



**Educação Superior em Empreendedorismo e Intenções Empreendedoras dos Estudantes
Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2013-2014**

Autores:

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

Caderno de pesquisa n. 2014-03 - **Grupo APOE**

Resultados do Estudo GUESSS Brasil, o Estudo Mundial sobre Empreendedorismo junto aos
Estudantes Universitários do Brasil, realizado em 2013-2014



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

UNINOVE

Universidade Nove de Julho
www.uninove.br/ppga

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, quadros e figuras maiores na tela do seu computador.

O GUESSSS 2013-2014 foi internacionalmente apoiado pelo parceiro Ernst & Young.



Enviamos nossos calorosos agradecimentos não apenas à EY e à coordenação internacional do GUESSSS, mas também a todos os colaboradores que, de um modo ou de outro, nos ajudaram na realização do estudo. Entre eles, destacaram-se os numerosos e valiosos parceiros, que são os responsáveis pela divulgação e pela coleta de dados em cada instituição de ensino superior (IES).

São Paulo, dezembro de 2014

Dr. Edmilson Lima – UNINOVE

Dr^a. Vânia Maria Jorge Nassif – UNINOVE

Dr^a. Rose Mary Almeida Lopes – ESPM-SP

Dr. Dirceu da Silva – UNINOVE

Para citar este trabalho

LIMA, E., NASSIF, V. M. J., LOPES, R. M. A., SILVA, D. Educação Superior em Empreendedorismo e Intenções Empreendedoras dos Estudantes – Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2013-2014. Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PPGA-UNINOVE. Caderno de pesquisa, n. 2014-03. São Paulo: Grupo APOE. 2014.

Endereço para contato:

PPGA-UNINOVE

Programa de Pós-Graduação 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/ppga

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 no mestrado e no 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. Criou e coordena o Grupo APOE, o Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo. Atua como membro do conselho fiscal da ANEGEPE, a Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. É vice-presidente para o Brasil na AIREPME, *Association Internationale de Recherche en Entrepreneuriat et PME*. Tem anos de experiência prática em empreendedorismo e direção de pequenas organizações. Sua lista de publicações pode ser consultada em <http://lattes.cnpq.br/2700716884947412>.

Vânia Maria Jorge Nassif – Fez pós-doutorado em Administração pela FGV-SP, na linha de Empreendedorismo. Livre docente pela FeaRP-USP em Administração de Recursos Humanos. É professora e pesquisadora no mestrado e no doutorado em Administração da UNINOVE. 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 pedidos de concessão de fomento à pesquisa em diferentes órgãos e de congressos nacionais e internacionais. Fez numerosos artigos científicos e capítulos de livros, listados em <http://lattes.cnpq.br/6936403740310206>.

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 na graduação em Administração e coordena o Núcleo de Empreendedorismo. Apresentou trabalhos em importantes congressos dessa área, como *Babson College Entrepreneurship Research Conference*, *Internationalizing Entrepreneurship Education and Training* e, no Brasil, no ENANPAD e EGEPE. Organizou o livro *Educação Empreendedora: Conceitos, Modelos e Práticas* (Editora Campus Elsevier, 2010) e no mesmo livro escreveu dois capítulos. Atua como consultora em recursos humanos. É avaliadora de artigos em periódicos científicos e em congressos nacionais. Atua como presidente do conselho fiscal da ANEGEPE, a Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. Suas publicações são listadas em <http://lattes.cnpq.br/9773917058292481>.

Dirceu da Silva - Possui graduação em Física, licenciatura em Física e Matemática, mestrado em Física e doutorado em Educação (temas: avaliação e cognição), todos pela Universidade de São Paulo - USP. É professor do mestrado e do doutorado em Administração da UNINOVE e professor da Universidade Estadual de Campinas - Unicamp. É bolsista de produtividade em pesquisa do CNPq. Tem experiência nas áreas de Administração e Educação, com ênfase em planejamento e avaliação educacionais e avaliação de mercados (em 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. A lista de suas publicações é apresentada em <http://lattes.cnpq.br/9583759917108842>.

Sumário

Para citar este trabalho	iii
Sobre os autores	iii
Preâmbulo	vii
1- Introdução	8
2- Fundamentos conceituais	9
3- Contexto geral da educação superior brasileira e do empreendedorismo	10
3.1- Atividades empreendedoras no Brasil e educação sobre o tema.....	13
3.2- A educação superior em empreendedorismo no Brasil.....	14
4- Métodos, dados e características da amostra	16
4.1- Dados coletados no Brasil e no mundo.....	17
4.2- Características dos respondentes.....	19
4.2.1- Idade, nível de estudo e gênero.....	19
4.2.2- Áreas de estudo.....	20
4.2.3- Trabalho e estudo.....	20
5- Intenções de carreira	21
6- Determinantes do interesse de empreender.....	26
6.1- O contexto da instituição de ensino	27
6.2- Histórico familiar em empreendedorismo.....	32
7- Empreendedores nascentes	33
7.1- Características básicas	33
7.2- Avanços e planos para os novos empreendimentos	34
8- Empreendedores ativos	37
9- Resumo geral	41
10- Recomendações	43
Referências.....	45
APÊNDICE 1	48
MATERIAL DO PROFESSOR	48
APÊNDICE 2	50
MATERIAL COMPLEMENTAR DO PROFESSOR	50

Lista de tabelas

Tabela 1 - Número de respostas para cada país.....	17
Tabela 2 - Número de questionários respondidos por instituição no Brasil.....	18

Lista de quadros

Quadro 1 - Itens da escala de força da intenção empreendedora.....	26
Quadro 2 - Itens relativos ao clima empreendedor nas IES.....	28
Quadro 3 - Itens relativos à aprendizagem em empreendedorismo.....	29
Quadro 4 - Itens referentes à percepção de risco para se ter o próprio negócio.....	31

Lista de figuras

Figura 1 - Fundamentos conceituais do Estudo GUESSS Brasil	9
Figura 2 - Evolução do número de matrículas de 2010 para 2012.....	10
Figura 3 - Distribuição das IES por regiões brasileiras em 2012.....	11
Figura 4 - Matrículas e ingressantes das IES por área de estudo	12
Figura 5 - Distribuição dos docentes de nível superior de 2001 a 2012 (em %).....	12
Figura 6 - Dados sobre os discentes em 2012	13
Figura 7 - Comparativo de idade (em%).....	19
Figura 8 - Comparativo de nível de estudo (em%)	19
Figura 9 - Comparativo de gênero (em%).....	20
Figura 10 - Distribuição dos respondentes por área de estudo (em %).....	20
Figura 11 - Estudantes que têm um emprego (em %)	21
Figura 12 - Autocomparativo de desempenho acadêmico (em %).....	21
Figura 13 - Intenção de carreira para logo após a formatura (em %).....	22
Figura 14 - Intenção de carreira para cinco anos após se formar (em %)	23
Figura 15 - Brasil: mudança de intenção de carreira no intervalo de cinco anos (em %)	23
Figura 16 - Panorama geral das diferenças de intenção de carreira (em %)	24
Figura 17 - Importância dos motivos de escolha de carreira.....	24
Figura 18 - Importância dos motivos segundo a opção de carreira.....	25
Figura 19 - Brasil: intenções de carreira logo após os estudos, por área de estudo (em %)	25
Figura 20 - Brasil: intenções de carreira para cinco anos depois de se formar, por área de estudo (em %) .	25
Figura 21 - Comparativos de intenção de carreira por gênero (em %)	26
Figura 22 - Força da intenção empreendedora nas áreas de estudo	27
Figura 23 - Força da intenção empreendedora por gênero e por área	27
Figura 24 - Ter feito disciplinas ou curso de empreendedorismo (em %)	28
Figura 25 - Avaliação do clima empreendedor nas IES (em %).....	28
Figura 26 - Avaliação da aprendizagem em empreendedorismo nas IES (em %)	29
Figura 27 - Avaliação da aprendizagem por opção de carreira (fundador x empregado - em %).....	29
Figura 28 - A avaliação do clima em relação com a intenção empreendedora	30
Figura 29 - A avaliação da aprendizagem em relação com a intenção empreendedora.....	30
Figura 30 - Percepção de risco para empreender	31
Figura 31 - A percepção de risco para empreender em relação com a intenção empreendedora.....	32
Figura 32 - Seus pais são patrões de si mesmos ou têm o próprio negócio? (em %).....	32
Figura 33 - Carreira para cinco anos após a formatura segundo o histórico familiar (em %).....	33
Figura 34 - Proporção de empreendedores nascentes em cada área de estudo (em %).....	33
Figura 35 - Distribuição de gênero dos empreendedores nascentes (em %).....	34
Figura 36 - Preparação para empreender (em %).....	34
Figura 37 - Avanços dos que informaram não ter o negócio ainda (em %).....	35
Figura 38 - Setor de atividade visado pelos que ainda não têm o negócio (em %).....	35
Figura 39 - Número de cofundadores visados (em %).....	35
Figura 40 - Parte de propriedade visada (em %).....	36
Figura 41 - Quão novo será o bem ou serviço a oferecer no mercado (em %)	36
Figura 42 - Investimento para começar o negócio e média de investimento próprio (em %).....	36
Figura 43 - Motivações para criar seu próprio negócio.....	37
Figura 44 - Anos de fundação dos negócios já criados (em %)	38
Figura 45 - Proporção de empreendedores ativos em cada área de estudo (em %)	38
Figura 46 - Distribuição de gênero dos empreendedores ativos (em %).....	38
Figura 47 - Setor de atividade dos negócios já criados (em %)	39
Figura 48 - Parte da propriedade dos empreendedores ativos (em %).....	39
Figura 49 - Número de cofundadores no negócio (em %)	39
Figura 50 - Número de empregados no negócio (em %)	40
Figura 51 - Intenções de crescimento em cinco anos (em %)	40
Figura 52 - Desempenho dos negócios em relação aos concorrentes (em %).....	40
Figura 53 - Motivação para ter seu próprio negócio	41
Figura 54 - O processo de criação de seu próprio negócio	41

Preâmbulo

Desde sua realização pela primeira vez, em 2011, o Estudo GUESSS Brasil concentra-se na caracterização das condições da educação superior brasileira, principalmente no que se refere à escolha de carreira, o interesse em ser empreendedor(a) e as atividades de preparação e realização ligadas a esta opção. Seu objetivo central é gerar conhecimento para a melhoria da formação universitária nacional ao tratar desses temas.

Visar uma carreira e se preparar para ela referem-se à construção de importantes projetos pessoais, centrais na vida das pessoas. Entre os estudantes universitários, idealmente, tal construção alia amplo desenvolvimento humano, conhecimentos, habilidades e atitudes favorecidos pelos estudos e pelas relações por eles estimuladas ao encaminhamento para a realização pessoal e o desempenho de um relevante papel no aperfeiçoamento da sociedade. As instituições de ensino superior (IES) normalmente declaram ter um forte engajamento na concretização deste ideal. É também comum que os próprios estudantes se mostrem interessados ou mesmo ativamente empenhados em buscá-lo. No entanto, variados desafios tornam difícil sua conquista. Um deles é a grande carência brasileira de educação superior de qualidade em empreendedorismo¹. A educação de qualidade nessa área aperfeiçoa a capacidade de inovação, a criatividade e a tomada de iniciativa, forças úteis a todos os estudantes, não apenas àqueles que querem ter algum negócio ou ser autônomos.

As IES e os estudantes podem contribuir significativamente na melhoria da educação em empreendedorismo com diferentes iniciativas, algumas das quais servindo-se do conteúdo do presente relatório. Por exemplo, as IES e os estudantes podem cultivar ambientes ricos em diversidade de experiência, de possibilidades de exploração de recursos pessoais, dirigidos à ampliação dos horizontes e das perspectivas, focando não somente a geração de conhecimentos e habilidades específicos e a costumeira ênfase na preparação de futuros empregados. Mostra-se atrativo e promissor que os estudantes se empenhem (e as IES façam sua missão se desdobrar mais efetivamente) na ampliação da variedade de carreiras que consideram para seu futuro. Dar a atenção necessária a outras opções de carreira, como ser criador de um negócio – com vista a lucro ou fins sociais –, empreendedor, sucessor ou mesmo intraempreendedor, que é um empregado inovador e de grande iniciativa em uma organização pública ou privada, ajudaria as IES a cumprir melhor seu papel e os estudantes, enfim, a ser motores mais ativos do avanço socioeconômico.

Empenhamo-nos para que este relatório do Estudo GUESSS Brasil permita a identificação de caminhos para essas e outras melhorias, podendo a leitora ou o leitor ser um agente fundamental para que elas ocorram. Fazemos votos que sua leitura seja inspiradora para a reflexão e provocadora para a ação.

Estamos à disposição para debater e aprofundar o conteúdo deste prazeroso trabalho.

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

¹ Essa carência é descrita em detalhe por um de nossos trabalhos precedentes: Lima et al. (2014), cujo título consta na lista de referências bibliográficas ao final deste relatório. No trabalho, a carência é tratada com base em cinco grandes desafios: aumentar a oferta de cursos, disciplinas e atividades ligadas ao empreendedorismo, treinar mais professores, oferecer mais proximidade e contato com os empreendedores e sua realidade, adotar uma abordagem prática, ampliar a diversidade da oferta de disciplinas e atividades ligadas ao empreendedorismo, indo além da tradicional ênfase no plano de negócios.

1- Introdução

O presente relatório traz os resultados do Estudo GUESSS Brasil de 2013-2014 obtidos a partir de dados provenientes de questionários respondidos por 12.561 estudantes de pouco mais de 60 instituições de ensino superior (IES) brasileiras². A coleta dos dados ocorreu de outubro de 2013 a janeiro de 2014. O objetivo aqui perseguido é o de contribuir para o aperfeiçoamento da educação superior brasileira a partir do estudo das intenções de carreira e das condições de formação dos universitários, principalmente no que se refere a ter um negócio próprio, ou seja, atuar como um empreendedor.

Estudantes das mais variadas áreas têm interesse em ter seu próprio negócio (como um consultório dentário, uma empresa de cuidados médicos em domicílio, enfermagem ou fisioterapia, uma firma de serviços de *personal trainer*, um comércio – mesmo que informal). Tal interesse pode ser colocado em prática em qualquer momento da vida, próximo ou não da formatura dos estudantes.

Em particular para esses estudantes que têm intenção empreendedora, mas também para aqueles que não pensam em empreender, uma educação superior que trabalha bem com o tema do empreendedorismo tem muitos benefícios a oferecer. Ela pode levar aos jovens a melhoraria de sua preparação para a carreira e o aumento do número daqueles que são inovadores, proativos e de iniciativa, o que são qualidades de impacto socioeconômico relevante, queiram eles ser empreendedores ou empregados (Alvarez e Busenitz, 2004; Fayolle, Gailly e Lassas-Clerc, 2006; Guerra e Graziotin, 2010; Lanero et al., 2011).

GUESSS é a sigla em Inglês para *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*, o que podemos traduzir por levantamento mundial sobre o espírito empreendedor de estudantes universitários. No Brasil, a denominação simplificada que adotamos é **Estudo GUESSS Brasil**, que significa **Estudo Mundial sobre Empreendedorismo junto aos Estudantes Universitários do Brasil**.

Para a obtenção das 12.561 respostas dos estudantes brasileiros, a coordenação nacional do estudo encaminhou a 80 professores parceiros (responsáveis pela coleta de dados em suas respectivas IES – para ver lista completa: <http://guesssbrasil.org/instituicoes-de-ensino-participantes/>) de instituições distintas um pedido para que convidassem por *e-mail* os estudantes a responderem o questionário *online* utilizado. Aproximadamente 220 mil estudantes foram contatados (taxa de resposta de 5,7%), mas não apenas por *e-mail*. Em diferentes IES, houve também o uso de páginas de internet, intranet, avisos dados em sala de aula, cartazes e até mesmo de mensagens SMS enviadas por telefone celular. Também de modo semelhante ao que foi feito na edição anterior do estudo, os incentivos de resposta dados aos estudantes do Brasil incluíram: a possibilidade de usarem o momento da resposta como oportunidade de reflexão sobre sua carreira, a provocação para discutirem construtivamente elementos dessa reflexão com professores e colegas e um sorteio de cinco iPads Mini, feito na Suíça pela organização internacional do estudo.

Outra prática da edição brasileira anterior foi reempregada: com vistas a se obter uma elevada taxa de resposta, aos professores foram oferecidos dois exercícios sobre opções de carreira que poderiam fazer com seus alunos (ver os apêndices 1 e 2). Esse material pedagógico ficou à disposição dos professores no portal do estudo: <http://guesssbrasil.org/beneficios-para-os-professores>.

Sendo um dos maiores estudos feitos atualmente no mundo sobre o tema focado, o GUESSS oferece a oportunidade de se fazer comparativos nacionais e internacionais de IES, interesses de carreira dos estudantes e preparação para empreender feita por eles. Isso favorece a troca de melhores práticas e o *benchmarking* para os diferentes países e instituições. Também propicia a geração de melhorias para a direção universitária, as práticas de ensino e até mesmo de políticas públicas do campo da educação. Reforça esse potencial de contribuição a dimensão que tomou o GUESSS. Nesta

² O relatório internacional do GUESSS cita 104 IES brasileiras, mas esse número considera, em alguns casos, diferentes *campi* de uma mesma IES (como no caso da UFMS) ou IES das quais, finalmente, não foram obtidas respostas. A relação final e consolidada das IES brasileiras das quais respostas foram efetivamente obtidas consta em uma tabela mais adiante no presente relatório.

