ MOGOLLON, R., BARATA RAPOSO, M. Influence of institutional environment on entrepreneurial intention: A comparative study of two countries university students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2009.
- DORNELAS, José Carlos A. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2005.
- DUBINI, P. The influence of motivation and environment on business starts-ups. Some hints for public policies. *Journal of Business Venturing*, 4(1), p. 11–26, 1989.
- ENDEAVOR. *Empreendedorismo nas universidades brasileiras*. São Paulo, p. 1-49, 2012.
- ENDEAVOR, *Empreendedorismo nas universidades brasileiras: Resultados de professores*, p. 1-26, 2014.
- ENDEAVOR, *Empreendedorismo nas universidades brasileiras: Resultados Qualitativos*, p. 1-28, 2014.
- ENDEAVOR, *Empreendedorismo nas universidades brasileiras: Resultados Longitudinais*, p. 1-23, 2014.
- ENDEAVOR, *Empreendedorismo nas universidades brasileiras: Resultados Quantitativos*, p. 1-28, 2014.
- FAYOLLE, A., GAILLY, B., LASSA-CLERC, N. Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701–720, 2006.

FERREIRA, G. C., SORIA, A. F., CLOSS, L. Gestão da interação Universidade-Empresa: o caso PUCRS. Soc. estado, 27, p. 79-94, 2012.

FISHBEIN, M. AJZEN I. Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Addison-Wesley, Reading, MA, 1975.

GEM, Empreendedorismo no Brasil – 2012: Relatório Executivo. Acessado em 15 jan. 2014. Disponível em: <<http://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Manual-ou-Livro/Pesquisa-GEM-2012---Relatorio-Executivo>>

GEM, Empreendedorismo no Brasil – 2012: Relatório Executivo. Acessado em 26 jun. 2014. Disponível em: <<http://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Manual-ou-Livro/Pesquisa-GEM-2013---Relatorio-executivo>>

GORDON, R. A. Intention and expectation measures as predictors of academic performance. J. Appl. Soc. Psychol. 19, p. 405-415, 1989.

GRANOVETTER, M. S. "The strength of weak tier." American Journal of Sociology, 78(6), p. 1360-1380, 1973.

HAIR, J., BLACK, W., BABIN, B., ANDERSON, R. Multivariate data analysis (5 ed.): Prentice-Hall, Inc. Upper Saddle River, New Jersey, USA. 2005.

IPIRANGA, A.S.R., FREITAS, A.A.F., PAIVA, T.A. O empreendedorismo acadêmico no contexto da interação universidade-empresa-governo. Cadernos Ebape, 8(4), p. 676-693, 2010.

KARIMI, S., BIEMANS, H. J. A., LANS, T., MULDER, M. e KARIM, N. M., Understanding role models and gender influences on entrepreneurial intentions among college students. Procedia - Social and Behavioral Sciences 93, p. 204-214, 2013.

KENDZIERSKI, D. Decision making versus decision implementation: an action control approach to exercise adoption and adherence. J. Appl. Soc. Psychol, 20, p. 27-45, 1990.

KENT, C. A. The environment for entrepreneurship. Lexington: Lexington Books, 1984.

KOLVEREID, L. Prediction of employment status choice intentions. Entrepreneurship Theory and Practice, 21(1), 47–57, 1996.

KOLVEREID, L. 'Organisational employment versus self-employment: Reasons for career choice intentions', Entrepreneurship Theory and Practice, vol. 20, no. 3, p. 23-31, 1996b.

KOLVEREID, L., ISAKSEN, E. New business start-up and subsequent entry into self-employment. Journal of Business Venturing, 21(6), 866–885, 2006.

KRUEGER, N. Impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. Entrepreneurship Theory and Practice, 18(1), p. 5–21, 1993.

KRUEGER, N., BRAZEAL, D.V. Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs, Entrepreneurship Theory and Practice 18 (3), p. 91–104. 1994.

KRUEGER, N., REILLY, M., CARSRUD, A. Competing models of entrepreneurial intentions. Journal of Business Venturing 15: Elsevier Science Inc., p. 411–432, 2000.

