



**Intenções e Atividades Empreendedoras dos Estudantes Universitários
Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2011**

Autores:

Edmilson Lima, Rose Mary Almeida Lopes, Vânia Maria Jorge Nassif e Dirceu da Silva

Caderno de pesquisa n. 2011-01 - **Grupo APOE**

Resultados do Estudo GUESSS Brasil, o Estudo Mundial sobre Empreendedorismo junto aos Estudantes Universitários do Brasil, realizado em 2011



www.uninove.br

Grupo APOE

Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo
www.grupoapoe.wordpress.com

Projeto Pró-Administração

Programa de Mestrado e Doutorado em Administração da UNINOVE
www.uninove.br/pmda

Você quer uma cópia eletrônica e gratuita deste relatório? Por gentileza, acesse www.guesssbrasil.org/relatorios.

A versão eletrônica permite a leitura com caracteres, tabelas e figuras maiores na tela do seu computador.

O GUESSS 2011 foi internacionalmente apoiado pelo parceiro Ernst & Young.



www.ey.com

A realização técnica do GUESSS a nível internacional foi assegurada pelos recursos e competências na área de informática da *Information Factory GmbH*, da Alemanha.

O Estudo GUESSS Brasil está ligado ao Projeto Pró-Administração realizado pelo Programa de Mestrado e Doutorado em Administração da UNINOVE e pôde contar com seu apoio.

Agradecemos cordial e calorosamente a colaboração de todos os nossos parceiros acima identificados e também aos numerosos representantes do Estudo GUESSS Brasil das diferentes instituições de ensino superior estudadas em nosso país. Não teríamos realizado o estudo do modo como o fizemos sem seu precioso apoio.

Este foi o primeiro relatório desenvolvido por nós para o Estudo GUESSS Brasil. Para que tivéssemos mais facilidade em sua elaboração, tomamos como importantes bases de inspiração os relatórios de 2011 da Suíça (em Francês) e da África do Sul (em Inglês), assim como o relatório de 2008 da França (em Inglês). Eles estão disponíveis em http://guesssurvey.org/e_publication_nat.html. É natural, portanto, que os leitores encontrem semelhanças deste nosso trabalho com esses relatórios e, a partir daí, bases simples para tecerem comparações com eles.

Registramos aqui nossos agradecimentos e nossos parabéns aos seus autores pelo belo trabalho realizado, assim como aos diretores e coordenadores internacionais do GUESSS pelo esmero com que têm realizado esse importante estudo.

São Paulo, dezembro de 2011

Dr. Edmilson Lima – UNINOVE
Dr^a. Rose Mary Almeida Lopes – ESPM
Dr^a. Vânia Maria Jorge Nassif – FACCAMP
Dr. Dirceu da Silva - UNINOVE

Como citar este trabalho

LIMA, E., LOPES, R. M. A., NASSIF, V., SILVA, D. Intenções e Atividades Empreendedoras dos Estudantes Universitários – Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2011. Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PMDA-UNINOVE. Caderno de pesquisa, n. 2011-01. São Paulo: UNINOVE. 2011.

Endereço para contato:

PMDA-UNINOVE

Programa de Mestrado e Doutorado em Administração – Universidade Nove de Julho

Av. Francisco Matarazzo, 612 – Água Branca

CEP 05.001-100 São Paulo – SP Brasil

Telefone: (11) 3665-9342 Portal de internet: www.uninove.br/pmda

Sobre os autores

Edmilson Lima - Ph.D. em Administração pela HEC Montreal, Canadá. Membro pesquisador da Cátedra de Empreendedorismo Rogers - J.-A. Bombardier, presidida pelo prof. Louis Jacques Filion na HEC Montreal. É professor e pesquisador do Programa de Mestrado e Doutorado em Administração da Universidade Nove de Julho - UNINOVE, em São Paulo, atuando nas áreas de gestão de pequenas organizações, empreendedorismo e métodos de pesquisa qualitativa. Criou e coordena o Grupo Apoe, o Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo. Atua como secretário geral da Anegepe, a Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. É membro do conselho de administração, associado e representante no Brasil da AIREPME, *Association Internationale de Recherche en Entrepreneuriat et PME*. Tem anos de experiência prática em empreendedorismo e direção de pequenas organizações.

Rose Mary Almeida Lopes - Doutora em Psicologia Social pela Universidade de São Paulo. É professora da Escola Superior de Propaganda e Marketing em São Paulo, na qual leciona no curso de Administração da graduação e da pós-graduação. Tem apresentado seus trabalhos em importantes congressos dessa área, como *Babson College Entrepreneurship Research Conference*, *Internationalizing Entrepreneurship Education and Training* e, no Brasil, no ENANPAD. Organizou o livro *Educação Empreendedora: Conceitos, Modelos e Práticas*, publicado pela Editora Campus Elsevier em 2010. No livro, escreveu dois capítulos: Referenciais para a Educação Empreendedora e Educação Empreendedora no Ensino Fundamental. Atua como consultora, trabalhando na área de Recursos Humanos em projetos de *assessment* e em projetos internacionais de pesquisa qualitativa de mercado.

Vânia Maria Jorge Nassif - Pós-doutoranda em Administração pela FGV-SP, na linha de Empreendedorismo. É professora do Programa de Mestrado em Administração da FACCAMP - SP, no qual é líder da área de empreendedorismo e pesquisadora na área de competências empreendedoras. Preside a Anegepe, Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. Atua como professora convidada nos programas de MBAs da FUNDACE-USP. Tem experiência empresarial e em consultoria na área de Pessoas e Gestão de Micro e Pequenas Empresas. É avaliadora de periódicos científicos, de diferentes fontes de fomento à pesquisa e de congressos nacionais e internacionais. Fez numerosos artigos científicos e capítulos de livros.

Dirceu da Silva - Possui graduação em Física, licenciatura em Física e Matemática, mestrado em Física e doutorado em Educação (Avaliação e Cognição), todos pela Universidade de São Paulo - USP. É professor do Programa de Mestrado e Doutorado em Administração da Universidade Nove de Julho e professor da Universidade Estadual de Campinas - Unicamp. Tem experiência na área de Administração e Educação, com ênfase em Planejamento e Avaliação Educacional e Avaliação de Mercados (Marketing), áreas em que tem desenvolvido e aplicado métodos quantitativos de análise de dados numéricos e análise multivariada de dados. É parecerista da FAPESP, CNPq e CAPES e dos principais periódicos e eventos científicos da área de Administração.

Sumário

Como citar este trabalho.....	iii
Sobre os autores	iii
Preâmbulo	vii
1- Introdução	8
1.1- O que é o Estudo GUESSS Brasil.....	8
1.2- Algumas Origens do Interesse pelo Ensino do Empreendedorismo no Brasil.....	9
2- A Evolução da Educação Superior no Brasil.....	10
3- A Educação Superior em Empreendedorismo no Brasil.....	13
3.1- Atividades Empreendedoras no Brasil e Educação sobre o Tema.....	14
4- Fundamentos teóricos do estudo.....	16
5- Realização do Projeto, Métodos e Características da Amostra	17
5.1- A Amostra Brasileira e dos demais Países.....	18
5.2- Características dos Respondentes	20
5.2.1- Idade.....	20
5.2.2- Gênero.....	20
5.2.3- Nível de Estudo.....	20
5.2.4- Áreas de Estudo	21
6- Intenções e Atividades Empreendedoras	22
6.1- Intenções de Trabalho após se Formar.....	22
7- Oferta e Demanda de Disciplinas e Atividades	26
8- Os Fundadores Potenciais	32
9- Os Fundadores Ativos.....	36
10- Índice de Empreendedorismo	39
11- Resumo e Recomendações.....	42
Referências.....	45
APÊNDICE 1	47
MATERIAL DO PROFESSOR.....	47
APÊNDICE 2	49
MATERIAL COMPLEMENTAR DO PROFESSOR.....	49

Lista de tabelas

Tabela 1 - Aumento do número de cursos entre 1960 e 2000.....	10
Tabela 2 - Expansão no número de alunos por modalidade.....	11
Tabela 3 - Número de IESs em 2006 por organização acadêmica e categoria.....	11
Tabela 4 - Número de cursos universitários presenciais por categoria e unidade da federação.....	12
Tabela 5 - Quantidade de alunos por modalidade de ensino.....	12
Tabela 6 - Oferta de disciplina de empreendedorismo nas IESs pesquisadas.....	13
Tabela 7 - Amostra e número de respostas para cada país.....	18
Tabela 8 - Número de respostas por IES.....	19
Tabela 9 - Conhecimento sobre a oferta de disciplinas e atividades nas IESs.....	26
Tabela 10 - Demanda de disciplinas e atividades ainda não oferecidas nas IESs.....	27
Tabela 11 - Utilização da oferta de disciplinas e atividades.....	28
Tabela 12 - Detalhamento do nível de satisfação dos estudantes com a oferta das IESs.....	29
Tabela 13 - Sobre o ambiente universitário e a oferta de disciplinas e atividades em geral, não só de empreendedorismo.....	30
Tabela 14 - Interesse em empreender e pesos para se definir o índice de empreendedorismo.....	40
Tabela 15 - Preparação para empreender e pesos para se definir o índice de empreendedorismo.....	40

Lista de figuras

Figura 1 - Fundamentos teóricos do Estudo GUESSS Brasil	16
Figura 2 - Comparativo de idade (em%).....	20
Figura 3 - Porcentuais de gênero.....	20
Figura 4 - Comparação do nível de estudo (em %).....	20
Figura 5 - Distribuição dos respondentes por área de estudo (em %).....	21
Figura 6 - Intenção de carreira para logo que se formar (em %).....	22
Figura 7 - Intenção de carreira para cinco anos após se formar (em %).....	22
Figura 8 - Brasil: mudança das intenções de carreira para depois de cinco anos (em %).....	23
Figura 9 - Panorama geral das diferenças de intenção de carreira (em %).....	23
Figura 10 - Importância dos motivos de escolha de carreira.....	24
Figura 11 - Brasil: intenções de carreira logo após os estudos, por área de formação.....	25
Figura 12 - Brasil: intenções de carreira para cinco anos depois de se formar, por área de formação..	25
Figura 13 - Nível de satisfação dos estudantes com a oferta das IESs.....	28
Figura 14 - Área de atividade em que se pretende empreender (em %).....	32
Figura 15 - Passos dados para abrir os negócios.....	33
Figura 16 - Anos de trabalho em atividades conexas às dos negócios a abrir (em %).....	33
Figura 17 - Barreiras para a criação de negócios	34
Figura 18 - Interessados em abrir novos negócios com sócios (em %).....	34
Figura 19 - Meio no qual pretende recrutar sócios (em %).....	34
Figura 20 - Fontes visadas para financiamento (em %).....	35
Figura 21 - Origem da ideia para criar os negócios (em %).....	36
Figura 22 - Área de atividade em que os negócios estão ativos (em %).....	37
Figura 23 - Anos de trabalho na mesma área antes de criar seus negócios (em %).....	37
Figura 24 - Fontes visadas e já acessadas para financiamento (em %).....	38
Figura 25 - Força da intenção de empreender (em %).....	39
Figura 26 - Índice de empreendedorismo por área de estudo.....	41

Preâmbulo

Há algumas décadas, vemos no Brasil grande interesse da sociedade em si e de variados órgãos, da iniciativa privada e dos governos, pelas atividades empreendedoras de criação de novos negócios. Não sem uma boa razão. Elas são uma importante via de melhoria das condições socioeconômicas das nações, como já sabido amplamente.

Contudo, não importa simplesmente criar novos negócios. É necessário que seus criadores, os empreendedores, estejam preparados para dar a suas criações um mínimo de chances de desenvolvimento, de modo a terem sucesso em seus projetos e a beneficiarem a sociedade de forma sustentável ao longo do tempo. Daí podem advir, efetivamente, as melhorias socioeconômicas.

A preparação para a carreira é uma tarefa clássica das instituições de ensino superior (IESs). Não se pode esquecer, no entanto, que recai sobre cada indivíduo interessado em se preparar para a carreira a definição dos caminhos que pretende seguir em sua vida profissional e como quer pavimentá-los. Assim, temos confiança de que, em se tratando de carreira empreendedora, os resultados do presente relatório oferecem subsídios para a melhoria da tarefa das IESs e para que estas deem melhor apoio aos estudantes na definição e na pavimentação de tais caminhos. Compartilhamos assim a mesma crença que motivou atores internacionais a realizarem o estudo GUESSS em 26 países no ano de 2011.

Nesse sentido, o Estudo GUESSS Brasil visa a oferecer contribuições, com dados e resultados de pesquisa, para que esforços de aperfeiçoamento da educação superior em empreendedorismo possam ser consistentemente dirigidos em nosso país.

Para nós, será motivo de felicidade se este trabalho lhe for útil. Mais ainda se inspirar reais iniciativas de melhoria do ensino brasileiro, mesmo que modestas.

Boa leitura!

Dr. Edmilson Lima – UNINOVE

Dr.^a. Rose Mary Almeida Lopes – ESPM

Dr.^a. Vânia Maria Jorge Nassif – FACCAMP

Dr. Dirceu da Silva - UNINOVE

1- Introdução

Este relatório apresenta uma síntese dos resultados do Estudo GUESSS Brasil, cuja coleta de dados foi realizada de abril a junho de 2011 nesse país. Seu objetivo é contribuir para a melhoria das atividades de apoio e de ensino ligadas ao empreendedorismo oferecidas por instituições de ensino superior (IESs) brasileiras.

Contribuições nesse sentido têm o potencial de facilitar e tornar mais frutíferos os esforços de trabalho dos estudantes, das mais variadas áreas de formação, que já realizam ou pretendem realizar iniciativas de negócio. Tais iniciativas podem ser esporádicas ou duradouras e se manifestar de múltiplas maneiras, como a abertura e a gestão de um consultório odontológico, a junção de colegas universitários para oferecerem serviços em domicílio, o lançamento de um novo produto no mercado, a criação de uma empresa, dentre outras atividades possíveis.

O relatório se inicia nesta seção de introdução com a descrição das características básicas do estudo e de sua origem assim como do contexto do ensino do empreendedorismo no Brasil. Depois disso, ele apresenta os diferentes resultados do estudo. O texto é finalizado com recomendações aplicáveis aos variados níveis e esferas da educação superior brasileira para a melhoria das atividades de apoio e ensino voltadas ao empreendedorismo.

1.1- O que é o Estudo GUESSS Brasil

Em seu original em Inglês, a sigla GUESSS refere-se a *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*, ou seja, levantamento mundial sobre o espírito empreendedor de estudantes universitários. No contexto brasileiro, a designação adotada para fins de simplificação é **Estudo GUESSS Brasil** significando **Estudo Mundial sobre Empreendedorismo junto aos Estudantes Universitários do Brasil**.

Ele tem por objetivo caracterizar o espírito, as atividades e as intenções relativos ao empreendedorismo de estudantes universitários dos diferentes níveis de estudo e dos mais variados cursos das IESs participantes, bem como as condições de ensino e apoio a atividades empreendedoras dos estudantes em numerosas regiões do país. Nesse sentido, o estudo busca gerar conhecimentos sobre:

- O que os estudantes sabem sobre a oferta de disciplinas ligadas ao empreendedorismo nas IESs, sua utilização dessa oferta, seu nível de satisfação e sua demanda;
- Os interesses dos estudantes em terem negócios e as atividades que já realizaram ou realizarão para isso, caso tenham algum interesse por negócios de qualquer área;
- A taxa de interesse pelo empreendedorismo (ou índice de empreendedorismo) dos estudantes;
- A comparação dos elementos dos tópicos anteriores com dados de 2011 do GUESSS a nível internacional.

O Estudo GUESSS Brasil oferece bases para se avaliar as condições do ensino ligado ao empreendedorismo em variadas áreas de formação superior com comparativos nacionais e internacionais, inclusive propiciando o *benchmarking*. Contribui para a geração de recomendações de melhoria de práticas e políticas – inclusive políticas públicas – visando o aperfeiçoamento das atividades e recursos das IESs que são voltados à preparação dos estudantes para tomarem iniciativas empreendedoras, como a abertura de empresas.

O GUESSS foi realizado inicialmente por pesquisadores de pequenas empresas e empreendedorismo da Universidade St. Gallen, Suíça, em 2003. Em sua última edição, em 2008, ele foi feito em 19 países, com cerca de 65.000 respondentes. Em sua edição recente, de 2011, foram 26 países e 93.265 respondentes de diferentes partes do mundo. Quase um terço dos questionários foi respondido por brasileiros. Esse número é expressivo, principalmente ao se considerar que o Brasil participa do estudo pela primeira vez.

O Estudo GUESSS Brasil conta com a participação de 37 IESs de diferentes Estados, nas quais 29.186 estudantes responderam o questionário disponibilizado na internet. Cerca de 250.000

alunos foram convidados por e-mail, por páginas de internet e mesmo por mensagens SMS de telefone celular a respondê-lo. Como incentivo às respostas, a eles foi oferecida principalmente a possibilidade de reflexão sobre suas opções de carreira ao responderem o questionário, assim como a oportunidade de discutirem de modo construtivo sobre a questão com colegas e professores. Adicionalmente, os respondentes do Brasil puderam participar de um sorteio de cinco iPads e cinco iPods realizado pelos organizadores internacionais na Suíça exclusivamente para o Estudo GUESSS Brasil.

Adicionalmente, buscando ampliar ainda mais as contribuições potenciais do estudo e o apoio dos professores em sua realização, a eles foram oferecidos dois materiais pedagógicos com exercícios sobre opções de carreira para seus alunos fazerem. Os materiais foram disponibilizados no sítio digital do estudo: www.guesssbrasil.org. Um deles é dirigido ao debate com grupos de estudantes que já responderam o questionário do estudo e o outro é dirigido a estudantes que estiverem com o professor em um laboratório de computadores para fazê-lo. Eles encontram-se respectivamente nos apêndices 1 e 2 deste relatório.

Informações complementares, inclusive sobre a entrega dos prêmios, podem ser obtidas no referido sítio de internet.

1.2- Algumas Origens do Interesse pelo Ensino do Empreendedorismo no Brasil¹

A partir dos anos 1990, as competências empreendedoras passaram a ser consideradas no Brasil como importantes aliadas do desenvolvimento social e econômico. Os anos 1980 tinham sido de sérias dificuldades econômicas para o povo brasileiro. O país tinha atravessado um longo período de instabilidade e de hiperinflação entrecortado por meses de sacrifício redobrado e de esperança suscitada pela implantação de diferentes planos de reestruturação econômica. Nenhum deles teve sucesso.

Os problemas sociais e econômicos se agravaram. Em 1989, a inflação anual chegou a 1.500% e, entre 1980 e 1993, o crescimento médio do PIB foi de apenas 2,1% por ano (Pinheiro, Giambiagi e Gostkorszewicz, 1999). Não por acaso, os anos 1980 foram denominados “a década perdida” pelos economistas.

