

**FACULDADE MERIDIONAL – IMED
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO**

AMANDA LODI CASTELLANI

**EMPREENDEDORISMO ACADÊMICO: intenção de
empreender dos estudantes universitários**

Passo Fundo

2019

Amanda Lodi Castellani

EMPREENDEDORISMO ACADÊMICO: a intenção de empreender dos estudantes universitários

Artigo apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Graduação em Administração, da Faculdade Meridional – IMED.

Orientador: Prof. Dr. Claudionor Guedes Laimer

Passo Fundo

2019

EMPREENDEDORISMO ACADÊMICO: A INTENÇÃO DE EMPREENDER DOS ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS

Amanda Lodi Castellani*

Dr. Claudionor Guedes Laimer**

Resumo: O presente estudo tem como objetivo verificar a influência das características comportamentais empreendedoras e do apoio da família na intenção de empreender dos estudantes universitários de uma Instituição de Ensino Superior no sul do Brasil. Para tanto, realizou-se uma pesquisa quantitativo-descritiva com 379 participantes de diferentes cursos de graduação. Na análise geral das características comportamentais empreendedoras dos estudantes universitários, constatou-se que o 'estabelecimento de metas' tem sido considerada a principal característica entre os estudantes. Os resultados evidenciam que as características comportamentais empreendedoras e o apoio da família influenciam positivamente a intenção de empreender dos estudantes universitários. Desse modo, o presente estudo contribui ao abordar de que maneira é formada a intenção empreendedora, auxiliando as instituições de ensino superior para que possam ter uma definição mais clara com relação ao perfil de egressos que estão sendo disponibilizados ao mercado (de trabalho) e estabelecer mecanismos mais assertivos na formação dos egressos, fortalecendo, assim, a interação universidade-empresa ou da universidade com o mercado de trabalho.

Palavras-chave: Interação Universidade-Empresa. Empreendedorismo Acadêmico. Intenção de Empreender. Características Comportamentais Empreendedoras. Apoio da família.

Abstract: This study aims to determine the influence of entrepreneurial behavioral characteristics and family support on the intention to undertake of college students, at a private Business School in South Brazil. Therefore, we held one quantitative-descriptive survey with 379 participants from different undergraduate courses. In the overall analysis of entrepreneurial behavior characteristics, the 'goal setting' has been considered the main feature among students. The results suggested that entrepreneurial behavioral characteristics and family support positively influence the intention to undertake of college students. Thus, the present study contributes to the discussion of how entrepreneurship is formed, helping higher education institutions to have a clearer definition of the profile of graduates that are being made available to the (labor) market and to establish more assertive mechanisms in the training of graduates, thus strengthening university-company or university with the labor market interaction.

Keywords: University-Company interaction. Academic Entrepreneurship. Intention to Undertake. Entrepreneurial Behavioral Characteristics. Family support.

* Acadêmica do curso de Administração da Faculdade Meridional – E-mail: amanda.castellani@imed.edu.br

** Professor do curso de Administração da Faculdade Meridional – E-mail: claudionor.laimer@imed.edu.br

1 INTRODUÇÃO

Encontrar uma boa oportunidade de empreender é uma atividade diária de quem deseja alcançar um espaço no mundo empresarial. O empreendedorismo é visto como instrumento de promoção do desenvolvimento econômico, social e tecnológico, tendo como objetivo o aumento da competitividade e resultando no crescimento econômico.

O ensino do empreendedorismo vem sendo utilizado no meio acadêmico como uma forma de inserção dos estudantes no mercado de trabalho e/ou para a geração de emprego e renda. Considera-se que assim, a capacidade de contribuição para desenvolvimento econômico, é significativamente mais elevada.

No Brasil, o ensino do empreendedorismo vem sendo incluído nos currículos das universidades desde a década de 1990, mas mais importante do que ter uma educação voltada ao empreendedorismo, é desenvolver em sala de aula uma educação empreendedora (Mendes, 2011). Para Almeida, Valadares e Sediyaama (2017) é necessário oportunizar mecanismos educacionais que proporcionem o apoio ao desenvolvimento de empreendedores por oportunidade, em vez de preparar empreendedores por necessidade.

O papel da universidade através do ensino do empreendedorismo é proporcionar maior capacitação e mecanismos de apoio e fomento que colaborem para que os estudantes universitários possam vivenciar o empreendedorismo dentro da sala de aula. A utilização de estratégias e instrumentos para despertar e qualificar o potencial empreendedor é essencial. Assim, torna-se relevante que os estudantes sejam inseridos nesse meio desde o início da sua formação acadêmica.

A relevância do ambiente para a formação e desenvolvimento de características comportamentais empreendedoras pode ser intensificada através das experiências vivenciadas, auxiliando, assim, na formação do perfil empreendedor. A entrada de um estudante no ensino superior é apenas mais uma etapa que está sendo iniciada e com ela está sendo construída uma base de experiências e conhecimentos adquiridos com a sua relação com a sociedade.

Neste contexto, as pesquisas sobre o tema têm apontado para o desenvolvimento e aplicação de diversos instrumentos, que caracterizam o perfil e o potencial empreendedor. Ainda não se conseguiu chegar a um consenso sobre os fatores determinantes. Isso porque foi identificado um conjunto de fatores que

podem influenciar a intenção de empreender. Esse estudo se insere no contexto de que é possível apontar as características mais evidentes ainda no momento em que o estudante está inserido na graduação.

Desse modo, movido pela necessidade de uma compreensão mais detalhada sobre os fatores determinantes da intenção de empreender dos estudantes universitários, esse estudo procura responder a seguinte pergunta: As características comportamentais empreendedoras e o apoio da família podem influenciar a intenção de empreender dos estudantes universitários?

Assim, o objetivo desse estudo é verificar a influência das características comportamentais empreendedoras e do apoio da família na intenção de empreender dos estudantes universitários. Pois, ao verificar essas relações, as instituições de ensino podem definir o perfil de egresso e estabelecer mecanismos para fortalecer a interação universidade-empresa ou da universidade com o mercado de trabalho. Com isso, os novos empreendedores (*university spin-off*) poderão compartilhar conhecimentos com as universidades, ao passo que os profissionais formados poderão usufruir de novas capacitações junto as universidades.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo Acadêmico

Sintonizadas com a modernidade, as empresas buscam pessoas que tragam algo a mais, pessoas criativas e inovadoras, que possam auxiliá-las a criar diferenciais para vencer a competição no mercado (Almeida, Souza Neto, Nunes, & Sttefanello, 2008). Lima, Lopes, Nasiff e Silva (2015), afirmam que mesmo que o estudante não venha a criar um novo negócio, o ensino do empreendedorismo em sua totalidade o capacita através do conhecimento e do desenvolvimento de habilidades, para assumir uma posição no mercado de trabalho.

Para Garcia, Araújo, Mascarini e Silva (2012), a partir do momento em que o estudante é instigado a empreender através de um ambiente acadêmico, estão sendo amparado por uma base de conceitos. Sendo assim, apresentando uma capacidade superior para desenvolver uma empresa que gere efeitos positivos e contribua para o crescimento econômico.

Diante da necessidade de inserção de disciplinas e metodologias de ensino voltadas ao empreendedorismo nos currículos acadêmicos, independente da área de estudo, constatou-se que se uma pessoa é exposta a um ambiente favorável ao empreendedorismo, é possível que ela desenvolva habilidades empreendedoras (Ramos & Ferreira, 2004). Com isso, diferentes autores sugerem que o ensino de empreendedorismo deve ser aplicado e desenvolvido nas disciplinas, por meio de uma metodologia própria e diferente da utilizada no método tradicional de ensino (Schaefer & Minello, 2016).

Em seu estudo, Mendes (2011) destaca que para desenvolver ou potencializar as características comportamentais empreendedoras, é necessário que as universidades busquem uma nova forma de educação, acreditando que mais importante que criar uma educação em empreendedorismo, é desenvolver uma educação empreendedora. O autor ainda sugere que o empreendedorismo deve ser integrado nas demais disciplinas e não de uma forma isolada. Indo além, Henrique e Cunha (2008) afirmam que é necessário que ocorra uma adequação dos conteúdos a práticas didático-pedagógicas que variam desde conferências, aulas expositivas, discussões de grupo e em sala de aula, plano de negócios, dinâmicas de grupo, etc.

A discussão sobre o empreendedorismo acadêmico se volta para a criação de negócios intensivos em conhecimento, a partir do momento em que o estudante está inserido nesse meio. Pois, conforme destacado por Souza, Souza, Assis e Zerbini (2004), o empreendedorismo acadêmico se volta ao desenvolvimento das habilidades e das características comportamentais empreendedoras, com base na utilização de um método prático, através de um ambiente em que o estudante seja incentivado e exposto a discussões e reflexões sobre o tema.

Para Garcia et al. (2012), os estudantes são os agentes mais capacitados para empreender, visto que estão amparados pelos conceitos aprendidos durante as aulas.

Nesse sentido, os empreendedores acadêmicos apresentam uma capacidade superior à média para a criação de novas empresas e, dessa forma, para levar a cabo atividades inovativas e intensivas em conhecimento e sustentadas por um mais amplo grupo de trabalhadores qualificados. Supõe-se assim que as empresas criadas a partir de uma base mais ampla de conhecimentos são mais capazes de estabelecer atividades inovativas e exercer efeitos positivos sobre o

emprego, o crescimento econômico e a competitividade (Garcia et al., 2012, p. 39).

2.2 Perfil Empreendedor

De acordo com Shapero (1971 como citado em Fontenele, Brasil, & Sousa, 2015) variáveis como os traços da personalidade, os elementos sociodemográficos, origem, sexo, idade, experiência profissional e a formação acadêmica, formam o perfil empreendedor, influenciando diretamente na criação de novas empresas.

Os estudos sobre a influência dos antecedentes pessoais demonstram que a idade é uma variável importante e que pode vir a determinar para o início de uma nova empresa (Carvalho & González, 2006). Shapero (1971) menciona que a idade que uma pessoa toma a decisão de se tornar empresário é entre os vinte e cinco e quarenta anos. Para Petrof (1980), a idade média para a criação de uma empresa é de trinta anos. Já para Davidsson (1995), situa-se perto dos trinta e cinco anos. (Carvalho & González, 2006, p. 47).

Outro item importante a ser avaliado, é a variação entre o gênero que mais manifesta o perfil empreendedor. Em pesquisa realizada por Ruiz Arroyo, Fuentes Fuentes e Ruiz Jiménez (2016) foi possível concluir que o gênero é uma forte variável explanatória, tendo em vista que as mulheres apresentaram menores níveis de expectativa para o crescimento de seus empreendimentos. O fator inovação tem um significado maior para os homens, sendo explicado pelo fato de que as mulheres tem uma tendência maior em desenvolver atividades em setores tradicionais (Anna, Chandler, Jansen, & Mero, 2000).

Além das variáveis sociodemográficas, López, Montilla e Briceño (2007) consideram que se uma pessoa faz parte de uma família de empreendedores, a formação do perfil pode estar positivamente relacionada ao empreendedorismo. Por outro lado, Tamayo et al. (2015) indicam que ter uma experiência empreendedora e vir de uma família de empresários não demonstra relação ao desejo de empreender, mas o fato de ter trabalhado na empresa da família é considerado um fator positivo naqueles que desejam ser sucessor ou desejam ser empreendedores.