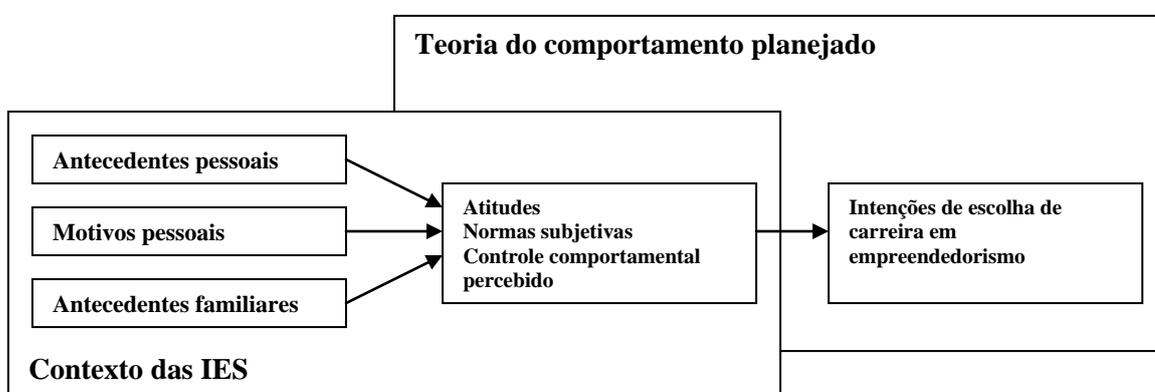
sua última edição, o estudo internacional obteve 109.026 questionários respondidos de estudantes de 759 IES localizadas em 34 países (mais informações: www.guesssurvey.org).

2- Fundamentos conceituais

As bases conceituais do Estudo GUESSS Brasil, assim como do GUESSS internacional, encontram-se na teoria do comportamento planejado - TCP (Ajzen, 2002; Fishbein e Ajzen, 1975). Na perspectiva da TCP, a ação é precedida da intenção. Sua utilidade para se estudar a intenção empreendedora dos estudantes e a educação superior em empreendedorismo foi confirmada por muitos estudos empíricos (Fayolle, Gailly e Lassas-Clerc, 2006; Liñán e Chen, 2009; Miller et al., 2009; Souitaris, Zerbinati e Al-Laham, 2007). Ela viabiliza o estudo e a compreensão das diferentes atitudes que sustentam a intenção empreendedora, assim como o exame dos antecedentes que influenciam tais atitudes.

A aplicação da TCP no contexto da educação superior em empreendedorismo é sintetizada esquematicamente na figura 1.

Figura 1 - Fundamentos conceituais do Estudo GUESSS Brasil



Fonte: Adaptada de Ajzen (2002) e Fishbein e Ajzen (1975).

As componentes da figura 1 podem ser assim descritos:

- As atitudes, sejam elas favoráveis ou não, referem-se à avaliação da ideia empreendedora do ator em questão;

- As normas subjetivas referem-se à percepção da pressão social, favorável ou não, de pessoas importantes para o ator em questão sobre se ele deve ou não agir com vistas a realizar sua ideia empreendedora;

- O controle comportamental percebido concerne à percepção da dificuldade ou da facilidade de se manifestar um comportamento, levando-se em conta experiências passadas, deficiências e obstáculos. Portanto, ele relaciona-se à noção que a pessoa tem de sua capacidade empreendedora e do seu grau de controle sobre seu comportamento para agir de modo empreendedor.

A intenção é uma medida do quão disposta está uma pessoa a fazer algo ou o quanto estaria planejando para colocar algo em prática, coisas que variam segundo fatores motivacionais e não motivacionais, como oportunidades, recursos e habilidades. A intenção é influenciada pelos antecedentes pessoais, familiares e motivos pessoais, que afetam o desenvolvimento de atitudes – no caso, a propensão favorável ou não a empreender e se tornar um empreendedor. Também tem impacto a percepção da pressão social quanto a se tornar um empreendedor, ou seja, a percepção das normas subjetivas. Influencia também a percepção do controle do comportamento, que significa a percepção da facilidade ou da dificuldade de se realizar um comportamento ou se atingir determinado resultado, considerando-se obstáculos e a experiência pregressa. Portanto, essas variáveis, manifestando-se e relacionando-se umas com as outras no contexto das IES em que estudam as pessoas consideradas, explicam as intenções de escolha de carreira em empreendedorismo.

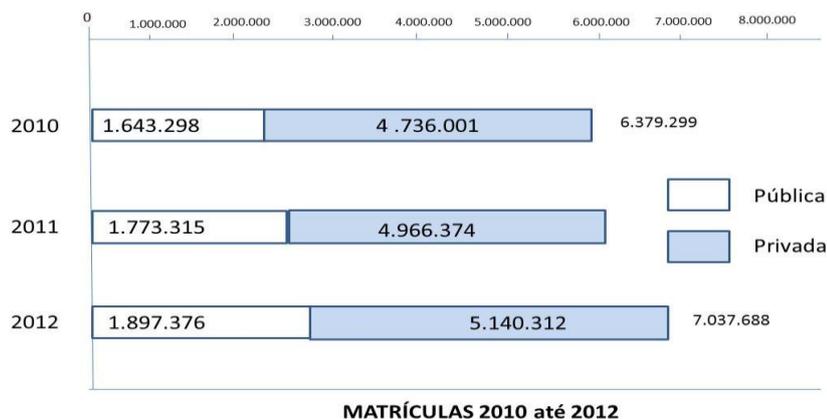
Com a base conceitual da TCP, o questionário usado no Estudo GUESSS Brasil foi aplicado na obtenção de dados sobre essas variáveis relacionadas à intenção empreendedora de estudantes universitários e ao contexto das IES em que estudam. Ademais, receberam particular atenção suas intenções e motivos de escolha de carreira, o ambiente de estudos e o contexto do país, a aprendizagem ocorrida para os estudantes, atratividade do empreendedorismo, reações de pessoas próximas a um eventual interesse pelo empreendedorismo, as experiências/os negócios da família e as relações com ela, o planejamento e as atividades para se ter o próprio negócio e características do negócio daqueles que já são empreendedores.

3- Contexto geral da educação superior brasileira e do empreendedorismo

O relatório precedente do Estudo GUESSS Brasil, de dezembro de 2011, fez alguns avanços na descrição da origem e da evolução da educação superior brasileira até aquele momento. Ofereceu uma breve varredura sobre a política educacional nacional, os diferentes tipos de IES e as modalidades de ensino superior, sem deixar de apresentar o número de estudantes, de cursos e de IES, além das dificuldades e desafios vividos pelo sistema nacional de educação superior. Todo o descritivo pode ser acessado no texto original, ainda disponível em www.grupoapoe.wordpress.com/nossos-cadernos-de-pesquisa.

Complementando a descrição feita no fim de 2011, voltamos a analisar os dados do Censo da Educação Superior do INEP, mas agora do ano de 2013 (MEC/Inep, 2013). Percebemos um discreto avanço em relação aos dados dos anos anteriores. Em relação ao número de estudantes matriculados nas IES, 2012 apresentou um crescimento de 10,3% em relação a 2010, com 8,5% sendo na rede privada e 15,5% na rede pública, segundo os números da figura a seguir.

Figura 2 - Evolução do número de matrículas de 2010 para 2012



Fonte: MEC/Inep (2013).

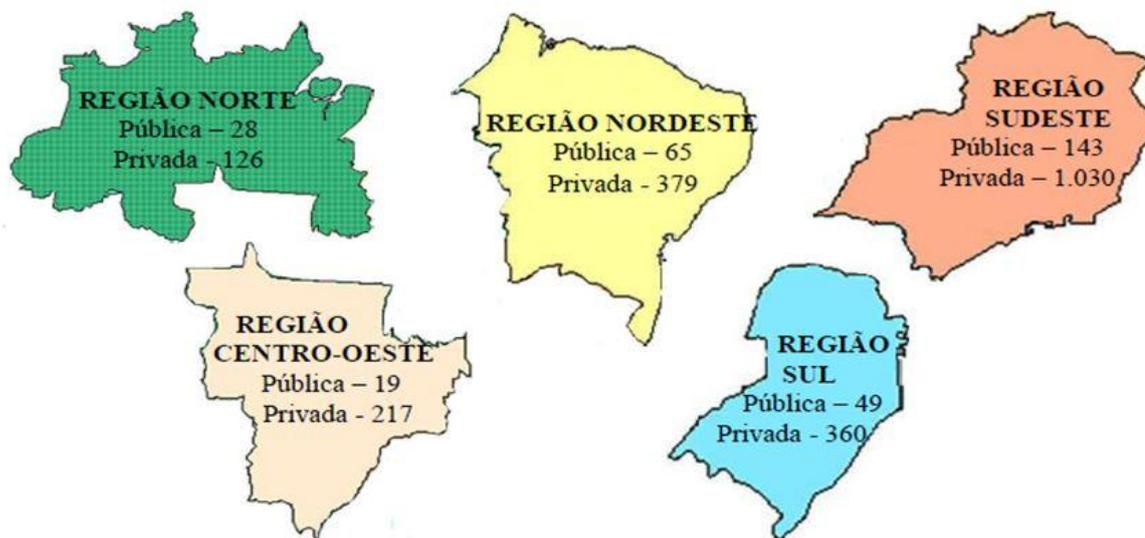
Mesmo com o aumento do número das matrículas nas IES públicas, vê-se que as privadas mantêm o maior número de matriculados. O censo (MEC/Inep, 2013) mostra que, em 2012, o Brasil ultrapassou a marca de 7 milhões de universitários³. Segundo Lopes (2014), o recente e expressivo crescimento do número de estudantes se deve a fatores como a interiorização das IES, a oferta de financiamento pelo FIES (Fundo de Financiamento Estudantil), a disseminação do ensino a distância e a multiplicação dos cursos de formação de tecnólogos, dos quais 81% são privados. Outro relevante

³ Isso representa um aumento de 4,4% no período de 2011 a 2012, com 7% da rede pública e 3,5% da privada, que tem 73% do total de estudantes. Considerando apenas a rede pública federal, o número de matrículas cresceu 5,3% no mesmo período, superando a marca de 1,08 milhão de estudantes. As IES federais têm 57,3% das matrículas da rede pública.

aspecto responsável por esse crescimento é a abertura de capital de grandes redes privadas de educação superior, combinada às vezes a expansões, ou a compra de IES por grupos estrangeiros (Lopes, 2014).

A figura a seguir mostra a distribuição de escolas públicas e privadas por região.

Figura 3 - Distribuição das IES por regiões brasileiras em 2012



Fonte: MEC/Inep - Inep/Deed apud Maciel, Dourado e Faria (2013, p. 14).

Vê-se que as IES privadas predominam em todas as regiões brasileiras. O último Censo do Ministério da Educação aponta que, entre 2001 e 2012, o número de universidades particulares no país se manteve estável, com 85 distribuídas pelos diferentes Estados. No entanto, o número de faculdades subiu de 1.059 para 1.898 e o de centros universitários passou de 64 a 129 no mesmo período⁴. As matrículas nos cursos de Ciências Sociais, Negócios e Direito, entre 2010 e 2012, tiveram uma ampliação de 97,3% e, nos cursos de Engenharia, Produção e Construção, o aumento foi de 22,8%, pesando como um dos motivos o aquecimento do mercado imobiliário e de suas áreas afins. A figura seguinte dá detalhes a esse respeito.

⁴ Quando se observa a variação populacional do país, os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2013) revelam que o Brasil cresceu 0,9% de 2012 para 2013, ou seja, passou de 199,24 milhões a 201,03 milhões de habitantes, um acréscimo de 1,79 milhões de pessoas.

Figura 4 - Matrículas e ingressantes das IES por área de estudo

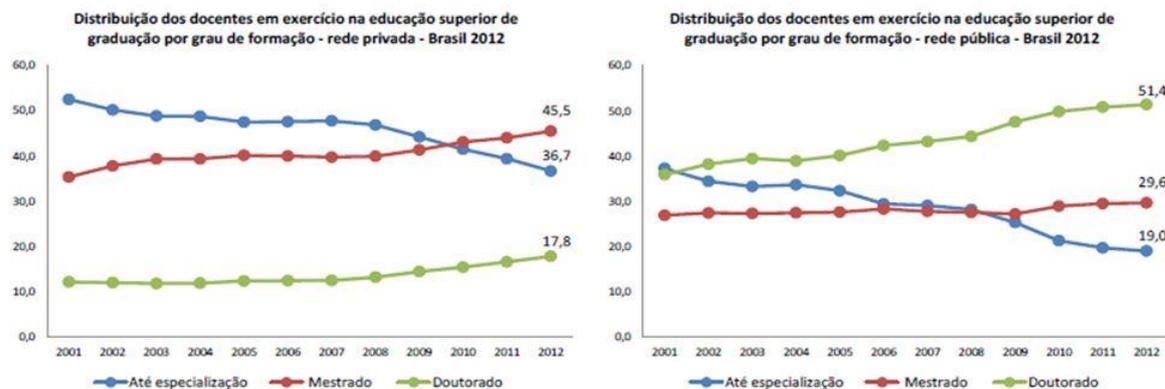
Área Geral do Curso	Matrículas para cada 10 mil habitantes					Ingressantes para cada 10mil habitantes					Ingressantes para cada 10 mil estudantes				
	Total OCDE 2010	Brasil 2010	Brasil 2011	Brasil 2012	Delta 2012x 2010	Total OCDE 2010	Brasil 2010	Brasil 2011	Brasil 2012	Delta 2012x 2010	Total OCDE 2010	Brasil 2010	Brasil 2011	Brasil 2012	Delta 2012x 2010
Ciências sociais, negócios e direito	202,5	138,6	143,3	145,4	5%	29,9	47,1	50,3	59	25%	30,9	21,6	22	22,9	6%
Educação	55,3	70,7	69,4	68,4	-3%	8,7	23,7	23,3	24,5	3%	9,7	12,2	12,2	11,2	-8%
Saúde e bem estar social	72,7	46,9	47,7	48,2	3%	13,4	14,3	14,3	16,2	13%	13,6	7,5	7,8	8,1	8%
Engenharia, produção e construção	78,5	33,1	38,9	44,5	34%	15,3	12,3	14,8	18,8	53%	10,6	3,1	3,3	3,7	19%
Ciências, matemática e computação	47,3	21,8	21,7	21,6	-1%	8,4	8,5	8,2	9	6%	7,4	2,9	2,9	2,9	0%
Agricultura e veterinária	9,5	7,6	8	8,3	9%	1,9	2,2	2,3	2,7	23%	1,3	1	1	0,9	-10%
Humanidade e artes	63,8	7,7	7,9	8	4%	12,6	2,8	3	3,4	21%	11,1	1,2	1,3	1,4	17%
Serviços	28,3	7,3	7,4	7,7	5%	5,5	3,1	3,4	3,8	23%	5,2	1,6	1,5	1,6	0%

Fonte: Mec/Inep - OCDE - IBGE - Inep/Deed apud Mec/Inep (2013, p. 17).

A figura 4 mostra que os cursos de Engenharia, Produção e Construção foram os que mais se destacaram no quesito matrículas e ingressantes para cada conjunto de 10 mil habitantes. A Educação, comparando-se 2012 a 2010, decresceu quanto ao número de matrículas e de ingressantes. Já os cursos de Ciências Sociais, Negócios e Direito, no mesmo período, formaram o segundo grupo de maior destaque quanto à quantidade de ingressantes. Dados complementares do IBGE (2012) mostram que 37,9% dos estudantes do gênero masculino, com 18 a 24 anos de idade, deixam os estudos antes do tempo previsto. Por outro lado, a taxa de evasão é de 26,6% para as mulheres da mesma faixa etária⁵.

Em relação aos docentes, a figura 5 apresenta a distribuição de professores universitários por grau de formação nas redes privada e pública de ensino superior.

Figura 5 - Distribuição dos docentes de nível superior de 2001 a 2012 (em %)



Fonte: MEC/Inep - Inep/Deed apud Maciel, Dourado e Faria (2013, p. 25).

Na rede privada, o percentual de professores com titulação até a especialização predominou até 2009, mas foi superado pelo percentual de professores mestres no fim de 2009. O percentual de professores doutores, mesmo com discreto aumento, foi sempre o mais baixo de 2001 a 2012. Na rede pública de graduação, observa-se o inverso: o percentual de doutores foi o mais elevado depois de 2001. No mais, seu percentual de professores mestres ultrapassou o de professores com título até a

⁵ Quando se trata do nível fundamental, os dados apontam que 21% dos estudantes não completaram os estudos. Daqueles que os completaram, 27% não ingressaram no ensino médio. Isso implica num grande contingente de adolescentes que não ingressam no ensino superior.

especialização no ano de 2008. Nas IES públicas, o principal requisito para se contratar docentes é a titulação e ela é importante para a progressão de carreira, dois fatores que fazem prevalecer os professores doutores nessas instituições. Nelas, os professores têm contratação muito frequentemente para a carga máxima semanal de 40 horas e devem, obrigatoriamente, dedicar parte de seu trabalho à pesquisa, sendo a publicação acadêmica algo relevante. Nas IES privadas, privilegia-se a contratação do número mínimo de mestres e doutores para o cumprimento da composição porcentual de níveis de titulação do corpo docente, o que auxilia na manutenção de baixos custos de remuneração. Nessas IES, em geral, os professores de graduação são horistas e o título de doutor não lhes é de grande ajuda para progressão de carreira, tendo esta menor variação de níveis do que nas IES públicas.

Quando se fala dos discentes, os dados disponibilizados pelo Ministério da Educação para o ano de 2012 mostraram o que segue.

Figura 6 - Dados sobre os discentes em 2012

Atributos do Vínculo Discente de Graduação	Modalidade de Ensino	
	Presencial	À Distância
Sexo	Feminino	Feminino
Categoria Administrativa	Privada	Privada
Grau Acadêmico	Bacharelado	Licenciatura
Turno	Noturno	-
Idade (matrícula)	21	31
Idade (Ingresso)	18	30
Idade (concluinte)	23	31

Fonte: MEC/Inep –Deep/Inep (2012).

Os elementos não numéricos classificados na figura 6 referem-se à moda estatística (dado mais frequente) e, os numéricos, à média estatística da distribuição de dados sobre os estudantes universitários brasileiros para os diferentes níveis de formação universitária. Prevaecem estudantes de sexo feminino e em IES privada, tanto para os cursos presenciais quanto a distância. Predominam os estudantes do período noturno na modalidade presencial e as idades, nas diferentes categorias consideradas, são cerca de 10 anos mais elevadas na educação a distância.