Algumas tentativas mais audaciosas de reforma econômica foram feitas no início dos anos 1990. Uma das mais incisivas, o Plano Collor I, foi anunciada em março de 1990. O plano incluía principalmente a retenção da poupança e do saldo bancário de grande parte da população com o objetivo de diminuir fortemente a liquidez da economia e a hiperinflação. Essa estratégia, combinada a outras iniciativas do governo, enfraqueceu ainda mais a economia, apesar de ter freado a inflação. Os ganhos gerados foram passageiros, assim como do Plano Collor II, de fevereiro de 1991. A inflação anual atingiu pouco menos de 1.150% em 1992 e de 2.500% em 1993 (IBGE, 2011), uma das mais altas no mundo. A crise se agravou ainda mais após a saída do presidente Fernando Collor de Mello de seu cargo, sob graves acusações de corrupção.

Os brasileiros queriam uma vida melhor (Leitão, 2011). Nesse contexto, numerosos atores econômicos e sociais se sentiram interessados na busca de novas vias de desenvolvimento. O reforço do empreendedorismo, base para a geração de novos negócios e o aumento do número de empregos, pareceu-lhes muito necessário. Políticos e dirigentes universitários começaram a se dar conta da importância de tratar do empreendedorismo como tema de formação, inclusive nas IESs. O foco da educação superior brasileira apenas na formação de futuros empregados qualificados já se mostrava insuficiente diante das necessidades do país (Lima e Rodrigues, 2008).

¹ Esta seção é uma adaptação do início de um de nossos trabalhos anteriores: Lima e Rodrigues (2008).

2- A Evolução da Educação Superior no Brasil

Entender a educação superior do Brasil exige uma compreensão do contexto em que ela surgiu. O Brasil está localizado na América Latina, em um continente de muitas desigualdades. Um grande desafio da América Latina, de acordo com Stallivieri (2006), consiste em oferecer à população aprendizagem, pesquisa e oportunidades de trabalho de forma equitativa e equilibrada, a fim de assegurar conhecimentos avançados que tornem possível o desenvolvimento socioeconômico.

A primeira universidade brasileira, Universidade do Rio de Janeiro, foi fundada em 1920. Entretanto, o ensino superior no Brasil iniciou sua organização sistemática em 1934, com a fundação da Universidade de São Paulo. Marcada por diferentes eventos, a educação superior brasileira deu passos importantes como, entre 1930 (revolução industrial) e 1964 (regime militar), a criação de mais de vinte universidades entre federais e estaduais e a contratação de professores estrangeiros.

Outra fase relevante foi marcada pela reforma universitária (1968), fazendo valer, além da reforma administrativa, a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão para que uma IES tenha o *status* de universidade. Na década de 1970, a criação e o desenvolvimento dos cursos de pós-graduação *stricto sensu* (mestrado e doutorado) e o intercâmbio entre docentes brasileiros e estrangeiros foram os principais responsáveis pelo avanço do ensino superior no país.

Com os ajustes da política educacional promovidos pelo governo federal, a partir dos anos 90, a aplicação das leis da Constituição de 1988 recebeu mais atenção para que fossem disseminadas boas práticas e o país acompanhasse o cenário de desenvolvimento mundial. A Constituição estabeleceu mais flexibilidade para o sistema educacional, redução do papel exercido pelo governo no ensino, ampliação do sistema e melhoria dos processos de avaliação com vistas à elevação da qualidade, com o intuito de preparar profissionais mais qualificados para o mercado de trabalho mais exigente.

Contudo, Martins (2000) afirma que a educação superior brasileira cresceu em seu número de alunos apenas 7% na década de 1990 em relação à década anterior. Já Franco (2008) pontua que as condições de atendimento aos estudantes foram diversificadas, principalmente na graduação, sem, entretanto, que se procurasse ajustar o projeto pedagógico às reais necessidades dos jovens e do mercado.

Tabela 1 - Aumento do número de cursos entre 1960 e 2000

Década	Número de Cursos
Antes de 1960	2
1960	31
1970	247
1980	305
1990	823
2000	1.462
2010	1.805

Fonte: INEP (2010)

Concentrada entre 2000 e 2010, a recente massificação do ensino superior tem moldado uma nova realidade para as IESs brasileiras. Combinada a crescentes exigências feitas pelo governo federal em prol da melhoria do sistema de educação superior, ela provocou mudanças estruturais (entre outras: modificação de regimes de trabalho, ampliação do percentual de professores doutores e mestres, reforço da capacitação de professores e de coordenadores de curso), sociais (quanto às práticas de extensão, ou seja, de oferta de formação e de auxílio ao público não universitário) e políticas (voltadas para o envolvimento das IESs com os poderes públicos, que controlam legislações, incentivos governamentais, ampliação ou não do número de cursos, dentre outras) nas IESs, como já descreveu um dos nossos trabalhos precedentes (Nassif, 2000).

Essas alterações refletiram-se nas estatísticas e em outras características da educação superior brasileira (Censo, 2006; Nassif, 2000):

- 89% das IESs criadas no país de 1997 a 2006 são privadas;
- As IESs privadas passaram a responder por 74% dos alunos matriculados, que, em sua maioria, são de cursos noturnos;

- Há maior demanda por financiamento estudantil e dificuldades para atendê-la;
- Isso se soma à necessidade de estratégias governamentais e das IESs para diminuir a evasão de estudantes e a um quadro de recursos escassos para atender a demandas básicas de garantia da qualidade do ensino para a população – a adequada remuneração de professores e funcionários sendo uma das principais demandas.

Sampaio (1998) sustenta que o ensino privado no Brasil se expandiu e ampliou suas atividades em todas as regiões do país e, entre 2005 a 2008, o Estado de São Paulo foi o responsável por 82% do total desse crescimento, ocorrido de maneira desordenada.

Os dados apresentados pelo Censo do INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas de 2005 demonstram a expansão das matrículas de acordo com o setor das IESs (Franco, 2008).

Tabela 2 - Expansão no número de alunos por modalidade

Ano	Setor Público vagas	Setor Público %	Setor Privado vagas	Setor Privado %	Total
1933	18.986	56,3	14.737	43,7	33.723
1945	21.307	51,6	19.969	48,4	41.275
1965	182.696	56,2	142.386	43,8	325.082
1985	556.680	40,7	810.929	59,3	1.367.609
2004	1.178.328	28,3	2.985.405	71,1	4.163.733

Fonte: INEP (2005)

Por sua vez, o levantamento estatístico do INEP (2006) mostra a expansão das IESs privadas em todo o Brasil e o aumento de 140% no número de matrículas dos estudantes de 1997 a 2006.

Tabela 3 - Número de IESs em 2006 por organização acadêmica e categoria

Unidade da Federação/Categoria Administrativa		Instituições						
		Total	Universidades	Centros Universitários	Faculdades Integradas	Faculdades, Escolas e Institutos	CET/FAT	
Brasil	Públicas	Total	248	92	4	4	82	66
		Federal	105	53	-	-	5	47
		Estadual	83	34	-	-	30	19
		Municipal	60	5	4	4	47	-
	Privadas	Total	2.022	86	115	112	1.567	142
		Particulares	1.583	24	63	92	1.268	136
		Comunitárias/ Confessionais/ Filantrópicas	439	62	52	20	299	6
TOTAL GERAL		2.270	178	119	116	1.649	208	

Fonte: INEP (2006)

No Brasil, as IESs privadas apresentam características distintas em relação às públicas tanto no sistema de gestão de recursos humanos (diferentemente das privadas, as públicas se pautam por um plano de carreira, regime de trabalho integral e parcial e ênfase na titulação do corpo docente) quanto na produção do conhecimento por meio da pesquisa, avanços tecnológicos e serviços prestados à comunidade. Esses aspectos ainda se mostram incipientes nas IESs privadas e em grau mais elevado nas públicas.

Os dados do INEP indicam que, nas últimas duas décadas e em muitas regiões do Brasil, o aumento da quantidade de cursos superiores ultrapassou o percentual de 20% em decorrência da multiplicação – sem controle governamental, em muitos casos – das IESs privadas. E o INEP (2007) aponta que houve um crescimento de 8% do número de IESs privadas no Brasil em relação a 2006.

Tabela 4 - Número de cursos universitários presenciais por categoria e unidade da federação

Cursos de graduação presenciais por organização acadêmica					
Unidade da Federação/categoria Administrativa			Número de Cursos de Graduação Presenciais		
			Total	Capital	Interior
Brasil	Públicas	Total	6.549	1.793	4.756
		Federal	2.785	1.337	1.448
		Estadual	3.188	444	2.744
		Municipal	576	12	564
	Privadas	Total	15.552	5.767	9.785
		Particulares	9.079	3.817	5.262
		Comunitárias/ Confessionais/ Filantrópicas	6.473	1.950	4.523
TOTAL GERAL			22.101	7.560	14.541

Fonte: INEP (2006)

Não obstante o ensino presencial ser expressivo na educação superior brasileira, o ensino a distância vem se apresentando como uma alternativa atrativa para muitos estudantes. Essa modalidade, prevista pelo artigo 80 da Lei 9.394 de 1996, abre perspectivas e amplia o acesso à educação de milhares de jovens e adultos (Brasil, 1996). Segundo levantamento realizado pela Revista Ensino Superior (2008), mais de 10% dos alunos matriculados em cursos presenciais migraram para o ensino a distância, proporcionando uma expansão de 315% dessa modalidade de ensino.

Tabela 5 - Quantidade de alunos por modalidade de ensino

Modalidade	Alunos
Presencial	4.676.646
A Distância	207.206
Tecnólogos	287.727

Fonte: Revista Ensino Superior (2008)

Dados mais recentes de um estudo da OCDE (2011) apontam que 12% dos brasileiros de 25 a 34 anos têm formação superior, ou seja, o Brasil tem o menor percentual dos 42 países estudados. Para os brasileiros de 55 a 64 anos, o percentual é de 9%. Isso indica que, entre gerações, o avanço ocorrido foi de apenas três pontos percentuais. Quando comparada aos países avaliados, a Coreia do Sul foi o país que mais avançou na diferença entre gerações, apresentando uma diferença de 50 pontos percentuais, enquanto a média dos dados da OCDE é de um avanço de 15 pontos.

De maneira geral, o cenário educacional brasileiro vem exigindo inovações, formas diferenciadas de ensino e uma metodologia atrativa para que os estudantes recebam os maiores benefícios possíveis da melhoria do sistema de ensino.

3- A Educação Superior em Empreendedorismo no Brasil

A recessão e a alta taxa de desemprego dos períodos de crise econômica mencionados na introdução deste relatório forçaram uma parte da população a buscar formas de sobreviver empreendendo por necessidade. O empreendedorismo por oportunidade viria a encontrar um contexto mais favorável ao seu desenvolvimento após a estabilização econômica, iniciada em fevereiro de 1994 com o Plano Real.

Em meio a tantas turbulências, ao longo da história brasileira recente, as IESs enfrentaram a contradição da condição econômica e sociocultural estabelecida em relação às novas demandas educacionais impostas pelas realidades global e nacional. Tal circunstância propiciou o início do ensino do empreendedorismo. Em 1981, foi oferecida a primeira disciplina de empreendedorismo nas IESs do Brasil. Ela foi denominada “Novos Negócios” e criada por iniciativa do professor Ronald Jean Degen em um curso de MBA da escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (FGV), em São Paulo (Lopes e Melo, 2005).

Em 1984, na mesma FGV, foi realizada com alunos da graduação a disciplina “Criação de Novos Negócios – Formação de Empreendedores”, ministrada pelo professor Álvaro Melo (Lopes e Melo, 2005). Disciplinas voltadas para a criação de empresas foram iniciadas na Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo pelo professor Sílvio Aparecido dos Santos, bem como no departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Lopes e Melo, 2005).

Desde então, outras iniciativas surgiram. Tiveram destaque aquelas geradas na Escola de Novos Empreendedores (ENE), que esteve ativa na Universidade Federal de Santa Catarina por mais de dez anos, e pelo Programa REUNE, coordenado pelo professor Fernando Dolabela, a partir de 1988. O programa teve o propósito audacioso de disseminar a educação empreendedora em todos os programas de nível superior no Brasil.

Pesquisas desenvolvidas pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e pelo Instituto Euvaldo Lodi (IEL) em 2003, envolvendo 58 IESs públicas e 73 privadas dão conta de que: 69% dessas IESs ofereciam ensino em empreendedorismo; essas ofertas aconteciam mais frequentemente nos programas de graduação de Administração, Contabilidade, Tecnologia de Informação e Engenharias e bem menos nos programas de especialização e de mestrado (Lopes e Melo, 2005).

Guerra e Grazziotin (2010), em sua pesquisa sobre o avanço da oferta de disciplinas de empreendedorismo, consultaram 516 portais eletrônicos de IESs (115 públicas e 410 privadas), dos quais apuraram o que segue:

- Há maior oferta nas IESs públicas (32% delas oferecem) do que nas privadas (aproximadamente 11,5% oferecem);
- A oferta avançou para além dos cursos de Administração, chegando também às áreas de Computação, Engenharia, Comunicação Social, Turismo, Educação Física, Fonoaudiologia e a algumas outras menos frequentemente;
- 44,6% das ofertas ocorrem em cursos fora da área de Administração e Negócios.

Esse último dado é importante, pois revela que o assunto empreendedorismo extrapolou as fronteiras dos cursos de Administração.

Tabela 6 - Oferta de disciplina de empreendedorismo nas IESs pesquisadas

Cursos	Privadas	Públicas	Total
Administração de Empresas	17	22	39
Habilitações em Administração	06	01	07
Outros Cursos	23	14	37
Total Geral	46	37	83

Fonte: Guerra e Grazziotin (2010, p. 80)

Congressos e simpósios internacionais sobre treinamento e educação para o empreendedorismo realizados no Brasil também indicam o amadurecimento gradativo do interesse por esse tema no país. Em 2006, o país sediou o congresso *Internationalizing Entrepreneurship Education and Training Conference – IntEnt 2006*, organizado pela Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo. Em 2007, foi a vez do *Roundtable on Entrepreneurship Education (REE) Latin America*, um evento realizado no Rio de Janeiro e coordenado pela *Stanford Technology Ventures Program's* e co-organizado pelo Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais do Rio de Janeiro - IBMEC RJ.

Dados os avanços do interesse pelo tema no país, a Endeavor Brasil propôs à Universidade de Stanford que o Brasil tivesse sua REE específica, que foi realizada em 2010 pela primeira vez no país. Nesse evento, foi atribuído pela primeira vez o Prêmio de Educação Empreendedora, de âmbito nacional. Tanto a REE Brasil quanto a atribuição do prêmio passaram a ser organizadas anualmente, por iniciativa conjunta da Endeavor Brasil com alguma IES e com o apoio de entidades como SEBRAE e SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial.

Outro indicador do aquecimento das atividades ligadas ao ensino do empreendedorismo é a realização no país de diferentes competições como a *Global Moot Corp*, recentemente renomeada *Venture Labs Investment Competition*. Essa competição foi iniciada em 1984 na McCombs Business School, da Universidade do Texas em Austin, EUA. Atualmente, ela seleciona os melhores planos de negócio elaborados por alunos de curso de MBA das escolas de Administração mais famosas do mundo. Ocorre em etapas que são realizadas em diversas regiões do globo, como é o caso da *FGV Latin Moot Corp*, organizada pelo Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios – CENN, da Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo, desde 2001. Outras competições têm sido trazidas para o país como o *Idea2Product*, *Start-up-Weekend*, despertando muita atenção e envolvimento de professores universitários e estudantes.

Nacionalmente, o SEBRAE realiza o Desafio Sebrae, com o objetivo de divulgar a cultura empreendedora entre os estudantes universitários (SEBRAE, 2011b). Trata-se de um jogo virtual em que equipes de 3 a 5 alunos administram o cotidiano de uma empresa, em duas fases, durante seis meses. Em 2010, 158.484 universitários de todos os Estados da federação participaram das duas fases do desafio, o que o torna o maior jogo de negócios do mundo (SEBRAE, 2011b).

Uma medida do avanço do interesse pelo empreendedorismo no meio acadêmico é o número de grupos de pesquisa sobre o assunto registrado na plataforma digital Lattes (de dados sobre currículos de professores, grupos de pesquisa e instituições) do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq. No momento da redação deste parágrafo, usando a palavra empreendedorismo em seu título, há 233 grupos registrados na plataforma; com o termo empreendedor, há 37. Observa-se que o interesse de pesquisa pelo tema educação empreendedora é ainda mais recente e a utilização desse tema como expressão de busca levou à identificação de 16 grupos de pesquisa (CNPQ, 2011). Mais detalhes estão disponíveis em <http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/>.

O conjunto das informações apresentadas até aqui neste relatório evidencia a importância crescente atribuída ao apoio a iniciativas empreendedoras de estudantes universitários e à educação para o empreendedorismo no âmbito da formação superior brasileira.

3.1- Atividades Empreendedoras no Brasil e Educação sobre o Tema

Diferentes estudos brasileiros apontam para uma real melhoria do cenário do empreendedorismo no país nessa última década. Isso inclui o ambiente legal, marcado principalmente pelos avanços propiciados pela Lei Geral da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, aprovada em 2006.

O relatório brasileiro do estudo GEM para 2010 (Greco et al., 2010) apresentou a maior taxa de atividade empreendedora (TEA) de toda a série histórica do país, 17,5%. A taxa significa que, a partir da amostra considerada da população brasileira, é possível afirmar que cerca de 21,1 milhões de brasileiros estavam envolvidos com iniciativas empreendedoras. Homens e mulheres estão aproximadamente em igualdade para totalizarem esse número, sendo o Brasil um país de destaque no empreendedorismo feminino. Essa TEA foi mais elevada do que a dos outros 17 países do G20

estudados no GEM 2010. De 2002 a 2010, a média da TEA brasileira é de 13,38% e, mais frequentemente, superior à média internacional.

O GEM 2010 revelou a razão de 2,1 empreendedores por oportunidade para cada empreendedor impulsionado por necessidade, continuando a tendência de aumento do empreendedorismo por oportunidade observado desde 2003 (Greco et al., 2010). O SEBRAE-SP (2010) encontrou dado semelhante: 77% dos pesquisados informaram que a identificação da oportunidade foi um motivo para empreender.

Em 2008, existiam no Brasil pouco mais de 5,8 milhões de empresas formalmente estabelecidas, responsáveis por 13 milhões de empregados contratados legalmente. Dessas empresas, pouco mais de 2 milhões eram micro e pequenas, as quais se concentravam nos setores de comércio e serviços e reagiram rapidamente às mudanças do cenário socioeconômico (SEBRAE e DIEESE, 2010). Os empregos gerados por micro e pequenas empresas tiveram crescimento ininterrupto de fevereiro de 2009 a agosto de 2011, com exceção dos meses de dezembro (SEBRAE, 2011a). Em agosto de 2011, 70% do número líquido de empregos foram gerados pelas micro e pequenas empresas e 2,09 milhões de novos empregos foram gerados por elas nos 12 meses anteriores – a maior parte deles, 63%, oferecida pelas empresas com até quatro empregados, seguidas por aquelas de 20 a 99 trabalhadores, com 6,4% (SEBRAE, 2011a).