A motivação também deve ser considerada como um item importante a ser analisado na formação do perfil empreendedor. Em pesquisas sobre o tema, é possível encontrar diversos estudos que buscam identificar os motivos que levam a

criação de uma nova empresa. Bizarria, Lima, Silva e Carneiro (2017), apontaram que McClelland no início dos seus estudos, em 1961, identificou que o desenvolvimento pessoal é um fator motivacional. Anos depois os estudos realizados por McClelland e Burnham (1995) deram continuidade, concluindo que: a motivação é associada à necessidade de realização, descrevendo-a como reconhecimento e autorealização; o poder como uma forma de exercer comando frente a outras pessoas; e afiliação, como a necessidade de manter uma rede de relacionamentos positivos. Achchuthan e Kandaiya (2014) identificaram que os motivos que impulsionam a atividade empreendedora, considera o desenvolvimento dos valores relacionados ao indivíduo-relação-ambiente.

Carvalho e González (2006) apresentaram um estudo com o resultado de diversas pesquisas, cuja finalidade foi investigar as principais motivações que incentivam o empreendedorismo. Os autores agruparam as motivações em quatro fatores: necessidade de independência, necessidade de desenvolvimento pessoal, percepção da instrumentalidade da riqueza e necessidade de aprovação. Cada um desses fatores foi formado por diversas características, as quais estão associadas a autores como (Carvalho & González, 2006):

- Dubini (1988) - acredita que os principais motivos eram: flexibilidade na vida privada; criar um negócio inovador; realização pessoal; ter mais rendimentos; ser rico; ter mais segurança no futuro; ter prestígio diante da sociedade; ter mais influência; ser mais respeitado; seguir o exemplo de empresários que admira; e dar continuidade à tradição empresarial da família.
- Scheinberg e MacMillan (1988) - as motivações são: flexibilidade na vida privada; aproveitar as vantagens das novas tecnologias; criar um negócio de sucesso; ter mais rendimentos; ser rico; se beneficiar de subsídios para a criação de uma empresa; ter prestígio diante da sociedade; realizar algo e ser reconhecido por isso; ter mais influência na sociedade; ser mais respeitado pelos amigos e colegas; e seguir o exemplo de empresários que admira.
- Alänge e Scheinberg (1988) - acreditavam que os motivos seriam: ter flexibilidade na vida privada; aproveitar as vantagens das novas tecnologias; ter um negócio de sucesso; implementar um negócio inovador; ter mais rendimentos; ser rico; se beneficiar de subsídios para a criação de uma

empresa; ter prestígio diante da sociedade; realizar algo e ser reconhecido por isso; ter mais influência na sociedade; ser mais respeitado pelos amigos e colegas; e seguir o exemplo de empresários que admira.

- Jesuíno, Reis e Cruz (1988) - os motivos seriam: ter uma maior flexibilidade na vida privada; aproveitar as vantagens das novas tecnologias; ter um negócio de sucesso; ter mais rendimentos; ser rico; fugir ao desemprego; se beneficiar de subsídios para a criação de uma empresa; ter prestígio diante da sociedade; realizar algo e ser reconhecido por isso; ter mais influência na sociedade; ser respeitado pelos amigos e colegas; e seguir o exemplo de empresários que admira.
- Carvalho (1997) - os motivos são: pôr em prática as próprias ideias; autonomia no trabalho; criar um negócio de sucesso; ser rico; se beneficiar de subsídios para a criação de uma empresa; e seguir o exemplo de empresários que admira.
- Pereira (2001) – define que os motivos são: pôr em prática as próprias ideias; autonomia no trabalho; flexibilidade na vida privada; criar um negócio inovador; ter mais segurança no futuro; ter prestígio diante da sociedade; ter mais influência; ser mais respeitado; seguir o exemplo de empresários que admira; e dar continuidade à tradição empresarial da família. Essa comparação auxiliou os autores a identificarem os motivos comuns e a relação entre elas nas pesquisas sobre o tema.

Diante da constatação pode-se concluir que quanto maior forem os fatores que levam uma pessoa empreender, o histórico e a relação entre esses fatores podem influenciar diretamente na formação do perfil empreendedor e no desejo de empreender. Carvalho e González (2006) concretizam a ideia de que criar um novo negócio é precedida pela intenção, sendo ela planejada durante um período, momentos antes de se concretizar a ideia ou apenas desenvolvida, mas não coincidindo com a realização.

2.3 Potencial Empreendedor

Na busca pela definição do que se vem a ser formado o potencial empreendedor e a identificação de suas características, Ching e Kitahara (2015),

apresentam que McClelland após quatro anos realizando uma das mais importantes pesquisas na área, desenvolveu um instrumento para mensurar o potencial empreendedor. A primeira versão do instrumento era composta por três grupos: necessidade de realização, planejamento e poder. Esses grupos foram subdivididos em treze características. Após alguns anos o instrumento sofreu modificações a pedido da *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD), então McClelland em parceria com a Universidade de Harvard alterou a estrutura do instrumento, mantendo a divisão dos três grupos, mas subdividindo em apenas dez características, sendo formado por cinquenta e cinco afirmações.

As características comportamentais empreendedoras são: Necessidade de Realização, formado por busca de oportunidades e iniciativa, comprometimento, persistência, correr riscos calculados e exigência de qualidade e eficiência; Necessidade de Planejamento, formado por estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemáticos e busca de informações; e Necessidade de Poder, formado por independência e autoconfiança e persuasão e redes de contatos. Para ele, o desenvolvimento dessas características se dá através do ambiente em que está inserido, da cultura, da aprendizagem e das experiências (Barlach, 2014).

Para Fillion (1999), o potencial empreendedor é formado por: inovação; liderança; orientação para resultado; tendência a risco moderado; capacidade de aprendizagem; habilidade para conduzir situações; criatividade; estabelecimento de objetivos; oportunidades de negócios; necessidade de realização; visão; consciência; confiança; envolvimento; e tomada de decisão moderadamente arriscada.

Mais recentemente, nas pesquisas realizadas por Dornelas (2008), o potencial empreendedor é formado pelas seguintes características: visão; optar sempre por decisões corretas; fazer a diferença; explorar ao máximo as oportunidades; determinado; dinâmico; dedicado; otimista; apaixonado pelo que faz; independente e construir o próprio destino; ficar rico; líder; formador de equipes; bem relacionado; organizado; planejador; possuir conhecimento; assumir riscos calculados; e criar valor para a sociedade.

Vários autores utilizaram o modelo de McClelland para realizarem suas pesquisas, entre eles:

Quadro 1 – Pesquisas que utilizaram o modelo de McClelland

Ano	Autores	Objetivo
2013	Clemente e Almeida	Analisar o potencial empreendedor do segmento de comércio varejista de eletrodomésticos
2015	Marion-Santos e Paixão Ching e Kitahara	Identificar quais as características comportamentais de empreendedoras desenvolvidas por estudantes em cursos de graduação
2017	Krüger e Minello	Mensurar a atitude empreendedora de estudantes de graduação através do instrumento de medida da atitude empreendedora (IMAE), sendo formado por quatro dimensões: realização, planejamento, poder e inovação. As características também foram baseadas nas características comportamentais de McClelland, com exceção da inovação

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Além do instrumento desenvolvido por McClelland, também se buscou construir instrumentos para medir e identificar as características que formam o potencial empreendedor.

Quadro 2 – Instrumentos para medir e identificar as características que formam o potencial empreendedor

Ano	Autores	Instrumento
2006	Oliveira, Barreto, Dantas e Santos	Construção de um instrumento para avaliar o potencial empreendedor através do uso de cenários, sendo formado pelos seguintes itens: visão geral para investigar a intenção empresarial; iniciativa; busca de informação; comprometimento com o negócio; tenacidade; capacidade de planejamento; autoconfiança; capacidade de decisão; criatividade, capacidade de assumir riscos; e poder de persuasão.
2007	Veit e Gonçalves	Elaborado e validado a escala PPE (Perfil do Potencial Empreendedor).
2009	Schmidt e Bohnenberger	Construção de um instrumento de medição do potencial empreendedor em relação ao desempenho organizacional. Identificaram as seguintes características: autorrealização; líder; planejador; inovador; assume riscos; sociável.
2011	Alves e Bornia	Construção de uma escala para medir o potencial empreendedor, sendo possível avaliar indivíduos com baixo até alto potencial empreendedor.

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Para Minello, Bürger e Krüger (2017), a identificação dessas características podem auxiliar os indivíduos a enfrentarem os desafios de empreender, facilitando no processo de abertura de um novo negócio. Todavia, é possível analisar que essas características não se apresentam constantemente no comportamento do indivíduo empreendedor, portanto, não garantindo completamente o sucesso do negócio (Alves, Balsan, & Pereira, 2015).

Para a identificação do potencial empreendedor, é necessário compreender a intenção empreendedora. A intenção empreendedora “pode ser definida como uma projeção pessoal de ações e metas futuras a ser implementadas para desenvolver o próprio” (Ajzen *et al.*, 2009 como citado em Ferreira, Loiola, & Gondim, 2017, p. 294). Carvalho e Gonzáles (2006) acreditam que para as empresas terem sucesso, o empreendedor deve ter além de competência, a intenção de empreender.

Para Ajzen *et al.* (2009 como citado em Ferreira *et al.*, 2017), investigar as intenções permite que seja possível identificar os fatores que influenciam o empreendedorismo, compreendendo de fato, o que as pessoas estão dispostas a fazer para alcançar o sucesso em seu negócio.

Vários autores através de seus estudos buscaram criar instrumentos com o objetivo de investigar e medir os fatores que formam a intenção empreendedora. Entre elas, o modelo desenvolvido por Kristiansen e Indarti (2004) propõe investigar os fatores determinantes na intenção empreendedora, através do estabelecimento de cinco construtos: necessidade de realização; locus de controle; eficácia própria; busca por informação; e intenção empresarial, sendo subdivididos em quinze variáveis que foram o questionário (Nascimento, Dantas, Santos, Veras, & Junior, 2011). Com base nos argumentos apresentados, evidencia-se que as características comportamentais empreendedoras influenciam a intenção de empreender dos estudantes universitários. Assim, apresenta-se a seguinte hipótese de pesquisa:

Hipótese 1 (H₁): As características comportamentais empreendedoras influenciam positivamente a intenção de empreender dos estudantes universitários.