3.1- Atividades empreendedoras no Brasil e educação sobre o tema

O Monitoramento Global de Empreendedorismo (GEM), realizado no Brasil desde 1999, registrou, em 2013, uma taxa de empreendedores iniciais (TEA) de 17,3%. Isso indica que cerca de 17 em cada 100 brasileiros de 18 a 64 anos estavam criando ou administrando um novo negócio no país. A taxa é a segunda mais alta para o Brasil desde 2002. Ao se adicionar a taxa de 15,4% referente aos empreendedores com negócios de mais de 42 meses (TEE), projeta-se que cerca de 40 milhões de brasileiros devem estar empreendendo – ou seja, 32,3% da população com 18 a 64 anos de idade (Greco et al., 2013). A TEA para homens e mulheres é muito próxima: 17,2% e 17,4% respectivamente. No entanto, quando se examinam as motivações para se ter um novo negócio, as mulheres agem mais por necessidade (34%) do que os homens (23%), apesar de, no geral, o conjunto dos empreendedores agir mirando uma oportunidade (71,3%).

Segundo dados do GEM 2013 (Greco et al., 2013), no Brasil, predominam os empreendedores jovens, na faixa de 25 a 34 anos – 21,9%; a faixa seguinte, de 35 a 44 anos, representa 19,9% do total. Justamente, a primeira faixa coincide com a faixa etária de universitários recém-formados. Entretanto, o porcentual de empreendedores com escolaridade acima de segundo grau é de 15,8%, uma proporção abaixo dos 18,5% dos que têm segundo grau completo. Esse comparativo poderia levar alguns a questionarem o valor da educação superior na preparação para se empreender devido à aparente contradição de ser menor a proporção de empreendedores entre os que têm maior escolaridade.

Entretanto, é bem menor o percentual de 11,26% dos brasileiros com diplomação universitária do que de 35,8% que concluíram o ensino médio (IBGE, 2010).

Especialistas brasileiros consultados no estudo de Greco et al. (2013) enfatizaram que o governo oferece pouco estímulo e pouca regulamentação facilitadora para o empreendedorismo no país. Mas deve-se reconhecer que algumas melhorias estão acontecendo, como a promovida pela Lei Geral da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, de 2006, e a alteração promovida pela Lei do Super Simples – Lei Complementar nº 147, de 07/08/2014, ainda pendente de completa regulamentação (Receita Federal, 2014).

A maioria dos empreendedores, 52,1%, vê-se como detentora das habilidades, dos conhecimentos e da experiência necessários para empreender começando um novo negócio; 57,3% dos empreendedores afirmam que o medo do fracasso não os impediria de iniciar um empreendimento (Greco et al., 2013). Estes dados revelam uma superestimação das condições para empreender, o que se percebe também pelo fato de a maioria dos negócios criados não apresentar condições satisfatórias para competir e crescer no mercado, dado que a tecnologia utilizada por mais de 99,9% deles tem mais de 5 anos, e 99% oferece serviços e produtos sem novidade ou igual ao dos concorrentes (Greco et al., 2013). Assim, a partir do que se lê em Greco et al. (2013), pode-se inferir que mais escolaridade e preparo dos empreendedores parece recomendável por propiciarem mais inovação, o que coloca em destaque o papel potencialmente benéfico das universidades e das agências de inovação.

A relevância dos estudos universitários tende a ser ainda maior quando se considera a opinião dos especialistas consultados pelo GEM (2013) de que o desenvolvimento de atitudes e de conhecimentos para se empreender praticamente não recebe atenção na educação de níveis básico e médio. Isso converge com as preocupações explicitadas em um relatório anterior do GEM brasileiro (Greco et al., 2010).

A sociedade brasileira já tem debatido a necessidade da melhor preparação para se empreender, com sugestões de inserção de disciplinas e atividades voltadas ao tema na educação de todos os níveis e em todas as esferas. Pessoas mais interessadas na questão já enviaram questionamentos ao Conselho Nacional de Educação (CNE). No parecer 13 de 2010, a Câmara de Educação Básica do CNE se posicionou contra a criação de disciplina específica de empreendedorismo, recomendando que o tema fosse tratado de forma transversal no ensino médio, sob a forma de projetos que integrassem as diversas disciplinas (Diário Oficial da União, 2010). No entanto, esta recomendação não impõe qualquer obrigatoriedade e não trata dos demais níveis de educação, que também precisam de atenção quanto ao tema. Nesse sentido, tratamos do nível superior na seção seguinte.

3.2- A educação superior em empreendedorismo no Brasil

No relatório do Estudo GUESSS Brasil de 2011, traçamos o histórico da educação em empreendedorismo (EE) nas IES brasileiras. Desde 1981, quando houve a oferta da primeira disciplina na área, até hoje, a demanda e a oferta de EE cresceram. Aquele relatório registrou como muito frequente a oferta de disciplinas sobre a elaboração de plano de negócios assim como uma elevada demanda por elas vinda de 81,4% dos estudantes respondentes daquela edição do estudo. Tanto o relatório (Lima et al., 2011) quanto algumas publicações acadêmicas mais elaboradas que fizemos (Lima et al., 2014a; Lima et al., 2014b) enfatizam a necessidade de ofertas mais variadas, indo além do plano de negócios, focando mais atividades e disciplinas, assim como a proximidade da EE com a realidade dos empreendedores.

Segundo o relatório e a publicação, essas iniciativas de aperfeiçoamento da EE devem complementar os avanços já realizados na área. Um desses avanços foi registrado recentemente por Hashimoto (2013), em seu estudo sobre os centros de empreendedorismo (CE) existentes nas IES brasileiras. As principais funções dos CE são o reforço e disseminação da preparação para se empreender com a promoção de palestras, oficinas, visitas técnicas, cursos, concursos sob a forma de desafios, atividades práticas, a ampliação da rede de relação dos interessados em empreendedorismo, etc. A pesquisa mapeou 1.600 instituições, das quais 400 (25%) têm algum tipo de CE. Destes, 33 foram considerados para análise mais detalhada, por cumprirem relativamente bem as principais funções de um CE. Segundo o autor, destes, 58% se concentram na região sudeste do país e enfatizam

principalmente a oferta de disciplinas de empreendedorismo, que ocupam 30% do tempo dos professores ligados aos CE. Em média, esses CE oferecem duas disciplinas para alunos de graduação e uma para alunos de pós-graduação em diversas faculdades da mesma IES, muito frequentemente como disciplinas obrigatórias. A oferta é bem menor do que a dos CE de países desenvolvidos, que registravam o dobro para graduação, e três disciplinas para pós-graduação; contudo, o número médio de alunos atendidos pelas disciplinas a cada vez que são oferecidas é de 200 na graduação e 99 na pós-graduação, muito superior aos CE no exterior (Hashimoto, 2013).

No contexto brasileiro, há IES que se notabilizaram pelo elevado avanço que atingiram na oferta de EE, como a PUC do Rio de Janeiro. Por meio da Coordenação de Ensino de Empreendedorismo - CEMP, ela oferece uma formação complementar em EE a todos os seus alunos com certificação à parte; e o CEMP articula também outras formas de apoio ao empreendedorismo, como a incubação de negócios no Instituto Gênesis, uma destacada incubadora universitária brasileira (CEMP, 2014).

Algo mais raro no Brasil é se encontrar a EE realizada de forma transversal, ou seja, como um tema que perpassa as diferentes disciplinas dos cursos. O SENAC de São Paulo é um exemplo de instituição que já chegou a esse nível de desenvolvimento da EE, em seus cursos técnicos e superiores.

Por outro lado, há experiências inovadoras de EE que fogem ao clássico formato de disciplinas. É o caso das Células Empreendedoras, metodologia criada em Recife pelo professor Genésio Gomes em 2008 para incentivar os alunos a desenvolver o espírito empreendedor, a proatividade e a autonomia. São grupos de alunos incentivados pelos líderes das células a agir sobre um tema. O método já se tornou multi-institucional e recebeu, em 2012, o Prêmio Educação Empreendedora Brasil (Endeavor-Sebrae) e o Prêmio Santander Universidades – Empreendedorismo, na categoria Economia Criativa (UPE, 2014).

Além de iniciativas formais das IES, uma profusão de competições visando estimular a mentalidade empreendedora e a formação de *startups* tem acontecido. Por exemplo, o Sebrae realiza o Desafio Universitário Empreendedor, que estimula alunos de todos os cursos universitários numa competição nacional visando o desenvolvimento de atitudes empreendedoras. O total de participantes em 2014 superou a marca dos 34 mil estudantes.

No desenvolvimento da EE no país, o relatório do Estudo GUESSS Brasil de 2011 já havia destacado o importante papel desempenhado também por encontros científicos, como o EGEPE, realizado pela Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas - ANEGEPE, e pela Rodada de Educação Empreendedora (REE), organizada pela Endeavor Brasil e pelo Sebrae. Em 2013, outro tipo de encontro realizado pelo Sebrae teve destaque: o Encontro Nacional de Educação Empreendedora envolvendo representantes de todos os níveis de educação. Nele, foi formalizado entre o Ministério da Educação e o Sebrae um acordo para se introduzir a EE no Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (PRONATEC).

Ainda em 2013, houve a parceria entre a Universidade Nove de Julho (UNINOVE) e a ANEGEPE que organizou em São Paulo o Fórum Internacional em Empreendedorismo. No evento, o tema “a formação para ser o seu próprio patrão” foi debatido pelo público presente e por pesquisadores brasileiros com o professor canadense Louis Jacques Fillion, uma referência internacional em ensino e pesquisa na área do empreendedorismo. A ANEGEPE, quando da realização de seu congresso bienal, o EGEPE, tem nele inserido painéis com especialistas debatendo a EE, sobretudo no nível superior. Há também iniciativas mais regionais de debate sobre o tema fora do Sudeste e do Sul do país. Por exemplo, o Encontro Alagoano de Educação Empreendedora chegou a sua segunda edição em 2014.

Podem-se citar outros avanços recentes no Brasil, como é o caso da criação do primeiro Departamento de Empreendedorismo e Gestão na Universidade Federal Fluminense em, 2013 (UFF, 2014). Também em 2013, foi criada a Escola de Negócios do Sebrae-SP, em parceria com o Centro Paula Souza (que se responsabiliza pelas faculdades de tecnologia – as FATEC –, e escolas técnicas – as ETEC – do Estado de São Paulo. Um dos objetivos da escola é promover a educação integrada com práticas de trabalho e pesquisa, colocando o empreendedorismo em destaque no aprendizado (Sebrae-SP, 2014). Adicionalmente, em 2014, a Faculdade de Economia e Administração – FEA, da USP, iniciou as aulas de seu Mestrado Profissional em Empreendedorismo, de natureza *stricto sensu*, com duas áreas de estudos: empreendedorismo interno e criação ou desenvolvimento de novos negócios (FEA-USP, 2014).

O conjunto dessas ações é feito com base na suposição de que a EE impacta de forma positiva na intenção empreendedora, na geração de benefícios para a sociedade e na autoeficácia dos estudantes (nível de crença que eles têm de ser competentes para empreender com sucesso). Contudo, essa relação não é assegurada para qualquer tipo de EE e com qualquer nível de qualidade. Algumas pesquisas empíricas citadas por Lima et al. (2014a) tiveram como resultado uma diminuição da intenção empreendedora e da autoeficácia dos estudantes universitários com a EE. Vão neste mesmo sentido os próprios resultados desse estudo empírico (Lima et al., 2014a) com respostas de 25.751 estudantes de 37 IES brasileiras. Certamente, a diminuição da intenção empreendedora e da autoeficácia não é algo necessariamente nocivo – afinal, por exemplo, não se quer que pessoas excessivamente autoconfiantes, mas despreparadas, se ponham a empreender com exagerado risco de fracasso. Nessa situação, a EE pode estar servindo para que candidatos a empreender sejam mais realistas, vendo que o empreendedorismo não é tão fácil quanto pensavam. No entanto, os resultados desses diferentes estudos servem de alerta para que se faça uma reflexão sobre a possibilidade de a EE, por melhores que sejam as intenções de seus promotores, não ter a composição de atividades e disciplinas adequada ou a qualidade suficiente para produzir os efeitos benéficos esperados. Assim, mesmo que se acredite que as IES brasileiras estejam fazendo progressos na quantidade e na variedade da oferta de EE, é recomendável uma análise detalhada da oferta quanto a seus conteúdos e a sua qualidade, algo que buscamos fomentar e estimular com o Estudo GUESSS Brasil.

Hashimoto (2013), em sua pesquisa sobre os centros de empreendedorismo, chama atenção para a necessidade de um novo paradigma na EE brasileira em que os professores utilizariam mais amplamente no país as abordagens vivenciais e dinâmicas, propondo atividades que desafiem os alunos com o uso de simulações, de laboratórios, de práticas e de testes. Segundo ele, para isso, a formação dos professores é importante para que tenham nova postura e adquiram novo repertório pedagógico visando impulsionar a EE no Brasil.

4- Métodos, dados e características da amostra

Internacionalmente, o estudo GUESSS está vinculado ao *Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship* e ao *Center for Family Business* da universidade suíça de St. Gallen e o estudo está sob a gestão do Dr. Philipp Sieger, professor e pesquisador ligado a esses dois organismos. Por sua vez, o Estudo GUESSS Brasil é coordenado nacionalmente pelo Dr. Edmilson Lima, professor e pesquisador do Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo. Tanto o professor quanto o grupo são vinculados aos programas de mestrado e doutorado em Administração da UNINOVE. Do mesmo modo, os outros 33 países participantes do GUESSS nos anos 2013-2014 têm, cada um, sua própria coordenação nacional, segundo o que detalha o relatório internacional disponível em http://guesssurvey.org/e_publication_int.html.

O Estudo GUESSS Brasil é uma pesquisa do tipo levantamento (*survey*) que utiliza como instrumento de coleta de dados um questionário estruturado e de conteúdo padronizado internacionalmente (com exceção de algumas questões finais), mas adaptado para o Português usado no Brasil. O questionário baseou-se no uso de questões fechadas, respondidas pelos estudantes na internet depois de aceitarem o convite de resposta a eles encaminhado por professores, como descrito na introdução deste relatório. A padronização internacional do questionário é necessária, dado que o GUESSS é uma pesquisa do tipo painel e que visa, entre outras coisas, a comparação dos dados entre diferentes países. As respostas foram estimuladas com algumas compensações oferecidas aos estudantes e com material didático oferecido aos professores, como também já descreveu a introdução.

Essa nova edição do Estudo GUESSS Brasil foi possível graças ao imprescindível apoio de variados atores: professores parceiros (listados em <http://guesssbrasil.org/instituicoes-de-ensino-participantes>), que se responsabilizaram pela coleta de dados em cada uma das mais de 60 IES brasileiras; outros professores, assim como coordenadores, diretores e até mesmo reitores que atenderam ao pedido de auxílio dos parceiros; a UNINOVE, por facilitar as atividades da coordenação nacional do estudo e conceder financiamento para a realização deste; a equipe de colaboradores da coordenação nacional, dentre os quais os coautores do presente relatório; e, claro, um grande número de estudantes que responderam o questionário *online*.

4.1- Dados coletados no Brasil e no mundo

Tabela 1 - Número de respostas para cada país

País	Número de respostas	Porcentual do total
<i>Brasil*</i>	12.561	11,5
Polônia	11.860	10,9
Alemanha	10.570	9,7
Espanha**	10.545	9,7
Países Baixos*	9.907	9,1
Hungria	8.844	8,1
Itália	7.765	7,1
Suíça	7.419	6,8
Singapura	6.471	5,9
Rússia*	4.578	4,2
Áustria	4.220	3,9
Malásia**	2.452	2,2
Estônia**	1.391	1,3
Israel**	1.086	1,0
Dinamarca**	1.027	,9
Eslovênia**	903	,8
Japão*	890	,8
Colômbia**	801	,7
Finlândia	704	,6
Inglaterra*	654	,6
México	637	,6
Canadá**	509	,5
Austrália**	495	,5
Grécia	435	,4
Bélgica	402	,4
França	332	,3
Escócia**	280	,3
Romênia*	277	,3
Estados Unidos**	245	,2
Portugal	213	,2
Liechtenstein	203	,2
Argentina*	190	,2
Luxemburgo	153	,1
Nigéria**	7	,0
Total	109.026	100

* Países que entraram no estudo no ano de 2011.