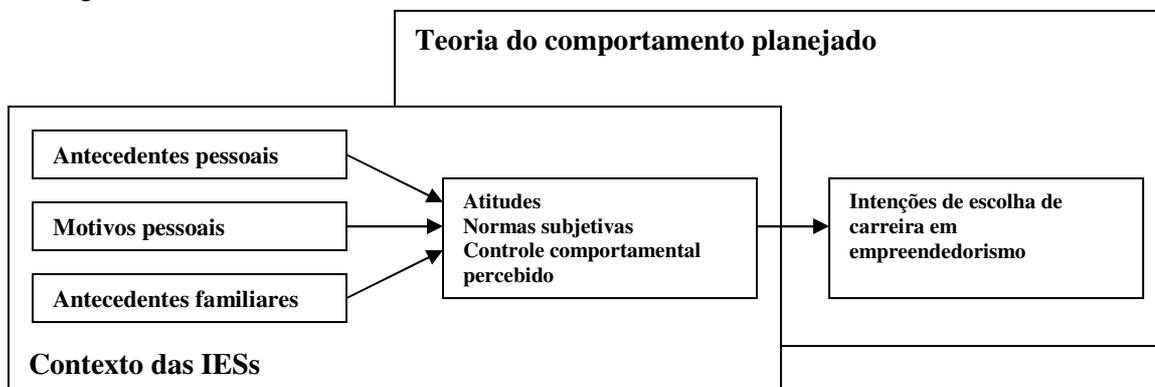
Porém, muitos obstáculos ainda existem para o pleno exercício de atividades empreendedoras no Brasil. O relatório GEM 2010 sustenta que, apesar de o país ter avançado com o crescimento do empreendedorismo iniciado pela identificação de oportunidades, a valorização do empreendedor na sociedade e a disseminação da aspiração para empreender, o país tem muito a melhorar para oferecer boas condições de manifestação do empreendedorismo. Para fazê-lo, segundo o painel de especialistas consultados no estudo, os maiores desafios estão no âmbito de políticas e programas de governo, seguidos da necessidade de se aperfeiçoar a educação, as atividades de ciência e tecnologia, a regulação da competição e a oferta de formação em gestão financeira (Greco et al., 2010).

No que se refere mais especificamente à formação e ao desenvolvimento da capacidade empreendedora, os especialistas ouvidos se mostraram preocupados com o fato de que a educação em Empreendedorismo ainda não é disseminada desde o primeiro grau até os níveis superiores (Greco et al., 2010). Portanto, o país ainda carece de formação de pessoas de modo a garantir que estas tenham a capacitação necessária para identificar oportunidades, explorá-las e gerir um empreendimento de modo a garantir a existência e o progresso dele.

4- Fundamentos teóricos do estudo

Os fundamentos teóricos do Estudo GUESSSS Brasil encontram-se na teoria do comportamento planejado (Ajzen, 2002; Fishbein e Ajzen, 1975). Segundo essa teoria, a intenção precede a ação em si. No empreendedorismo, isso significa que a intenção de empreender é um antecedente e um elemento que permite prever a atividade empreendedora.

Figura 1 - Fundamentos teóricos do Estudo GUESSSS Brasil



Fonte: Adaptado de Ajzen (2002) e Fishbein e Ajzen (1975)

A intenção indica o quão dispostas estão as pessoas a fazer algo ou o quanto estariam planejando a realização de determinada atividade, o que depende de fatores motivacionais e de outros não motivacionais como oportunidades, recursos e habilidades.

A intenção é influenciada pelos antecedentes pessoais, familiares e os motivos pessoais. Esses antecedentes afetam o desenvolvimento de atitudes – no caso, a propensão favorável ou não a empreender e se tornar um empreendedor. Também impacta a percepção da pressão social com respeito a se tornar um empreendedor, ou seja, a percepção das normas subjetivas. Por último, influencia a percepção do controle do comportamento, que significa a percepção da facilidade ou da dificuldade de realizar um comportamento ou atingir determinado desempenho, considerando a experiência anterior bem como obstáculos. Portanto, essas variáveis, manifestando-se e relacionando-se umas com as outras dentro do contexto das IESs em que estudam as pessoas consideradas, explicam as intenções de escolha de carreira em empreendedorismo.

Assim, o questionário utilizado no Estudo GUESSSS Brasil e o presente relatório contemplam essas variáveis e o contexto das IESs para que sejam estudadas suas influências sobre intenções de escolha de carreira em empreendedorismo. Em meio a esses elementos, receberam especial atenção as componentes da formação dos estudantes respondentes (disciplinas oferecidas, disciplinas cursadas, etc.), as intenções de carreira explicitadas por eles e itens de apoio à prática do empreendedorismo que podem ser oferecidos pelas IESs (incubadora, facilitação do desenvolvimento da rede de relação, etc.).

5- Realização do Projeto, Métodos e Características da Amostra

O projeto GUESSS está internacionalmente sob a responsabilidade da Universidade de St. Gallen, Suíça, e mais especificamente do *Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship* e do *Center for Family Business* dessa universidade. Seu gestor em âmbito internacional é o Dr. Philipp Sieger, também vinculado à mesma universidade. O Brasil tem como coordenador do Estudo GUESSS Brasil o Dr. Edmilson Lima, professor e pesquisador do Grupo Apoe – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, atuante no Programa de Mestrado e Doutorado em Administração da Universidade Nove de Julho - UNINOVE. De modo similar, cada um dos demais 25 países participantes do GUESSS em 2011 tem sua coordenação nacional.

O estudo foi possível no Brasil graças ao apoio financeiro da UNINOVE e sua vinculação ao projeto Pró-Administração, realizado nessa universidade com fundos da CAPES, órgão do Ministério da Educação.

Após a coleta dos dados no Brasil, eles foram analisados pela equipe de pesquisa que é autora do presente relatório e é composta pelo coordenador nacional, Edmilson Lima, e pelos também professores doutores Rose Mary Almeida Lopes, da Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo - ESPM-SP, Vânia Maria Jorge Nassif, da Faculdade Campo Limpo Paulista - Faccamp e Dirceu da Silva, da UNINOVE. Os três primeiros são especialistas em empreendedorismo e administração de micro, pequenas e médias empresas e o professor Dirceu é especialista em métodos quantitativos e estatística.

A característica central dos métodos do Estudo GUESSS Brasil é que ele é um levantamento (*survey*). Seu instrumento de coleta de dados é um questionário de conteúdo padronizado internacionalmente, mas adaptado para o Português usado no Brasil. O questionário baseou-se no uso de questões fechadas, que foram sendo respondidas pelos estudantes na internet à medida que aceitavam o convite de resposta que lhes chegou por e-mail, SMS (mensagem de celular), páginas de internet das universidades participantes, intranet dos estudantes e/ou computadores de laboratórios de informática das IESs. A forma internacionalmente padronizada dos questionários é necessária, pois o GUESSS é uma pesquisa que visa, entre outras coisas, a comparação de dados entre diferentes países. Para estimular as respostas, como descreve a introdução deste relatório, alguns incentivos foram oferecidos aos respondentes e materiais didáticos disponibilizados para os professores.

5.1- A Amostra Brasileira e dos demais Países

Tabela 7 - Amostra e número de respostas para cada país

País	Número de respostas	Porcentual do total	Respostas válidas do Brasil ** dadas em 15 min. ou mais
Brasil*	29 186	31.3	25 867
Países Baixos*	13 121	14.1	
Alemanha	12 469	13.4	
Suíça	8 115	8.7	
Hungria	5 677	6.1	
Áustria	4 553	4.9	
Rússia*	2 882	3.1	
Estônia	1 874	2.0	
Singapura	2 391	2.6	
Argentina*	1 660	1.8	
França	1 498	1.6	
Finlândia	1 437	1.5	
Chile*	1 244	1.3	
Portugal	1 020	1.1	
China*	868	0.9	
Romênia*	849	0.9	
África do Sul	697	0.7	
Reino Unido *	648	0.7	
Japão*	561	0.6	
México	556	0.6	
Grécia	454	0.5	
Luxemburgo	444	0.5	
Irlanda	332	0.4	
Paquistão*	321	0.3	
Liechtenstein	220	0.2	
Bélgica	188	0.2	
Total	93 265	100	

* Países que entraram no estudo no ano de 2011.

** O estudo piloto indicou que eram necessários 30 min., em média, para responder o questionário com qualidade. Assim, a fim de preservar a qualidade dos dados analisados, a equipe de pesquisa decidiu eliminar 3.319 respostas da amostra, todas feitas com menos de 15 min.

O Brasil responde por aproximadamente um terço das 93.265 respostas obtidas no estudo internacional. Contudo, um número ligeiramente menor de respostas brasileiras, 25.867, foi utilizado para análise de dados, como explica a tabela anterior.

São 37 as IESs brasileiras para as quais os dados foram colhidos. Na contagem para a realização do relatório internacional, foram computadas 43 IESs, pois algumas delas foram consideradas separadamente segundo seus diferentes campi, como ocorreu com a Universidade São Francisco quanto aos campi das cidades de Itatiba, Bragança Paulista, Campinas e São Paulo. Outras poucas tiveram impedimentos para a realização do estudo e geraram menos de cinco respostas, não constando, portanto, na tabela a seguir para o número de respostas por IES.

A taxa média geral de resposta foi de 11,7% do total estimado de 250.000 estudantes que receberam o *link* de internet para responder o questionário, próximo do dobro da taxa internacional, que foi de 6,3%. Ficou em 10,3% após serem retiradas da amostra as respostas de menos de 15 minutos (ver a segunda nota logo abaixo da tabela precedente).

Tabela 8 - Número de respostas por IES

IES ⁽¹⁾	Número de respostas	Taxa de resposta % ⁽²⁾	% do total
CEUT - Centro de Ensino Unificado de Teresina – Piauí	454	15,1	1,8
ESADE - <i>Laureate International Universities</i> – Porto Alegre – RS	480	15,9	1,9
ESPM - SP - Escola Superior de Propaganda e Marketing – São Paulo – SP	766	17,7	3,0
Faculdade Dom Pedro II - Salvador – BA	77	25,7	0,3
FACCAMP - Faculdade Campo Limpo Paulista – SP	523	10,5	2,0
Facesm - Fac. de Ciências Sociais Aplicadas do Sul de Minas – Itajubá – MG	213	34,5	0,8
FAE - Centro Universitário – Curitiba – PR	260	43,3	1,0
Fatec - Faculdade de Tecnologia de Pindamonhangaba – SP	10	10,0	0,0
Fatec - Faculdade de Tecnologia de São Sebastião – SP	62	20,7	0,2
FGV - Fundação Getúlio Vargas – São Paulo – SP	22	22,0	0,1
Faculdade R Sá – Picos – PI	76	7,6	0,3
FURB - Universidade Regional de Blumenau – SC	121	4,8	0,5
Grupo Uniasselvi - Blumenau e região – SC	117	7,8	0,5
IFPI - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí	196	14,6	0,8
IFSP - Inst. Fed. de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo - Caraguatatuba	10	3,3	0,0
Inspere - Instituto de Ensino e Pesquisa – São Paulo – SP	106	3,0	0,4
UNESC - Universidade do Estado de Santa Catarina – Florianópolis – SC	141	2,4	0,5
UEL - Universidade Estadual de Londrina – PR	255	2,4	1,0
UFBA - Universidade Federal da Bahia – Salvador – BA	132	3,3	0,5
UFGD - Universidade Federal da Grande Dourados – MS	125	17,9	0,5
Unifei - Universidade Federal de Itajubá – MG	212	6,1	0,8
UFMA - Universidade Federal do Maranhão – São Luís – MA	5	12,5	0,0
UFMS - Universidade Federal do Mato Grosso do Sul – Paranaíba – MS	34	3,4	0,1
UFMT - Universidade Federal do Mato Grosso – Cuiabá – MT	108	5,4	0,4
UFPR - Universidade Federal do Paraná – Curitiba – PR	70	23,3	0,3
UFS - Universidade Federal de Sergipe – Aracaju – SE	167	27,8	0,6
UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina – Florianópolis – SC	73	0,7	0,3
UFSJ - Universidade Federal de São João del-Rei – MG	176	58,7	0,7
UFV - Universidade Federal de Viçosa – MG	562	4,3	2,2
UNIFACS - Universidade Salvador – Salvador – BA	420	12,0	1,6
UNIME - União Metropolitana de Educação e Cultura – Salvador – BA	43	6,6	0,2
UNINOVE - Universidade Nove de Julho – São Paulo – SP	15794	13,2	61,1
Univás - Universidade do Vale do Sapucaí – Pouso Alegre – MG	43	14,3	0,2
Univates - Lajeado – RS	627	7,4	2,4
UPM - Universidade Presbiteriana Mackenzie – São Paulo – SP	1553	5,8	6,0
Universidade São Francisco - várias cidades – SP	1247	14,6	4,8
USP - Universidade de São Paulo – SP	52	14,9	0,2
Outras	535	5,4	2,1
Subtotal	25 867	10,3	100
Respostas consideradas inválidas	3 319	1,3	--
TOTAL DO BRASIL	29 186	11,7	100
TOTAL INTERNACIONAL	93 265	6,3	--

⁽¹⁾ Uma lista com os nomes dos organizadores do estudo em cada IES está disponível em www.guesssbrasil.org.

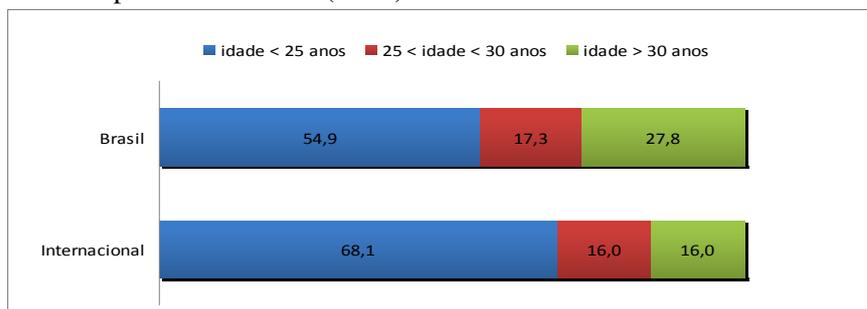
⁽²⁾ Com base em uma estimativa do número de alunos que receberam o link para responder o questionário, pois ele não foi apenas enviado por e-mail para estudantes nas IESs brasileiras, mas também disponibilizado no site de internet, na intranet de alunos e em telas de abertura de computadores de várias IESs.

Um fato importante a observar quanto à constituição da amostra é a predominância dos dados provenientes de uma universidade privada de grande porte da cidade de São Paulo: UNINOVE, com 61,1% dos questionários respondidos. Ela é sede da coordenação nacional do estudo. Outro fato relevante é a contribuição expressiva dessa cidade na coleta de dados, com 70,6% dos questionários respondidos, localizando-se também em São Paulo a segunda maior participante em número de respostas, a UPM - Universidade Presbiteriana Mackenzie, com 6%. As maiores taxas de resposta foram geradas pelas IESs nas quais o questionário foi direcionado a um menor número de respondentes potenciais, como Facesm, FAE e UFV.

5.2- Características dos Respondentes

5.2.1- Idade

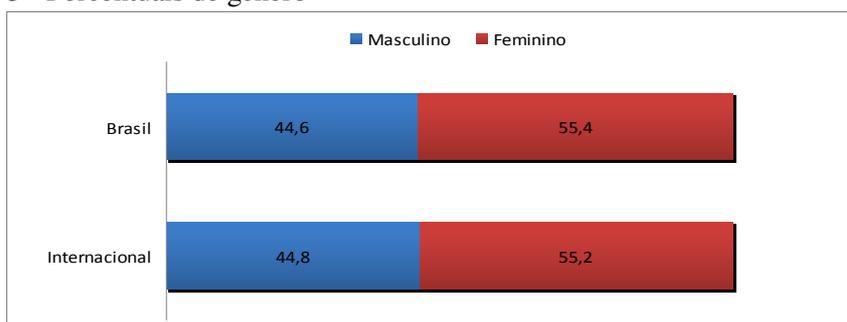
Figura 2 - Comparativo de idade (em%)



No Brasil, próximo da metade dos respondentes encontram-se na faixa de idade abaixo dos 25 anos, enquanto quase 70% são dessa mesma faixa na amostra internacional, que apresenta uma média de idade mais baixa. O percentual elevado de respondentes com mais de 30 (27,8%) chama a atenção na comparação com os dados internacionais. Como se vê no relatório do GUESSS Internacional (Sieger, Fueglistaller e Zellweger, 2011), o Brasil e a Finlândia são os países que apresentam média de idade mais elevada: 26,8 anos para os dois países.

5.2.2- Gênero

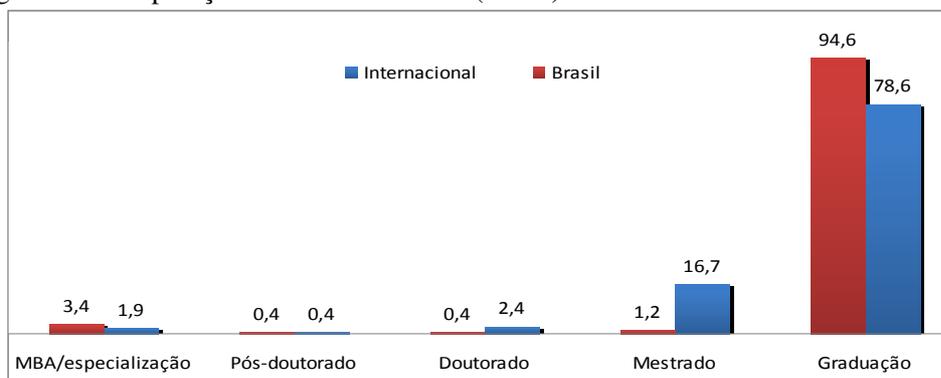
Figura 3 - Porcentuais de gênero



Nas duas amostras, os respectivos percentuais para pessoas do gênero feminino e masculino foram muito similares e se mostraram pouco mais de 10 pontos percentuais maiores para as mulheres, que predominaram com 55,4% das respostas brasileiras.