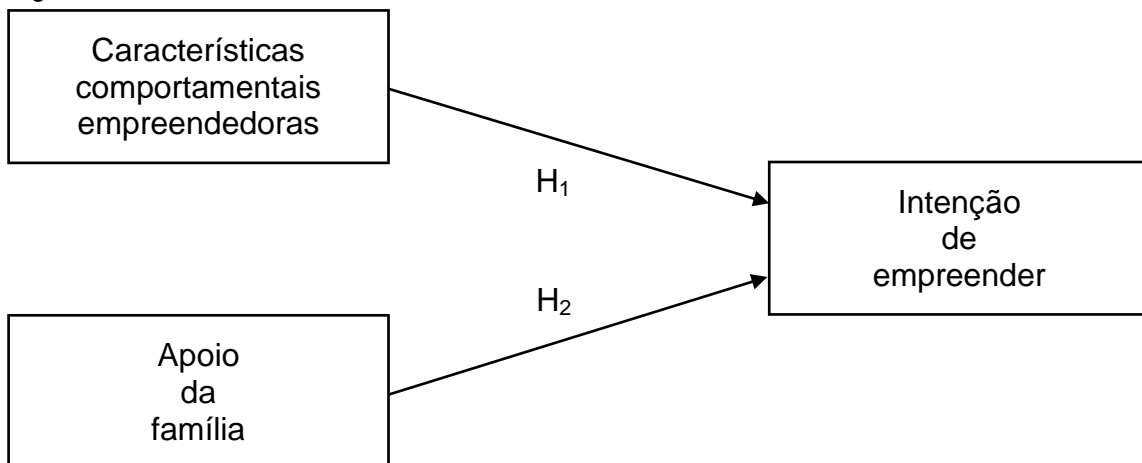
Por outro lado, Carvalho e González (2006) identificaram cinco fatores determinantes na formação da intenção empreendedora: antecedentes pessoais (área científica, ano frequentado, estatuto de estudante, idade, sexo, situação como filho, origem, experiência profissional anterior, antecedentes familiares empreendedores, habilitações acadêmicas dos pais e nível de rendimento dos pais); conhecimentos empresariais (oportunidade, relacionamento conceptual, organização, estratégia e compromisso); motivações empreendedoras (necessidade de independência, necessidade de desenvolvimento pessoal, percepção da instrumentalidade da riqueza e necessidade de aprovação); auto eficácia empreendedora; e envolvente institucional). Com isso, evidencia-se que o apoio da

família influencia a intenção de empreender dos estudantes universitários. Esses argumentos possibilitam a apresentação da seguinte hipótese de pesquisa:

Hipótese 2 (H₂): O apoio da família influencia positivamente a intenção de empreender dos estudantes universitários.

Diante do exposto, a Figura 1 sumariza a relação entre a influência das características comportamentais empreendedoras e do apoio da família na intenção de empreender.

Figura 1 – Desenho teórico do estudo



Fonte: elaborado pela autora (2019).

3 MÉTODO

Para obtenção da resposta ao problema proposto no presente estudo, o método de pesquisa se classifica como quantitativo-descritivo. A amostra da pesquisa é composta por 379 estudantes dos cursos de graduação de Administração, Arquitetura e Urbanismo, Ciência da Computação, Direito, Engenharia Civil, Medicina, Medicina Veterinária, Odontologia, Psicologia e Sistemas de Informação de uma instituição de ensino superior privada localizada no norte do estado do Rio Grande do Sul.

A instituição consta com cursos de graduação e pós-graduação *lato e stricto sensu*, totalizando cinco mil e oitenta e oito estudantes matriculados. Esta foi fundada no ano de 2004, com o objetivo de estimular o desenvolvimento humano,

econômico e social através da educação superior de excelência e voltada ao empreendedorismo sustentável (omitiu-se a fonte para não caracterizar a IES).

Para definição da amostra foi utilizada a técnica de amostragem probabilística, através do cálculo do tamanho da amostra, considerando um grau de confiança de 95% e uma margem de erro de 5%. O cálculo do tamanho da amostra se deu através da seguinte fórmula:

$$\frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

Na fórmula, o tamanho da população é representado por N , a margem de erro é representada por e e o escore z por z . Assim, com base na população de 2.925 estudantes foi calculada uma amostra de 340 estudantes, sendo que foi obtido um retorno de 379 questionários de diferentes cursos de graduação.

Para coleta de dados foi utilizado um questionário elaborado (Apêndice A) com base na intenção de empreender, no apoio da família e nas características comportamentais empreendedoras propostas por David McClelland (1972). Foram identificadas dez características que compõe o potencial empreendedor, sendo formado por cinquenta questões fechadas, na forma de afirmativas, com o objetivo de medir as características empreendedoras dos estudantes universitários.

A intenção de empreender, o apoio da família e as características comportamentais empreendedoras foram mensurados através da escala *Likert*, onde cada questão apresentou cinco opções de resposta, atribuindo o valor de um a cinco, sendo 1 – nunca; 2 – raramente; 3 – às vezes; 4 – frequentemente; e 5 – sempre. A intenção de empreender refere-se à intenção de criar um novo negócio pelo estudante universitário (Carvalho & González, 2006; Garcia et al., 2012; Jaramillo, Chávez, & Jiménez, 2013; Araya, Odizzio, Tamayo, Avilés, & Delorme, 2014; Iizuka & Moraes, 2014a; Ching & Kitahara, 2015; Ismail, 2015; Tamayo et al., 2015; Mendoza, 2018).

Para mensurar o apoio da família foi elaborada a seguinte questão: Minha família me incentiva a criar um negócio próprio. A análise dessa questão se deu através da escala *Likert* de cinco pontos (Araya et al., 2014; Iizuka & Moraes, 2014b; Ismail, 2015; Tamayo et al., 2015).

Foram incluídas no questionário, questões sobre as características sociodemográficas, com o objetivo de identificar as características pessoais dos estudantes universitários, tais como:

a) Sexo: a verificação do sexo predominante entre os participantes foi realizada através de uma questão de análise dicotômica (Carvalho & González, 2006; Pabón, 2011; Garcia et al., 2012; Jaramillo et al. 2013; Araya et al., 2014; Iizuka & Moraes, 2014a; Rocha & Freitas, 2014; Ismail, 2015; Tamayo et al., 2015; Minuzzi, Vargas, & Fialho, 2016; Mendoza, 2018)

b) Idade: a análise da idade dos participantes foi através de uma questão aberta (Carvalho & González, 2006; Pabón, 2011; Garcia et al., 2012; Jaramillo et al. 2013; Araya et al., 2014; Rocha & Freitas, 2014; Tamayo et al., 2015; Minuzzi et al., 2016; Mendoza, 2018).

c) Estado civil: a análise do estado civil predominante entre os participantes foi analisada através de uma alternativa de múltipla escolha (Mendoza, 2018).

d) Escolaridade: a análise de predominância entre os cursos e semestres em que os estudantes estão inseridos, se deu através de uma alternativa de múltipla escolha (Carvalho & González, 2006; Pabón, 2011; Araya et al., 2014; Rocha & Freitas, 2014; Minuzzi et al., 2016; Mendoza, 2018).

e) Renda familiar: a análise da renda familiar predominante entre os participantes se deu através de uma alternativa de múltipla escolha (Carvalho; González, 2006; Mendoza, 2018).

A verificação de alguma inconsistência e a validação do instrumento de coleta de dados, a avaliação por especialistas foi realizada por dois professores do curso de Administração. O pré-teste foi aplicado em quinze estudantes da mesma instituição, sendo avaliada a clareza das afirmações, a concordância e o tempo que os participantes levaram para responder o instrumento. Essas e outras inconsistências encontradas foram ajustadas e os questionários aplicados no pré-teste foram descartados.

O instrumento foi aplicado durante o período de agosto e setembro de 2018, de forma presencial. Para que houvesse a participação dos estudantes universitários, foi solicitado a autorização e apoio dos professores para que os estudantes respondessem o questionário impresso em sala de aula.

Para a análise dos dados coletados foi realizada a tabulação dos questionários em planilhas no Excel. Durante o processo de tabulação dos dados foram identificadas algumas inconsistências na base de dados, sendo assim, foram realizados os seguintes procedimentos de ajustes:

a) Nos casos de ausência de resposta em questão de escala *Likert* foi inserida a média das respostas dos demais respondentes;

b) Nos casos de duplicidade de respostas em questão de escala *Likert* foi inserida a média das duas respostas (i.e., respostas 3 e 4, inserida resposta 3,5).

A análise descritiva foi composta pelo perfil sociodemográfico dos estudantes através da distribuição de frequência, verificando o número de participantes por sexo, renda, curso que está inserido e semestre que está matriculado. A idade foi analisada pela média e desvio-padrão.

Para verificar a existência de diferenças entre médias das variáveis foi realizado o teste Kruskal-Wallis e, também, o teste *post hoc* de comparações múltiplas para verificar quais variáveis diferem-se entre si. Tais testes foram realizados em virtude de que a distribuição dos dados não apresentou normalidade.

A análise inferencial foi realizada a partir da relação entre a intenção empreender, o apoio da família e as características comportamentais empreendedoras. Dessa forma, foi utilizada a técnica de análise de regressão linear. Para Malhotra (2012), regressão linear múltipla tem o procedimento de dedução realizado através de uma relação matemática em forma de equação, sendo que uma das variáveis deve ser identificada como dependente, e as outras, como variáveis independentes.

4 RESULTADOS

4.1 Características da Amostra

Vários estudos já foram realizados com o objetivo de identificar quais cursos de graduação se destacam em termos de características empreendedoras, intenção e perfil empreendedor (Alves et al., 2015; Ching & Kitahara, 2015; Almeida et al., 2017; Souza, Lhamby, Marques, Menezes Jr., & Borges, 2017; Ferreira et al., 2017; Lizuka & Moraes, 2014b; Garcia et al., 2012; Krüger & Minello, 2017; Rocha &

Freitas, 2014; López et al., 2007; Minello et al., 2017; Nascimento et al., 2011; Minuzzi et al., 2016). Essa pesquisa investiga as características comportamentais empreendedoras, o apoio da família e a intenção de empreender em uma amostra de 379 estudantes universitários, de diferentes cursos de graduação de uma instituição de ensino (Tabela 1).

Tabela 1– Participantes por cursos de Graduação

Curso	Número de participantes	Percentual
Administração	60	15,83%
Arquitetura E Urbanismo	34	8,97%
Ciência da Computação e Sistemas de Informação	45	11,87%
Direito	44	11,61%
Engenharia Civil	34	8,97%
Medicina	48	12,66%
Medicina	39	10,29%
Odontologia	38	10,03%
Psicologia	37	9,76%
<i>Total</i>	<i>379</i>	<i>100,00%</i>

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Peñaloza, Diógenes e Sousa (2009) concluíram em seu estudo que apenas 14,4% das mulheres apresentam-se empreendedoras ou tem a intenção de criar um negócio próprio, contra 32,1% dos homens. Vale, Serafim e Teodósio (2011) na análise do indicador de imersão empresarial, 17,5% das mulheres demonstraram capacidade de alavancagem de novas empresas, contra 13% do público masculino. Entretanto, nessa pesquisa, houve a predominância do público feminino com 226 casos e no público masculino 153 casos.