** Países que entraram no estudo no ano de 2013.

Tabela 2 - Número de questionários respondidos por instituição no Brasil

IES ⁽¹⁾	N. de respostas ⁽²⁾	%	N. de respostas em 2011 ⁽²⁾	% em 2011
CEUT - PI	155	1,2	454	1,8
ESPM - SP	853	6,8	766	3,0
FACCAMP - SP	11	0,1	523	2,0
FACESM - MG	151	1,2	213	0,8
FADERGS - RS	79	0,6	(antes era ESADE) 480	1,9
FAI - MG *	55	0,4		
FATEC de Pindamonhangaba - SP	82	0,7	10	0,0
FECAP - SP *	118	0,9		
FGV - SP	7	0,1	22	0,1
FMU - SP *	17	0,1		
FURB - SC	52	0,4	121	0,5
IESUR - RO *	7	0,1		
IFSP Caraguatatuba - SP	12	0,1	10	0,0
IFSULDEMINAS - MG *	48	0,4		
INATEL - MG *	332	2,6		
Inspere - SP	9	0,1	106	0,4
SENAC - SP *	92	0,7		
UCDB - MS *	10	0,1		
UDESC - SC	694	5,5	141	0,5
UEL - PR	104	0,8	255	1,0
UEPB - PB *	17	0,1		
UERJ NOVA FRIBURGO - RJ *	103	0,8		
UFAL - AL *	200	1,6		
UFBA - BA	2.999	23,9	132	0,1
UFCG - PB *	97	0,8		
UFERSA - RN *	41	0,3		
UFFS - RS e SC *	85	0,7		
UFGD - MS	17	0,1	125	0,5
UFMS - MS	389	3,1	34	0,1
UFMT - MT	25	0,2	108	0,4
UFPA Bragança - PA *	40	0,3		
UFPB - PB *	36	0,3		
UFPE - PE	10	0,1		
UFPR - PR	9	0,1	70	0,3
UFRGS - RS *	179	1,4		
UFRPE - PE *	87	0,7		
UFRR - RR *	279	2,2		
UFRRJ - RJ *	553	4,4		
UFS - SE	155	1,2	167	0,6
UFSC - SC	103	0,8	73	0,3
UFSJ - MG	90	0,7	176	0,7
UFU - MG	6	0,0		
UFV - MG	1.082	8,6	562	2,2
Un. Mackenzie - SP	51	0,4	1.553	6,0
UnC - SC *	121	1,0		
UnG - SP *	89	0,7		
UNICAMP - SP *	5	0,0		
UNIFACS - BA	23	0,2	420	1,6
UNIFEI - MG	5	0,0	212	0,8
UNINOVE - SP	1.178	9,4	(ajustado para 1.040) 15.794	61,1
UNISAL - SP *	5	0,0		
UNISANTA - SP *	23	0,2		
UNISINOS - RS *	225	1,8		
UNITAU - SP *	245	2,0		
UNIVÁS - MG	8	0,1	43	0,2
UNIVATES - RS	11	0,1	627	2,4
UNOESC - SC *	5	0,0		
UPE - PE *	15	0,1		
USF - SP	229	1,8	1.247	4,8
USP cidade de São Paulo - SP	41	0,3	52	0,2
USP São Carlos - SP *	47	0,4		
UTFPR - PR *	175	1,4		
Outras	570	4,7	535	2,1
TOTAL DO BRASIL	12.561	100	(ajustado para 11.113) 25.867	---
TOTAL INTERNACIONAL	109.026	---	93.265	---

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

(2) Apenas as IES com 5 ou mais questionários respondidos são apresentadas nesta tabela.

* IES que ingressaram no estudo em 2013.

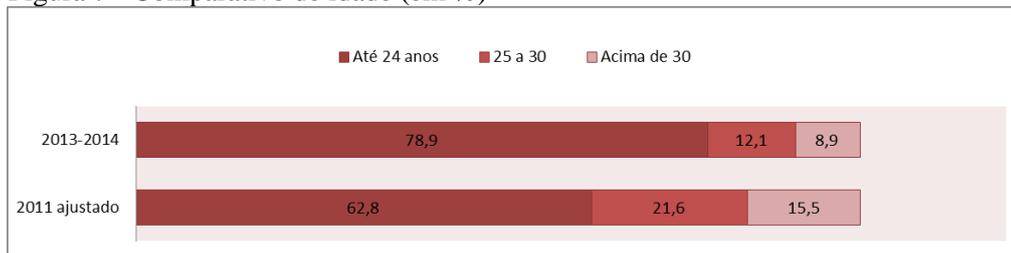
A amostra de 2013-2014, apesar de menor do que a de 2011, apresenta vantagens. Ela é mais equilibrada quanto à distribuição de respostas vindas de IES públicas e privadas e das diferentes regiões do Brasil. Enquanto 70,6% das respostas foram originárias essencialmente de duas IES privadas da cidade de São Paulo em 2011, o novo cenário de 2013-2014 é de 28,8% para IES privadas de vários estados, 66,6% de IES públicas de vários estados e 4,6% de outras – estas são relativas a respostas de estudantes que não se identificaram como sendo das IES listadas na tabela 2.

Buscando reparar parte dos possíveis vieses do relatório de 2011 provocados pelo desbalanceamento da amostra e tornar mais plausível a comparação das estatísticas daquele ano com as atuais, do período 2013-2014, o presente relatório utiliza os dados de 2011 com um ajuste na quantidade de respostas da UNINOVE. Tal ajuste refere-se ao sorteio aleatório na amostra de 2011 de apenas 1.040 respondentes da UNINOVE (para substituir seus originais 15.794 respondentes) e utilização de uma amostra ajustada para aquele ano com um total de 11.113 respondentes. É esta amostra ajustada que foi tomada no presente relatório como comparativo para os dados de 2013-2014, nas situações em que tal comparação se mostrou possível e pertinente. Quando o comparativo se aplicar, os gráficos expostos doravante no texto destacarão o ajuste referindo-se a “2011 ajustado”. O novo número de respondentes da UNINOVE considerado na amostra ajustada de 2011 corresponde a 10,33% do número total de respondentes das demais IES (ou seja, do total sem os respondentes da própria UNINOVE), mesma porcentagem que ocorre na amostra de 2013-2014. O reparo fez o número de respondentes da cidade de São Paulo de 2011 descer para 31,6% do total da amostra ajustada.

4.2- Características dos respondentes

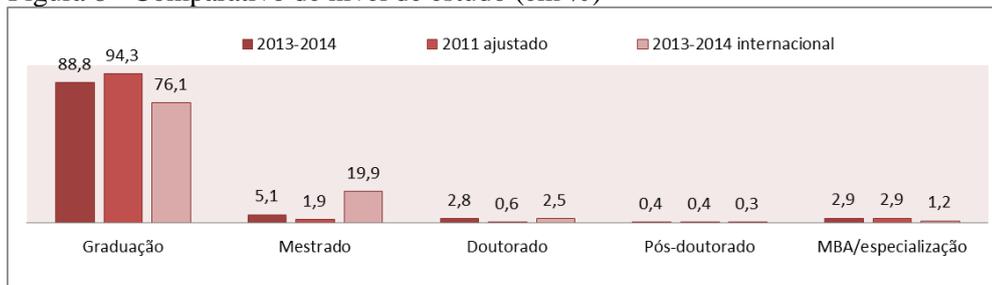
4.2.1- Idade, nível de estudo e gênero

Figura 7 - Comparativo de idade (em %)



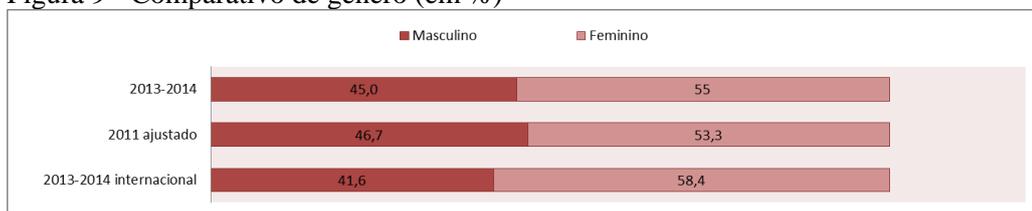
Como ocorreu no estudo em 2011, a maioria dos respondentes tem até 24 anos de idade no Brasil, sendo a faixa etária com menor número de respondentes a de mais de 30 anos. Isso acompanha a distribuição dos respondentes segundo o nível de estudos, a graduação (cujos estudantes são mais novos) sendo a fonte de cerca de 90% das respostas brasileiras, como mostra a figura 8. O estudo internacional de 2013-2014, incluindo o Brasil, tem média etária de 23,1 anos e mediana de 22 anos, enquanto a essa média para o Brasil é de 24 anos e, a mediana, de 22 anos. A distribuição internacional por nível de estudo tem 76,1% dos respondentes concentrados na graduação e 19,9% no mestrado. As demais porcentagens são detalhadas na figura 8.

Figura 8 - Comparativo de nível de estudo (em %)



A participação de mestrandos na amostra brasileira de 2013-2014 foi superior à de 2011, assim como ocorreu com os doutorandos, o que explica a queda no percentual de graduandos de um período para outro: de 94,3% para 88,8%.

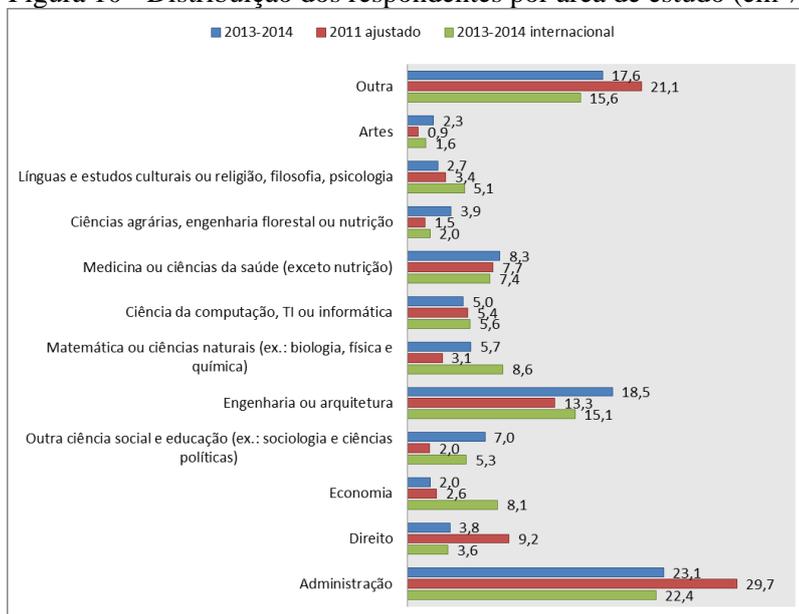
Figura 9 - Comparativo de gênero (em %)



As mulheres são a maioria dos respondentes brasileiros (em torno de 55%), com porcentagens similares para 2013-2014 e 2011. Na amostra internacional, 58,4% são mulheres.

4.2.2- Áreas de estudo

Figura 10 - Distribuição dos respondentes por área de estudo (em %)

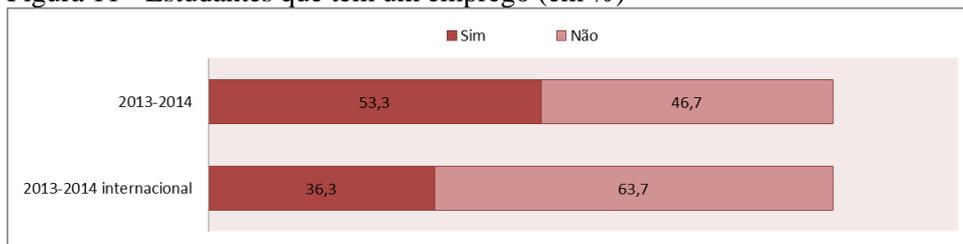


Percebe-se na figura 10 que os respondentes estão majoritariamente vinculados à área de Administração, estando os percentuais de 2013-2014 próximos a 23% para o Brasil e para o estudo internacional. Essa mesma proximidade ocorre em torno de 16% para “outra”, que agrupa áreas de estudo que os respondentes não associaram às demais opções de resposta listadas na figura. Um percentual elevado dos respondentes também é de Engenharia ou Arquitetura. Os comparativos apenas para o Brasil indicam que houve queda no percentual de respondentes brasileiros entre os dois períodos considerados para Administração (6,6 pontos percentuais), Direito (5,4 pontos) e “outra” (3,5 pontos), favorecendo o equilíbrio da amostra brasileira de 2013-2014. Por outro lado, subiu em 5,2 pontos percentuais a participação no estudo de estudantes de Engenharia ou Arquitetura. Segundo a figura 4, da seção 3, isso coincide com o aumento do número de estudantes dessas áreas de 2010 para 2012 nas IES brasileiras. Outras variações são mostradas na figura 10, destacando-se a diferença de 5 pontos percentuais a mais para 2013-2014 na área outra ciência social e educação.

4.2.3- Trabalho e estudo

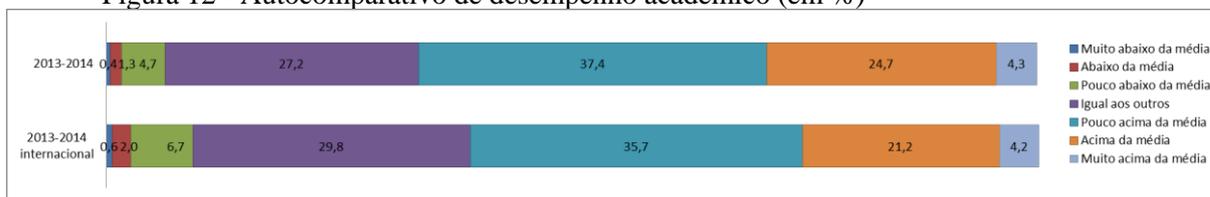
Diferentemente do *survey* de 2011, em 2013-2014, o Estudo GUESSS Brasil e o GUESSS internacional consultaram os estudantes sobre a detenção de um emprego e seu desempenho acadêmico. Os dados obtidos quanto a esses aspectos são comparados nas figuras desta seção.

Figura 11 - Estudantes que têm um emprego (em %)



Como se vê, uma maior proporção de estudantes brasileiros (53,3%) têm um emprego na comparação com a amostra internacional (36,3%). Segundo outras respostas obtidas com os estudantes, há também uma considerável diferença entre as amostras quanto à média de horas semanais dedicadas ao trabalho no emprego: 33,7 horas para o Brasil e 25,7 para a amostra internacional. Isso indica que a realidade de trabalho dos respondentes brasileiros está mais próxima das horas consideradas em muitos países como trabalho de jornada semanal completa (40 horas) e que a dos respondentes da amostra internacional está mais perto do trabalho de jornada parcial (20 horas), normalmente considerado mais prócio aos estudos.

Figura 12 - Autocomparativo de desempenho acadêmico (em %)

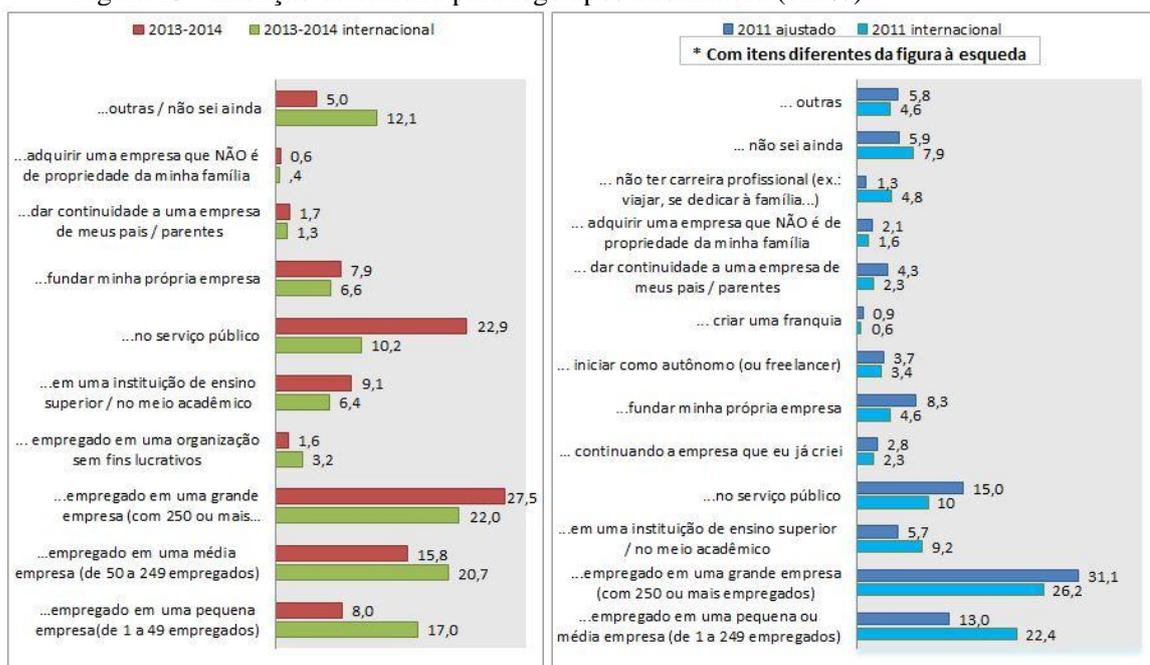


As respostas para montar esse comparativo foram captadas em uma escala de 1 (muito abaixo da média) a 7 (muito acima da média). A média das respostas brasileiras foi de 4,91. Foi de 4,78 na amostra internacional. Isso significa que os estudantes, em geral, percebem seu desempenho como levemente acima da média – os brasileiros um pouco mais, mesmo tendo dito que trabalham mais horas por semana. Uma proporção menor de respondentes brasileiros se percebe com desempenho abaixo da média (6,4%) em comparação com a amostra internacional (9,3%). Por outro lado, uma proporção maior dos brasileiros, de 29%, se percebe com desempenho pelo menos acima da média, enquanto tal proporção é de 25,4% na amostra internacional.

5- Intenções de carreira

As intenções de carreira, principalmente no que se refere ao empreendedorismo, são o centro de interesse do Estudo GUESSS Brasil e do GUESSS internacional. Portanto, nos dois estudos, os respondentes foram convidados a se manifestar sobre seus interesses de trabalho para logo após a formatura e para cinco anos depois dela.