5.2.3- Nível de Estudo

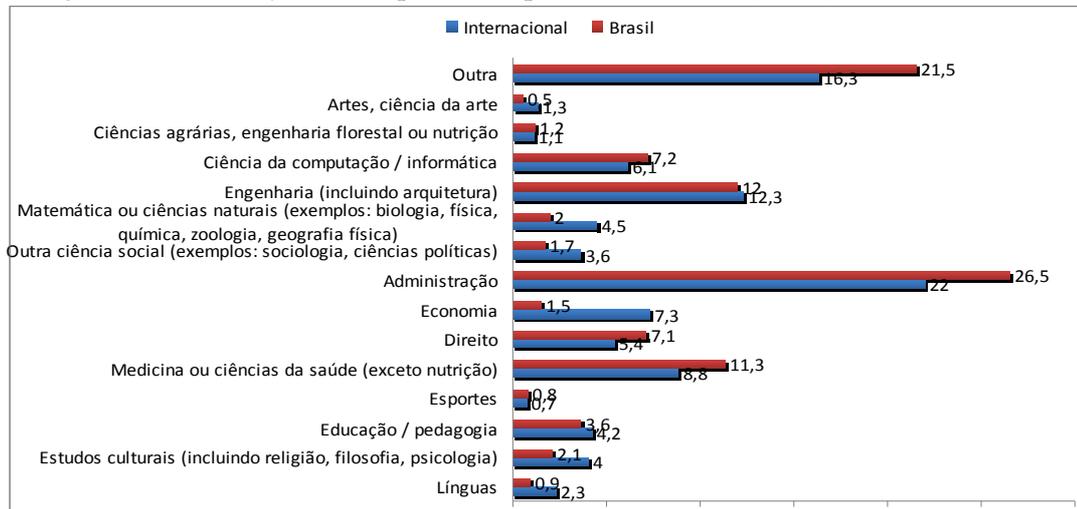
Figura 4 - Comparação do nível de estudo (em %)



O percentual de estudantes de graduação brasileiros é sensivelmente mais alto do que se vê na amostra internacional. O contrário se vê na comparação entre os estudantes de mestrado, com apenas 1,2% em contraste com os 16,7% na amostra internacional. O Brasil mostra um número ligeiramente superior para o percentual de estudantes de MBA ou especialização e ligeiramente inferior quando se trata do nível do doutorado. Para pós-doutorado, os percentuais são iguais.

5.2.4- Áreas de Estudo

Figura 5 - Distribuição dos respondentes por área de estudo (em %)



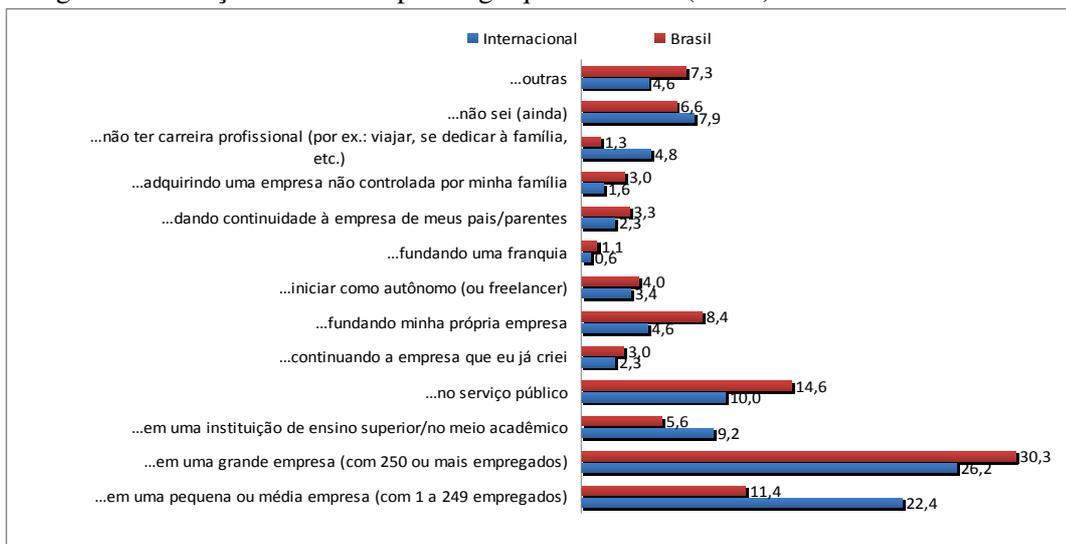
Na comparação das áreas de estudo dos respondentes, nota-se que os estudantes brasileiros e estrangeiros são principalmente da área de Administração, estando ligeiramente superior o percentual do Brasil para essa área, de 26,5%, em relação ao internacional, de 22%. Para os demais campos de estudo, as diferenças são menores, com exceção de Economia e outras. No caso da primeira, há 1,5% para o Brasil e 7,3% para a amostra internacional, uma diferença de quase cinco vezes. Quanto à segunda, ela é referente aos cursos que os estudantes não associaram, no momento de responder o questionário, a uma área específica dentre as demais possibilidades listadas na figura. Outras respondem por 21,5% da amostra nacional e por 16,3% da internacional.

As áreas de Engenharia (incluindo Arquitetura) e da Saúde também deram uma contribuição importante em número de respostas, apesar de esse número ter ficado próximo à metade do que se vê na área de Administração, com 12% para o Brasil e 12,3% da amostra internacional. Ademais, apesar de serem pequenos os percentuais referentes a “Matemática e Ciências Naturais”, assim como a “outra ciências social”, os dados internacionais têm números de aproximadamente o dobro dos nacionais para as duas áreas.

6- Intenções e Atividades Empreendedoras

6.1- Intenções de Trabalho após se Formar

Figura 6 - Intenção de carreira para logo que se formar (em %)



Percebe-se, a partir da figura anterior, que um percentual maior de estudantes brasileiros tem a intenção de trabalhar em empresas com mais de 250 empregados (30,3%) ou no serviço público (14,6%) logo após terminar seus estudos do que se vê internacionalmente (26,2% e 10%, respectivamente). O mesmo ocorre quanto à criação de seu próprio negócio (8,4% *versus* 4,6%), à aquisição de uma empresa existente (3,0% *versus* 1,6%) e à continuação de negócios da família (3,3% *versus* 2,3%). Há, contudo, aqueles que querem continuar um negócio que já têm (3,0% *versus* 2,3%). Por outro lado, um percentual menor quer trabalhar em micro, pequenas e médias empresas (11,40% *versus* 22,4%), em universidades (5,6% *versus* 9,2%) ou não sabe ainda (6,6% *versus* 7,9%). Os demais itens de comparação apresentam percentual bem próximo.

Figura 7 - Intenção de carreira para cinco anos após se formar (em %)

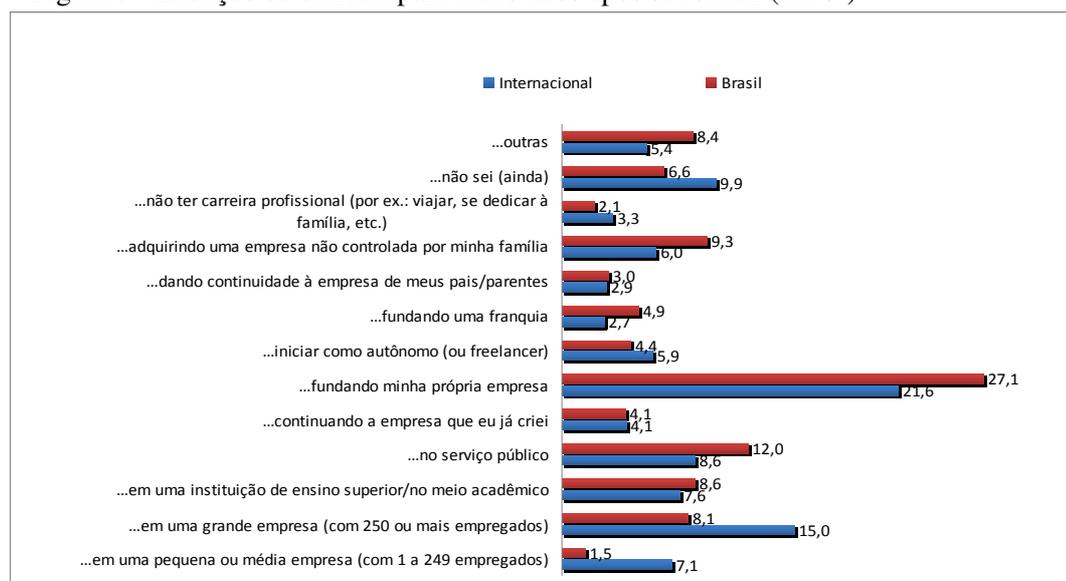
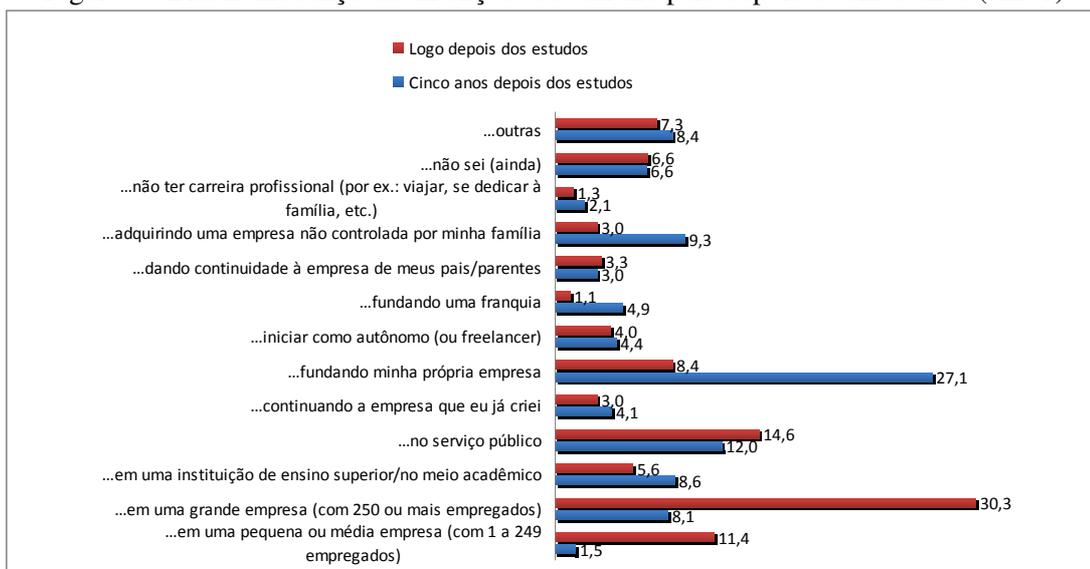
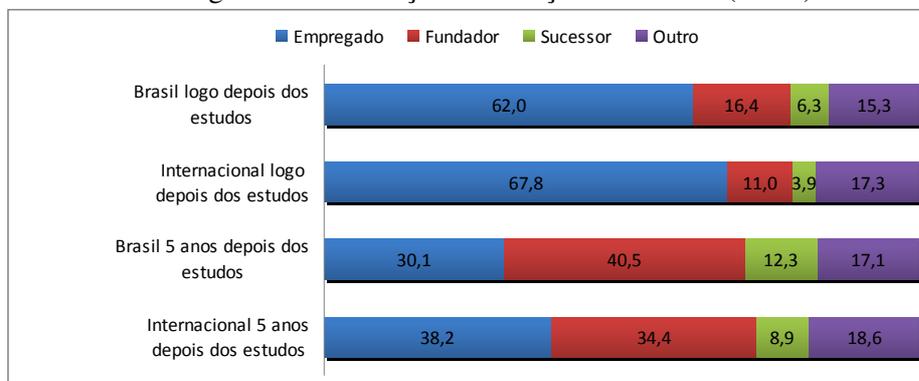


Figura 8 - Brasil: mudança das intenções de carreira para depois de cinco anos (em %)



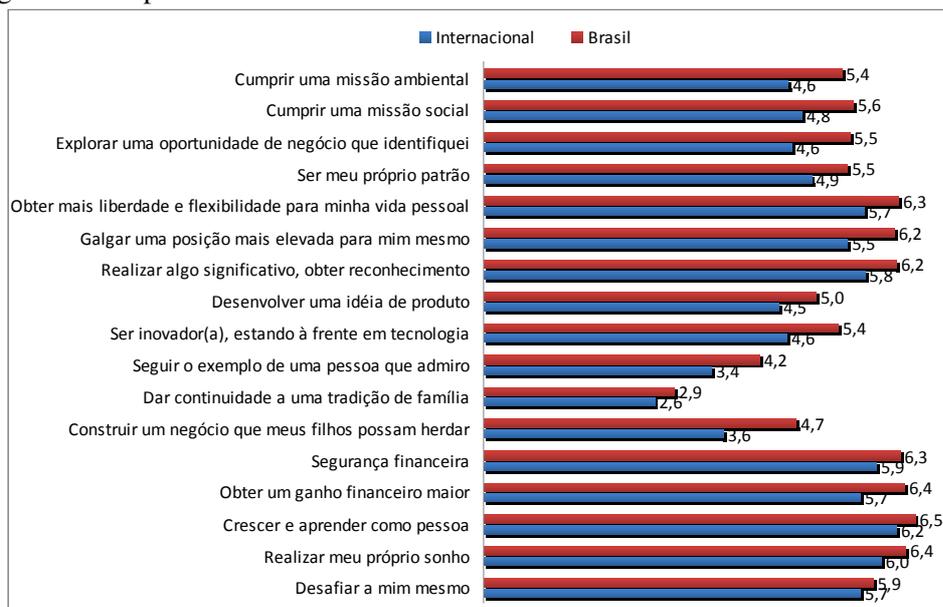
Na comparação da distribuição das intenções de trabalho mostrada nas figuras, nota-se um crescimento expressivo dos percentuais daqueles que querem ter um negócio próprio (18,7 pontos percentuais a mais para o Brasil e 17 para a amostra internacional) e importante para os que pretendem adquirir um negócio que não seja da família (6,3 pontos adicionais *versus* 4,4). Isso parece ser em boa parte provocado pela queda dos percentuais daqueles que querem trabalhar em empresas com mais de 250 empregados (22,2 pontos para o Brasil e 11,2 pontos de queda segundo os dados internacionais), daqueles que querem trabalhar em micro, pequenas e médias empresas (9,9 pontos *versus* 15,3 pontos) e dos que se interessam em trabalhar no setor público (uma queda de 2,6 pontos *versus* 1,4).

Figura 9 - Panorama geral das diferenças de intenção de carreira (em %)



Para o Brasil e internacionalmente, há uma forte queda do percentual de estudantes que têm a intenção de ser empregados na comparação dos períodos imediatamente após sua formatura e depois de cinco anos de formados. Para os dois períodos, há no Brasil maior percentual de interessados em criar um negócio próprio (16,4% e 40,5%) e também para aqueles que querem ser sucessores em um negócio da família ou comprando um negócio de terceiros (6,3% e 12,3%). O item outro apresenta resultados próximos para os diferentes momentos e amostras. Seu percentual refere-se ao índice de respondentes que não deram respostas que permitissem classificá-los nos demais itens.

Figura 10 - Importância dos motivos de escolha de carreira



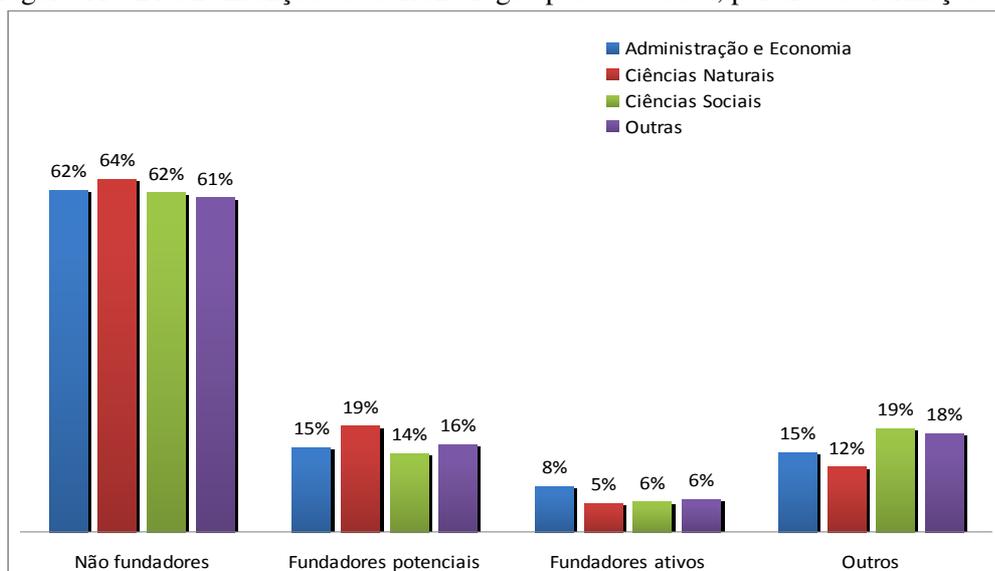
A figura anterior apresenta médias de uma escala de 1 a 7. As médias brasileiras ligeiramente mais elevadas. A diferença maior aparece para o item “construir um negócio que meus filhos possam herdar”. Isso sugere que os estudantes brasileiros têm como uma motivação para sua intenção de carreira uma preocupação maior com o futuro dos filhos atuais ou futuros.

A diferença dos três primeiros itens superiores da figura sugere que suas motivações também são marcadas por um nível de idealismo mais elevado do que dos estudantes estrangeiros; a dos quatro seguintes acrescenta a impressão de que elas são também impulsionadas pelo maior desejo de independência, de melhor condição financeira e de elevação de *status* social. Isso é reforçado pela diferença de 0,7 pontos percentuais para o item “obter um ganho financeiro maior” e de 0,4 para “segurança financeira”. Outra diferença que chama a atenção é a de 0,8 pontos para “ser inovador(a), estando à frente em tecnologia”.

Dentre os itens de média mais elevada das duas amostras, encontram-se as motivações ligadas à realização e ao desenvolvimento pessoais: “realizar meu próprio sonho” e “crescer e aprender como pessoa”.

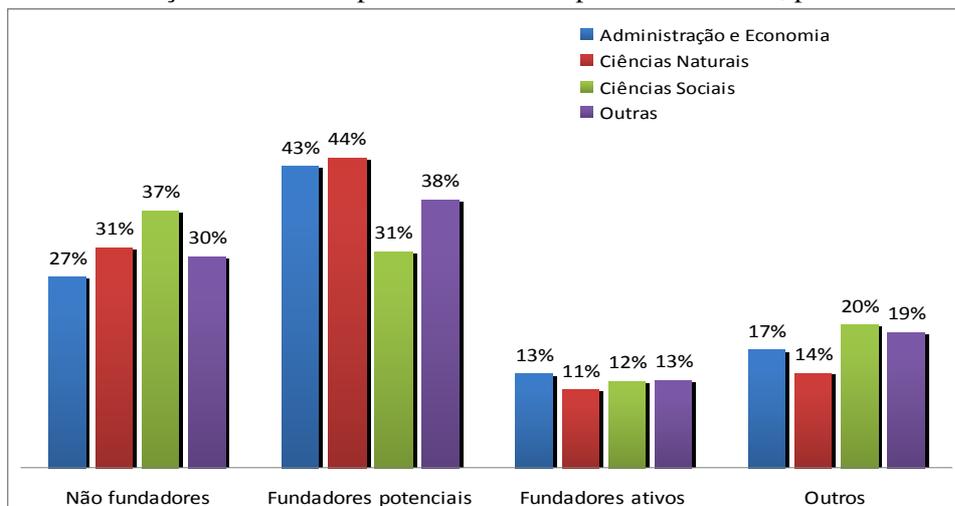
As duas figuras seguintes apresentam o detalhamento das intenções de carreira dos respondentes brasileiros para logo que terminarem seus estudos universitários e para cinco anos após a formatura segundo suas áreas de formação: Administração e Economia, Ciências Naturais, Ciências Sociais e outras.