Tabela 2 – Público feminino e masculino

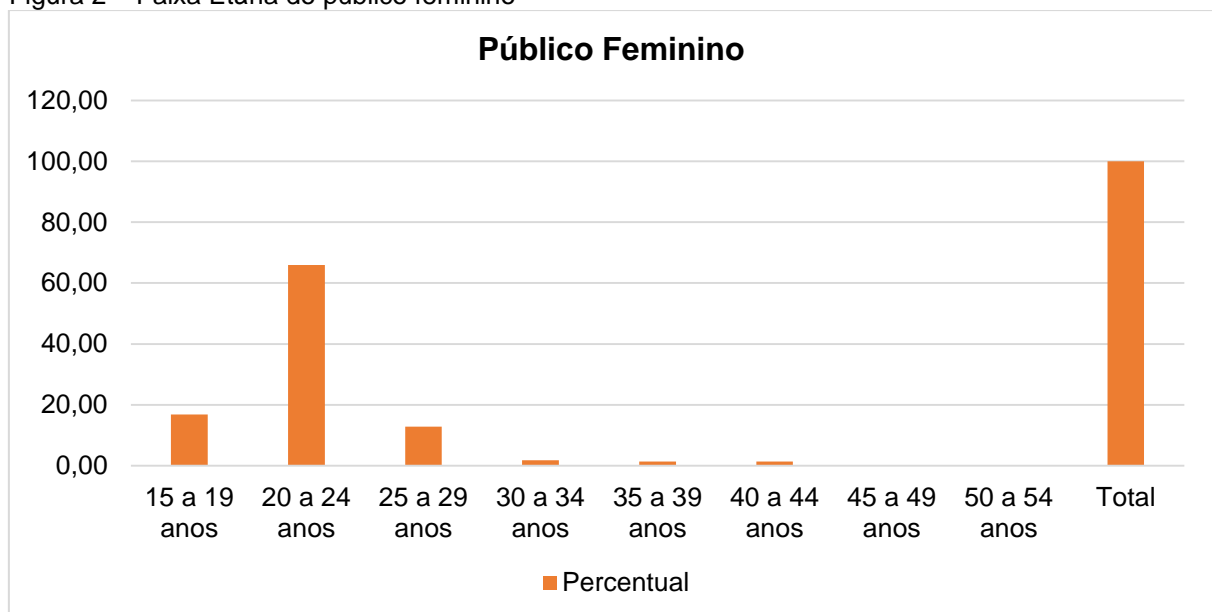
Curso	Público Feminino	Percentual	Público Masculino	Percentual
Administração	30	13,27%	30	19,61%
Arquitetura e Urbanismo	26	11,50%	9	5,88%
Ciências da Computação e Sistemas de Informação	1	0,44%	44	28,76%
Direito	24	10,62%	19	12,42%
Engenharia Civil	16	7,08%	18	11,76%
Medicina	37	16,37%	11	7,19%
Medicina Veterinária	24	10,62%	15	9,80%
Odontologia	35	15,49%	3	1,96%
Psicologia	33	14,60%	4	2,61%
<i>Total</i>	<i>226</i>	<i>100%</i>	<i>153</i>	<i>100%</i>

Fonte: dados da pesquisa (2019).

A idade é um fator importante a ser considerado no momento em que uma pessoa se torna empreendedor e, com isso, vários estudos buscaram identificar qual a idade predominante. Para Aldrich (1989), a maioria dos indivíduos que se tornam empreendedores tem entre os 30 e 40 anos de idade. Shapero (1971) diz que a idade que uma pessoa toma a decisão de se tornar empresário é entre os 25 e 40 anos. Para Petrof (1980), a idade média para a criação de uma empresa é de 30 anos. Já, para Davidsson (1995), situa-se perto dos 35 anos. Através desses exemplos, é possível constatar que não há uma idade definitivamente comprovada para o momento em que se torna empreendedor.

Para tanto, na Figura 2, é possível verificar que 65,93% das mulheres que participaram desta pesquisa tem a idade entre 20 e 24 anos, sendo a frequência percentual de 16,81% em uma faixa etária entre 15 e 19 anos. No estudo realizado por Machado (1999) foi possível constatar que as mulheres empreendedoras, de modo geral, tinham idade entre 31 e 50 anos. Já no estudo realizado por Gouvêa, Silveira e Machado (2013) o predomínio das mulheres que faziam parte do grupo com características empreendedores tinham entre 41 e 60 anos.

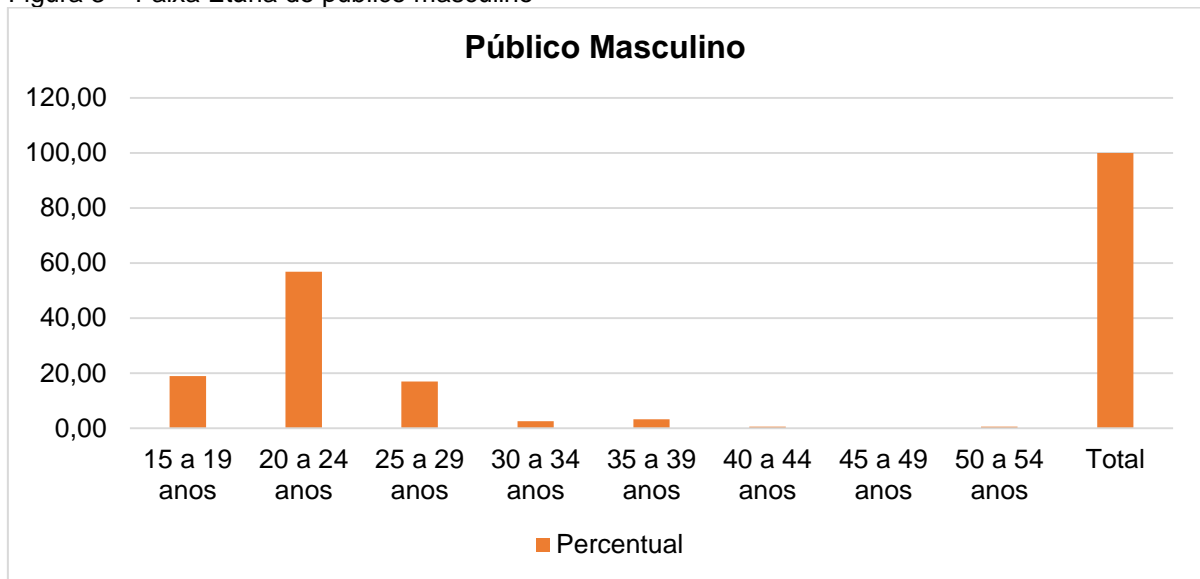
Figura 2 – Faixa Etária do público feminino



Fonte: dados da pesquisa (2019).

Na Figura 3 é possível verificar que 56,86% dos homens que participaram da pesquisa tem idade entre 20 e 24 anos, sendo a frequência percentual de 18,95% em uma faixa etária entre 15 a 54 anos.

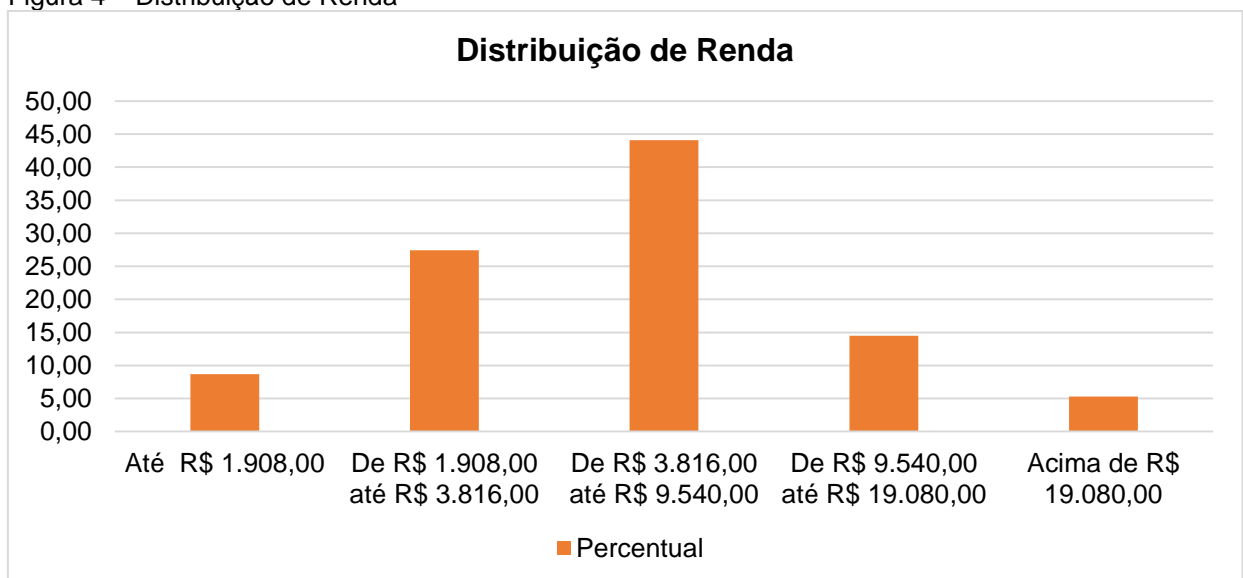
Figura 3 – Faixa Etária do público masculino



Fonte: dados da pesquisa (2019).

A distribuição sócioeconômica também é uma variável que deve ser conhecida, pois ela indica o potencial de geração de renda dos estudantes. A faixa de renda de R\$ 3.816,00 e R\$ 9.540,00 é a que concentra mais respondentes (44,06%). Além disso, apenas 8,71% dos estudantes tem a renda de até R\$ 1.908,00. Na análise realizada por Peñaloza e Bastos (2005) também foi constatado que a renda familiar dos estudantes respondentes (27,9%) se concentra nas faixas de 5 a 10 salários mínimos.

Figura 4 – Distribuição de Renda



Fonte: dados da pesquisa (2019).

A distribuição entre os níveis de escolaridade dos cursos de graduação se deu conforme apresentado na Tabela 3:

Tabela 3 – Distribuição de escolaridade

Curso	1º Sem.	2º Sem.	3º Sem.	4º Sem.	5º Sem.	6º Sem.	7º Sem.	8º Sem.	9º Sem.	10º Sem.
Administração	10	17	2	5	1	9	3	13	x	x
Arquitetura e Urbanismo	x	6	1	1	2	11	4	6	3	x
Ciência da Comp./ Sist. de Informação	6	x	4	10	3	12	4	3	3	x
Direito	x	1	x	x	7	5	12	8	2	9
Engenharia Civil	x	2	2	8	4	6	3	2	3	4
Medicina	x	x	24	x	x	x	23	1	x	x
Medicina Veterinária	3	20	x	2	2	12	x	x	x	x
Odontologia	7	x	6	2	2	21	x	x	x	x
Psicologia	1	1	1	4	4	2	2	4	6	12
Total	27	47	40	32	25	78	51	37	17	25

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Em relação à frequência percentual, verificou-se a maioria dos estudantes respondentes por curso, estão matriculados nos seguintes semestres: Administração, 37% dos alunos estão matriculados no 1º semestre; Arquitetura e Urbanismo, 17% dos alunos matriculados estão no 9º semestre; Ciência da Computação e Sistemas de Informação, 31% estão matriculados no 4º semestre; Direito, 36% estão matriculados no 10º semestre; Engenharia Civil, 25% estão matriculados no 4º semestre; Medicina, 60% estão matriculados no 3º semestre; Medicina Veterinária, 42% estão matriculados no 2º semestre; Odontologia, 26% estão matriculados no 6º semestre; e na Psicologia, estão matriculados 48% no 10º semestre.