- KRUEGER, N.F. The Cognitive Psychology of Entrepreneurship. In: Z. Acs and D. B. Audrestsch (eds.), *Handbook of Entrepreneurial Research*. London: Kulwer Law International, 2003.
- LIMA, I. A.; FIALHO, F. A. P. A cooperação universidade-empresa como instrumento de desenvolvimento tecnológico. In XXIX Congresso Brasileiro de Ensino de Engenharia. Anais do Cobenge 2001. Porto Alegre: Abengas, 2001.
- LIÑÁN F., CHEN Y. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrep Theor Prac* 33(3):593–617, 2009.
- LISKA, A. E. A critical examination of the causal structure of the Fishbein–Ajzen attitude–behavior model. *Social Psychology Quarterly*, 47: 61–74. 1984.
- Mc MULLEN, J. S; GAGBY, D. R.; PALICH, L. E. Economic freedom and the motivation to engage in entrepreneurial action. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 32(5), 875-895, 2008.
- MOREIRA, R. Empreendedorismo na Universidade do Minho: o caso dos diplomados das ciências sociais. *Repositorium*, 2011.
- MORRIS, M. H. *Entrepreneurial Intensity: Sustainable Advantages for Individuals, Organizations and Societies*. Westport, CT, USA: Greenwood Publishing Group, Incorporated, 1998.
- NERI, M. C.; MEDRADO, A.L. “Experimentando Microcrédito: uma Análise de Impacto do CrediAmigo no Acesso a Crédito”. *Revista Econômica do Nordeste*, v. 41, pp. 133- 154, 2010.
- NIHAN Y.; OLCAY B. A., *Entrepreneurship Intentions of Public Universities in Turkey: Going Beyond Education and Research?* *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 58, p. 953-963, 2012.
- PEÑALOZA, V., FERNANDES, K. C. L., SANTOS, D. N., PRADO, O. M. M. Ensino de empreendedorismo e expectativas profissionais. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, V., São Paulo, 2008.
- PERIM, M. L. S. COMPARAÇÃO DO ENSINO E DA PRÁTICA DE EMPREENDEDORISMO EM. *RARR - Revista de Administração de Roraima*, v. 2, p. 67-87, 2012.
- PETERMAN, N. E., KENNEDY, J. Enterprise education: influencing students’ perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129–144, 2003.
- PORTER, M. E. Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quarterly*. v. 14, p. 15–34, 2000.
- PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD). Atlas do desenvolvimento humano no Brasil. Disponível em: Acesso em: 22 fev. 2015.
- REYNOLDS, P. D., CAMP, S. M., BYGRAVE, W. D., AUTIO, E., HAY, M. *Global Entrepreneurship Monitor: 2001 Executive Report*, London: Babson College, IBM, London Business School and Kauman Center for Entrepreneurial Leadership, 2001.

- REYNOLDS, P. D.; STOREY D. J.; WESTHEAD, P. Cross-national Comparisons of the Variation in New Firm Formation Rates. *Regional Studies*. v. 28, n. 4, p. 443– 456, 1994.
- SANTOS, D., CASEIRO, N. Empreendedorismo em instituições de ensino superior: Um estudo de caso. 14º Workshop APDR: Empreendedorismo e desenvolvimento regional, 2012.
- SCHWARTZ, S. H. Basic human values: an overview, 2006. Disponível em http://www.seangallaghersite.com/yahoo_site_admin/assets/docs/schwartz2006to_page_12.4180215.pdf. Acesso em 15 de agosto de 2014.
- SHANE, S., VENKATARAMAN. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, p. 217–221, 2000.
- SHANE, S., LOCKE, E., COLLINS, C. J. Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), p. 257–280, 2003.
- SHAPERO, A., SOKOL, L. The social dimensions of entrepreneurship, in C.A. Kent, D.L. Sexton and K.H. Vesper (Eds.) *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, p.72–90, 1982.
- SILVA, W. A., TEIXEIRA, R. M. Intenções Empreendedoras dos Alunos de Computação: estudo comparativo entre uma universidade pública e uma privada. In: Encontro Nacional de Tecnologia da Informação, 2013, Frederico Westphalen. *Anais do EATI*, v. 3, 2013.
- SINGH, I., PRASAD, T., RAUT, D. R. Entrepreneurial Intent – A Review of Literature. Ninth AIMS International Conference on Management, p. 201-207, 2012.
- SUTARIA, V.; HICKS, D. A. New firm formation: Dynamics and determinants. *Annals of Regional Science*. 38, 241–262, 2004.
- TKACHEV, A., KOLVEREID, L. Self-employment intentions among Russian students. *Entrepreneurship and Regional Development*, 11(3), 269–280, 1999.
- VECIANA, J.M. et al. Institutions and Support Programs for Entrepreneurship: a two countries comparison. *Proceedings*. Puerto Rico, International Council for Small Business, 2002.
- VECIANA, J., APONTE, M., URBANO, D. University student's attitudes towards entrepreneurship: a two countries comparison. *Int Ent Manage J* 1:165–182, 2005.
- WANG, C. K., WONG, P. K. Entrepreneurial interest of university students in Singapore, *Technovation* 24, no. 2, pp. 163-172, 2004.
- WARSHAW, P. R., e DAVIS, F. D. Disentangling behavioral intention and behavioral expectation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 21, p. 213-228, 1985.
- WILSON, F., KICKUL, J., MARLINO, D. Gender, Entrepreneurial Self-efficacy and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education, *Entrepreneurship Theory and Practice*. Baylor University, p. 387-406, 2007.