Figura 11 - Brasil: intenções de carreira logo após os estudos, por área de formação



A comparação da figura acima com a que se encontra abaixo explicita, uma vez mais, o aumento considerável do percentual de interessados em ter seu próprio negócio para cinco anos após a formatura em relação ao momento logo após o término dos estudos.

Figura 12 - Brasil: intenções de carreira para cinco anos depois de se formar, por área de formação



Os estudantes de Administração e Economia e de Ciências Naturais (esta última área inclui as Engenharias e Ciências Exatas, entre outras) são, no geral, os mais entusiastas da criação de negócios. Os menos interessados são os de Ciências Sociais. Uma possibilidade de explicação dessa diferença refere-se à própria natureza dessas áreas de formação: a formação dos estudantes desta última área normalmente não é orientada a atividades econômicas, de negócios ou ao desenvolvimento de possíveis produtos ou serviços a comercializar como ocorre nas duas outras.

A variação dos itens do conjunto outras é baixa entre os dois momentos considerados. Os percentuais para esses itens (que se referem a respostas não associadas aos grupos não fundadores, fundadores potenciais e fundadores ativos) são próximos ao que se viu no comparativo do panorama geral das diferenças de intenção de carreira.

7- Oferta e Demanda de Disciplinas e Atividades

Tabela 9 - Conhecimento sobre a oferta de disciplinas e atividades nas IESs

Tipo de oferta	Item	Brasil (n = 25 867)			Internacional (n = 93 265)		
		Sim %	Não %	Não sei %	Sim %	Não %	Não sei %
Disciplinas	Empreendedorismo em geral	65,4	9,3	25,3	61,0	9,8	29,2
	Plano de negócios	62,3	8,4	29,3	53,8	9,9	36,3
	Marketing empreendedor	54,0	13,1	33,0	41,4	13,5	45,2
	Inovação e geração de ideias	58,9	10,6	30,4	47,7	11,9	40,4
	Financiamento para a criação de empresas	23,2	25,3	51,5	32,2	18,8	49,1
	Empreendedorismo social	49,2	13,7	37,1	34,4	15,5	50,0
	Empreendedorismo tecnológico	42,2	17,1	40,7	30,8	18,5	50,7
Atividades de apoio	Empresas familiares	22,4	26,1	51,5	14,9	29,2	55,9
	<i>Workshops/networking</i> com empreendedores experientes	40,1	18,5	41,5	45,7	15,8	38,5
	Programa de mentoria e <i>coaching</i> para empreendedores	19,6	22,4	58,0	25,5	19,3	55,2
	Concurso ou <i>workshops</i> de planos de negócios	62,3	8,4	29,3	39,1	17,1	43,9
	Serviço tira-dúvidas e de apoio em empreendedorismo	38,2	17,4	44,4	32,0	16,8	51,2
Oferta de recursos	Base para contato com investidores potenciais	19,6	25,8	54,6	22,7	22,9	54,4
	Recursos tecnológicos e de pesquisa (biblioteca, internet)	83,8	4,6	11,6	74,3	5,2	20,4
	Capital inicial ou apoio financeiro vindo da IES	19,7	29,7	50,6	19,4	23,6	57,0

Comparando-se os percentuais das ofertas percebidas pelos estudantes brasileiros e os internacionais, percebe-se que no Brasil enfatizam-se (itens sinalizados em verde) as oficinas/competições de planos de negócios (62,3% contra 39,1% internacionalmente), plano de negócios (62,3% contra 53,8%), marketing empreendedor (54% contra 41,4%), geração de inovação e de ideias (58,9% contra 47,7%), empreendedorismo social (49,2% contra 34,4%), empreendedorismo tecnológico (42,2% contra 30,8%) e mesmo em recursos de tecnologia e de pesquisa como bibliotecas e web (83,8% contra 74,3%).

Quanto aos percentuais de respostas que indicam a falta de oferta, aqueles marcados em azul na tabela são mais elevados do que os internacionais: financiamento para criação de empresas, programas de mentoria e de orientação para empreendedores, ponto de contato para assuntos de empreendedorismo, plataformas de contato com potenciais investidores, apoio para capital inicial e financeiro. Isso sugere que, no Brasil, essas atividades mereceriam especial atenção em um eventual esforço de melhoria da formação e do apoio oferecidos na preparação de futuros empreendedores nas IESs. Contudo, sabe-se que, fora do contexto mais dinâmico e variado de aprendizagem do empreendedorismo nas incubadoras universitárias, as disciplinas e atividades ligadas ao empreendedorismo nas IESs brasileiras estão essencialmente vinculadas à elaboração e, por vezes, ao concurso de planos de negócios (Degen, 2009; Guerra e Grazziotin, 2010). Portanto, os resultados da tabela devem ser considerados com reserva, já que esta última informação sugere que praticamente todas as disciplinas e atividades listadas estão por ser criadas ou melhoradas nas IESs brasileiras.

As respostas dos estudantes brasileiros sugerem que eles mostram-se menos conhecedores do que os respondentes do estudo internacional sobre a oferta de disciplinas e as atividades ligadas ao empreendedorismo em sua IES apenas no caso de quatro itens marcados em cinza na tabela: financiamento para criação de empresas, *workshops/networking* com empreendedores experientes, programas de mentoria e *coaching* para empreendedores, assim como base para contato com investidores potenciais. Tanto para a amostra internacional quanto para a brasileira, a porcentagem de respondentes que não sabem se a disciplina ou atividade é oferecida na IES é superior a 25% – com exceção dos recursos de tecnologia e pesquisa (biblioteca, internet), que se mostram muito presentes nas IESs brasileiras, principalmente. Isso significa que pelo menos um quarto dos estudantes desconhece se há oferta de praticamente todos os itens da tabela. Tal quadro poderia ser melhorado com mais ênfase na divulgação das ofertas aos estudantes, o que teria o potencial de facilitar suas escolhas de disciplinas e atividades favoráveis ao aprendizado do empreendedorismo nas IESs.

Na tabela precedente, os percentuais marcados em amarelo estão abaixo dos seus homólogos da amostra internacional. E, de modo geral e não apenas para o Brasil, são baixos muitos percentuais

relativos à afirmação de que há oferta das disciplinas ou atividades nas IESs. Isso parece indicar que a necessidade de melhoria do ensino e do apoio à preparação de futuros empreendedores pode estar se fazendo sentir especialmente nesses itens de baixo percentual de percepção de oferta.

Tabela 10 - Demanda de disciplinas e atividades ainda não oferecidas nas IESs

Tipo de oferta	Item	Brasil				Internacional			
		n válido	% do n total	Gostaria (%)	Não precisa (%)	n válido	% do n total	Gostaria (%)	Não precisa (%)
Disciplinas	Empreendedorismo em geral	8 948	34,6	75,4	24,6	36 338	39,0	64,0	36,0
	Plano de negócios	9 749	37,7	81,4	18,6	43 107	46,2	65,6	34,4
	Marketing empreendedor	11 909	46,0	73,4	26,6	54 666	58,6	52,7	47,3
	Inovação e geração de ideias	10 623	41,1	85,4	14,6	48 753	52,3	69,5	30,5
	Financiamento para a criação de empresas	19 870	76,8	75,8	24,2	63 257	67,8	65,3	34,7
	Empreendedorismo social	10 623	41,1	85,4	14,6	61 146	65,6	54,3	45,7
	Empreendedorismo tecnológico	14 957	57,8	71,5	28,5	64 525	69,2	49,5	50,5
	Empresas familiares	20 067	77,6	60,7	39,3	79 353	85,1	42,4	57,6
Atividades de apoio	Workshops/networking com empreendedores experientes	15 500	59,9	75,9	24,1	50 654	54,3	70,7	29,3
	Programa de mentoria e coaching para empreendedores	20 797	80,4	70,9	29,1	69 487	74,5	64,2	35,8
	Concurso ou workshops de planos de negócios	17 947	69,4	73,8	26,2	56 834	60,9	59,5	40,5
	Serviço tira-dúvidas e de apoio em empreendedorismo	15 975	61,8	80,8	19,2	63 416	68,0	67,1	32,9
	Base para contato com investidores potenciais	20 788	80,4	76,1	23,9	72 064	77,3	66,1	33,9
Oferta de recursos	Recursos tecnológicos e de pesquisa (biblioteca, internet)	4 194	16,2	78,6	21,4	23 910	25,6	62,0	38,0
	Capital inicial ou apoio financeiro vindo da IES	20 771	80,3	80,7	19,3	75 158	80,6	70,6	29,4

Os estudantes brasileiros estão sensivelmente mais motivados do que os estrangeiros a fazer disciplinas e atividades que eles indicaram não ser oferecidas ou que não sabem se são oferecidas em sua IES. Isso se percebe pela leitura da terceira coluna de números (marcados em azul) da tabela de demanda de disciplinas e atividades, cujos percentuais são todos, sem exceção, superiores aos da coluna equivalente para o estudo internacional. No Brasil e no exterior, apenas foram consultados sobre seu interesse em fazer as disciplinas e atividades aqueles que indicaram que elas não são oferecidas ou que não sabem se o são em sua IES. Os percentuais desse grupo de respondentes em relação ao total de 25.867 estudantes que responderam o questionário *on line* do Estudo GUESSS Brasil (% do n total) encontram-se na segunda coluna. Nela, os cinco resultados marcados em amarelo são mais elevados do que os percentuais internacionais, o que pode ser tomado como uma sinalização de que um eventual esforço de melhoria, ampliação e/ou diversificação de oferta nas IESs pode passar pela oferta de: financiamento de novos empreendimentos, oficinas e rede de contatos com empreendedores experientes, programas de mentoria e de orientação para empreendedores, oficinas/competições de planos de negócios e plataformas de contato com investidores potenciais.

São baixos os percentuais brasileiros para estudantes que acreditam que não precisam dos diferentes itens de preparação para uma eventual carreira como empreendedor. Configura-se assim um animador cenário nacional propício ao aperfeiçoamento dos meios para essa preparação, dado que há expressiva demanda para eles.

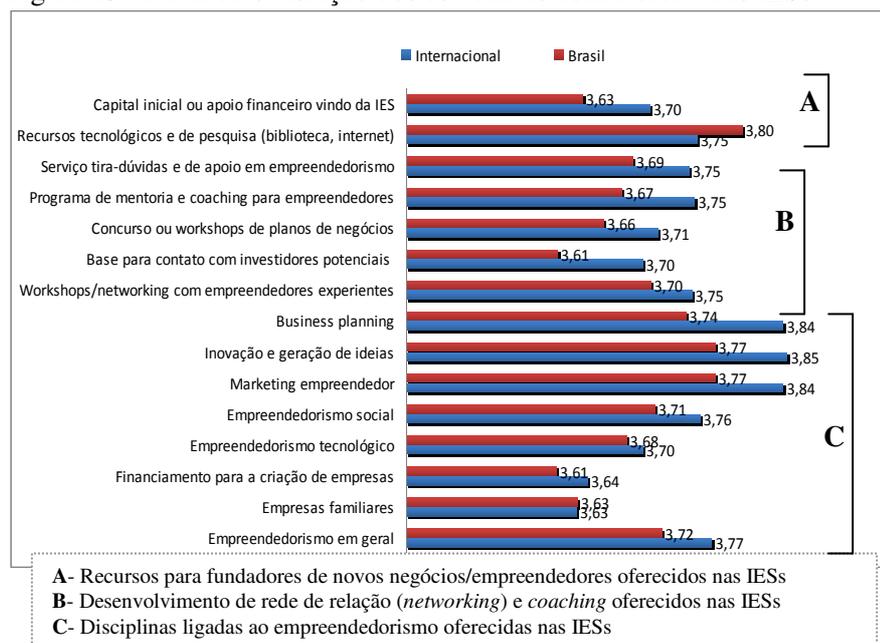
Tabela 11 - Utilização da oferta de disciplinas e atividades

Tipo de oferta	Item	Brasil			Internacional		
		n válido	Sim %	Não %	n válido	Sim %	Não %
Disciplinas	Empreendedorismo em geral	16 914	58,8	41,2	56 915	55,4	44,6
	Plano de negócios	16 112	62,3	37,7	50 146	53,1	46,1
	Marketing empreendedor	13 955	50,1	49,9	38 591	48,0	52,0
	Inovação e geração de ideias	15 239	58,0	42,0	44 501	53,9	46,9
	Financiamento para a criação de empresas	5 993	38,7	61,3	29 997	39,2	60,8
	Empreendedorismo social	12 733	48,2	51,8	32 107	45,8	54,2
	Empreendedorismo tecnológico	10 907	42,5	57,5	28 730	39,5	60,5
	Empresas familiares	5 797	45,1	54,9	13 905	43,9	56,1
Atividades de apoio	Workshops/networking com empreendedores experientes	10 361	45,7	54,3	42 601	44,1	55,9
	Programa de mentoria e coaching para empreendedores	5 066	35,8	64,2	23 768	30,1	69,9
	Concurso ou workshops de planos de negócios	7 918	39,3	60,7	36 425	34,4	65,6
	Serviço tira-dúvidas e de apoio em empreendedorismo	9 889	55,2	44,8	29 841	37,8	62,2
	Base para contato com investidores potenciais	5 075	39,4	60,6	21 192	32,9	67,1
Oferta de recursos	Recursos tecnológicos e de pesquisa (biblioteca, internet)	21 666	77,3	22,7	69 341	74,6	25,4
	Capital inicial ou apoio financeiro vindo da IES	5 092	48,6	51,4	18 101	41,8	58,2

A tabela imediatamente anterior sugere que o Brasil tem proporcionalmente mais estudantes fazendo disciplinas e atividades ligadas ao empreendedorismo nas IESs do que se vê no estudo internacional. Exceção faz-se para “financiamento para criação de empresas”, cujo percentual está marcado em amarelo, mas que apresenta resultado muito próximo ao internacional.

A sua primeira coluna numérica, intitulada “n válido”, mostra quantos estudantes brasileiros responderam no questionário *on line* que a IES na qual estudam oferece as disciplinas e atividades listadas.

Figura 13 - Nível de satisfação dos estudantes com a oferta das IESs



A figura precedente apresenta um comparativo de médias de níveis de satisfação dos estudantes em relação a disciplinas e atividades ligadas ao empreendedorismo que eles disseram ser oferecidas e ter feito em suas respectivas IESs. No questionário, as respostas poderiam variar de 1 a 5 na escala que gerou o comparativo.

A observação atenta da figura revela rapidamente níveis de satisfação ligeiramente mais modestos para o Brasil, com exceção dos itens “empresas familiares” e “oferta de recursos tecnológicos e de pesquisa (biblioteca, internet)”. O primeiro deles está em igualdade e o segundo é apenas 0,05 ponto porcentual superior. A inferioridade brasileira mais forte é de 0,09 ponto porcentual para o item “base para contato com investidores potenciais”.

Tabela 12 - Detalhamento do nível de satisfação dos estudantes com a oferta das IESs

Disciplinas sobre	Brasil								Internacional			
	n válido	% do n total	Média	Desvio-padrão	1 Nem um pouco satisfeito %	2 Ligeiramente insatisfeito %	3 Indiferente %	4 Ligeiramente satisfeito %	5 Muito-satisfeito %	n válido	Média	Desvio-padrão
Empreendedorismo em geral	9 942	38	3,77	0,97	1,89	6,44	30,63	34,97	26,07	31 527	3,72	0,95
Plano de negócios	10 036	39	3,63	1,00	1,95	6,58	27,08	33,94	30,45	26 643	3,74	0,99
Marketing empreendedor	6 985	27	3,84	0,98	1,95	6,08	27,19	35,20	29,58	18 506	3,77	0,96
Inovação e geração de ideias	8 843	34	3,85	1,00	2,08	6,43	27,34	32,94	31,20	24 005	3,77	0,99
Financiamento para a criação de empresas	2 322	9	3,64	1,07	3,88	9,47	30,23	31,70	24,72	11 745	3,61	0,99
Empreendedorismo social	6 136	24	3,76	0,99	2,10	7,12	30,30	34,00	26,48	14 709	3,71	0,97
Empreendedorismo tecnológico	4 635	18	3,70	0,99	2,20	7,27	33,38	32,99	24,16	11 348	3,68	0,97
Empresas familiares	2 614	10	3,63	1,00	2,49	9,41	32,79	33,47	21,84	6 100	3,63	1,01

A tabela imediatamente anterior detalha os dados sobre o nível de satisfação dos estudantes com as disciplinas, inclusive o desvio-padrão das médias. No questionário *on line*, eles responderam uma escala com os cinco pontos identificados no centro da segunda linha de títulos da tabela, numerados de 1 a 5. Em geral, tanto para a amostra nacional quanto para a internacional, mostraram-se mais satisfeitos do que insatisfeitos, visto que todas as médias de resposta para a escala de 1 a 5 são superiores a 3,5. Isso se deve à concentração do porcentual de respostas nos pontos “muito satisfeito” e “satisfeito”. A primeira coluna de números da tabela, relativa ao n válido, apresenta a quantidade de estudantes que responderam a escala de satisfação para cada disciplina. Apenas o fizeram aqueles que responderam sim para duas questões no questionário eletrônico *on line*:

- Há oferta da disciplina ou atividade sobre este tema na sua instituição de ensino?
- Se há oferta, você fez a disciplina ou atividade?

Isso explica, em boa parte, a diferença do número total de respondentes das amostras nacional e internacional em relação àqueles quantificados nas colunas da tabela intituladas n válido.

Tabela 13 - Sobre o ambiente universitário e a oferta de disciplinas e atividades em geral, não só de empreendedorismo

ITEM As disciplinas ou atividades oferecidas pela minha IES e que eu fiz melhoraram meu/minha... (ou considere outra sentença abaixo)	Brasil										Internacional		
	n válido	Média	Desvio- padrão	% discordo totalmente 1	% discordo 2	% discordo levemente 3	% indife- rente 4	% concordo levemente 5	% concordo 6	% concordo totalmente 7	n válido	Média	Desvio- padrão
A- ...compreensão das atitudes, valores e motivações dos empreendedores.	25 526	4,64	1,70	6,39	5,14	11,26	22,60	22,33	14,91	17,37	91 096	4,10	1,81
B- ...compreensão das ações que alguém tem que realizar para iniciar um negócio.	25 494	4,49	1,78	8,18	6,81	12,04	21,33	19,90	15,78	15,96	90 055	4,24	1,74
C- ...habilidades de gestão para iniciar um negócio.	25 436	4,34	1,80	9,40	7,84	13,39	21,19	19,43	14,78	13,98	91 272	4,28	1,71
D- ...habilidade para desenvolver redes de relação.	25 226	4,51	1,74	7,32	6,81	12,55	21,45	20,07	16,38	15,42	90 868	3,93	1,79
E- ...habilidade para identificar oportunidades.	25 028	4,73	1,72	6,10	5,69	10,45	19,98	20,86	18,72	18,20	90 675	4,00	1,82
F- Em minha IES, há instalações para atividades empreendedoras e um estado de espírito favoráveis para alguém se tornar empreendedor.	25 328	4,05	1,84	11,75	10,91	15,02	22,09	15,94	11,73	12,56	90 653	3,92	1,75
G- Em minha IES, eu encontrei muitos colegas e alunos que têm um modo de pensar de empreendedor.	25 309	4,43	1,82	8,17	8,74	12,81	20,41	17,89	15,56	16,42	90 532	4,15	1,72
H- Pensando em quaisquer das formações sobre empreendedorismo que você teve, eles trataram principalmente de conhecimentos compartilhados (marcar 1 ou próximo) ou você pôde desenvolver nelas suas próprias idéias empreendedoras (marcar 7 ou próximo)?	25 407	4,05	1,91	14,56	10,02	11,59	22,18	15,65	13,11	12,90	90 641	3,67	1,84

Convidados a avaliar seu ambiente universitário e as contribuições de disciplinas e atividades em geral (não só ligadas ao empreendedorismo) em uma escala que variava de 1 a 7, os estudantes brasileiros deram respostas que se concentraram nos valores mais elevados para os itens A a H da tabela precedente. Desse modo, as médias brasileiras são todas mais elevadas do que as internacionais, estando acima de 4. De modo geral, os desvios-padrão para os estudos brasileiro e internacional ficaram relativamente altos, o que revela alta variação das respostas em torno da média, apesar de sua concentração em valores mais altos da escala no caso do Brasil.