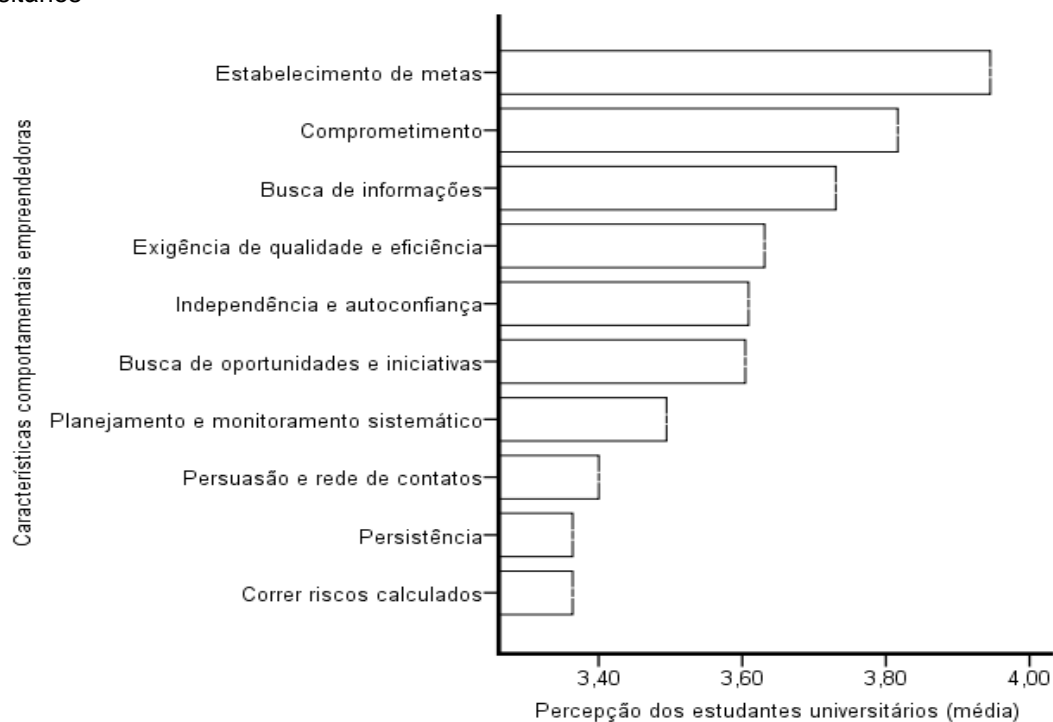
4.2 Análise e Interpretação dos Dados

A análise das características comportamentais empreendedoras dos estudantes universitários indica que a característica estabelecimento de metas tem sido considerada como a principal característica (Figura 5), tendo em vista que obteve a maior média. De tal modo, que o estabelecimento de metas é considerado como uma estratégia motivacional, que tem como objetivo dirigir e manter a atenção

do executante para um objetivo que deseja ser alcançado (Locke & Latham, 1985). No estudo realizado por Schmidt e Dreher (2008), essa característica também se apresentou como predominante, pois contribui na definição clara do futuro desejado, através das metas de curto e longo prazo que auxiliam na concretização da visão empreendedora.

Em segundo lugar, se destaca o comprometimento. Para Kiesler (1971), o comprometimento pode influenciar a maneira como o indivíduo reage às situações, encorajando-o a agir, em vista às suas propriedades de ligação de indivíduos a comportamentos. Assim, esses resultados corroboram com os encontrados por Ching e Kitahara (2015), sendo que estes também identificaram que as características mais desenvolvidas entre os estudantes universitários são o estabelecimento de metas e o comprometimento.

Figura 5 - Análise das características comportamentais empreendedoras dos estudantes universitários



Fonte: dados da pesquisa (2019).

Para verificar a existência de diferenças entre as características comportamentais empreendedoras foi realizado o teste Kruskal-Wallis (Tabela 4). Assim, evidenciou-se que existem diferenças significativas entre as características ($p < 0,05$), embora esse teste não permita verificar quais características diferem umas das outras.

Tabela 4 – Diferenças entre as características comportamentais empreendedoras

Características comportamentais empreendedoras	Teste de Kruskal-Wallis	Significância *
Estabelecimento de metas Comprometimento Busca de informações Exigência de qualidade e eficiência Independência e autoconfiança Busca de oportunidades e iniciativas Planejamento e monitoramento sistemático Persuasão e rede de contatos Persistência Correr riscos calculados	379,003	0,001

Nota: * Teste de Kruskal-Wallis significativo ao nível de $p < 0,05$.

Fonte: dados da pesquisa (2019).

As diferenças constatadas decorrem da própria natureza das características. A característica empreendedora estabelecimento de metas tem como objetivo a definição de metas de longo e curto prazo, sendo elas claras e objetivas. O comprometimento e a busca pela informação vêm a complementar o estabelecimento de metas, como uma forma de despendar esforço para encontrar uma solução para se alcançar o objetivo traçado. A exigência de qualidade e eficiência é considerada como uma forma de encontrar a melhor maneira de resolver os problemas, garantindo a excelência. A característica independência e autoconfiança é a forma de resolver os problemas sem depender de outras pessoas ou circunstâncias. A busca por oportunidades e iniciativa é a maneira que o indivíduo vê e age sobre as oportunidades, assim como planejamento e monitoramento sistemático, através do monitoramento constante do plano, dos resultados e das mudanças. A persuasão e rede de contatos utilizam estratégias para influenciar as pessoas e através delas, atingir seus objetivos. A persistência é a forma que se deve agir para superar um desafio, e correr riscos calculados como uma forma de reduzir os obstáculos e controlar os resultados (Krüger, Pinheiro, & Minello, 2017).

Desta forma, faz-se necessário aprofundar a análise para verificar quais características ou grupos de características se diferem entre si, identificando as características comportamentais que mais se destacam entre os estudantes universitários em uma perspectiva empreendedora. Assim, realizou-se o teste *post hoc* de comparações múltiplas (Tabela 5), que evidenciou quais características se diferem.

Tabela 5 – Diferenças entre as características comportamentais empreendedoras

Características comportamentais empreendedoras	Grupos de características homogêneas *				
	1	2	3	4	5
Estabelecimento de metas	2.523,177				
Comprometimento		2.294,011			
Busca de informações		2.147,040			
Exigência de qualidade e eficiência			1.986,784		
Busca de oportunidades e iniciativas			1.933,798		
Independência e autoconfiança			1.932,949		
Planejamento e monitoramento sist.				1.681,698	
Persuasão e rede de contatos				1.555,526	1.555,526
Persistência					1.458,022
Correr riscos calculados					1.441,996
Estatística do teste	0,000	3,156	0,898	2,485	1,776
Sig. (2 lados)	0,000	0,076	0,638	0,115	0,412
Sig. ajustada (2 lados)	0,000	0,325	0,966	0,457	0,829

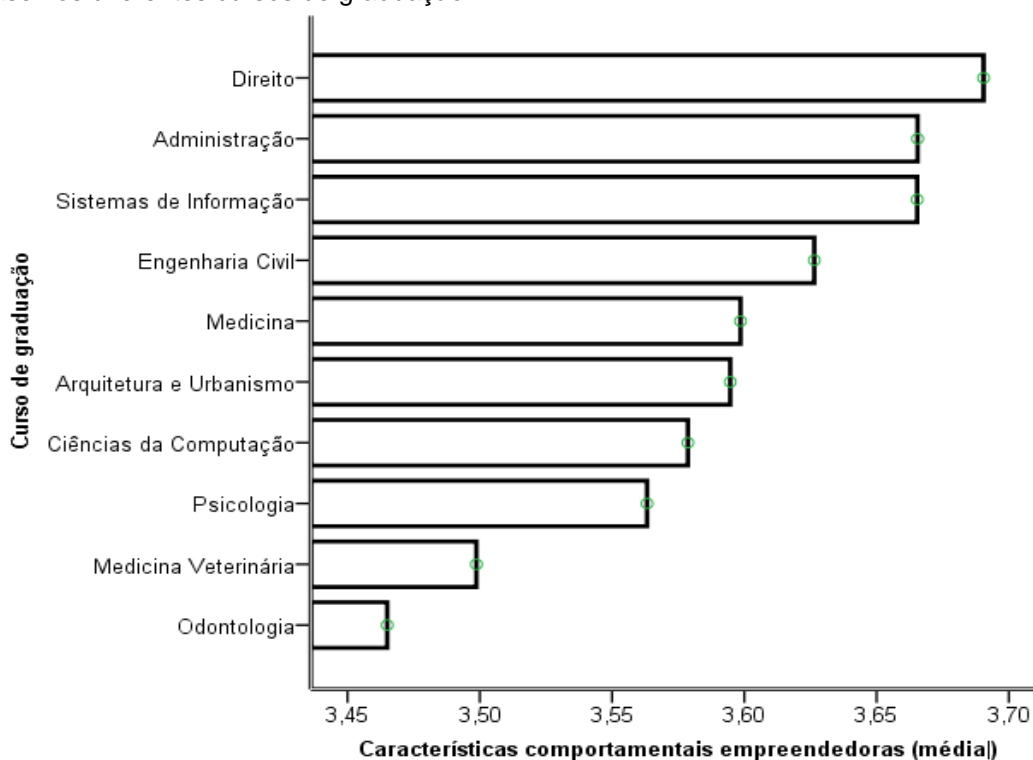
Nota: * *Test stepwise stepdown multiple comparisons* significativo ao nível de $p < 0,05$, utilizando a classificação de todas as observações, ou seja, o rank de postos da média da amostra ($n = 379$)

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Na Tabela 5 constata-se que a característica que mais se destaca entre os estudantes universitários é o estabelecimento de metas, sendo a única pertencente ao grupo 1, onde mantém uma média superior comparada com as demais. As características comprometimento e busca de informações formam o grupo 2, com a diferença entre as médias quase nula. As características pertencentes ao grupo 5, aparecem na parte inferior do ranking no estudo, como as que mais se diferem entre as demais. Apesar da diferença entre elas, é possível observar que as distâncias entre os grupos são preponderantemente pequenas.

Por outro lado, ao realizar a análise das características comportamentais empreendedoras com base nos diferentes cursos de graduação (Figura 6), verifica-se que os estudantes do curso de Direito possuem a maior média ($3,690 \pm 0,344$), ao passo que os estudantes do curso de Odontologia possuem a menor média ($3,465 \pm 0,374$). Esse fato pode ser justificado com base no perfil do estudante, pois no curso de Direito os alunos são instigados a desenvolver algumas características como, por exemplo, aprender a se relacionar com os clientes, debater e argumentar através da simulação de administração de conflitos jurídicos. Em comparação aos estudantes do curso de Odontologia, onde a relação é apenas com o paciente, sem interferência de terceiros. Lorentz (2015) destaca que o empreendedor demonstra uma série de características que o define, identificando-o de acordo com as habilidades que mais representa a sua forma de ser.

Figura 6- Análise das características comportamentais empreendedoras dos estudantes universitários com base nos diferentes cursos de graduação



Fonte: dados da pesquisa (2019).

Desse modo, com o propósito de verificar a existência de diferenças entre os cursos de graduação no que se refere às características comportamentais empreendedoras foi realizado o teste Kruskal-Wallis (Tabela 6). O resultado do teste indica que não existem diferenças significativas entre os cursos ($p < 0,05$).