WONGLIMPIYARAT, J. Innovation Policies and Vc Management to Support Entrepreneurial Financing In: M. V. Bradshaw and P. T. Carrington, *Entrepreneurship and its Economic Significance*, (pp-205-215). Nova Science Publishers, Inc.: New York. 2009.

WOUTER, D., *Entrepreneurial intentions among FDEWB students*, Master's thesis, University of Maastricht, Maastricht, p. 76, 2004.

ZAIDATOL, A. L. P., AFSANEH, B., ZAIDATOL. H., SANI, A. Knowledge of Cognition and Entrepreneurial Intentions: Implications for Learning Entrepreneurship in Public and Private Universities. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 97. p. 174–181, 2013.

ZHAO, H., SEIBERT, S. E., HILLS, G. E. The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272, 2005.

Apêndices

Apêndice A – Questionário

Prezado aluno(a),

Você irá participar de um estudo para minha dissertação de Mestrado em Economia Aplicada da UFPel. Trata-se de avaliar as suas intenções empreendedoras.

Para que os resultados desta pesquisa sejam confiáveis, pedimos que você responda as questões de forma honesta e franca. O questionário levará menos de 15 minutos para ser preenchido. Chamamos a sua atenção para o fato de que: (a) sua participação é voluntária; (b) você pode a qualquer momento desistir de completar o questionário; e (c) você não necessita responder questões que você não queira.

Todas as informações são confidenciais e não serão divulgadas.

Atenciosamente,

Maria Renata Martínez Barral

Aluna do Programa de Pós-Graduação em Organizações e Mercados – PPGOM / UFPel

A. Dados Sociodemográficos

Qual seu sexo? () Feminino () Masculino **Idade (em anos):**

Estado Civil: () Solteiro(a) () União Estável () Casado(a) () Divorciado(a) () Viúvo(a)

Em que cidade você mora? () Pelotas () Rio Grande () Outra. Qual?

Qual o seu curso na universidade?

Qual é a sua nota média no histórico escolar (curso superior) até o momento?

Data prevista da formatura (Mês/Ano):

Você tem outra formação acadêmica? () Não () Sim. Qual?

Responder as questões de acordo com o seu nível de satisfação a partir da seguinte escala:

Nada satisfeito (1) (2) (3) (4) (5) Muito satisfeito

	1	2	3	4	5
Você está satisfeito com o seu curso de graduação?					
Você está satisfeito com a sua Instituição de Ensino Superior?					

Dada a sua realidade atual (de conhecimento, econômica, aspirações, etc), o que você planeja fazer após a sua formatura?

(1) Continuar estudando (Especialização, Mestrado....)

(2) Montar o meu próprio negócio

(3) Trabalhar no(s) negócio(s) de minha família

(4) Trabalhar como empregado(a) no setor privado

(5) Trabalhar como empregado(a) no setor público através de concurso público

(6) Fazer mais de uma das alternativas anteriores. Quais.....

(7) Não sabe

Em sua família alguém tem negócio próprio (escolha conforme as seguintes opções sendo possível marcar mais de uma se for o caso):

() Pai () Mãe () Irmão () Irmã () Avós () Outros..... () Não

Você já pensou em se tornar um empreendedor? () Sim () Não

Qual é a renda familiar mensal de sua casa?

- até 260,00
- de R\$ 261,00 a R\$ 780,00
- de R\$ 781,00 a R\$ 1.300,00
- de R\$ 1.301,00 a R\$ 1.820,00
- de R\$ 1.821,00 a R\$ 2.600,00
- de R\$ 2.601,00 a R\$ 3.900,00
- de R\$ 3.901,00 a R\$ 5.200,00
- de R\$ 5.201,00 a R\$ 6.500,00
- de R\$ 6.501,00 a R\$ 7.800,00
- mais de R\$ 7.800,00

Você trabalha atualmente?