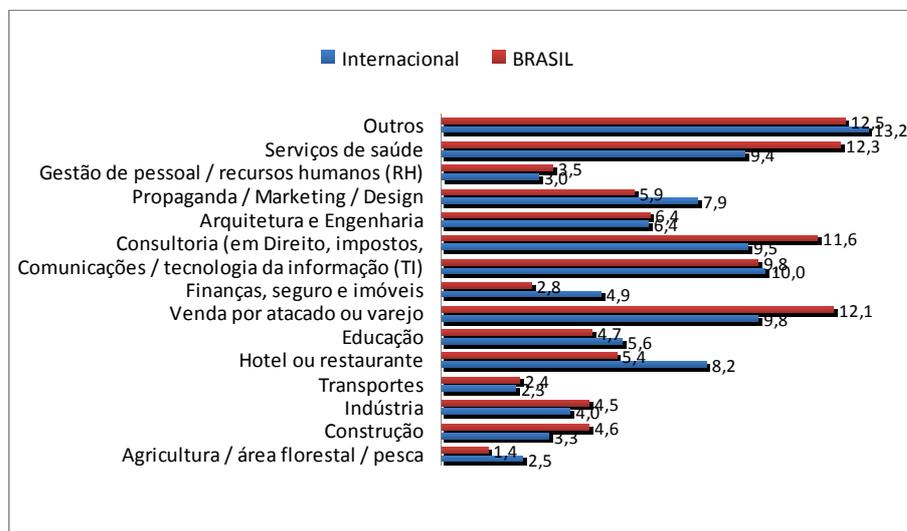
A superioridade das médias brasileiras é mais pronunciada para os itens marcados em amarelo: E (0,73 ponto percentual), D (0,58 ponto) e A (0,54 ponto). Torna mais consistente a superioridade da avaliação brasileira para esses itens o fato dos seus respectivos desvios-padrão serem menores, já que eles indicam menor dispersão das respostas.

Algumas iniciativas de melhoria de ofertas e do ambiente universitário poderiam, por exemplo, enfatizar o fortalecimento do preparo dos estudantes para a carreira ligada ao empreendedorismo e da escolha esclarecida por essa carreira daqueles que nela estiverem interessados. Disciplinas e atividades práticas com esse foco poderiam favorecer a investigação, a exploração e o trabalho propícios ao aperfeiçoamento das ideias de negócio dos estudantes.

8- Os Fundadores Potenciais

Esta seção do relatório visa a apresentar um descritivo das intenções e das atividades já realizadas pelos respondentes que têm interesse em fundar algum tipo de negócio. Alguns dos temas nela tratados são a área de atividade em que eles gostariam de abrir negócios, que passos já foram dados para abri-los e o tempo de experiência na área de atividade.

Figura 14 - Área de atividade em que se pretende empreender (em %)



A figura nos revela que as áreas de atividade mais atraentes para os fundadores potenciais brasileiros são serviços de saúde (12,3%), venda por atacado e varejo (12,1%) e consultoria (11,6%). Com destaque, também se nota o item outros (12,5%), que agrupa aqueles tipos de atividade que os respondentes não ligaram às demais áreas de atividade listadas no gráfico ao responderem o questionário. Com exceção de outros, as áreas citadas são superiores em 2,3 a 2,9 pontos percentuais para o Brasil em comparação com os dados internacionais. São também os setores de porcentual mais elevado internacionalmente, mas com atratividade maior no Brasil, onde a distribuição do interesse é menos equilibrada para os diferentes setores.

Para os itens outros e propaganda/marketing/design, os percentuais internacionais são ligeiramente superiores aos brasileiros. Os resultados internacionais são ainda mais elevados do que os brasileiros para hotel e restaurante (2,8 pontos percentuais), finanças, seguro e imóveis (2,1 pontos), comunicações/tecnologia da informação (2 pontos), agricultura, área florestal e pesca (1,1 ponto) e educação (0,9 ponto).

Chama a atenção que o Brasil, um país de grandes dimensões territoriais dedicadas à agropecuária, não apresente porcentual mais elevado do que 1,4% de interessados para os setores da agricultura, área florestal e pesca. Ele é até mais modesto do que no estudo internacional, 2,5%. É possível que isso se explique pelo fato de mais de 80% dos respondentes brasileiros serem de região urbana, concentrados principalmente em IESs da cidade de São Paulo. Isso fica nítido na tabela “Número de respostas por IES” apresentada páginas atrás. Na esfera internacional, também predominaram as respostas provenientes de regiões de alta industrialização e desenvolvimento econômico, sem forte participação do setor agropecuário, como os Países Baixos, a Alemanha e a Suíça, que geraram 14,%, 13,4% e 8,7% dos dados da amostra internacional respectivamente. Esses países foram superados apenas pelo Brasil, com 31,3%.

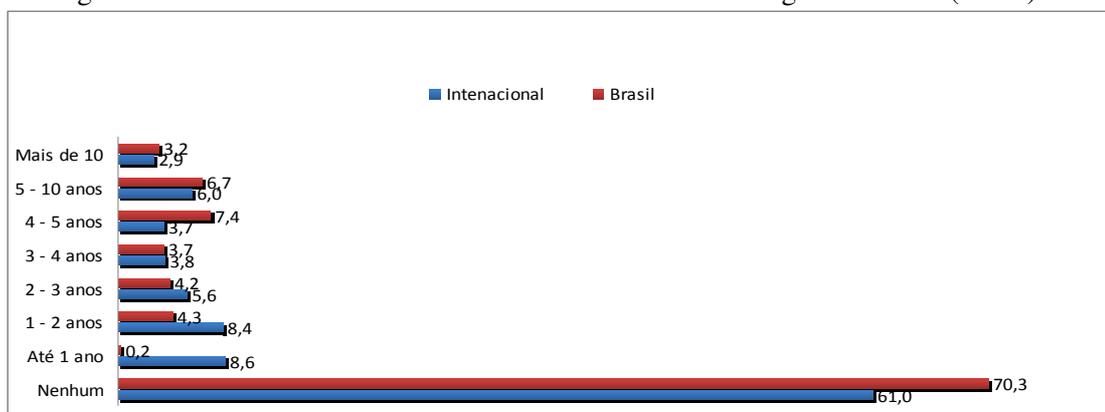
Figura 15 - Passos dados para abrir os negócios



A figura sobre os passos dados para empreender explicita que nacional e internacionalmente a grande maioria dos fundadores potenciais respondentes (65%) pensou nas primeiras ideias do negócio que querem criar. Os estudantes puderam, contudo, assinalar no questionário *on line* mais de uma das opções de resposta listadas na figura. Na etapa em que ainda nada fizeram, encontram-se 21,8% dos fundadores potenciais brasileiros e 27% da amostra internacional.

No geral, os brasileiros se mostram mais avançados ou em igualdade na preparação para empreender, principalmente na identificação de uma oportunidade e na elaboração do plano de negócios, quando comparados à amostra internacional. Exceção se faz para pedido de empréstimo a instituições financeiras e procura de possíveis sócios.

Figura 16 - Anos de trabalho em atividades conexas às dos negócios a abrir (em %)



A última figura indica que, em termos comparativos, há mais fundadores potenciais brasileiros sem experiência de trabalho especificamente ligada à área em que os respondentes querem iniciar negócios.

Com até três anos de experiência, principalmente no que diz respeito a até um ano (com diferença de 8,4 pontos percentuais), os brasileiros também estão em condição mais modesta. A situação muda para o equilíbrio e depois para a vantagem de três anos em diante.

Figura 17 - Barreiras para a criação de negócios



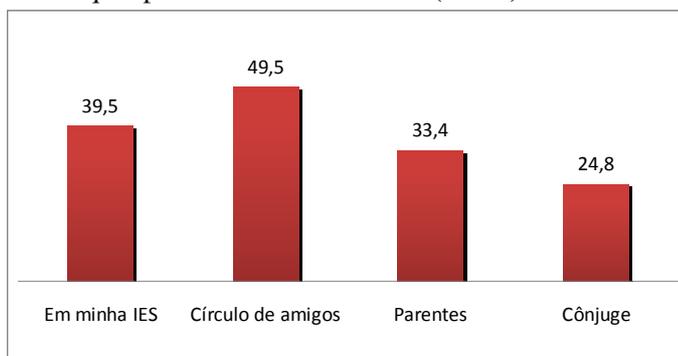
A figura precedente refere-se à média das respostas feitas em uma escala de sete pontos por fundadores potenciais brasileiros. Como se vê, eles consideram que as principais barreiras para a abertura de negócios são o acesso ao capital de financiamento (4,9), ter que enfrentar riscos financeiros (4,3), a legislação desfavorável (4,1), o ambiente econômico geral (4,1) e ter o conhecimento técnico relevante (3,5).

Figura 18 - Interessados em abrir novos negócios com sócios (em %)



Dentre os fundadores potenciais brasileiros, predominam aqueles que querem ter sócios (cerca de 63%), apresentando maior participação percentual aqueles que pretendem ter um sócio apenas. Comparando-se esses resultados com os do relatório do GUESSS Internacional (Sieger, Fueglistaller e Zellweger, 2011), percebe-se grande semelhança, com uma leve diferença de até 2 pontos percentuais para cima ou para baixo para as categorias.

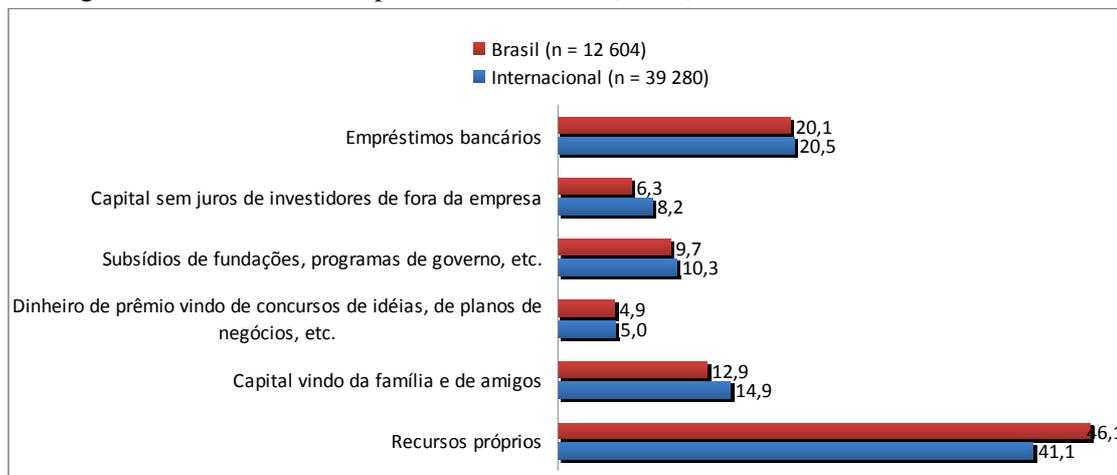
Figura 19 - Meio no qual pretende recrutar sócios (em %)



O convite a ser feito pelos fundadores potenciais brasileiros a eventuais sócios deverá ocorrer principalmente no círculo de amigos (49,5%) e na IES onde estudam (39,5%), como revela a figura. A

relação conjugal mostra-se como a fonte menos atrativa de sócios (24,8%), seguida do meio familiar (33,4%).

Figura 20 - Fontes visadas para financiamento (em %)



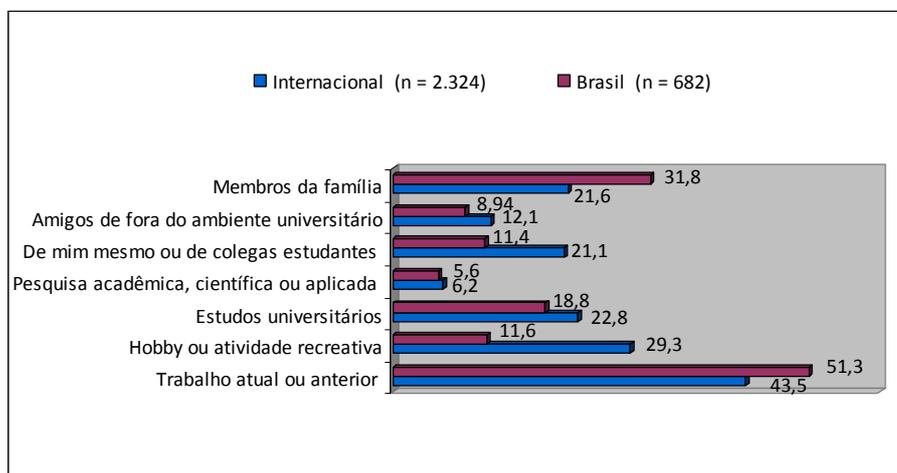
Nota-se que os fundadores potenciais sentem-se predominantemente atraídos pelo financiamento com recursos próprios para eventualmente abrirem algum tipo de negócio. Nesse sentido, a tendência dos estudantes (que, em grande parte, mudam sua opção de procurar um emprego para tornarem-se empreendedores entre o período logo após sua formatura e cinco anos depois dela) pode estar sendo influenciada por um interesse em se capitalizarem antes de empreenderem.

A figura mostra percentuais próximos para as amostras brasileira e internacional. A maior discrepância para cima ocorre com o item recursos próprios (5 pontos percentuais) – os brasileiros aspiram mais independência financeira. Por outro lado, a diferença de 2 pontos para baixo indica que se atraem menos por recursos vindos da família e por financiamento a juro zero de fonte externa aos negócios.

9- Os Fundadores Ativos

Uma parcela dos estudantes universitários interrogados com o questionário *on line* do Estudo GUESSS Brasil é composta de fundadores ativos que responderam questões relativas às suas atividades empreendedoras efetivamente iniciadas. A tabela a seguir os coloca em comparação com os respondentes das mesmas questões no estudo internacional.

Figura 21 - Origem da ideia para criar os negócios (em %)

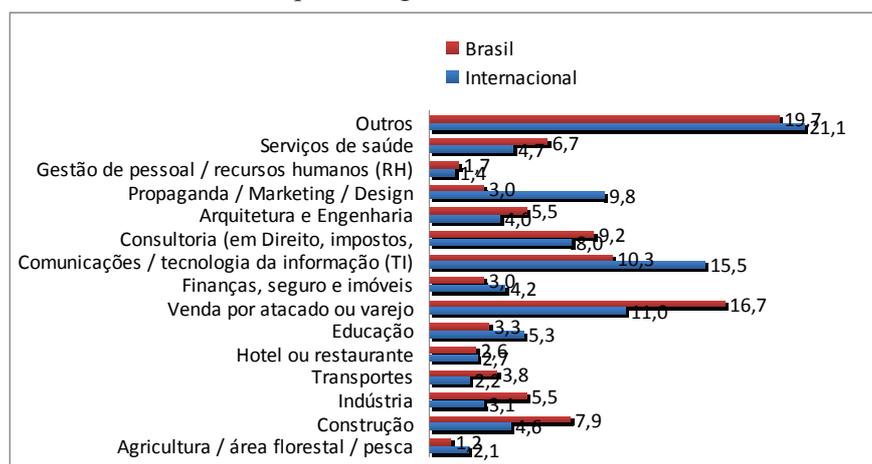


A figura mostra claramente o trabalho atual ou anterior (51,3%) e os membros da família (31,8%) como as origens mais citadas das ideias para os estudantes respondentes terem empreendido no Brasil. As mesmas origens tiveram um resultado de cerca de 10 pontos percentuais menor no estudo internacional (43,5% e 21,6%, respectivamente).

As origens ligadas ao ambiente universitário, em especial os estudos universitários e de si mesmo ou de colegas estudantes, são relevantes principalmente nos resultados internacionais, mais elevados que os brasileiros para esses dois itens. Isso indica que o ambiente universitário, para efeitos de fortalecimento da capacidade e da inspiração para empreender, não é importante apenas quanto à oferta de disciplinas e serviços de apoio ligados ao empreendedorismo.

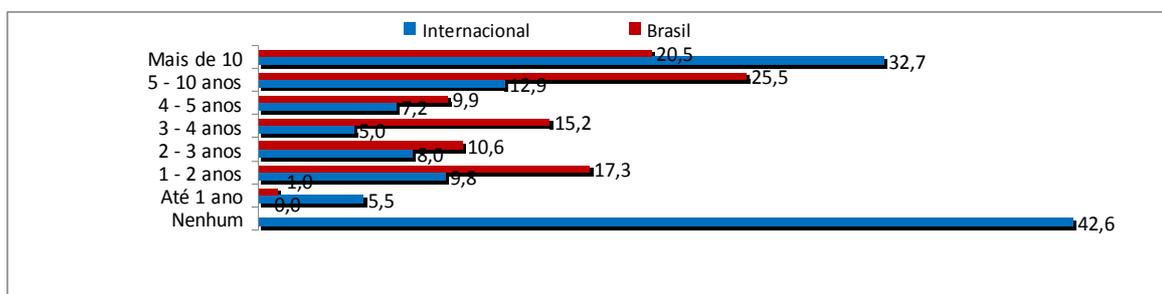
A discrepância mais acentuada apresentada pela figura ocorre para a origem *hobby* ou atividade recreativa. Para esse item, a amostra brasileira aparece com 11,6% e a internacional com 29,3%. Em um estudo mais aprofundado, seria interessante buscar entender em detalhe o quanto os estudantes brasileiros e estrangeiros têm se dedicado a *hobbies* e atividades recreativas (lazer, atividade física e esporte em geral) e o impacto de tais ocupações sobre sua criatividade e seu interesse pelo empreendedorismo. Uma possibilidade atrativa de investigação é a busca de conhecimento sobre o efeito dessas ocupações quanto à redução da fadiga do trabalho e à criação, ampliação e/ou manutenção de uma rede de relações sociais proveitosa para a concepção e realização de iniciativas empreendedoras.