Figura 13 - Intenção de carreira para logo após a formatura (em %)

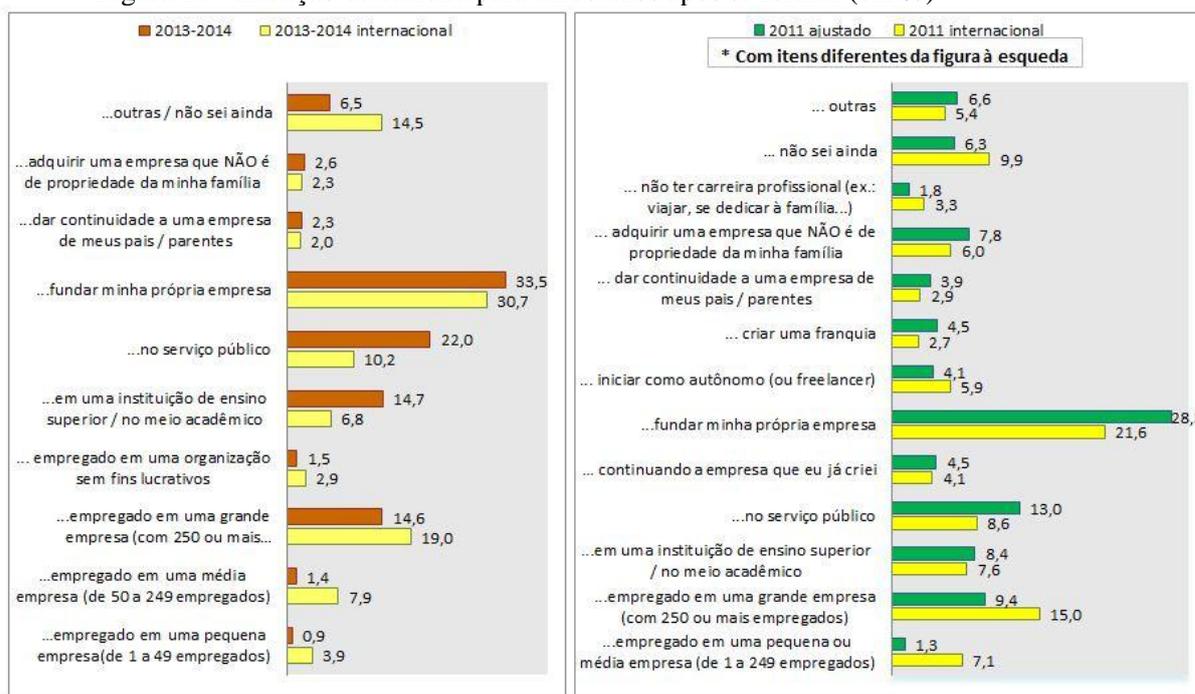


Na figura 13, os dados de “2011 ajustado” são apresentados apenas como ilustração do que se observou naquele ano. Não é possível sua utilização para uma comparação precisa com os dados de 2013-2014, pois o *survey* de 2011 questionou os respondentes sobre uma variedade maior de itens e houve um deles, “... empregado em uma pequena ou média empresa (de 1 a 249 empregados)”, que foi tratado de modo agregado, sem a divisão ocorrida no período 2013-2014 em “empregado em uma pequena empresa” e “empregado em uma média empresa”. Houve também o item “... empregado em uma organização sem fins lucrativos”, que não passou por consulta em 2011. Com uma variedade maior de itens para “2011 ajustado”, a tendência é que os percentuais de suas respostas sejam mais distribuídos e, portanto, menores para cada uma delas. Assim, quando se toma ao acaso um item como, por exemplo, “... no serviço público”, não se pode afirmar que há de fato uma diferença entre os percentuais 22,9% e 15,0% referentes ao Brasil. Por esses motivos, a figura foi dividida em duas partes distintas.

Centrando-se os comparativos apenas em 2013-2014 para as amostras brasileira e internacional, nota-se que uma proporção maior de respondentes brasileiros deseja fundar sua própria empresa (apenas 1,3 pontos percentuais a mais), ser empregada no serviço público (12,7 pontos percentuais a mais) e em uma empresa com 250 empregados ou mais (5,5 pontos percentuais a mais). Na amostra internacional, mais respondentes mostraram interesse pelo emprego em pequenas e médias empresas. Diferenças semelhantes também ocorreram no ano de 2011, mas com superioridade marcante da amostra brasileira quanto a se fundar a própria empresa. Seria interessante buscar em estudos futuros a verificação, por exemplo, se a mudança do perfil dos respondentes brasileiros entre os diferentes anos (de regiões mais variadas e predominantemente de IES públicas em 2013-2014, entre outros) ajuda a explicar a diferença mais modesta em 2013-2014 na intenção de se fundar a própria empresa.

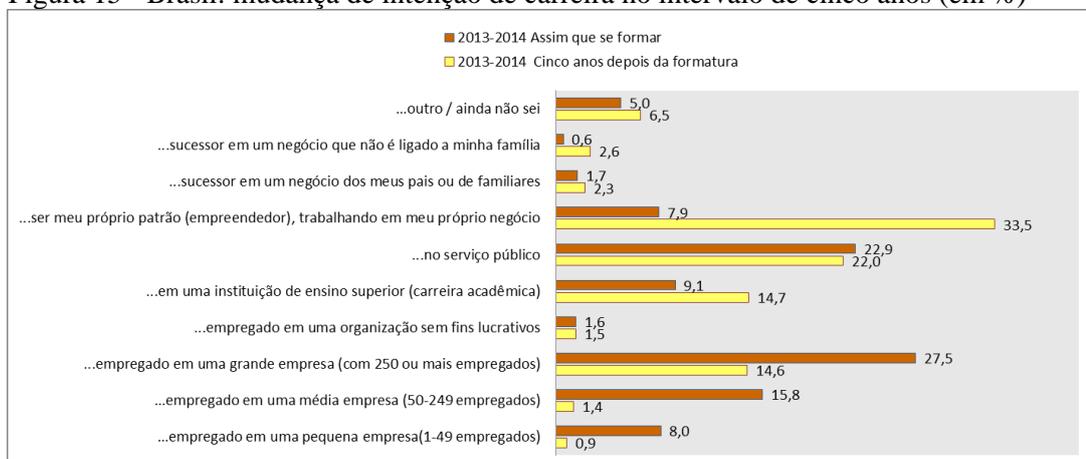
É menor a porcentagem de brasileiros interessados em um emprego no terceiro setor (1,6 pontos percentuais a menos). Chama também atenção a menor proporção dos brasileiros que responderam “... outras / não sei ainda” (7,1 pontos percentuais a menos) em 2013-2014.

Figura 14 - Intenção de carreira para cinco anos após se formar (em %)



Como também se viu em 2011, a comparação das figuras respectivamente para os períodos logo que se formar e cinco anos após se formar mostra que os respondentes brasileiros e estrangeiros mudam em grande parte da preferência por um emprego para a intenção de ter seu próprio negócio. Descem consideravelmente os percentuais da primeira em benefício do aumento da segunda. Esse comparativo para o Brasil é resumido na figura 15, sobre a mudança de intenção de carreira em cinco anos.

Figura 15 - Brasil: mudança de intenção de carreira no intervalo de cinco anos (em %)

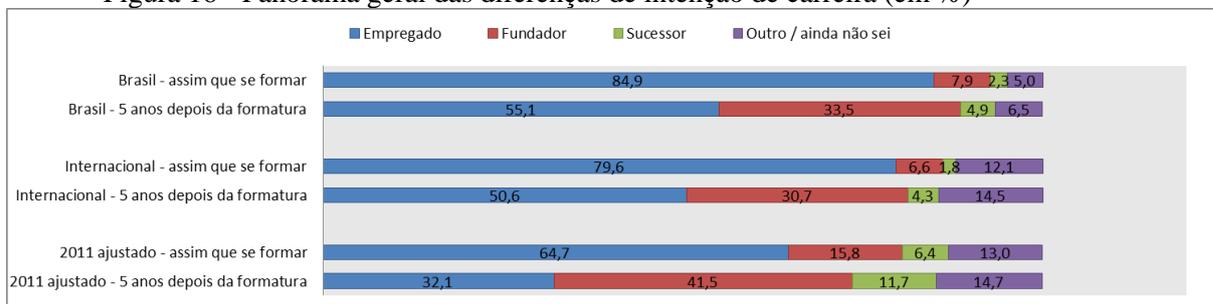


Para o Brasil, a diminuição do interesse pelo emprego afeta até a preferência por colocações em grande empresa, que mudou de 27,5% para 14,6%, enquanto foi menor a mudança de 22% para 19% na amostra internacional. Processo semelhante ocorreu no estudo do ano de 2011.

Com a mudança do espectro temporal considerado pelos respondentes, também sobem os percentuais brasileiros e internacionais para outras formas de atividade de negócio próprio: adquirir uma empresa que não é da família e dar continuidade aos negócios da família. Em 2011, viu-se o mesmo ocorrer para um item não tratado em 2013-2014: continuar a empresa que já criou. Certa proporção dos respondentes demonstrou interesse em trabalhar em IES, segundo um percentual que cresceu na mudança de espectro temporal. Para o Brasil, o crescimento foi de 5,6 pontos percentuais no estudo de 2013-2014.

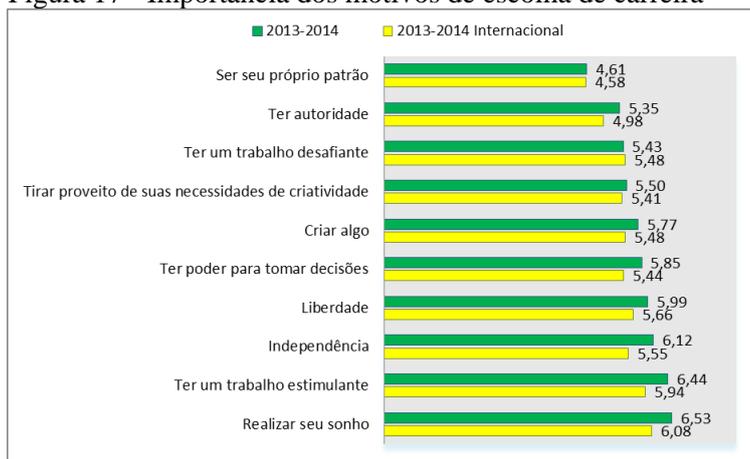
De modo simplificado, a figura 16 agrupa as opções de carreira em ser empregado, fundador, sucessor ou outro/ainda não sei. Os diferentes comparativos propiciados pela figura tornam mais facilmente visíveis a queda do interesse pelas opções de emprego e o aumento do interesse pelas opções de fundação de uma empresa e de ser sucessor em algum negócio.

Figura 16 - Panorama geral das diferenças de intenção de carreira (em %)



Para se entender melhor o porquê da escolha de carreira dos respondentes, estes foram questionados sobre os motivos de sua escolha com o uso de escalas em que as respostas possíveis variaram de 1 (nada importante) a 7 (muito importante). Os motivos apresentados a eles para consulta foram os listados na figura 17, na qual já se veem as médias das respectivas respostas.

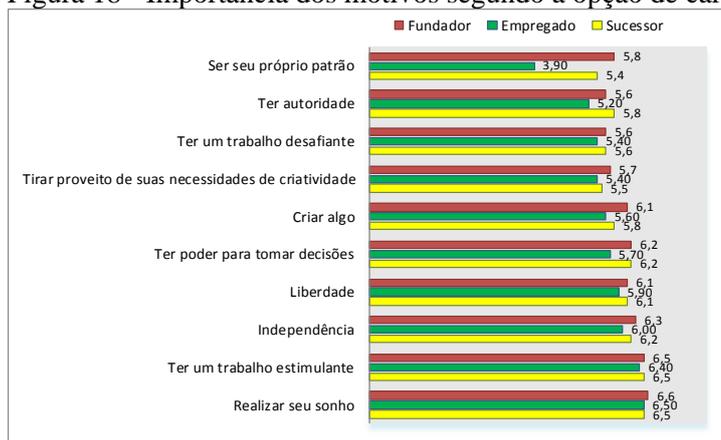
Figura 17 - Importância dos motivos de escolha de carreira



As barras verdes são relativas aos respondentes brasileiros. Com elas, nota-se que as médias de resposta para o Brasil são ligeira e sistematicamente superiores às médias internacionais, com exceção do item “ter um trabalho desafiante”. O item “realizar seu sonho” aparece como o mais importante para o Brasil e internacionalmente – segundo as respostas de todos os estudantes das amostras indistintamente: para aqueles que querem ser empregados, fundadores, sucessores ou “outro / não sei ainda”. Justamente, o fato de as respostas virem de todas as categorias de respondentes indistintamente parece explicar porque “ser seu próprio patrão” aparece como a motivação de mais baixo percentual da figura. Enquanto os demais itens podem se aplicar sem dificuldade a qualquer categoria de escolha de carreira, principalmente “realizar seu sonho”, o item “ser seu próprio patrão” parece se aplicar melhor à categoria “fundador”, tendendo a receber respostas de valor numérico mais baixo de respondentes das demais categorias. Isso contribuiria para a média de todo o conjunto de respondentes ficar mais baixa para “ser seu próprio patrão”.

O que se vê na figura 18 dá mais força a essa possibilidade de explicação.

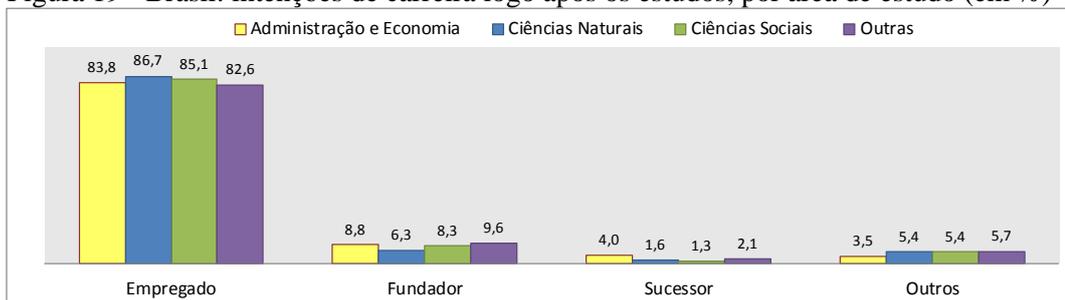
Figura 18 - Importância dos motivos segundo a opção de carreira



Segundo a figura 18, os estudantes da categoria fundador têm a média de resposta do item “ser seu próprio patrão” com a maior superioridade em toda a figura no comparativo com os da categoria empregado (5,80-3,90=1,90). Contudo, para a categoria fundador, as médias mais altas e que passam de 6,0 (o máximo é 7,0 na escala) são referentes aos itens “criar algo” (6,1), “ter poder para tomar decisões” (6,2), “liberdade” (6,1), “independência”, “ter um trabalho estimulante” (6,5) e “realizar seu sonho” (6,6). Este último item também foi o de média mais elevada para as três categorias de carreira consideradas frente a todos os demais itens listados na figura.

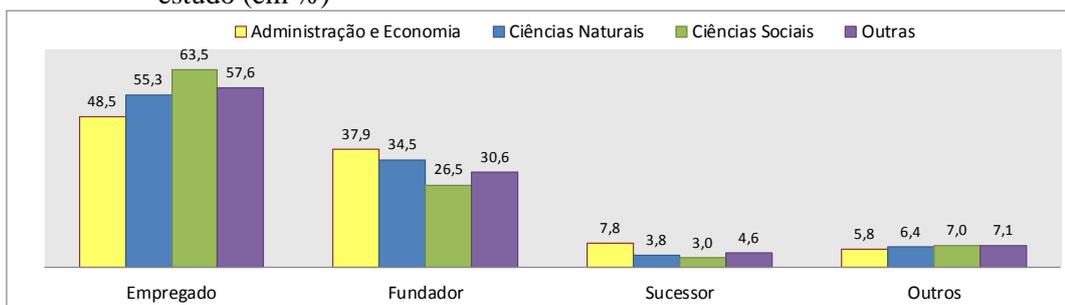
Na figura 19, as mesmas categorias de intenção de carreira são usadas, mas com o acréscimo da categoria “outros”, para propiciar um panorama da distribuição das intenções de carreira dos respondentes segundo sua área de estudo.

Figura 19 - Brasil: intenções de carreira logo após os estudos, por área de estudo (em %)



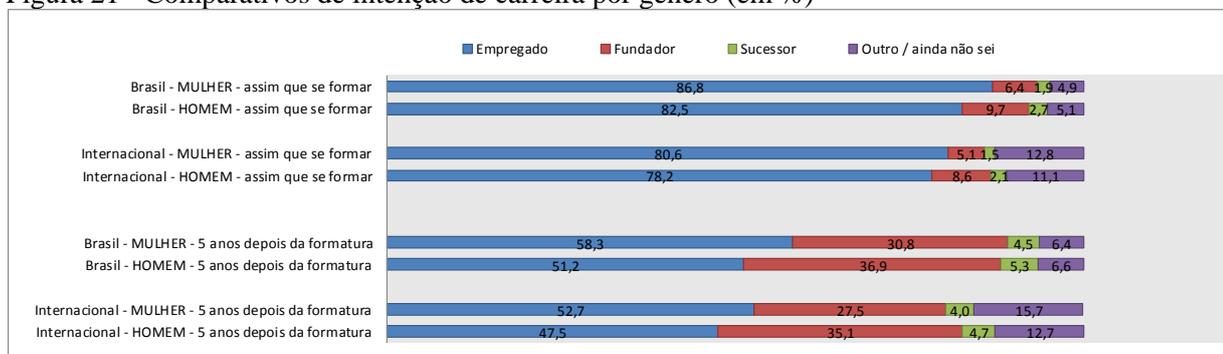
Os respondentes de Ciências Naturais (aqui incluídos estudantes das Engenharias e Ciências Exatas, entre outras áreas) e os de Administração e Economia mostram-se como os mais interessados em criar seu próprio negócio. Os menos interessados são de Ciências Sociais. Essa diferença talvez se explique pelo fato de que a formação em Ciências Sociais normalmente não foca atividades econômicas e de negócio a serem eventualmente conduzidas pelos estudantes ou o desenvolvimento de produtos e serviços a comercializar, contrariamente ao que se vê nas outras duas áreas.

Figura 20 - Brasil: intenções de carreira para cinco anos depois de se formar, por área de estudo (em %)



Comparando-se as figura 19 e 20, percebe-se que o maior incremento na categoria fundador ocorreu entre os estudantes de Administração e Economia (29,1 pontos percentuais a mais). A menor diminuição na categoria empregado se passou entre os estudantes de Ciências Sociais (21,6 pontos percentuais a menos). Nota-se também que, na categoria sucessor, os estudantes de Administração e Economia apresentam a maior proporção nos dois períodos considerados (4,0% e 7,8%). Isso pode ser reflexo de uma eventual presença mais acentuada de filhos de proprietários de empresa nessa área de estudo.

Figura 21 - Comparativos de intenção de carreira por gênero (em %)



Quando se comparam as intenções de carreira entre os dois gêneros, reforça-se a ideia de hiato de gênero. Esta refere-se à constatação regularmente feita em numerosos estudos empíricos segundo a qual as mulheres demonstram menos intenção empreendedora e menos autoeficácia do que os homens (Lima, Nelson e Nassif, 2014). Na figura 21, isso se repete com as mulheres mostrando sistematicamente menor percentual do que os homens nas categorias fundador e sucessor.