- Sim, tenho meu próprio negócio
- Sim, trabalho no(s) negócio(s) de minha família
- Sim, trabalho como estagiário(a) no setor privado
- Sim, trabalho como empregado(a) no setor privado
- Sim, trabalho como estagiário(a)/bolsista no setor público
- Sim, trabalho como empregado(a) no setor público
- Não trabalho

A quanto tempo você está nesse trabalho (em meses)?

Qual o nível de instrução de seu pai?

- sem escolaridade
- ensino fundamental (1º grau) incompleto
- ensino fundamental (1º grau) completo
- ensino médio (2º grau) incompleto
- ensino médio (2º grau) completo
- superior incompleto
- superior completo
- pós graduação e/ou mestrado e/ou doutorado
- não sei informar

Qual o nível de instrução de sua mãe?

- sem escolaridade
- ensino fundamental (1º grau) incompleto
- ensino fundamental (1º grau) completo
- ensino médio (2º grau) incompleto
- ensino médio (2º grau) completo
- superior incompleto
- superior completo
- pós graduação e/ou mestrado e/ou doutorado
- não sei informar

Como fez seus estudos de ensino fundamental (1º grau)?

- integralmente em escola pública
- integralmente em escola particular
- maior parte em escola pública
- maior parte em escola particular

Como fez seus estudos de ensino médio (2º grau)?

- integralmente em escola pública
- integralmente em escola particular
- maior parte em escola pública
- maior parte em escola particular

Você frequentou cursinho preparatório para o vestibular/Enem?

- sim, por menos de 1 semestre
- sim, por 1 semestre
- sim, por um ano
- sim, por mais de um ano
- não

Se você deseja receber uma cópia dos resultados, escreva o seu endereço de e-mail abaixo de forma legível:

B. Intenções Empreendedoras

I- Responda as próximas questões levando em consideração como pessoas que são importantes na sua vida pensam sobre a possibilidade de você se tornar um(a) empreendedor(a).

**Responder as questões a partir do seu nível de concordância com as seguintes frases:
Discordo totalmente (1) (2) (3) (4) (5) Concordo totalmente**

	1	2	3	4	5
1. Se eu decidisse iniciar o meu próprio negócio, meus parentes e familiares apoiariam a minha decisão					
2. Se eu decidisse iniciar o meu próprio negócio, meus amigos apoiariam a minha decisão					
3. Pessoas conhecidas e que se interessam por mim querem que eu inicie o meu próprio negócio					
4. Tornar-se um(a) empreendedor(a) é considerado uma boa opção na minha família					
5. Eu me importo com a opinião da minha família em relação a minha carreira					
6. Eu me importo com a opinião dos meus amigos em relação a minha carreira					
7. Eu me importo com a opinião de pessoas importantes para mim em relação a minha carreira					

II- As próximas questões deverão ser respondidas de acordo com o desejo de se tornar um(a) empreendedor(a).

Você frequentaria cursos de empreendedorismo que desenvolvessem os seguintes aspectos empresariais? Indique a partir de:

Improvável (1) (2) (3) (4) (5) Muito Provável

	1	2	3	4	5
8. Conhecimentos sobre o ambiente empresarial					
9. A importância da figura do empreendedor para a sociedade					
10. As vantagens de ser um empreendedor					
11. As habilidades necessárias para ser um empreendedor					
12. Conhecimentos de como criar uma nova empresa					

Responder as seguintes questões a partir de:

Discordo totalmente(1) (2) (3) (4) (5) Concordo totalmente

	1	2	3	4	5
13. Para mim, ser um(a) empreendedor(a) implica em mais vantagens do que desvantagens					
14. Para mim, uma carreira como empreendedor(a) é atrativa					
15. Se eu tivesse a oportunidade e os recursos, eu gostaria de criar uma empresa					
16. Para mim, ser um(a) empreendedor(a) traria grande satisfação					
17. De todas as opções de carreira disponíveis, a que eu preferiria é ser um(a) empreendedor(a)					
18. Eu desejo muito iniciar o meu próprio negócio					
19. Nada me estressaria se eu iniciasse o meu próprio negócio					
20. Eu não acho que será um trabalho insuportável iniciar o meu próprio negócio					
21. Eu considero altamente desejável para as pessoas com a minha educação ser um empreendedor					
22. Eu preferiria começar uma nova empresa do que ser o gerente de uma já existente					

III – Agora você responderá a respeito da percepção da sua capacidade pessoal de se tornar um(a) empreendedor(a).