Figura 22 - Área de atividade em que os negócios estão ativos (em %)



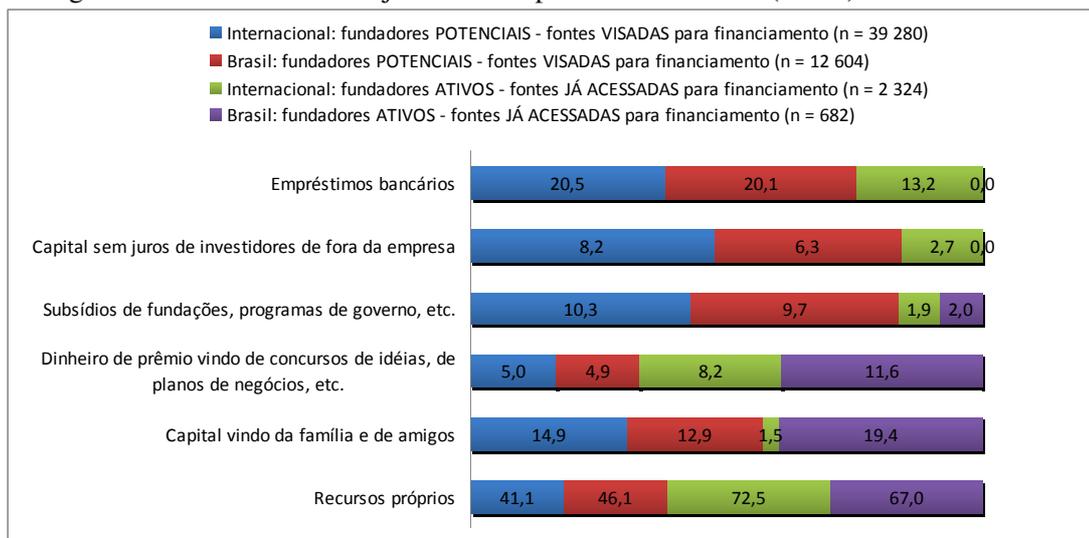
Segundo o que mostra a figura, os respondentes brasileiros e do estudo internacional que já desempenham atividades de negócio atuam principalmente nos setores de atividade designados como outros (19,7% e 21,1% respectivamente), ou seja, em setores que eles não associaram às demais opções de resposta enumeradas na figura. Em seguida, os setores de maior atuação dos respondentes brasileiros são venda por atacado ou varejo, comunicações/tecnologia da informação, consultoria, construção e serviços de saúde. Desses, apenas o segundo tem percentual mais baixo que o da amostra internacional, com a maior inferioridade de toda a figura na comparação com os resultados internacionais (5,2 pontos). É no primeiro que o Brasil apresenta a maior superioridade (5,7 pontos). As demais diferenças, para mais ou para menos, são menores.

Figura 23 - Anos de trabalho na mesma área antes de criar seus negócios (em %)



Nota-se que os respondentes brasileiros que criaram seus próprios negócios informaram ter tido alguma experiência de trabalho na mesma área em que se tornaram empreendedores. Contrariamente, grande percentual da amostra internacional (42,6%) não chegou a ter experiência alguma na mesma área de suas atividades empreendedoras. Por outro lado, o estudo internacional revela um alto percentual para aqueles que acumularam mais de 10 anos (32,7%), resultado mais elevado do que o brasileiro (20,5%). Chama a atenção que um quarto dos respondentes brasileiros tenha tido entre cinco e 10 anos de experiência e um quinto tenha tido mais de 10 anos.

Figura 24 - Fontes visadas e já acessadas para financiamento (em %)



Os fundadores potenciais e ativos cujas respostas foram computadas nesta figura não são as mesmas pessoas. Contudo, ela permite comparar os percentuais de interesse pelas fontes de financiamento dos estudantes que ainda não são empreendedores com aqueles que já têm negócios em andamento. Comparações já foram feitas entre os fundadores potenciais na seção anterior.

Uma informação relevante da figura é que os interesses do primeiro grupo de estudantes não coincidem com o comportamento real do segundo, que se mostrou mais conservador. Nenhum dos fundadores ativos brasileiros declarou ter utilizado capital sem juros de investidores externos a sua empresa ou empréstimo bancário – a taxa de juros muito elevada no Brasil pode ser um inibidor desse último. Para esses itens, os percentuais são modestos na amostra internacional (13,2% e 2,7% respectivamente). Uma explicação potencial para esse resultado, entre outras imagináveis, é que é possível que as pessoas assumam perfis bem distintos quanto à propensão ao risco e à independência financeiros quando se trata de pensar, antes de empreender, a que fontes de recursos recorrer e de definir, no momento de empreender, a quais efetivamente pedir auxílio.

Os resultados são baixos e semelhantes para o uso de subsídios de fundações, programas do governo, etc. O uso de dinheiro de prêmio de concursos de idéias, de planos de negócios, etc. é mais elevado na amostra brasileira. Isso pode ser um indicativo de que temos proporcionalmente mais desses prêmios no Brasil e/ou de que os estudantes brasileiros os procuram mais.

O capital vindo da família e de amigos é mais corrente entre os respondentes brasileiros (19,4%). Talvez eles se sintam menos inibidos e reservados do que os estudantes estrangeiros quanto a contar com o auxílio de pessoas próximas e a torná-las solidárias no desafio de correr riscos financeiros. Outra possibilidade é que as altas taxas de juros vigentes no Brasil os afastem dos bancos e os compilam a conta com o apoio das pessoas próximas. O inverso pode acontecer na amostra internacional, mas também impulsionando-os a utilizarem mais correntemente os recursos próprios.

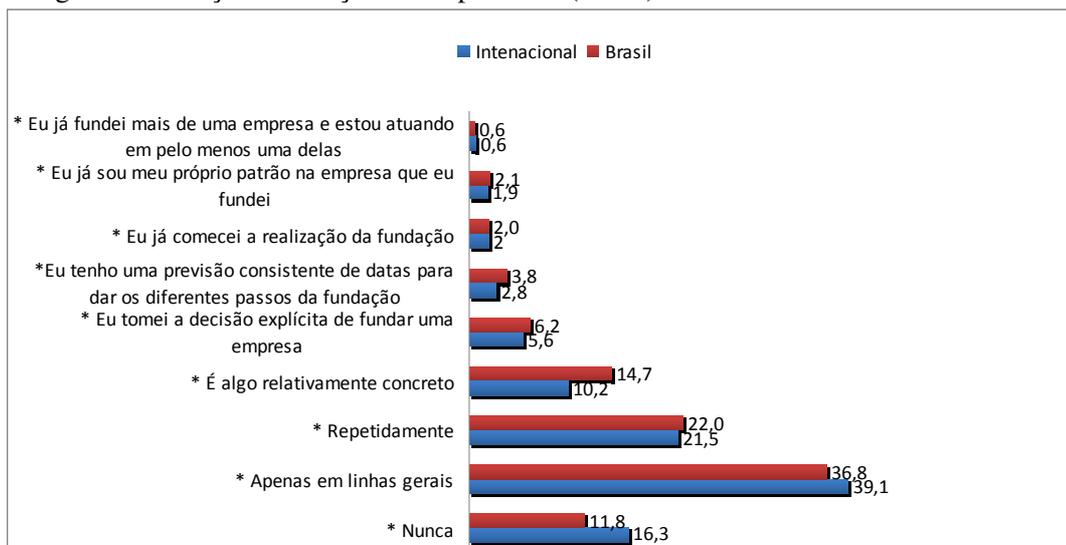
10- Índice de Empreendedorismo

Esta seção inicia o fechamento do relatório com a apresentação do índice de empreendedorismo para estudantes de diferentes áreas de estudo, uma vez mais com o comparativo entre resultados brasileiros e internacionais. O índice pode ser considerado um resultado de síntese por refletir o efeito conjunto de diferentes resultados do estudo. Por esse motivo, ele é útil para se fazer um comparativo geral e amplo entre diferentes países quanto ao nível de interesse e de prática em empreendedorismo dos estudantes participantes da pesquisa.

A figura a seguir representa os percentuais de respostas para a questão relativa ao quão seriamente os estudantes têm pensado em ser seu próprio patrão tendo uma ou mais empresas – seja um consultório dentário, atividades da área da saúde para atendimento de clientes (ou pacientes) em domicílio, qualquer trabalho como autônomo, uma atividade informal de geração de renda, entre outras possibilidades.

Em composição com a próxima tabela, esta figura torna mais claro quais foram os estudantes classificados como não fundadores, fundadores potenciais e fundadores ativos no estudo internacional e no Estudo GUESSS Brasil. Aqueles que marcaram resposta nas duas opções representadas na base da figura (“nunca” e “apenas em linhas gerais”) são considerados não fundadores. Os respondentes das duas opções do alto da figura (“Eu já fundei mais de uma empresa...” e “Eu já sou meu próprio patrão...”) são tomados como fundadores ativos. Os demais são fundadores potenciais. Esses diferentes *status* têm, naturalmente, um peso diferente sobre o cálculo do índice de empreendedorismo das amostras consideradas, como se verá na tabela após a figura seguinte.

Figura 25 - Força da intenção de empreender (em %)



Ao se considerar especificamente a figura, nota-se que os resultados para o Brasil, no que se refere a já ter pensado em fazer ou já ter feito a criação de negócios, são superiores ou pelo menos iguais aos do estudo internacional para todos os itens, salvo os dois da base da figura, que têm menor peso sobre a determinação do interesse de empreender. Em realidade, o percentual mais baixo para o Brasil no item denominado nunca indica que um percentual maior de estudantes brasileiros já pensou ou fez algo quanto à criação de negócios.

Tal quadro caracteriza maior força da intenção de empreender para os estudantes brasileiros do que na amostra internacional.

Tabela 14 - Interesse em empreender e pesos para se definir o índice de empreendedorismo

Nº	Opção de resposta	Peso	Categoria
1	Nunca	1	Não fundadores
2	Apenas em linhas gerais	1	Não fundadores
3	Repetidamente	3	Fundadores intencionais
4	É algo relativamente concreto	3	Fundadores intencionais
5	Eu tomei a decisão explícita de fundar uma empresa	5	Fundadores intencionais
6	Eu tenho uma previsão consistente de datas para dar os diferentes passos da fundação	7	Fundadores intencionais
7	Eu já comecei a realização da fundação	7	Fundadores intencionais
8	Eu já sou meu próprio patrão na empresa que eu fundei	8	Fundadores ativos
9	Eu já fundei mais de uma empresa e estou atuando em pelo menos uma delas	10	Fundadores ativos

Fonte: Sieger, Fueglistaller e Zellweger (2011).

A tabela precedente, segundo sua distribuição de pesos, explicita que itens de resposta relativos a um comportamento mais empreendedor contribuíram mais para elevar o índice de empreendedorismo. Nessa lógica, quanto mais respondentes que são fundadores ativos tem um país, mais alto tende a ser seu índice.

Como se viu na seção do relatório dedicada especificamente aos fundadores potenciais, eles responderam um conjunto exclusivo de questões para que fosse aferido seu nível de preparação para empreender. Tal nível também influenciou a determinação do índice de empreendedorismo segundo os pesos da tabela a seguir.

Tabela 15 - Preparação para empreender e pesos para se definir o índice de empreendedorismo

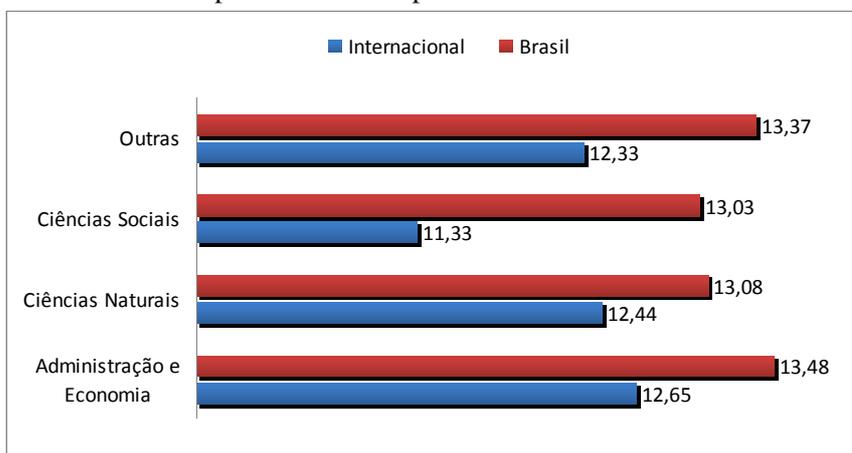
Nº	Opção de resposta	Peso
1	Nada feito até agora	1
2	Pensou nas primeiras ideias de negócios	3
3	Fez um plano de negócios	5
4	Identificou uma oportunidade de mercado	5
5	Procurou possíveis sócios (p. ex.: colegas estudantes)	5
6	Comprou equipamento	7
7	Trabalhou no desenvolvimento de produto	7
8	Conversou com possíveis clientes	7
9	Pediu empréstimo a instituições financeiras	8
10	Decidiu a data da fundação	10

Fonte: Sieger, Fueglistaller e Zellweger (2011).

O índice para cada área de estudo é apresentado na figura a seguir. É importante notar que não se trata de um percentual. Como explicam Sieger, Fueglistaller e Zellweger (2011, p. 37),

no estudo, um índice foi calculado para cada estudante. O índice para um país é uma média do índice de todos os respondentes do país. Um exemplo pode ser considerado: um estudante que responde “é algo relativamente concreto” quanto a seu interesse em empreender e marca as opções 3 e 5 na questão sobre seu nível de comparação para empreender tem um índice pessoal de 13 (3+5+5).

Figura 26 - Índice de empreendedorismo por área de estudo



O Brasil apresenta uma média geral do índice de empreendedorismo mais alta do que a média internacional, dado que suas médias relativas a cada área de estudo são mais elevadas. É na área de Administração e Economia que o país tem o índice mais elevado (13,48) e, em Ciências Sociais, o mais modesto. A superioridade mais expressiva do índice em relação aos resultados internacionais ocorre também na área de Ciências Sociais (1,7). O item outras refere-se a outras áreas de estudo e agrupa cursos superiores de respondentes que não registraram no questionário que estão em algum dos cursos das demais áreas. Esse item aparece na figura com o segundo índice mais elevado para o Brasil.

Segundo o relatório internacional, o índice geral brasileiro é 13,3 e o internacional é um pouco inferior, igual a 12,8; o índice mais elevado é do Reino Unido (17,2); Portugal está na terceira posição (16,4) e o México em sexta (14,4); o Brasil está em décimo terceiro lugar, empatado com os Países Baixos e, com eles, encontra-se na posição imediatamente superior ao resultado geral internacional (Sieger, Fueglistaller e Zellweger, 2011).

11- Resumo e Recomendações

Os resultados do Estudo GUESSS Brasil podem ser assim resumidos:

- Para o Brasil, 54,9% dos respondentes têm até 25 anos de idade, 17,3% têm entre 25 e 30 e 27,8% têm 30 ou mais, enquanto que, na amostra internacional, quase 70% encontram-se na faixa etária de até 25 anos, 16% têm entre 25 e 30 e 16% têm 30 ou mais.
- Os alunos brasileiros se concentram na graduação (94,6%). Comparativamente aos respondentes internacionais, a amostra brasileira tem muito menos alunos de mestrado e menos alunos de doutorado, mas apresenta mais alunos de MBA e especialização.
- A área de Administração e Gestão de Negócios é responsável por 26,5% da amostra brasileira, havendo relativamente menos alunos nas áreas de Economia, Matemática e Ciências Naturais, assim como outras áreas de estudo.
- Para o término dos seus estudos, os alunos brasileiros manifestam preferência principalmente por se empregar em grandes empresas (30,3%) ou mesmo no serviço público (14,6%), mais do que se vê no estudo internacional.
- Quando se trata do interesse de carreira para cinco anos após o término dos estudos, observa-se um expressivo aumento dos que querem ter um negócio próprio (40,5%) ou adquirir os negócios de terceiros (9,3%) ou tomar as rédeas dos negócios da família (3%). Esse incremento está associado a uma queda expressiva do interesse em trabalhar como empregado em empresas com mais de 250 empregados, em micro, pequenas e médias empresas, ou no setor público.
- Entre as diversas áreas de estudo, os alunos brasileiros de Administração e Economia e de Ciências Naturais (área que inclui as engenharias e exatas, entre outras) são, no geral, os mais entusiastas da criação de negócios. Os menos interessados são os de Ciências Sociais.
- Quanto a diferentes quesitos, a motivação dos alunos brasileiros para ter um negócio próprio é ligeiramente superior aos resultados internacionais. A maior superioridade é quanto ao quesito construir um negócio que meus filhos possam herdar, o que parece revelar uma preocupação maior dos estudantes brasileiros com o futuro da família quando se trata de negócios.
- Os respondentes brasileiros percebem como mais atraentes para empreender os setores de serviços de saúde (12,3%), comércio de atacado e varejo (12,1%), consultoria em direito, impostos, administração ou outras (11,6%) e comunicações ou informações (9,8%). A área que menos suscita interesse nos respondentes brasileiros é a da agricultura, negócios florestais e pesca (1,4%). Um determinante desse resultado parece ser o fato de que a amostra brasileira é essencialmente urbana.
- A percepção de oferta de disciplinas e atividades relacionadas ao empreendedorismo é bem mais acentuada entre os alunos brasileiros quando se trata de: empreendedorismo em geral, plano de negócios e oferta de recursos tecnológicos e de pesquisa (biblioteca, internet).
- Comparativamente à amostra internacional, os respondentes brasileiros sinalizam que há menos oferta de financiamento para criação de empresas, programas de mentoria e de orientação para empreendedores, área ou pessoa de referência para tirar dúvidas e dar apoio em empreendedorismo, base de contato com investidores potenciais e oferta de capital inicial/apoio financeiro proveniente da instituição de ensino.
- Os brasileiros mostram-se menos conhecedores do que os alunos do estudo internacional sobre quatro tipos de oferta de atividades: financiamento para criação de empresas, *workshops/networking* com empreendedores experientes, programas de mentoria e *coaching* para empreendedores, base de contato com investidores potenciais.
- Comparativamente aos alunos internacionais, os brasileiros se mostram sensivelmente mais motivados a fazer todas as disciplinas e atividades que eles indicaram não serem oferecidas ou não saberem se são oferecidas em suas IESs.
- Embora se inclinem para a satisfação com as disciplinas e atividades ofertadas, os níveis de satisfação com elas são ligeiramente menores entre os estudantes brasileiros – com poucas exceções, como oferta de recursos tecnológicos e de pesquisa (biblioteca, internet).
- Quanto à avaliação de seu ambiente universitário e as contribuições de disciplinas e atividades em geral (não só ligadas ao empreendedorismo) para sua formação, os resultados brasileiros são superiores aos da amostra internacional.