6- Determinantes do interesse de empreender

Apresentamos aos estudantes uma série de seis itens em uma escala para discriminar melhor sua intenção de empreender do que poderíamos fazer com questões do tipo sim ou não a respeito da vontade de terem seu próprio negócio⁶. Trata-se de uma escala proposta por Liñan e Chen (2009) que oferece gradação de resposta de 1 (discordo completamente) a 7 (concordo completamente). Os seis itens da escala estão listados no quadro 1.

Quadro 1 - Itens da escala de força da intenção empreendedora

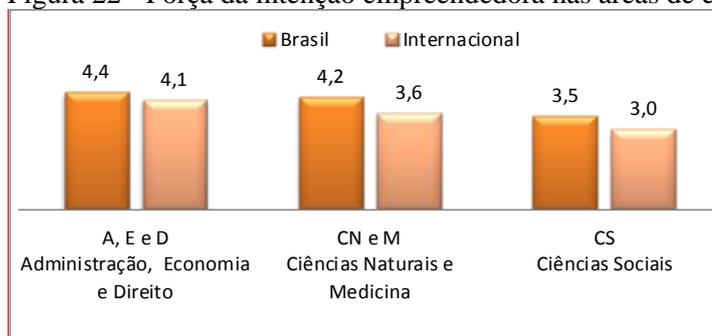
Número do item	Afirmação
1	Estou pronto(a) a fazer qualquer coisa para ser um(a) empreendedor(a).
2	Minha meta profissional é me tornar empreendedor(a).
3	Eu farei todo esforço necessário para iniciar e desenvolver meu próprio negócio.
4	Estou determinado(a) a criar uma empresa no futuro.
5	Eu tenho pensado seriamente em criar uma empresa.
6	Eu tenho a forte intenção de criar uma empresa algum dia.

Fonte: Liñan e Chen (2009).

⁶ Questões do tipo sim ou não são uma abordagem comum e confiável (Zellweger et al., 2011), mas apresentam a fraqueza potencial de categorizar como não empreendedores os respondentes que pensam seriamente em empreender no futuro mas ainda preferem outra opção de carreira quando se lhes pede uma resposta sim ou não; ou seja, tal abordagem desconsidera o espírito empreendedor dos respondentes que veem na carreira de empreendedor uma segunda opção desejável (Sieger, Fueglistaller e Zellweger, 2014).

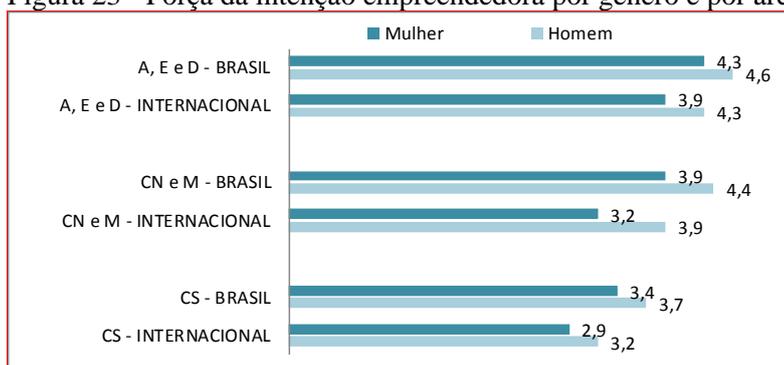
Tomamos a média das respostas obtidas com esses itens como uma medida agregada de intenção empreendedora, assim como foi feito no estudo GUESSS internacional. É utilizada no comparativo feito na figura 22 entre as amostras nacional e internacional de 2013-2014.

Figura 22 - Força da intenção empreendedora nas áreas de estudo



O Brasil aparece com médias mais altas de força das intenções empreendedoras frente ao estudo internacional nas três áreas de estudo consideradas, com uma vantagem maior (de 0,6 ponto porcentual) para CN e M. Tais resultados corroboram vários outros apresentados neste relatório que mostram os estudantes do Brasil em superioridade.

Figura 23 - Força da intenção empreendedora por gênero e por área



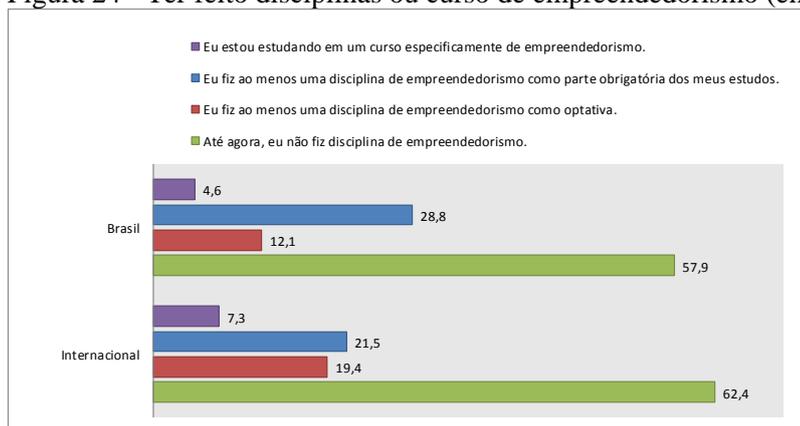
Nesta figura 23, o hiato de gênero volta uma vez mais a se apresentar por estarem as mulheres sistematicamente com menor força das intenções empreendedoras nas diferentes áreas de estudo tanto para o Brasil quanto para a amostra internacional. No entanto, vê-se que a superioridade brasileira frente à amostra internacional ocorre para ambos os gêneros e é mais pronunciada no comparativo entre mulheres das duas amostras. Apenas para as mulheres de CS a superioridade é igual à masculina: 0,5 ponto porcentual.

6.1- O contexto da instituição de ensino

Interessa-nos apresentar nesta seção elementos que propiciem a compreensão do papel das IES e do ambiente que oferecem aos estudantes no desenvolvimento das intenções empreendedoras e na preparação dos estudantes para empreender. Isso concorda com um dos padrões adotados no GUESSS para todos os países, segundo o qual o questionário privilegia, entre outras coisas, a coleta de dados especificamente sobre esses aspectos.

Assim, questionamos os estudantes sobre disciplinas e cursos de empreendedorismo que eventualmente tenham feito. No questionário, eles poderiam marcar livremente uma ou mais das quatro respostas possíveis discriminadas na figura 24.

Figura 24 - Ter feito disciplinas ou curso de empreendedorismo (em %)



Como se vê, no Brasil, quase 60% responderam que não fizeram qualquer disciplina de empreendedorismo e quase 30% informou ter feito ao menos uma disciplina obrigatória sobre o tema, estando o país com superioridade em relação à amostra internacional em ambos os casos. Por outro lado, quando se trata de disciplina optativa, a superioridade é da amostra internacional, o que pode ser um indicativo de maior interesse dos estudantes ou mais oportunidade (ou ambos) para que cursem optativas. Os menores percentuais ocorrem para estar estudando em um curso (um programa de estudo que reúne várias disciplinas) específico de empreendedorismo – no Brasil ou na esfera internacional, mas com o Brasil em desvantagem de 2,7 pontos percentuais.

Outro objeto de consulta foi o ambiente de estudo nas IES brasileiras. Os estudantes foram convidados a indicar até que ponto concordavam com as afirmações listadas no quadro 2 relativas ao clima empreendedor em sua IES. Na escala, suas respostas poderiam variar de 1 (nada) a 7 (muito).

Quadro 2 - Itens relativos ao clima empreendedor nas IES

Número do item	Afirmação
1	A atmosfera de minha instituição de ensino me inspira a criar ideias para novos negócios.
2	Há um clima favorável para se tornar empreendedor em minha instituição de ensino.
3	Em minha instituição de ensino, os estudantes são estimulados a se envolver em atividades empreendedoras.

Fonte: Luethje e Franke (2004).

A média geral brasileira para as respostas dadas para os três itens relativos ao clima empreendedor nas IES foi de 4,3, enquanto a média internacional foi de 4,0. Esta última coincide com o ponto médio da escala, enquanto a média nacional a supera ligeiramente. A figura 25 indica que, no estudo nacional, 38% dos respondentes avaliou o clima com valores de 3 a 5. No estudo internacional, essa porcentagem foi de 46,3%. Contudo, uma proporção claramente mais elevada de respostas originárias do Brasil (42,4%) lhe atribuiu uma avaliação de 5 a 7, diferentemente do que ocorreu internacionalmente (23,9%). Nesse sentido, os respondentes do Brasil avaliam mais positivamente o clima empreendedor das IES.

Figura 25 - Avaliação do clima empreendedor nas IES (em %)



Além de se saber sobre a avaliação do clima empreendedor e o quanto de disciplinas ou cursos os estudantes estão fazendo na área do empreendedorismo, parece relevante registrar como avaliam sua aprendizagem na área. Nesse sentido, também computamos a média agregada das respostas dadas

numa escala (de 1 = nada a 7 = muito) composta dos itens do quadro 3. Para provocar as respostas em relação às afirmações do quadro 3, o texto de apresentação da escala incluiu esta introdução: “As disciplinas e atividades que eu fiz...”.

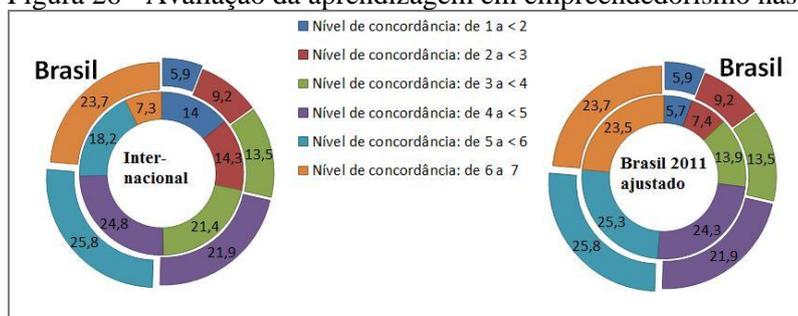
Quadro 3 - Itens relativos à aprendizagem em empreendedorismo

Número do item	Afirmação
1	... ampliaram minha compreensão das atitudes, valores e motivações dos empreendedores.
2	... ampliaram minha compreensão das ações que alguém tem que realizar para iniciar um negócio.
3	... aperfeiçoaram minhas habilidades de gestão para iniciar um negócio.
4	... aperfeiçoaram minha habilidade para desenvolver redes de relação.
5	... aperfeiçoaram minha habilidade para identificar oportunidades.

Fonte: Souitaris, Zerbinati e Al-Laham (2007).

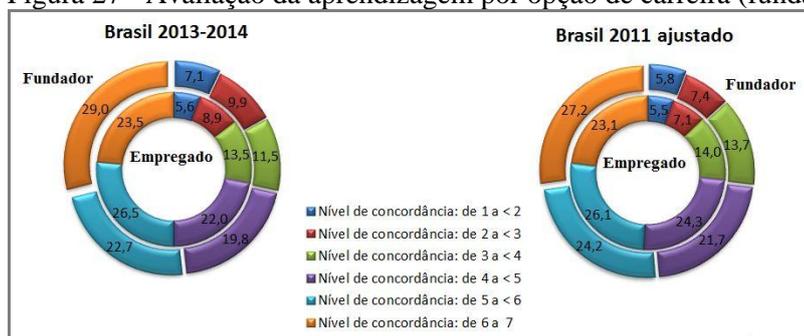
A média internacional para a escala foi novamente 4,0. A brasileira foi 4,6. A distribuição dos níveis de concordância mostrada na figura 26 é similar ao que se viu para as duas amostras em relação ao clima empreendedor. Para o Brasil, as avaliações de 5 a 7 perfazem 49,5% das respostas obtidas. Na esfera internacional, contudo, esse percentual é de 25,5%. A parte direita da figura 26 traz um comparativo da distribuição dos níveis de concordância para “Brasil 2011 ajustado” e “Brasil 2013-2014”. Nessa parte da figura, nota-se pouca diferença entre os dois períodos.

Figura 26 - Avaliação da aprendizagem em empreendedorismo nas IES (em %)



Parece procedente supor que os respondentes com intenção de ter um negócio logo que se formarem são os mais atentos à qualidade da aprendizagem em empreendedorismo propiciada pelas IES, enquanto os que querem um emprego seriam os menos atentos a isso. Sendo válida a suposição, tal diferença pode se mostrar também na avaliação feita pelos estudantes com os dois tipos de intenção de carreira. Buscando gerar *insights* úteis à reflexão a esse respeito, elaboramos a figura 27.

Figura 27 - Avaliação da aprendizagem por opção de carreira (fundador x empregado - em %)



Pode-se perceber que não são elevadas as diferenças de avaliação da aprendizagem em empreendedorismo entre os dois grupos de estudantes considerados nos dois períodos, mas tendem a ser maiores a partir do nível de concordância 4. Isso pode ser um indicativo de que a suposição utilizada tem mesmo razão de ser, ainda que parte do grupo com intenção de ser empregado possa pensar que uma questão sobre empreendedorismo não se aplica bem a ela. Porém, tal ideia se enfraquece ao se considerar a média das respostas para cada grupo: ela varia levemente entre 4,65 e 4,72 para as quatro amostras brasileiras. Se usássemos apenas uma casa decimal, as quatro seriam iguais a 4,7.

Além de termos informações sobre o clima empreendedor das IES e a aprendizagem em empreendedorismo, é relevante refletir quanto aos efeitos dos dois sobre a intenção empreendedora dos estudantes. Isso nos leva a dar passos similares aos do relatório internacional do GUESSS, com vistas a propiciar mais comparativos potencialmente úteis na compreensão e no uso dos resultados brasileiros.

Portanto, seguem duas ilustrações das relações apontadas pelos dados para a força da intenção empreendedora com a avaliação do clima empreendedor nas IES e, em seguida, com a avaliação da aprendizagem em empreendedorismo. Ambas mostram uma relação positiva das variáveis nas amostras nacional e internacional, esta última apresentando incrementos maiores da força da intenção empreendedora a cada aumento das duas outras variáveis.

Figura 28 - A avaliação do clima em relação com a intenção empreendedora

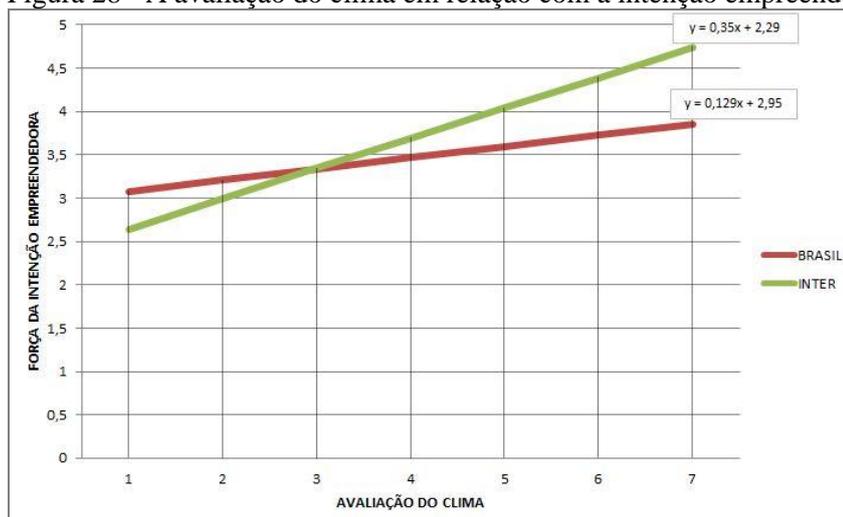
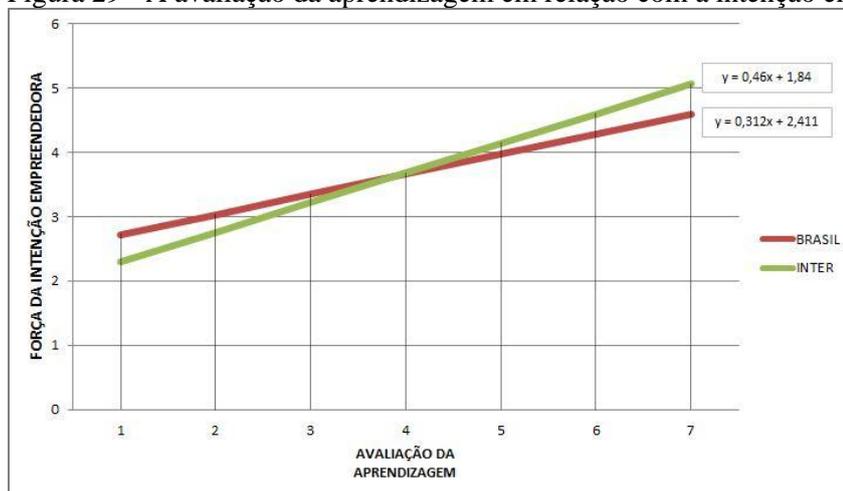


Figura 29 - A avaliação da aprendizagem em relação com a intenção empreendedora



O impacto da percepção de risco para se empreender sobre a intenção empreendedora dos estudantes é também outro fator a considerar. O desenvolvimento de tal percepção não está necessariamente associado ao ambiente universitário, mas a educação em empreendedorismo nas IES pode contribuir para que ela se precise.

Captamos a percepção de risco com uma escala (1 = discordo completamente; 7 = concordo completamente) baseada nas afirmações do quadro 4.