Tabela 6 – Análise das diferenças entre os cursos de graduação – CCE

Cursos de graduação	Teste de Kruskal-Wallis	Significância
Direito		
Administração		
Sistemas de Informação		
Engenharia Civil		
Medicina	14,942	0,093
Arquitetura e Urbanismo		
Ciências da Computação		
Psicologia		
Medicina Veterinária		
Odontologia		

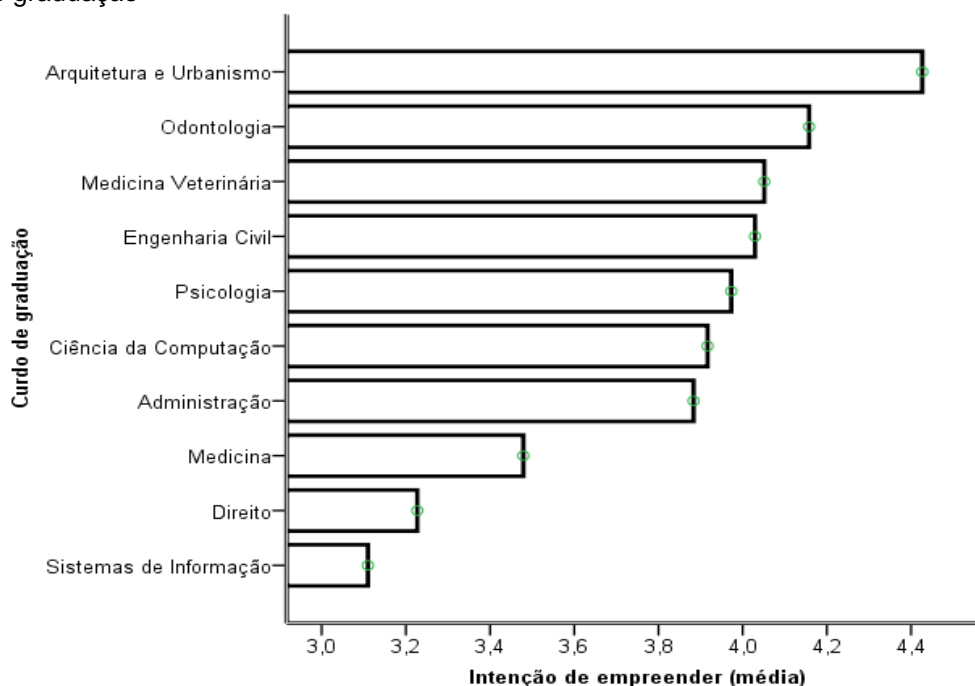
Nota: * Teste de Kruskal-Wallis significativo ao nível de $p < 0,05$.

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Da mesma forma, foi realizada a análise da intenção de empreender dos estudantes universitários com base nos diferentes cursos de graduação (Figura 7) e verificou-se que os estudantes do curso de Arquitetura e Urbanismo possuem a maior média ($4,426 \pm 0,854$), ao passo que os estudantes do curso de Sistemas de

Informação possuem a menor média (3,110±1,540). Segundo Bird (1988) a intenção pode ser considerada como um estado de espírito, onde a atenção do indivíduo está dirigida para uma determinada situação, com o objetivo de alcançar uma meta.

Figura 7 – Análise da intenção de empreender dos estudantes universitários com base nos diferentes cursos de graduação



Fonte: dados da pesquisa (2019).

Com o intuito de verificar a existência de diferenças na intenção de empreender entre os cursos de graduação foi realizado o teste Kruskal-Wallis (Tabela 7). Com isso, constatou-se a existência de diferenças significativas entre os cursos ($p < 0,05$), ainda que o teste não evidencie quais cursos se diferem uns dos outros.

Tabela 7 – Diferenças entre os cursos de graduação pela intenção de empreender

Cursos de graduação	Teste de Kruskal-Wallis	Significância *
Arquitetura e Urbanismo Odontologia Psicologia Medicina Veterinária Engenharia Civil Ciência da Computação Administração Medicina Direito Sistemas de Informação	21,192	0,012

Nota: * Teste de Kruskal-Wallis significativo ao nível de $p < 0,05$.

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Ao aprofundar a análise do teste Kruskal-Wallis, utilizou-se o teste *post hoc* de comparações múltiplas (Tabela 8), que evidenciou os cursos ou os grupos de cursos que se diferem entre si. Esse teste permitiu identificar os cursos que são diferentes quando se observa a intenção de empreender dos estudantes universitários.

Tabela 8 – Análise da intenção de empreender por curso de graduação

Cursos de graduação	Grupos de características homogêneas *		
	1	2	3
Arquitetura e Urbanismo	229,456		
Odontologia	213,921	213,921	
Psicologia	205,473	205,473	205,473
Medicina Veterinária	200,705	200,705	200,705
Engenharia Civil	197,353	197,353	197,353
Ciência da Computação	197,150	197,150	197,150
Administração	187,758	187,758	187,758
Medicina	165,708	165,708	165,708
Direito		154,477	154,477
Sistemas de Informação			133,900
Estatística do teste	10,214	11,566	12,466
Sig. (2 lados)	0,177	0,116	0,086
Sig. ajustada (2 lados)	0,216	0,143	0,107

Nota: * *Test stepwise stepdown multiple comparisons* significativo ao nível de $p < 0,05$, utilizando a classificação de todas as observações, ou seja, o rank de postos da média da amostra ($n = 379$).
Fonte: dados da pesquisa (2019).

Os resultados indicam que existem diferenças na intenção de empreender entre os cursos que se encontram nas extremidades da classificação. Desse modo, a intenção de empreender é maior nos estudantes dos cursos de Arquitetura e Urbanismo e de Odontologia do que nos estudantes dos cursos de Direito e de Sistemas de Informação, ao passo que se compararmos aos estudantes dos demais cursos de graduação não se evidenciam diferenças.

Tal aspecto pode ser explicado pelo fato de que os estudantes dos cursos de Arquitetura e Urbanismo e de Odontologia, geralmente, criam seus próprios negócios, através de seus escritórios e/ou consultórios. Pois, ainda que existam oportunidades no mercado de trabalho, são reduzidas as possibilidades de vínculo empregatício com empresas públicas ou privadas. Para Timmons e Spinelli (2006) as atitudes empreendedoras devem ser estimuladas nos estudantes universitários dentro das instituições de ensino superior, seja para incentivarem a criação de seus próprios negócios ou para manterem empreendimentos familiares.

Contudo, o estudo tem ainda como finalidade verificar a influência do apoio familiar e das características comportamentais empreendedoras na intenção de

empreender dos estudantes universitários. Para tanto, realizou-se a análise das correlações entre as variáveis (Tabela 9), a fim de verificar o relacionamento entre as variáveis.

Tabela 9 – Matriz de correlação das variáveis (n = 379)

Variáveis	Média	Desvio Padrão	1	2	3
1. Apoio da família	3,540	1,457	1,000		
2. CCEs	3,595	0,361	0,201 *	1,000	
3. Intenção de empreender	3,843	1,373	0,476 *	0,252 *	1,000

Nota: * Correlação de Spearman significativa ao nível de $p < 0,01$.

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Observa-se que as correlações entre variáveis são positivas fracas (0,001 a 0,333) ou moderadas (0,334 a 0,666), mas todas as correlações são significativas ($p < 0,01$). Desse modo, evidencia-se a existência de correlação positiva e fraca ($r_s = 0,201$) entre o apoio da família e as características comportamentais empreendedoras. Da mesma forma, evidencia-se a correlação positiva e fraca ($r_s = 0,252$) entre as características comportamentais empreendedoras e a intenção de empreender. Além disso, pode-se identificar a existência de correlação positiva e moderada ($r_s = 0,476$) entre o apoio da família e a intenção de empreender dos estudantes universitários. Neste sentido, as correlações podem ser explicadas através do estímulo que os estudantes podem vir a ter por parte das relações familiares, como uma forma de sucessão familiar. O estímulo que vem a ser transmitido pode influenciar na formação dos valores, em vista da relação de interesses que possam existir (Lima Filho, Sproesser, & Martins, 2009).

Portanto, foram asseguradas as suposições para verificar a influência do apoio da família e das características comportamentais empreendedoras na intenção de empreender. Pois, é necessário que existam correlações significativas entre as variáveis para que seja possível testar a influência por meio da técnica de regressão linear. Assim sendo, realizou-se a análise de regressão linear múltipla, a partir de um único modelo de regressão (Tabela 10).

Tabela 10 – Resumo do modelo de regressão linear múltipla (n = 379)

Variável Dependente	Variáveis Independentes	R	R ²	R ² Ajustado	Erro padrão da estimativa
Intenção de empreender	CCEs Apoio da família	0,514	0,265	0,261	1,181

Fonte: dados da pesquisa (2019).

O modelo de regressão apresenta o coeficiente de determinação (R^2) de 0,261, indicando a proporção da variável dependente (intenção de empreender) que é explicada pelas variáveis independentes (Apoio da família e CCEs). Além disso, foi realizado o teste de análise de variância para verificar a significância do modelo (Tabela 11).

Tabela 11 – Análise de variância do modelo de regressão linear múltipla * (n = 379)

Item	Soma dos Quadrados	Graus de liberdade (df)	Quadrado Médio	F	Sig.**
Regressão	188,697	2	94,349	67,619	0,001
Resíduos	524,632	376	1,395		
Total	713,329	378			

Nota: * Considera-se como variável dependente a intenção de empreender e como variáveis independentes as características comportamentais empreendedoras (CCEs) e apoio da família.

** Análise de variância (ANOVA) significativa ao nível de $p < 0,01$.

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Embora o modelo de regressão tenha sido significativo, o poder de explicação das variáveis independentes pode ser considerado baixo ou fraco ($R^2=0,261$). Neste sentido, o modelo apresenta um coeficiente de determinação (R^2) menor que 0,300, explicando menos de 30% da variação da intenção de empreender. Desse modo, o apoio da família e as características comportamentais empreendedoras exercem pouca influência na intenção de empreender dos estudantes universitários, indicando que outros fatores, não contemplados no estudo podem ter maior influência na intenção de empreender.

Depois de verificada a significância do modelo de regressão foi realizado o teste de significância dos coeficientes de regressão parciais das variáveis preditoras (independentes). A partir da análise da significância dos coeficientes de regressão parciais das variáveis independentes, é possível verificar quais delas influenciam mais a intenção de empreender (Tabela 12).

Tabela 12 – Teste de significância dos coeficientes de regressão parciais do modelo de regressão linear múltipla * (n = 379)

Variável Dependente	Variáveis Independentes	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.**
		B	Modelo padrão			
Intenção de empreender		0,286	0,607		0,472	0,637
	CCEs	0,436	0,043	0,462	10,220	0,000
	Apoio da família	0,560	0,172	0,147	3,259	0,001

Nota: * Considera-se como variável dependente a intenção de empreender e como variáveis independentes as características comportamentais empreendedoras (CCEs) e apoio da família.

** Coeficientes de regressão parciais significativos ao nível de $p < 0,01$.

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Neste sentido, as variáveis independentes foram significativas ($p < 0,01$) como preditoras no modelo de regressão proposto. O apoio da família apresentou maior influência na intenção de empreender do que as características comportamentais empreendedoras. A partir desse resultado, pode-se realizar a análise das hipóteses do estudo.

A hipótese H_1 foi aceita, considerando que os resultados indicam que há influência das características comportamentais empreendedoras na intenção de empreender, apesar de ser fraca é significativa. Esse resultado assemelha-se ao estudo realizado por Ching e Kitahara (2015), que evidenciou as características empreendedoras na propensão a empreender através de uma única variável latente com o nível de confiança de 95%, sendo denominada “Propensão a Empreender”. Na pesquisa realizada por Souza et al. (2017) dos estudantes que desejaram ter o seu próprio negócio, 37,66% apresentaram características empreendedoras, tais como a busca por oportunidades e informação, comprometimento e monitoramento sistemático. Boissin, Branchet, Emin e Herbert (2009), em sua pesquisa com estudantes norte-americanos e franceses compararam as atitudes e intenções empreendedoras. Após a análise dos resultados com os estudantes dos dois países, concluíram que as atitudes relacionadas à criação de uma empresa, foram positivamente relacionadas com as intenções empreendedoras dos estudantes norte-americanos.