- Relativamente aos passos dados para empreender, a maioria dos respondentes brasileiros, assim como na amostra internacional, já pensou em ideias de negócios que lhes interessam. Mas os brasileiros avançaram mais no que se refere à identificação de oportunidade e à elaboração do plano de negócios. Exceção se faz para o pedido de empréstimo a instituições financeiras e para a procura de possíveis sócios.
- Por outro lado, proporcionalmente mais brasileiros não tiveram qualquer experiência de trabalho relacionada à área em que pretendem empreender, ou têm menos do que 4 anos de experiência na área. Essa situação se inverte a favor do Brasil a partir de 4 anos de experiência na área.
- Entre os fundadores ativos brasileiros, o trabalho atual ou anterior (51,3%) e os membros da família (31,8%) foram as origens mais frequentes das ideias para iniciar seus empreendimentos, sendo essas fontes cerca de 10 pontos percentuais superiores aos resultados da amostra internacional.
- Para os brasileiros, as origens estudos universitários, de si mesmo ou de colegas estudantes são menos relevantes do que para os seus pares do estudo internacional.
- Os *hobbies* inspiram bem menos os estudantes brasileiros (11,6%) do que a amostra internacional (29,3%).
- O índice de empreendedorismo dos alunos brasileiros (13,3) os situa acima do índice geral internacional (12,8). O Brasil está em décimo terceiro lugar do *ranking*, empatado com os Países Baixos e, com eles, encontra-se na posição imediatamente superior ao resultado geral internacional.

Ante este quadro geral de resultados, podemos concluir e recomendar:

- Os alunos brasileiros revelam uma forte tendência empreendedora, que se acentua ainda mais quando manifestam seu interesse de carreira para cinco anos após sua formatura.
- A tendência empreendedora é mais intensa em algumas áreas de estudo, como Administração e Economia e Ciências Naturais.
- Há como melhorar a oferta de disciplinas e atividades e também o ambiente geral das IESs para facilitar o empreendedorismo e a preparação para colocá-lo em prática, sobretudo nas áreas de Ciências Sociais.
- Pode-se fortalecer o preparo dos estudantes para a carreira ligada ao empreendedorismo e a escolha esclarecida pela carreira daqueles que nela estiverem interessados. Disciplinas, atividades práticas e contato com empreendedores estabelecidos podem favorecer a exploração, a experimentação e o desenvolvimento de ideias próprias de cada estudante que já se interessa ou pode se interessar em empreender.
- Boa parte dos estudantes percebe que há alguma oferta de disciplinas e atividades de empreendedorismo nas IESs; entretanto, a divulgação dessas oportunidades de aprendizagem e aperfeiçoamento não está atingindo a todos os alunos. Assim, é recomendável que as IESs intensifiquem essa comunicação para favorecerem o conhecimento das ofertas relacionadas ao empreendedorismo e a possibilidade de que mais estudantes as aproveitem.
- Há muita oportunidade para as IESs de ampliação, diversificação e aperfeiçoamento das ofertas, visto que a demanda por mais disciplinas e atividades ligadas ao empreendedorismo é intensa, particularmente em: financiamento de novos negócios, oficinas e rede de contato com empreendedores mais experientes, programas de mentoria e orientação para empreendedores, *workshops* e concursos de planos de negócios assim como bases de contato com investidores potenciais.
- Há espaço para que o conhecimento gerado nas IESs, os contatos entre alunos, entre professores e alunos, entre os professores em si e entre esses atores e demais facilitadores da sociedade estimulem mais, e com qualidade, o interesse e a geração de iniciativas empreendedoras entre os estudantes universitários brasileiros.
- Os *hobbies* também poderiam ser mais estimulados como fonte de autoconhecimento e de experimentação de habilidades e competências – e possível derivação para ideias de negócios.

Em paralelo à implementação dessas diferentes recomendações, atenção especial precisa ser dada à criação e ao aperfeiçoamento de disciplinas e atividades voltadas para a administração de

micro, pequenas e médias empresas nas IESs. Além da grande maioria das novas empresas geradas como fruto de iniciativas empreendedoras serem de porte modesto, as micro, pequenas e médias empresas também representam mais de 90% de todo o conjunto de empresas brasileiras. E no mundo, em geral, não é diferente. Os estudantes brasileiros precisam de uma boa preparação para considerarem adequadamente os aspectos de gestão já no desenvolvimento de uma ideia de negócio e para administrarem seus próprios novos negócios ou mesmo para trabalharem em pequenos negócios criados por outras pessoas, nos quais também podem manifestar habilidades empreendedoras.

Referências

- AJZEN, I. Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. **Journal of Applied Social Psychology**, v. 32, n. 1, p. 1-20, 2002.
- BRASIL. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional**. Brasília: Ministério da Educação. 1996.
- CNPQ. Diretório dos Grupos de Pesquisa no Brasil. 2001. Disponível em: <<http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/>>. Acesso em: ago. 2011.
- DEGEN, R. J. **Empreendedor**. São Paulo: Pearson. 2009
- FISHBEIN, M., AJZEN, I. **Belief, Attitude, Intention, and Behavior. An Introduction to Theory and Research**. New York: Addison-Wesley. 1975.
- FRANCO, A. P. Ensino Superior no Brasil: Cenário, Avanços e Contradições. **Jornal de Políticas Educacionais**, n. 4, 2008, p. 53-63.
- GRECO, S. M. S. S.; FRIEDLAENDER JR, R. H.; DUARTE, E. C.V.G.; RISSETE, C. R.; FELIX, J. C.; MACEDO, M. M.; PALADINO, G. **Empreendedorismo no Brasil (GEM 2010)**. IBQP: Curitiba. 2010.
- GUERRA, M. J., GRAZZIOTIN, Z. J. Educação Empreendedora nas Universidades Brasileiras. In: LOPES, R. M. A. (org.). **Educação Empreendedora: Conceitos, Modelos e Práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier. 2010, p. 67-91.
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Índice Nacional de Preços ao Consumidor – INPC (série histórica). 2011. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/precos/inpc_ipca/defaultseriesHist.shtm>. Acesso em: dez. 2011.
- INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais. Levantamento Estatístico sobre o Ensino Médio e Educação Superior. Brasília: Ministério da Educação. 2005. Disponível em: <<http://www.inep.gov.br>>. Acesso em: dez. 2011.
- INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais. Levantamento Estatístico sobre o Ensino Médio e Educação Superior. Brasília: Ministério da Educação. 2006. Disponível em: <<http://www.inep.gov.br>>. Acesso em: dez. 2011.
- INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais. Levantamento Estatístico sobre o Ensino Médio e Educação Superior. Brasília: Ministério da Educação. 2007. Disponível em: <<http://www.inep.gov.br>>. Acesso em: dez. 2011.
- INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais. Levantamento Estatístico sobre o Ensino Médio e Educação Superior. Brasília: Ministério da Educação. 2010. Disponível em: <<http://www.inep.gov.br>>. Acesso em: dez. 2011.
- LEITÃO, M. **Saga Brasileira: A Longa Luta de um Povo por sua Moeda**. 4 ed. Rio de Janeiro: Record. 2011.
- LIMA, E., RODRIGUES, L. C. Comment évolue l'entrepreneuriat dans l'éducation universitaire brésilienne? In: SCHMITT, C (org.). **Université et entrepreneuriat**. Nancy: Presses Universitaires de Nancy. 2008, v. 2, p. 107-122.
- LOPES, R. M. A., MELLO, A. A. A. Referenciais para Refletir sobre a Educação Empreendedora nas IES Brasileiras. AMATUCCI, M. et al. (org.). **Anais... II Congresso de Administração da ESPM**. Rio de Janeiro, 2005, p. 433-460.
- MARTINS, C. B. O Ensino Superior Brasileiro nos Anos 90. **Revista São Paulo em Perspectiva**. 2000.
- NASSIF, V. M. J. **O Docente e a Gestão de Recursos Humanos: O Desvelar e o Desenvolvimento das Competências como Estratégia de Competitividade**. Tese de doutorado. São Paulo: Universidade Mackenzie. 2000.
- OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. 2011. Disponível em: <<http://www.indicadorbrasil.com.br/2011>>. Acesso em: set. 2011.

- PINHEIRO, A., GIAMBIAGI, F., GOSTKORZEWICZ, J. A Economia Brasileira nos Anos 90: O Desempenho Macroeconômico do Brasil nos Anos 90. Rio de Janeiro: BNDES 1999.
- REVISTA ENSINO SUPERIOR. **O que os Números Revelam - O Retrato do Ensino Superior**. São Paulo. 2008, ano 10, n.115.
- SAMPAIO, H. **O Setor Privado no Ensino Superior no Brasil**. Tese de doutorado. Departamento de Ciência Política da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. São Paulo: Universidade de São Paulo. 1998.
- SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Desafio Sebrae. 2011b. Disponível em: <<http://www.desafio.sebrae.com.br/Site/Estatisticas>>. Acesso em: set. 2011.
- SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Análise do Emprego Agosto/2011. 2011a. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/emprego/CAGED%20Agosto%202011.pdf>>. Acesso out. 2011.
- SEBRAE e DIEESE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. *Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa: 2009*. 3. ed. Brasília e São Paulo: SEBRAE e DIEESE. 2010. 320 p.
- SEBRAE-SP - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de São Paulo. Doze Anos de Monitoramento da Sobrevivência e Mortalidade de Empresas. 2010. (Coordenadores: Pedro João Gonçalves e Mariana Rutkowski Silva). Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br/TenhoUmaEmpresa/Biblioteca/OutrosConteudos/EstudosEPesquisas/MortalidadeDasEmpresas/Paginas/MortalidadeDasEmpresas.aspx#bottom>>. Acesso: set. 2011.
- SIEGER, P., FUEGLISTALLER, U., ZELLWEGGER, T. Entrepreneurial Intentions and Activities of Students across the World. International Report of the GUESSS Project 2011. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen (KMU-HSG). 2011.
- STALLIVIERI, L. O Sistema de Ensino Superior do Brasil: Características, Tendências e Perspectivas. Fórum das Assessorias das Universidades Brasileiras para Assuntos Internacionais. Universidade de Caxias do Sul. 2006.

APÊNDICE 1

MATERIAL DO PROFESSOR

EXERCÍCIOS SOBRE ESCOLHA DE CARREIRA PARA GRUPOS DE ESTUDANTES QUE JÁ RESPONDERAM O QUESTIONÁRIO *ON LINE* DO ESTUDO GUESSS BRASIL

Abril de 2011 – guesssbrasil.org

página 1 de 2

Autor: Edmilson Lima, Ph.D.
Coordenador nacional do Estudo GUESSS Brasil

O conteúdo deste material refere-se a algumas sugestões de exercícios simples, interativos e dinâmicos complementares à experiência de resposta do questionário do Estudo GUESSS Brasil.

Tais sugestões são de exercícios propositadamente simples para que eles possam ser utilizados, adaptados e/ou complementados em todos os possíveis níveis de estudo e áreas de formação.

Boas aulas!

Procedimentos sugeridos aos professores

A- Apresentação curta do professor seguida de debate sobre a importância da rede de relação com outras pessoas (*networking*) e da sua ampliação como bases para a obtenção de informações úteis e de auxílio para fazer escolhas de carreira, se preparar melhor para a carreira escolhida e para realizar diferentes atividades na carreira – seja no sentido de criar negócios ou em qualquer outra opção de carreira, incluindo a relevância da rede para a obtenção de clientes.

Objetivo: tornar evidente e clara a importância das redes de relação (*networking*) para a escolha de uma carreira, para a preparação a fim de exercê-la e para a busca do sucesso no trabalho.

Papel do professor: age, em um primeiro momento, como apresentador do tema; em seguida, coordena uma discussão com os participantes.

Há diferentes formas possíveis de condução dessa atividade pedagógica, podendo variar os modos de apresentação do professor e o uso de material audio-visual (se ele quiser usar algum), assim como o modo de conduzir o debate, cuja realização pode se inspirar em alguns procedimentos recomendados para o exercício B da próxima página.

Contudo, algumas recomendações merecem atenção:

- Que o exercício seja realizado preferencialmente antes dos alunos responderem o questionário *on line* do Estudo GUESSS Brasil; mas ele também é útil para depois.
- Que o professor enfatize que frequentemente a palavra em Inglês *networking* é usada no Brasil com o significado de desenvolvimento e uso da rede de relação com outras pessoas.
- Que o professor também destaque a importância do *coaching*, ou seja, acompanhamento ou aconselhamento oferecido por uma pessoa mais experiente, como um tipo importante de relação a ser utilizada na rede de relação com vistas ao sucesso de carreira.

MATERIAL DO PROFESSOR

EXERCÍCIOS SOBRE ESCOLHA DE CARREIRA PARA GRUPOS DE ESTUDANTES QUE JÁ RESPONDERAM O QUESTIONÁRIO *ON LINE* DO ESTUDO GUESSS BRASIL

Abril de 2011 – guesssbrasil.org

página 2 de 2

B- Discussão em sala de aula sobre vantagens e desvantagens de ser seu próprio patrão, evitando-se ser um empregado ou para complementar um emprego.

Objetivo: tornar mais explícitos e conscientes, para o conjunto dos alunos, conhecimentos e justificativas, mesmo modestos, que podem levar à adoção, à abstenção ou mesmo à repulsa em relação a escolhas de carreira que compreendem atividades empreendedoras (ser seu próprio patrão, ter um negócio...).

Papel do professor: atua como moderador e acrescenta rápidas “pitadas” de conhecimento e de exemplos que tiver sobre os elementos emergentes da discussão.

1- Condução possível para o início do exercício:

- Pedir a opinião voluntária dos estudantes e fazer uma lista de vantagens e desvantagens citadas por eles.

- Diferenciar na sala de aula os alunos que querem ser seus próprios patrões, aqueles que não o querem e os indecisos. Pedir aos diferentes grupos identificados para expor, quando possível, quais são os itens da lista que mais pesam para justificar sua preferência ou indecisão. Registrar outras novas justificativas à medida que forem sendo citadas.

2- Condução possível para o desenvolvimento do exercício:

- Pedir aos alunos exemplos rápidos vividos por eles mesmos ou por conhecidos próximos de tentativas bem-sucedidas e malsucedidas de ser patrão de si mesmo. Explorar rapidamente vantagens e desvantagens dos exemplos em ligação com a lista de vantagens e desvantagens.

3- Condução possível para a conclusão do exercício:

(Alguns dos itens abaixo podem ser usados como base de atividade ou reflexão a ser pedida aos alunos para depois da aula.)

- Fazer perguntas, como:

* A partir da experiência de terem respondido o questionário, o que vocês aprenderam ou se tornou mais claro em sua mente quanto às possíveis escolhas de carreira?

* O que vocês identificaram como necessidade de melhor preparação para seguirem a escolha de carreira que fizeram ou farão – seja ela uma opção ou não por ter algum negócio, por ser empreendedor?

* Depois de responderem o questionário do Estudo GUESSS Brasil e fazermos nossa discussão, vocês acham que vale a pena ser seu próprio patrão, ter um negócio próprio?

* Quem aqui mudou de opinião sobre a possibilidade de ser seu próprio patrão? Por quê?

* Vocês convidariam alguém para ser seu sócio se quisessem ser seu próprio patrão? Quem? Por quê?

* Convidariam algum colega da sua instituição de ensino para ser seu sócio? Qual(ais)? Por quê?

APÊNDICE 2

MATERIAL COMPLEMENTAR DO PROFESSOR PARA SER USADO EM UM LABORATÓRIO DE COMPUTADORES

EXERCÍCIOS PARA ESTUDANTES QUE JÁ RESPONDERAM OU NÃO QUEREM RESPONDER

O QUESTIONÁRIO *ON LINE* DO ESTUDO GUESSS BRASIL

Abril de 2011 – guesssbrasil.org

página 1 de 2

Autor: Edmilson Lima, Ph.D.

Coordenador nacional do Estudo GUESSS Brasil

Este material pedagógico complementar tem por finalidade auxiliar os professores que levarem grupos de alunos a um laboratório de informática para responderem o questionário do Estudo GUESSS Brasil.

Uma parcela desses alunos eventualmente já respondeu o questionário em um momento prévio. Dado que cada aluno só pode responder uma única vez o questionário, essa parcela de alunos precisará de uma atividade diferente dos demais no laboratório de informática. O mesmo se aplica a alunos que não quiserem responder o questionário, pois têm esse direito.

As sugestões de exercícios abaixo dirigem-se a esses alunos visando a mantê-los ocupados com uma atividade produtiva e convergente com o objetivo de melhoria do ensino do Estudo GUESSS Brasil enquanto os demais respondem o questionário *on line*.

Boas aulas!

Exercício proposto a ser realizado no laboratório de informática ou em frente a computadores em qualquer local com alunos que já responderam o questionário do Estudo GUESSS Brasil enquanto os demais alunos responderem o questionário.

Objetivo: tornar mais claras e conscientes para os alunos as diferentes opções de carreira possíveis em sua área de formação assim como os caminhos que devem seguir e/ou a preparação que devem fazer para adotarem uma ou algumas das opções. É importante lembrar que ter negócios ou ser empresário na área de formação em que se encontram é uma dessas opções.

Papel do professor: atua, em um primeiro momento, como incentivador e facilitador; em seguida, coordena uma discussão com todos os alunos ou realiza com eles outras atividades como sugerido na lista principal de exercícios intitulada “Material do Professor”.

Pedido do(a) professor(a) aos alunos que já responderam o questionário para que façam diferentes buscas na internet com sistemas de procura (Google, Yahoo, etc.) utilizando as seguintes expressões de busca ou mesmo outras palavras-chave relacionadas à carreira do curso superior de seus alunos:

- “Quero ser dentista”, “quero ter um consultório”, “negócios na área de Odontologia”, “ser um dentista empresário”, etc. (para estudantes de Odontologia).

- “Quero ser médico”, “quero ter um consultório”, “negócios na área de Medicina”, “ser um médico empresário”, etc. (para estudantes de Medicina).

- “Quero ser administrador”, “quero ser consultor”, “ser um empresário”, etc. (para estudantes de Administração de Empresas).

- “*Quero ser...*”, “*quero ter...*”, “*negócios na área de...*”, “*ser um... empresário*”, etc. (adaptar para o curso dos alunos).

MATERIAL COMPLEMENTAR DO PROFESSOR
PARA SER USADO EM UM LABORATÓRIO DE COMPUTADORES

**EXERCÍCIOS PARA ESTUDANTES QUE JÁ RESPONDERAM
OU NÃO QUEREM RESPONDER**

O QUESTIONÁRIO *ON LINE* DO ESTUDO GUESSS BRASIL

Abril de 2011 – guesssbrasil.org

página 2 de 2

Primeira fase: sugere-se que as buscas na internet ocorram enquanto os demais alunos respondem o questionário do estudo GUESSS Brasil, mas amparadas na tomada de notas e no registro de endereços de sites referentes a informações importantes que forem encontradas.

Segunda e última fase: todos os alunos, os que já haviam respondido o questionário em outro momento e aqueles que acabaram de fazê-lo, são convidados a realizar as atividades propostas na lista principal de exercícios intitulada “Material do Professor”.

Os alunos que fizeram as buscas com as palavras-chave podem ser convidados a complementar as atividades destacando, para todos, as informações mais relevantes que obtiveram na internet.