Quadro 4 - Itens referentes à percepção de risco para se ter o próprio negócio

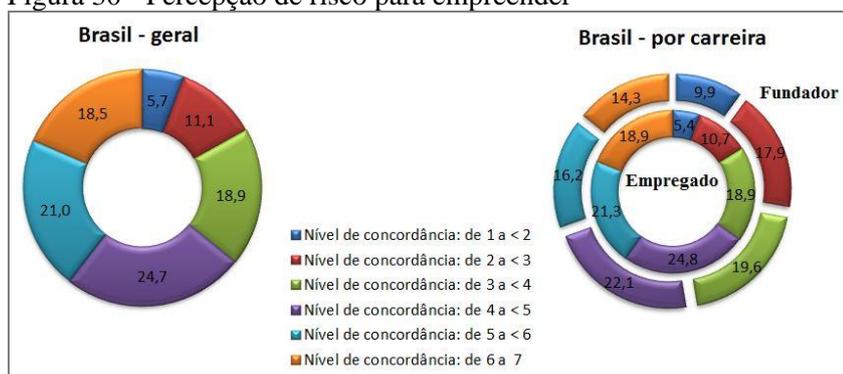
Número do item	Afirmação
1	Considero que começar meu próprio negócio é algo muito arriscado.
2	Acho perigoso administrar meu próprio negócio.
3	Eu acredito que ser dono(a) do próprio negócio é algo de muito risco.

Fonte: Pennings e Wansink (2004).

A média geral do Brasil foi de 4,31, mais baixa que os 4,85 da amostra internacional. Isso significa que os respondentes brasileiros percebem o empreendedorismo como algo menos arriscado do que os internacionais. Segundo o relatório internacional, de um total de 34 países, o Brasil é o quarto com menor percepção de risco, atrás do México (4,09), Colômbia (4,08) e Argentina (3,90). A maioria dos países acima da média é desenvolvida. A Polônia teve claramente o resultado mais elevado (5,50).

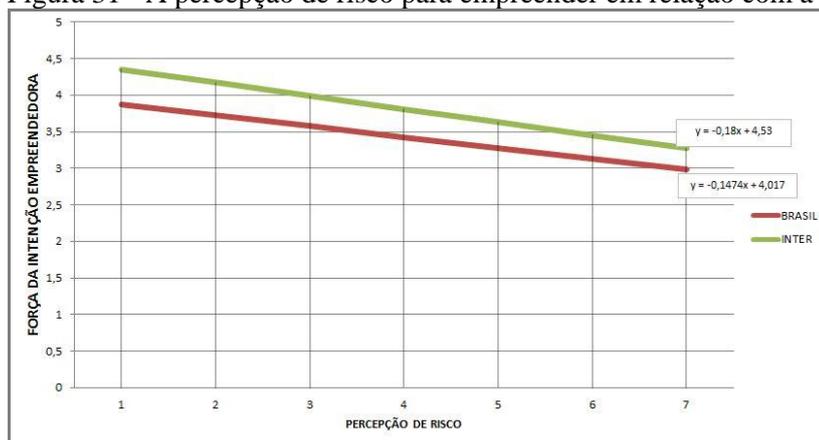
A distribuição das respostas brasileiras é detalhada na figura 30 segundo os níveis de concordância registrados na escala. No que se refere às opções de carreira observadas para a elaboração da figura, o período considerado é logo após a formatura. À esquerda na figura, nota-se que o maior percentual das respostas ocorre para o nível de “4 a < 5” em “Brasil - geral”, ou seja, sem distinção entre as opções de carreira de fundador, empregado, sucessor ou outro/ainda não sei. À direita, no comparativo das respostas apenas entre os que querem ser fundador e os que visam ser empregados, o maior percentual continua sendo desse mesmo nível de concordância.

Figura 30 - Percepção de risco para empreender



Aqui, uma nova suposição parece plausível: de que os respondentes da categoria fundador potencial percebam menos risco para empreender, dado que querem fazê-lo, do que aqueles que buscam um emprego como opção de carreira. Os dados da parte direita da figura 30 vão nesse sentido por mostrarem superioridade dos percentuais relativos a fundador potencial para os níveis de concordância 1 a 4 e inferioridade a partir daí. Adicionalmente, a média das respostas para fundador potencial é 3,89 e, para empregado, 4,34. A diferença de 0,45 ponto percentual reforça a nova suposição, sugerindo a seguinte relação das variáveis: um menor nível de percepção de risco para empreender está associado a uma maior força da intenção empreendedora. Uma regressão linear feita a partir dos dados brutos projeta a mesma relação de variáveis, segundo o que se evidencia na figura 31.

Figura 31 - A percepção de risco para empreender em relação com a intenção empreendedora



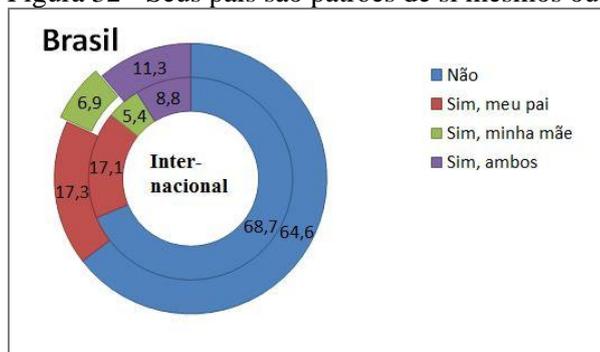
No entanto, pode-se retirar mais informações da figura 31. Ela mostra que, para o mesmo nível de percepção de risco, a força da intenção empreendedora é superior na amostra internacional, superioridade que diminui ligeiramente com o aumento do risco percebido⁷.

6.2- Histórico familiar em empreendedorismo

Filhos de empreendedores têm mais tendência a também ser empreendedores? Esta questão tem recebido atenção ao longo dos anos nos estudos em empreendedorismo ao lado de outras questões relativas às influências do contexto familiar sobre a escolha de carreira.

Os dados da amostra brasileira contribuem para o tratamento da questão e convergem com os resultados predominantes da literatura acadêmica apontando para uma resposta afirmativa. Na figura 32, podemos distinguir respondentes das amostras nacional e internacional que não têm pai, mãe ou mesmo ambos que sejam autoempregados ou donos de algum negócio próprio – 64,6% e 68,7% respectivamente para as duas amostras. A figura refere-se também àqueles que têm pais empreendedores – 35,4% e 31,3% respectivamente, com uma leve superioridade brasileira.

Figura 32 - Seus pais são patrões de si mesmos ou têm o próprio negócio? (em %)



A comparação dos dois grupos de respondentes é feita na figura 33 segundo suas opções de carreira para cinco anos após a formatura. Este é o espectro temporal de maior proporção de fundadores potenciais frente à possibilidade de se empreender logo após a formatura. O grupo que tem pais empreendedores mostrou maior porcentual de fundadores potenciais e de sucessores potenciais, sendo a amostra brasileira superior com porcentuais de 35,4% e 7,8% respectivamente.

⁷ É relevante lembrar que, na elaboração desta figura de regressão linear e das duas precedentes, a força da intenção empreendedora baseia-se nas respostas obtidas com uso da escala descrita no quadro 1 (início desta seção 6). No questionário, a escala registrou os dados em relação ao momento da resposta, sem qualquer ligação com os períodos logo após a formatura e cinco anos após a formatura.

Figura 33 - Carreira para cinco anos após a formatura segundo o histórico familiar (em %)



Com percentuais menores para a opção de carreira “outros” (que reúne dados daqueles que não sinalizaram resposta em outra categoria e daqueles que ainda não têm ideia do que desejam fazer), a amostra brasileira tem uma proporção mais elevada de respondentes que se posicionaram claramente quanto a ser empregado, fundador ou sucessor. A parte daqueles que desejam estar à frente de um negócio próprio, como sucessor ou fundador, é mais expressiva para o Brasil, principalmente no caso dos respondentes sem pais empreendedores. Observando-se apenas a amostra nacional, os que têm pais empreendedores estão com 7,4 pontos percentuais à frente dos que não os têm. Na amostra internacional, essa diferença é de 11 pontos percentuais, algo que sugere que a eventual influência de se ter pais empreendedores é mais forte sobre o comportamento dos estudantes da esfera internacional.

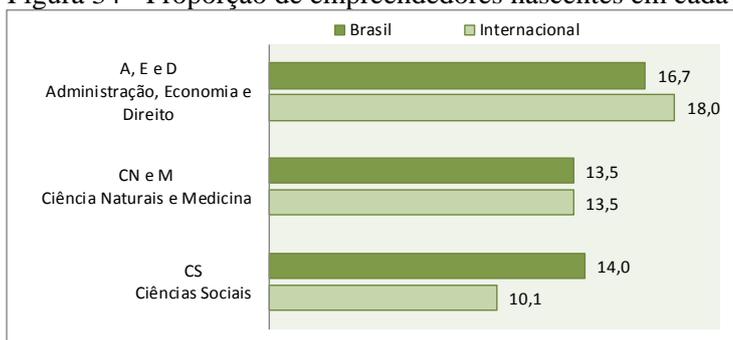
7- Empreendedores nascentes

Quando se trata do potencial de criação de novas empresas e eventual geração de empregos na sociedade, o grupo aqui identificado como empreendedores nascentes é particularmente importante. No Estudo GUESSS Brasil, os estudantes com esse perfil foram identificados por terem respondido afirmativamente à questão: você está atualmente tentando começar seu próprio negócio ou ser seu próprio patrão? Eles compõem uma proporção de 15,4% dos respondentes (1.938 estudantes), comparativamente a 15,1% da amostra internacional (16.429 estudantes).

7.1- Características básicas

A análise da presença de empreendedores nascentes em cada área de estudo dos respondentes estabelece os percentuais da figura 34. Esta mostra que o maior percentual para o Brasil encontra-se na área A, E e D (16,7%), seguida de CS (14%) e de CN e M (13,5%). Essa proporção de A, E e D é 1,3 ponto percentual inferior ao que se vê na mesma área internacionalmente, enquanto há igualdade para CN e M e superioridade de 3,9 pontos percentuais para CS.

Figura 34 - Proporção de empreendedores nascentes em cada área de estudo (em %)



Os resultados da figura 34 se redistribuem por gênero na figura 35, que reafirma o hiato de gênero por apresentar os percentuais do gênero masculino sistematicamente mais elevados que os do gênero feminino nas esferas nacional e internacional.

Figura 35 - Distribuição de gênero dos empreendedores nascentes (em %)



Tanto para homens quanto para mulheres, a figura descreve os percentuais brasileiros de CS claramente à frente dos percentuais internacionais, mas percentuais inferiores em A, E e D e similares em CN e M para os mesmos gêneros.

7.2- Avanços e planos para os novos empreendimentos

Os respondentes que informaram estar tentando ter seu próprio negócio foram interrogados sobre a realização de cada um dos passos da figura 36 quanto à preparação para concretizar tal desejo. A figura explicita a porcentagem de respostas positivas registradas no questionário.

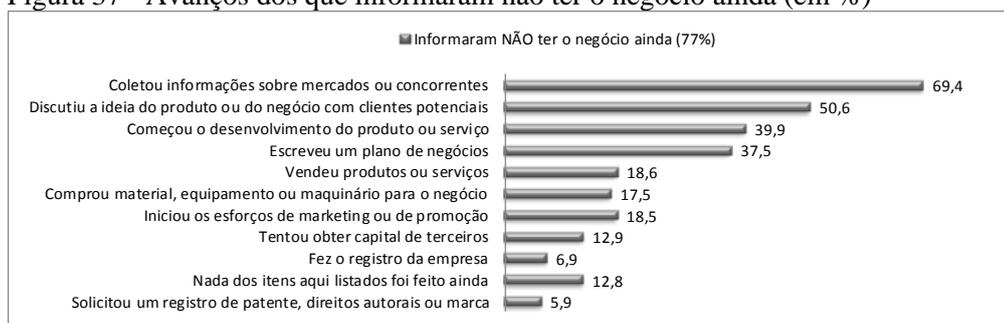
A disposição decrescente dos percentuais brasileiros explicita que a coleta de informações sobre mercados ou concorrentes e a discussão da ideia do produto ou do negócio com clientes potenciais receberam resposta afirmativa de mais da metade dos respondentes. Nesses dois itens, a amostra internacional também mostrou percentuais mais elevados de resposta positiva. Em condição oposta, a solicitação de um registro de patente, direitos autorais ou marca tem os menores percentuais para as duas amostras. As proporções brasileiras só foram inferiores às internacionais nos itens relativos à tentativa de obtenção de capital de terceiros (seriam os altos juros brasileiros, a necessidade de mais conhecimento de como proceder e a pouca oferta de financiamento para negócios nascentes algumas das explicações para isso?), à realização do registro da empresa (os altos custos de registro e a burocracia brasileira seriam algumas causas disso?) e ao item “nada dos itens aqui listados foi feito ainda”. Entretanto, a inferioridade percentual neste último item indica o reverso, ou seja, uma superioridade quanto a já ter dado passos na preparação para empreender.

Figura 36 - Preparação para empreender (em %)



Consultamos também todos os respondentes se já tinham um negócio próprio. Daqueles que sinalizaram que estavam tentando começar seu negócio, 23% responderam positivamente e, 77%, negativamente. A figura 37 resume os avanços indicados por esse segundo subconjunto.

Figura 37 - Avanços dos que informaram não ter o negócio ainda (em %)



Na comparação das figuras 37 e 36, pode-se notar que os percentuais brasileiros são similares principalmente para os dois maiores percentuais, em ordem decrescente, e também para “escreveu um plano de negócios”. No restante das figuras, as quais apresentam os itens na mesma ordem, as diferenças seguem mais claramente a noção intuitiva de aqueles ainda sem seu próprio negócio tenderem a informar menos frequentemente que fizeram avanços na preparação para empreender.

As figuras subsequentes desta subseção também enfocam a realidade informada pelos estudantes que indicaram não ter ainda seu próprio negócio. O relatório internacional de 2013-2014 não disponibiliza dados sobre esse grupo mais restrito de respondentes, o que impede comparativos a seu respeito entre as amostras nacional e internacional.

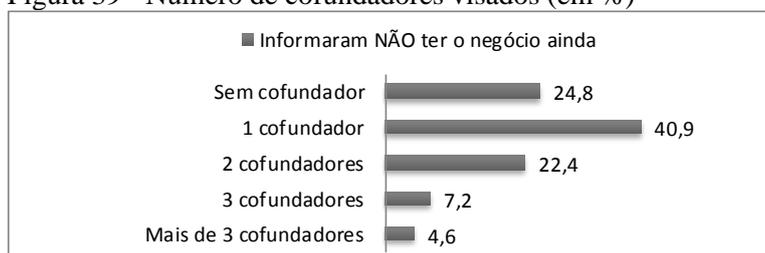
Figura 38 - Setor de atividade visado pelos que ainda não têm o negócio (em %)



O comércio é o setor de atividade mais frequentemente visado (19,3%), sendo seguido por outros (16,1%), TI/comunicações (12,1%) e arquitetura/engenharia (10%).

Aproximadamente um quarto deles pretende criar o negócio sem cofundador (sócio), segundo a figura 39. A maioria (40,9%) pretende ter um sócio na fundação e pouco menos de um quarto pensa em ter dois. A partir daí, números maiores de sócios estão associados a uma menor frequência de resposta.

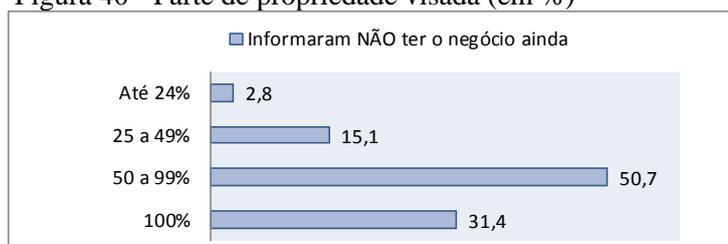
Figura 39 - Número de cofundadores visados (em %)



Interessou-nos também saber o tamanho percentual da parte de propriedade visada pelos respondentes, dado que os interrogamos sobre o número visado de cofundadores. Perto de um quinto deles (20,2%) quer ter 50% do negócio. Considerando-se a figura 40, isso significa que 30,5% deles visam ter mais de 50% e até 99% do negócio. Outros dados da figura revelam que a maioria (68,6%) quer ter algum tipo de sociedade, enquanto pouco menos de um terço (31,4%) evita tal ideia, preferindo ser único dono.

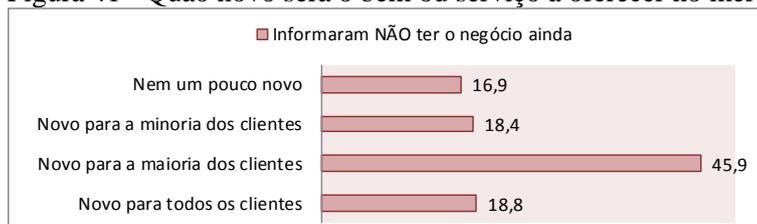
Desconsiderando-se os que querem ter 100% do negócio, a média da parte de propriedade visada é de 54,7%, com 18,9 de desvio padrão.

Figura 40 - Parte de propriedade visada (em %)



Consultados sobre o grau de novidade percebido no bem ou serviço que pretendem oferecer no mercado, os estudantes tiveram respostas distribuídas segundo a figura 41. Quase a metade deles (45,9%) está confiante de estar focando uma novidade para a maioria dos clientes.

Figura 41 - Quão novo será o bem ou serviço a oferecer no mercado (em %)



Quanto ao investimento necessário para começarem o novo empreendimento, 824 estudantes (55,4%) informaram que não sabem qual seria seu valor. Outros 636 (43,6%) estimaram tal investimento segundo descreve a figura 42 nas barras em verde escuro e em vermelho escuro. Destes, um subconjunto de 445 (70%) informou a porcentagem do investimento a fazer com recursos próprios segundo as barras em verde claro e em vermelho claro da figura 42.

Figura 42 - Investimento para começar o negócio e média de investimento próprio (em %)



As respostas obtidas indicam que 47,3% dos respondentes estimam o investimento necessário em menos de R\$ 50 mil. Isso coloca o investimento previsto para a criação de cerca de 400 negócios como algo próximo do preço de um carro novo não luxuoso no Brasil. Se tomássemos como indicativo a média de uso previsto de capital próprio em 64,4% abaixo de R\$ 50 mil (ver o gráfico do lado direito), a necessidade de capital de terceiros reduzir-se-ia a menos do que custa um carro popular brasileiro. Isso sugere que valores baixos de financiamento poderiam gerar um impacto socioeconômico considerável no país considerando-se apenas o número de negócios a ser criados. Contudo, deixando-se de lado o apoio financeiro possível de amigos e familiares, pode-se perguntar: o financiamento de micro e pequenas empresas no Brasil, tão frequentemente criticado, é adequado o suficiente para que esse potencial de desenvolvimento seja bem aproveitado?