Da mesma forma, a hipótese H_2 também foi aceita, tendo em vista, que os resultados apontam que há uma influência do apoio da família na intenção de empreender, ainda que seja fraca e significativa, é maior que a influência das características comportamentais empreendedoras. Para Bohnenberger, Schmidt e Freitas (2007), a chance de uma pessoa se tornar empreendedora é muito maior quando ela estiver próxima a um modelo dentro da família ou no seu meio. Rae (2004), diz que a formação da identidade empreendedora pode ser influenciada pelas relações sociais, educação, formação e experiências familiares.

Uma investigação realizada em universidades latino-americanas, também indicou que o apoio da família influencia a intenção de empreender (Tamayo et al., 2015). Embora exista pesquisa que indicam que o contexto familiar dos estudantes não tem influência no desejo de criar um novo negócio (Fontenele et al., 2015).

Para Iizuka e Moraes, (2014a) existe correlação entre o apoio maternal e a construção de um potencial empreendedor, devido ao fato de que os empreendedores são normalmente pessoas mais independentes e motivadas, devido a sua autoconfiança. Em outra pesquisa realizada pelos mesmos autores, a formação do potencial empreendedor vem a ser construído através do histórico pessoal, confirmando a influência das suas vivências, ambientes sociais e culturais e experiências familiares (Iizuka & Moraes 2014b).

5 CONCLUSÃO

O objetivo central do presente estudo foi verificar a influência das características comportamentais empreendedoras e do apoio da família na intenção de empreender dos estudantes universitários. Para isso, foram investigadas as percepções de uma amostra de 379 estudantes universitários de diferentes cursos de graduação, sendo 226 mulheres (65,93% com idade entre 20 e 24 anos) e 153 homens (56,86% com idade entre 20 e 24 anos).

A análise geral das características comportamentais empreendedoras dos estudantes universitários foi realizada utilizando-se o teste Kruskal-Wallis e o teste *post hoc* de comparações múltiplas. Estes indicaram como principal característica entre os estudantes o 'estabelecimento de metas'. Ao realizar a análise das características comportamentais empreendedoras com base nos diferentes cursos de graduação, verificou-se que os estudantes do curso de Direito apresentaram a maior média ($3,690 \pm 0,344$), embora não existam diferenças estatisticamente significativas com os demais cursos.

Entretanto, na análise da intenção de empreender dos estudantes universitários, verificou-se que os estudantes do curso de Arquitetura e Urbanismo apresentaram a maior média ($4,426 \pm 0,854$), ao passo que os estudantes do curso de Sistemas de Informação apresentaram a menor média ($3,110 \pm 1,540$). Ao realizar os testes Kruskal-Wallis e *post hoc* de comparações múltiplas, a análise indicou que existem diferenças na intenção de empreender entre os cursos que se encontram nas extremidades da classificação. Desse modo, a intenção de empreender é maior nos estudantes dos cursos de Arquitetura e Urbanismo e de Odontologia do que nos estudantes dos cursos de Direito e de Sistemas de Informação, ao passo que se

compararmos aos estudantes dos demais cursos de graduação não se evidenciam diferenças.

Para verificar a influência do apoio familiar e das características comportamentais empreendedoras na intenção de empreender dos estudantes universitários, realizou-se a análise das correlações entre as variáveis. Desse modo, o apoio da família e as características comportamentais empreendedoras exercem pouca influência na intenção de empreender dos estudantes universitários, indicando que outros fatores, não contemplados no estudo podem ter maior influência na intenção de empreender. A partir dos resultados, conclui-se que as hipóteses H_1 e H_2 foram aceitas, visto que os resultados da H_1 indicam que há influência das características comportamentais empreendedoras na intenção de empreender. E os resultados da H_2 apontam que há uma influência do apoio da família na intenção de empreender, ainda que seja fraca é significativa, e é maior que a influência das características comportamentais empreendedoras.

Desta forma, este estudo contribui diretamente ao meio acadêmico, tendo em vista que a comparação dos estudantes universitários de diferentes cursos de graduação possibilitou identificar se as características comportamentais empreendedoras se diferem entre os cursos, bem como a intenção de empreender. Esse fato pode contribuir para que as instituições de ensino superior possam ter uma definição clara do perfil de egressos que estão disponibilizando ao mercado (de trabalho). Com isso, a instituição de ensino poderá aproveitar esse estudo como forma de identificar o perfil dos seus estudantes e estabelecer mecanismos mais assertivos na formação dos egressos. Pode ainda, auxiliar na retenção e na captação de estudantes, bem como no desenvolvimento do projeto pedagógico dos cursos, seja por meio da criação de disciplinas ou de módulos especiais ou atividades direcionadas a formação da intenção empreendedora.

Algumas limitações surgiram no decorrer desse estudo, sendo a principal delas relacionada ao número da amostra. Muitos estudantes não se disponibilizaram em participar da pesquisa e, com isso, o número de respondentes de determinados cursos foi menor que o esperado. Além disso, o estudo utilizou como amostra estudantes de uma única instituição de ensino superior, localizada no sul do Brasil.

Sugere-se que em pesquisas futuras, essa abordagem seja desdobrada em estudantes e egressos de instituições de ensino superior, nacionais e internacionais, com o objetivo de identificar as características comportamentais empreendedoras, o

apoio da família e a intenção de empreender. Indica-se ainda, que em estudos similares, sejam realizadas as análises da intenção empreendedora com base nos semestres em que os estudantes estão matriculados e a influência do sexo e da faixa etária na intenção de empreender.

REFERÊNCIAS

- Achchuthan, S., & Kandaiya, S. (2014). Entrepreneurial intention among undergraduates: Review of literature. *European Journal of Business and Management*, 5(5), 172-186.
- Aldrich, H. (1989). *Networking among women entrepreneurs*. Women-owned businesses, ed. O Hagan, C Rivchun, D Sexton.
- Almeida, F. M., Valadares, J. L., & Sedyama, G. A. S. (2017). A Contribuição do Empreendedorismo para o Crescimento Econômico dos Estados Brasileiros. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 6(3), 466-494.
- Almeida, K. de, Souza Neto, S. P. de, Nunes, A. Q., & Sttefanello, M. (2008). A Influência do Ensino do Empreendedorismo no Potencial Empreendedor do Aluno. *Revista de Negócios*, 13(2), 67-76.
- Alves, J. N., Balsan, L. A. G., & Pereira, B. A. D. (2015). Formação e perfil empreendedor dos alunos de graduação de uma instituição de ensino superior. *Perspectivas Contemporâneas*, 10(3), 1-14.
- Alves, L. R. R., & Bornia, A. C. (2011). Desenvolvimento de uma escala para medir o potencial empreendedor utilizando a Teoria da Resposta ao Item (TRI) Development of a scale to measure the entrepreneurial potential using the Item Response Theory (IRT). *Gestão & Produção*, 18(4), 775-790.
- Anna, A. L., Chandler, G. N., Jansen, E., & Mero, N. P. (2000). Women business owners in traditional and non-traditional industries. *Journal of Business venturing*, 15(3), 279-303.
- Araya, L. B., Odizzio, A. B., Tamayo, L. G., Avilés, M. H., & Delorme, C. K. Estudio comparativo de emprendimiento y empresa familiar en estudiantes universitarios de México, Uruguay y Chile. *Anais da Assembleia Anual del CLADEA - Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración*, Barcelona, España. 49.
- Barlach, L. (2014). Comportamento empreendedor: um estudo empírico baseado no referencial de McClelland. *Revista de Carreiras e Pessoas (ReCaPe)*, 4(3), 272-281.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intentions. *Academy of Management Review*, 13 (3), 442-454.
- Bizarria, F. P. A. de, Lima, A. O., Silva, M. A. da, Sousa, A. M. R., & Carneiro, T. C. J. (2017). Valores e Motivações Empreendedoras em Discentes de

- Administração Pública na Educação a Distância. *Revista de Administração*, 15(3), 26-50.
- Bohnenberger, M. C., Schmidt, S., & Freitas, E. D. (2007). A influência da família na formação empreendedora. *Anais do Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Rio de Janeiro, Brasil, 29.
- Boissin, J. P., Branchet, B., Emin, S., & Herbert, J. I. (2009). Students and entrepreneurship: a comparative study of France and the United States. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 22(2), 101-122.
- Carvalho, P. M. R. D., & González, L. (2006). Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. *Comportamento Organizacional e Gestão*, 12(1), 43-65.
- Ching, H. Y., & Kitahara, J. R. (2015). Propensão a empreender: uma investigação quantitativa baseada nas características empreendedoras de alunos do curso de administração. *Revista de Ciências da Administração*, 17(43), 99.
- Clemente, F. A. S., & Almeida, P. M. de. (2013). Estratégias de posicionamento e características comportamentais empreendedoras: um estudo de caso de uma empresa do segmento de comércio varejista de eletrodomésticos no interior de MG. *TPA-Teoria e Prática em Administração*, 3(1), 121-151.
- Davidsson, P. (1995). Determinants of entrepreneurial intentions. *Anais do Workshop RENT*, Piacenza, Itália, 11.
- Dornelas, J. C. A. (2008). *Empreendedorismo Transformando Ideias em Negócios*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 05-36.
- Ferreira, A. D. S. M., Loiola, E., & Gondim, S. M. G. (2017). Preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora entre universitários: revisão de literatura. *Cadernos EBAPE. BR*, 15(2), 292.
- Filion, L. J. (1999). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de administração*, 34(2), 5-28.
- Fontenele, R. E. S., Brasil, M. V. de O., & Sousa, A. M. R. (2015). Influência da intenção empreendedora de discentes em um instituto de ensino superior. *REGPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 4(3), 147-176.
- Garcia, R., Araujo, V., Mascarini, S., Silva, A. O., & Ascúa, R. (2012). Empreendedorismo acadêmico no Brasil: uma avaliação da propensão à criação de empresas por estudantes universitários. *REGPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 1(3), 36-63.
- Gouvêa, A. B. C. T. de, Silveira, A., & Machado, H. P. V. (2013). Mulheres empreendedoras: compreensões do empreendedorismo e do exercício do papel desempenhado por homens e mulheres em organizações. *REGPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 2(2), 32-54.

- Henrique, D. C., & da Cunha, S. K. (2008). Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. *Revista de Administração Mackenzie (Mackenzie Management Review)*, 9(5).
- lizuka, E. S., & de Moraes, G. H. S. M. (2014a). Análise do potencial e perfil empreendedor do estudante de Administração e o ambiente universitário: reflexões para instituições de ensino. *Administração: ensino e pesquisa*, 15(3), 593-630.
- lizuka, E. S., & Moraes, G. H. S. M. (2014b). Potencial e Perfil Empreendedor do Estudante de Administração e o Ambiente Universitário: Investigação em três IES de São Paulo.
- Ismail, A. (2015). The Entrepreneurial Attitude and Intentions of Newly Enrolled University Students—Issues and Policy Implications.
- Kiesler, A. C. (1971). The Psychology of Commitment. Experiments Linking Behavior to Belief.
- Kristiansen, S., & Indarti, N. (2004). Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. *Journal of Enterprising Culture*, 12(01), 55-78.
- Krüger, C., & Minello, I. F. (2017). Atitude empreendedora em discentes de graduação: Entre a teoria e a prática. *Revista Alcance (Online)*, 24(2), 191.
- Krüger, C., Pinheiro, J. P., & Minello, I. F. (2017). As características comportamentais empreendedoras de David McClelland. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 2017(01).
- Lima Filho, D. de O., Sproesser, R. L., & Martins, E. L. C. (2009). Empreendedorismo e jovens empreendedores. *Revista de Ciências da Administração*, 11(24), 246-277.
- Lima, E., Lopes, R. M. A., Nassif, V. M. J., & Silva, D. (2015). Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a educação superior em empreendedorismo. *RAC, Rio de Janeiro*, 19(4), 419-439.
- Locke, E. A., & Latham, G. P. (1985). The application of goal setting to sports. *Journal of sport psychology*, 7(3), 205-222.
- López, W., Montilla, M., & Briceño, M. (2007). Rasgos determinantes de las aptitudes emprendedoras que forman el perfil de los estudiantes de contaduría pública. *Actualidad contable FACES*, 10(14).
- Lorentz, M. H. D. N. (2015). *O Comportamento Empreendedor de Diretores da UFSM e sua percepção quanto à Universidade Empreendedora*. (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil.