Responder as seguintes questões a partir de:

Discordo totalmente (1) (2) (3) (4) (5) Concordo totalmente

	1	2	3	4	5
23. Eu confio que posso identificar facilmente novas oportunidades de negócio					
24. Eu confio que posso pensar de forma criativa sobre questões relacionadas aos negócios					
25. Eu confio na minha capacidade para sugerir novas ideias para produtos e serviços					
26. Eu estou mentalmente preparado(a) para iniciar um novo negócio					
27. Eu sei os detalhes práticos necessários para iniciar um novo negócio					
28. Eu posso identificar uma boa oportunidade muito antes dos outros					
29. Eu tenho as habilidades e capacidades necessárias para ter sucesso como um(a) empreendedor(a)					
30. Eu confio na minha capacidade para delegar tarefas ou responsabilidades a outros					

IV – As questões a seguir referem-se sobre a sua percepção da viabilidade de se iniciar um novo negócio.

Responder as seguintes questões a partir de:

Discordo totalmente (1) (2) (3) (4) (5) Concordo totalmente

	1	2	3	4	5
31. Empreendedorismo não pode ser ensinado					
32. Eu sei de muitas pessoas na minha universidade que iniciaram com sucesso o próprio negócio					
33. Na minha universidade, há uma boa infraestrutura de apoio para o começo de novas empresas					
34. Na minha universidade, as pessoas estão ativamente encorajadas a seguir as suas próprias ideias					
35. Na minha universidade, há várias pessoas com boas ideias para um novo negócio					
36. Cursos de Empreendedorismo da minha universidade preparam bem as pessoas à empreender					
37. Para mim, seria fácil iniciar o meu próprio negócio					
38. Para mim, não seria problema iniciar o meu próprio negócio					
39. Começar a própria empresa, provavelmente, é a melhor forma de aproveitar a minha educação					
40. Estou confiante de que eu teria sucesso se eu começasse meu próprio negócio					

Para cada uma das seguintes possíveis formas de apoio à criação de empresas existentes no Brasil, indicar o seu nível de conhecimento a partir de:

Nenhum conhecimento (1) (2) (3) (4) (5) Muito conhecimento

	1	2	3	4	5
41. Formação específica para jovens empresários					
42. Empréstimos em termos especialmente favoráveis					
43. Assistência técnica para iniciar o negócio					
44. Centros de negócios / redes					
45. Consultoria em condições favoráveis					
46. Acessibilidade ao mercado em condições favoráveis					
47. Políticas favoráveis para iniciar negócios					
48. Oportunidade prontamente disponível de iniciar os negócios					

V – As últimas questões serão direcionadas para a avaliação da sua real intenção de se tornar um empreendedor.

Responder as seguintes questões a partir de:

Discordo totalmente (1) (2) (3) (4) (5) Concordo totalmente

	1	2	3	4	5
49. Eu tenho a intenção de começar e desenvolver um negócio com alto potencial de crescimento					
50. Meu objetivo profissional é me tornar um(a) empreendedor(a)					
51. Tenho pensado muito seriamente em começar uma empresa					
52. Tenho a firme intenção de criar uma empresa algum dia					
53. Eu farei qualquer esforço para iniciar e conduzir o meu próprio negócio					

Responder as seguintes questões a partir de:
Improvável(1) (2) (3) (4) (5) Muito provável

	1	2	3	4	5
54. Qual a probabilidade de que você vai escolher uma carreira como empresário independente?					
55. Qual a probabilidade de você começar o seu próprio negócio no próximo ano?					
56. Qual a probabilidade de você começar o seu próprio negócio nos próximos 5 anos?					

Para concluir o questionário responder as seguintes questões a partir de:
Nenhum conhecimento (1) (2) (3) (4) (5) Muito Conhecimento

	1	2	3	4	5
57. Qual o nível de conhecimento você acredita ter para iniciar um novo negócio?					
58. Quanto desse conhecimento você acredita ter recebido na sua universidade?					
59. Qual o nível de conhecimento você acredita ter para administrar/gerenciar um novo negócio?					
60. Quanto desse conhecimento você acredita ter recebido na sua universidade?					