- Machado, H. V. (1999). Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. *Anais do Encontro da ANPAD (EnANPAD)*, Curitiba, Paraná, Brasil, 23.
- Malhotra, N. K. (2012). *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. Bookman Editora.
- Marion-Santos, A. C., & Paixão, M. R. (2015). Estudo do perfil empreendedor do aluno de graduação em Administração egresso de instituições de ensino da região de Jundiaí. *Revista de Tecnologia Aplicada*, 2(1).
- McClelland, D. C. (1972). *A sociedade competitiva realização e progresso social*. Expressão e Cultura.
- McClelland, D. C., & Burnham, D. H. (1995). Power is the great motivator. *Harvard Business Review*, 73(1), 126-139.
- Mendes, M. T. T. (2011). *Educação empreendedora: uma visão holística do empreendedorismo na educação*. (Doctoral dissertation). Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, Portugal, 2011.
- Mendoza, J. L. (2018). Emprendimiento de negocios propios en el Perú: el rol de los factores sociodemográficos personales a nivel de departamentos. *Estudios Gerenciales*, 19-33.
- Minello, I. F., Bürger, R. E., & Krüger, C. (2017). Características comportamentais empreendedoras: um estudo com acadêmicos de administração de uma universidade brasileira. *Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria*, 10(Esp.), 72-91.
- Minuzzi, C. D. O., Vargas, K. S., & Fialho, C. B. (2016). Características comportamentais empreendedoras: em cena os futuros administradores. *REGPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 5(1), 141-162.
- Nascimento, T. C., Dantas, A. de B., Santos, P. D. C. F. dos, Veras, M., & Costa Jr, A. G. da (2011). A metodologia de Kristiansen e Indarti para identificar intenção empreendedora em estudantes de ensino superior: comparando resultados obtidos na Noruega, Indonésia e Alagoas. *Revista de Negócios*, 15(3), 67-86.
- Oliveira, E., Barreto, R., Dantas, A., & Santos, P. (2006). Proposição de uma metodologia para avaliação do potencial Empreendedor. *Anais do Encontro Nacional de Engenharia de Produção – ENEGEP*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 26.
- Pabón, R. M. (2011). Study of Entrepreneurial Attitudes of professionals who create their own companies. *Revista EAN*, (71), 70-83.
- Peñaloza, V., & Bastos, A. T. (2005). *O perfil dos alunos do curso de Administração, sob a perspectiva empreendedora*. Núcleo de Pesquisas sobre Ensino Superior da Universidade de São Paulo. Recuperado de <http://nupps.usp.br/downloads/docs/dt0504.pdf>

- Peñaloza, V., Diógenes, C. G., & Sousa, S. J. A. (2009). Escolha profissional no curso de administração: tendências empreendedoras e gênero. *Revista de Administração Mackenzie*, 9(8), 151-167.
- Petrof, J. V. (1980). Entrepreneurial profile: A discriminant analysis. *Journal of Small Business Management (pre-1986)*, 18(000004), 13.
- Rae, D. (2004). Entrepreneurial learning: a practical model from the creative industries. *Education+ training*, 46(8/9), 492-500.
- Ramos, S. C., & Ferreira, J. M. (2004). Levantamento das práticas e conteúdos do ensino de empreendedorismo nos cursos de graduação em administração na cidade de Curitiba-PR. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Curitiba, PR, Brasil, 29.
- Rocha, E. L. de C., & Freitas, A. A. F. (2014). Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. *RAC-Revista de Administração Contemporânea*, 18(4), 465-486..
- Ruiz Arroyo, M., Fuentes Fuentes, M. D. M., & Ruiz Jiménez, J. M. (2016). Um estudo internacional sobre os fatores que explicam a expectativa de alto crescimento em novos empreendimentos: uma perspectiva de gênero. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 18(60), 171-190.
- Schaefer, R., & Minello, I. F. (2016). Educação Empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 10(3), 60-81.
- Schmidt, C. M., & Dreher, M. T. (2008). Cultura empreendedora: empreendedorismo coletivo e perfil empreendedor. *REGGE Revista de Gestão*, 15(1), 1-14.
- Schmidt, S., & Bohnenberger, M. C. (2009). Perfil empreendedor e desempenho organizacional. *RAC-Revista de Administração Contemporânea*, 13(3), 450-467.
- Shapero, A. (1971). *An Actions Program for Entrepreneurship*, Austin, Texas: Multi-Disciplinary Research, Inc.
- Souza, A. V. de, Lhamby, A. R., Marques, A. C. C., Menezes Jr., C. D. Á., & Borges, D. (2017). Características empreendedoras dos estudantes de um curso de bacharelado em gestão ambiental. *Revista da Jornada de Pós-Graduação e Pesquisa-Congrega Urcamp*, 473-486.
- Souza, E. C., Souza, C. C. D., Assis, S. D. A. G. D., & Zerbini, T. (2004). Métodos e técnicas de ensino e recursos didáticos para o ensino do empreendedorismo em IES brasileiras. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Curitiba, PR, Brasil, 29.
- Tamayo, A. G., Bonomo, A., Alives, M. H., Delorme, C. K., Riaga, C. O., Araya, L. C. B., ... Napol, M. A. Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiante universitario: una aproximación en América Latina. *Anais da Assembleia Anual del CLADEA - Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración*, 2015, Viña del Mar, Chile, 50.

- Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2006). *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century* (7th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Vale, G. M. V., Serafim, A. C. F., & Teodósio, A. de S. (2011). Gênero, imersão e empreendedorismo: sexo frágil, laços fortes?. *Revista de Administração Contemporânea*, 15(4), 631-649.
- Veit, M. R., & Gonçalves Filho, C. (2007). Mensuração do perfil do potencial empreendedor e seu impacto no desempenho das pequenas empresas. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 32.

APÊNDICE A - ESCALA DE MCCLELLAND

Foi solicitado aos respondentes que respondessem as questões em relação às características comportamentais empreendedoras. Os itens marcados com um asterisco (*) possuem direção inversa, que será observada na análise de dados.

1. Características comportamentais empreendedoras (Ching & Kitahara, 2015; Minuzzi et al., 2016).

1.1. Busca de oportunidades e iniciativas

- a) Esforço-me para realizar as coisas que devem ser feitas.
- b) Faço coisas que devem ser feitas sem que os outros tenham que me pedir.
- c) Gosto de desafios e novas oportunidades.
- d) *Prefiro executar tarefas que domino perfeitamente e com as quais me sinto seguro.
- e) Aventuro-me a fazer coisas novas e diferentes das que fiz no passado.

1.2. Persistência

- a) Quando me deparo com um problema difícil, levo muito tempo para encontrar a solução.
- b) Insisto várias vezes para conseguir que as pessoas façam o que desejo.
- c) Quando algo se interpõe entre o que eu estou tentando fazer, persisto em minha tarefa.
- d) *Quando me deparo com sérias dificuldades, rapidamente passo para outras atividades.

e) Tenho diferentes maneiras de superar obstáculos que se apresentam para a obtenção das minhas metas.

1.3. Comprometimento

a) Termino meu trabalho a tempo.

b) Sou fiel às promessas que faço.

c) Se necessário, não me importo em fazer o trabalho dos outros para cumprir um prazo de entrega.

d) Quando estou fazendo um trabalho para outra pessoa, me esforço de forma especial, para que fique satisfeita com o trabalho.

e) *Minha família e vida pessoal são mais importantes para mim do que as datas que determinei para entrega de trabalhos.

1.4. Exigência de qualidade e eficiência

a) Aborreço-me quando as coisas não são feitas devidamente.

b) Meu rendimento no trabalho é melhor do que o das outras pessoas com quem trabalho.

c) Aborreço-me quando perco tempo.

d) Nunca fico totalmente satisfeito com a forma com que são feitas as coisas; sempre considero que há uma maneira melhor de fazê-las.

e) Encontro à maneira mais rápida de terminar os trabalhos, tanto em casa quando no trabalho.

1.5. Correr riscos calculados

a) Prefiro situações em que posso controlar ao máximo o resultado final.

b) Envolve-me com algo novo só depois de ter feito todo o possível para assegurar o seu êxito.

c) Considero minhas possibilidades de êxito ou fracasso antes de começar a atuar.

d) *Executo tarefas arriscadas.

e) Faço coisas que as outras pessoas consideram arriscadas.

1.6. Estabelecimento de metas

a) Gosto de pensar no futuro.

b) *Acho uma perda de tempo me preocupar com o que farei da minha vida.

- c) Quanto mais específicas forem minhas expectativas em relação ao que quero obter na vida, maiores serão minhas possibilidades de êxito.
- d) Conto com um plano claro de vida.
- e) Preocupo-me tanto em alcançar as minhas metas semanais quanto as minhas metas anuais.

1.7. Busca de informações

- a) Quando começo uma tarefa ou um projeto novo, colete todas as informações possíveis antes de dar prosseguimento a ele.
- b) Procuo conselhos das pessoas que são especialistas no ramo em que estou atuando.
- c) *Tomo decisões sem perder tempo buscando informações.
- d) Quando executo um projeto para alguém, faço muitas perguntas para assegurar-me que entendi o que quer.
- e) Conto com várias fontes de informação ao procurar ajuda para a execução de tarefas e projetos.

1.8. Planejamento e monitoramento sistemático

- a) Planejo um projeto grande dividindo-o em tarefas mais simples.
- b) Considero cuidadosamente as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de realizar uma tarefa.
- c) Trato de levar em conta todos os problemas que podem se apresentar e antecipo o que faria caso suceda.
- d) *Enfrento os problemas na medida em que surgem, em vez de perder tempo antecipando-os.
- e) Se determinado método para enfrentar um problema não der certo, recorro a outro.

1.9. Persuasão e rede de contatos

- a) Consigo que os outros apoiem minhas recomendações.
- b) *Não perco muito tempo pensando em como posso influenciar as outras pessoas.
- c) Conto com pessoas influentes para alcançar as minhas metas.
- d) Para alcançar as minhas metas, procuro soluções que beneficiem todas as pessoas envolvidas em um problema.

e) Posso conseguir que pessoas com firmes convicções e opiniões mudem seu modo de pensar.

1.10. Independência e autoconfiança

a) Tenho confiança que posso ser bem-sucedido em qualquer atividade que me proponha executar.

b) *Mudo a maneira de pensar se outros discordam energicamente dos meus pontos de vista.

c) Quando estou executando algo difícil e desafiador, tenho confiança no meu sucesso.

d) O trabalho que realizo é excelente.

e) Mantenho-me firme em minhas decisões, mesmo quando as outras pessoas opõem energicamente.