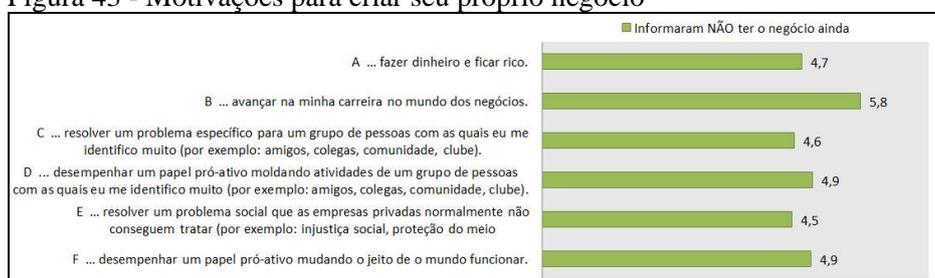
Abaixo dos R\$ 50 mil, a maior parte das respostas (9%) prevê investimentos na faixa de R\$ 10 mil a menos de R\$ 15 mil. Nessa faixa de valores, aqueles que informaram o percentual de capital próprio indicaram 65,1% como média de uso previsto de seus recursos. Ainda abaixo de R\$ 50 mil, a maior média de uso previsto de capital próprio é 75%, mas de uma faixa de valores estimada por poucos (1,1%) como sendo de R\$ 25 mil a menos de R\$ 30 mil.

A maioria dos respondentes (52,7%) previu o montante de investimento necessário como sendo de R\$ 50 mil ou mais. Nessa faixa de valores, as previsões mais frequentes são de R\$ 50 mil a

menos de R\$ 100 mil, com média de uso previsto de recursos próprios em 52%. A segunda faixa de previsões mais frequentes é de R\$ 500 mil ou mais, com média de uso previsto de recursos próprios em 59,7%. Em comparação a investimentos de menor valor, os montantes de investimento a partir de R\$ 50 mil podem mais facilmente ser relativos à criação de negócios em tecnologia e/ou associados à pesquisa e desenvolvimento. Esses tipos de negócio têm um potencial de impacto socioeconômico que vai além da geração de autoemprego, de novos postos de trabalho e da distribuição de renda relativamente modesta. Dado esse potencial extra de geração de desenvolvimento em relação aos negócios de menor necessidade de investimento e dada também a complexidade do negócio que tende a ser maior, frequentemente associada a riscos maiores, não apenas o sistema de financiamento para esses negócios exige atenção redobrada, mas também a preparação e o planejamento feitos pelos empreendedores nascentes que necessitam de tais montantes.

As questões financeiras mostram-se relevantes para a criação dos novos negócios, mas, quando se trata das motivações para fazê-lo, elas não se posicionam como o fator mais importante. Segundo a figura 43, a média de respostas coloca esse fator (“...fazer dinheiro e ficar rico”) em quarto lugar (4,7) entre as motivações. Estas foram alvo de consulta aos empreendedores nascentes, que atribuíram respostas de 1 (discordo completamente) a 7 (concordo completamente) como reação aos textos de A a F da figura 43, que completavam a frase “Eu vou criar meu próprio negócio para...”.

Figura 43 - Motivações para criar seu próprio negócio



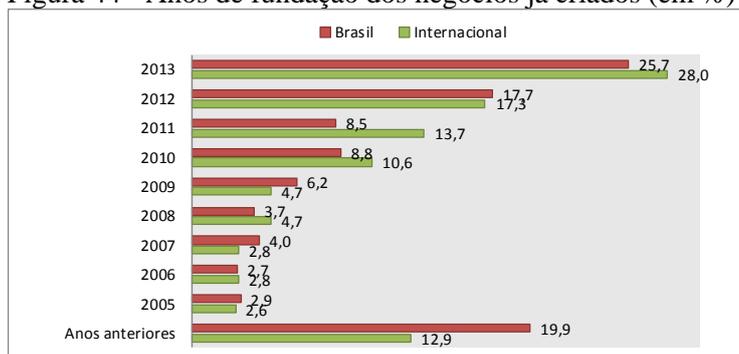
A figura 43 apresenta “...avançar na minha carreira no mundo dos negócios” (5,8) como a mais importante motivação, seguida daquelas identificadas por F (4,9) e D (4,9). Os itens de menor média foram E (4,5) e C (4,6). Com as respostas, percebe-se que fatores relativos à progressão na carreira e a contribuições sociais superam o interesse financeiro quanto às motivações de se ter o próprio negócio.

8- Empreendedores ativos

Os respondentes que efetivamente se mostraram mais avançados quanto à realização de suas intenções empreendedoras são aqueles que informaram já ter seu próprio negócio. São os empreendedores ativos. Na amostra brasileira, eles são 5,7% (713 estudantes), identificados por sua resposta afirmativa à questão “você já tem seu próprio negócio / já é seu próprio patrão?”. Seus homólogos da amostra internacional somam 5,5%, ou seja, 6.016 estudantes.

A seção precedente mostrou que parte dos empreendedores ativos se percebe como pessoas tentando ter seu próprio negócio, apesar de já o terem criado. São 451 respondentes, 63,3% dos empreendedores ativos, que parecem, portanto, ver seu negócio como ainda não plenamente estabelecido.

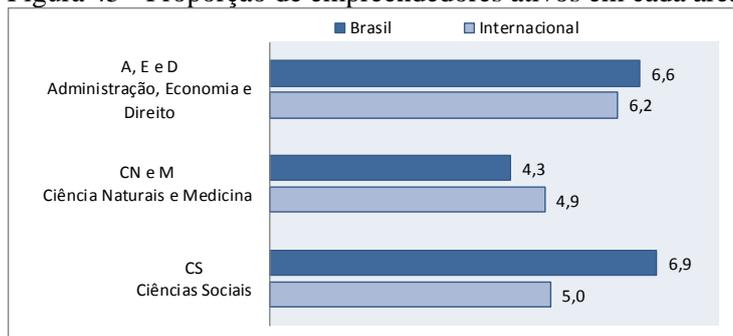
Figura 44 - Anos de fundação dos negócios já criados (em %)



A distribuição nacional dos anos de fundação dos negócios já criados, segundo a figura 44, revela maior concentração nos dois extremos: 2012-2013 e anos anteriores a 2005. O percentual nacional desta última faixa temporal chama atenção por sua superioridade de 7 pontos percentuais em relação ao percentual internacional equivalente. Isso coincide com a média de idade mais elevada dos respondentes de toda a amostra brasileira, apesar de a amostra internacional ter um percentual mais elevado de estudantes de pós-graduação (mestrado principalmente) do que o Brasil – ver a seção 4.2.1.

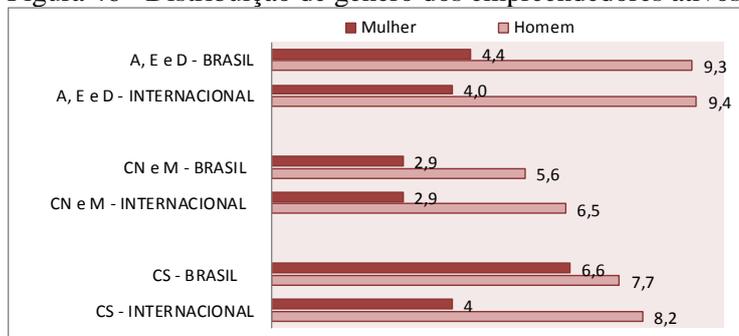
A figura 45 ilustra a participação percentual dos empreendedores ativos em três áreas de estudo já consideradas neste relatório. Nota-se que, na amostra nacional, ela é mais pronunciada em CS, seguida de A, E e D e, por fim, de CN e M. No comparativo com a amostra internacional, os resultados nacionais só não são superiores para CN e M.

Figura 45 - Proporção de empreendedores ativos em cada área de estudo (em %)



Os dados da mesma figura foram, em seguida, tratados segundo diferenciações de gênero. A distribuição obtida na figura 46 sustenta sistematicamente, uma vez mais, o hiato de gênero – pronunciado na amostra nacional com maior intensidade para A, E e D e menor para CS. Ele é menor na amostra brasileira para as três áreas de estudo. No comparativo nacional apenas para mulheres, esta última área de estudo é a que apresenta maior proporção de mulheres que são empreendedoras ativas, uma proporção quase igual à dos homens.

Figura 46 - Distribuição de gênero dos empreendedores ativos (em %)

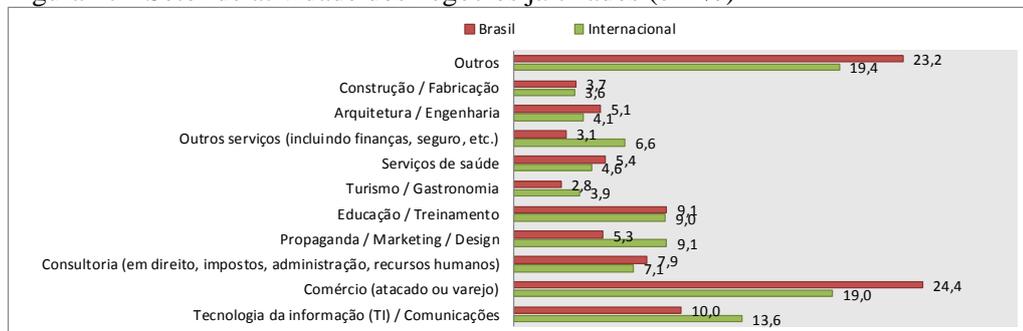


Em média, os empreendedores ativos da amostra brasileira trabalham 35,2 horas semanais em seu próprio negócio. Isso indica que suas atividades de negócio tomam parte considerável de sua

semana, diferentemente do que acontece na amostra internacional, em que o negócio é uma atividade secundária, que toma de um a dois dias de trabalho – segundo a média das respostas internacionais.

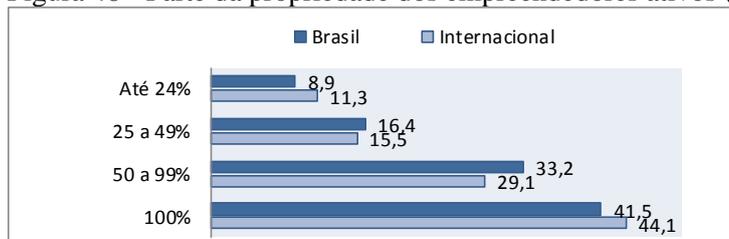
Segundo o comparativo da figura 47, os principais setores de atividade dos negócios já criados são o comércio e outros, principalmente para o Brasil. Em terceiro lugar, está o setor de TI/comunicação, sendo o porcentual brasileiro mais modesto do que o internacional.

Figura 47 - Setor de atividade dos negócios já criados (em %)



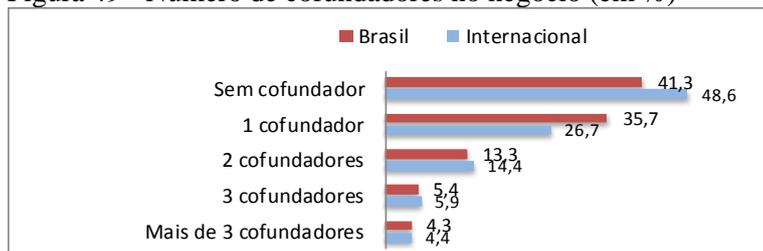
A porcentagem média de propriedade dos empreendedores ativos nos negócios é de 69,1% e, para a amostra internacional, é de 68,7%. Na amostra brasileira, 17,6% têm metade da propriedade. Esse porcentual é a maior parte dos 33,2% apresentados pela figura 48 como proprietários de 50 a 99% de seu negócio. Na figura, vê-se ainda 41,5% como únicos donos.

Figura 48 - Parte da propriedade dos empreendedores ativos (em %)



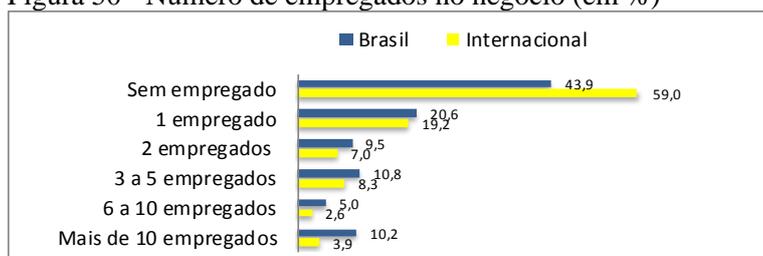
Ao serem interrogados sobre o número de cofundadores (sócios quando da fundação), os respondentes deram informações convergentes com as da figura 48, afirmando que a maior parte (77%) tem um ou nenhum. O porcentual internacional é maior para a resposta “sem cofundador” e menor para “1 cofundador” e próximo ao brasileiro nos demais itens da figura.

Figura 49 - Número de cofundadores no negócio (em %)



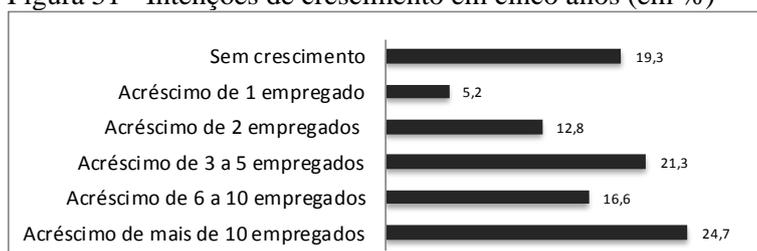
O número de empregados pode ser considerado como uma medida de tamanho do empreendimento. Nesse sentido, a figura 50 informa que 43,9% dos negócios relatados na amostra brasileira (59% na internacional) são os de menor porte, por não terem empregados. 20,6% têm apenas um empregado. A proporção de negócios com um ou mais empregados é maior na amostra nacional, destacando-se na faixa de 10 ou mais, com superioridade de 6,3 pontos porcentuais.

Figura 50 - Número de empregados no negócio (em %)



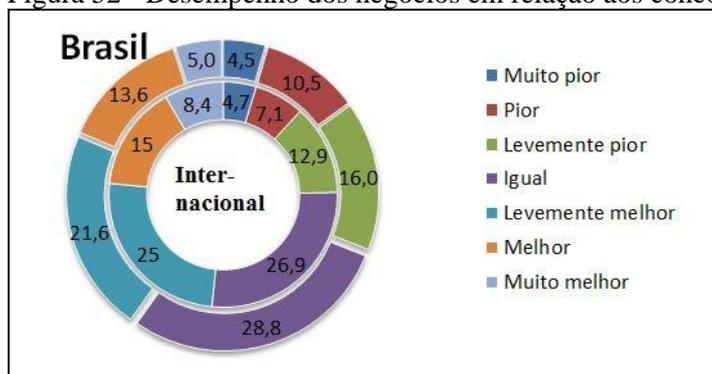
Quando consultados sobre suas intenções de crescimento para o negócio no prazo de cinco anos segundo o número de empregados, os empreendedores ativos da amostra nacional revelaram mais frequentemente estar focalizando um acréscimo de mais de 10 empregados (24,7%) e de três a cinco empregados (21,3%). A figura 51 também mostra a relevante proporção (19,3%) dos respondentes que não tem a intenção de aumentar o número de contratados.

Figura 51 - Intenções de crescimento em cinco anos (em %)



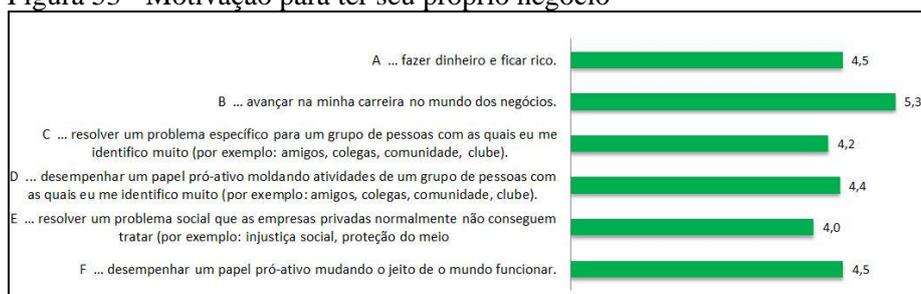
Os empreendedores ativos foram convidados a comparar seus negócios com os concorrentes respondendo de 1 (muito pior) a 7 (muito melhor) em uma escala com cinco itens: crescimento das vendas, crescimento da fatia de mercado, crescimento dos lucros, criação de empregos e capacidade de inovação. Aproximadamente metade deles, no estudo nacional (50,4%) e no internacional (51,9%), considerou o desempenho de seu próprio negócio igual ou superior ao dos concorrentes. A figura 52 detalha os percentuais de resposta para cada nível de avaliação, explicitando, entre outras coisas, que os percentuais internacionais são mais elevados para “melhor” e “muito melhor”.

Figura 52 - Desempenho dos negócios em relação aos concorrentes (em %)



Similarmente ao observado para os empreendedores nascentes, “fazer dinheiro e ficar rico” não aparece para os empreendedores ativos como a principal motivação para ter o próprio negócio. As médias de resposta da figura 53 mostram que avançar na carreira é a motivação mais importante.

Figura 53 - Motivação para ter seu próprio negócio



Outra comparação relevante com os empreendedores nascentes refere-se às atividades do processo de criação do negócio. Eles responderam sobre seu nível de concordância de 1 (discordo completamente) a 7 (concordo completamente) com os itens da figura 54, quanto ao que estão fazendo para criar o próprio negócio. Aos empreendedores ativos, perguntou-se o mesmo, mas quanto àquilo que fizeram quando da criação de seu negócio. Com exceção do item H, os empreendedores nascentes tiveram média de resposta superior em todos os itens, o que pode sugerir que atualmente os interessados estão mais atentos e empenhados em cumprir requisitos importantes para se empreender com qualidade. Outra possibilidade é que os empreendedores ativos tenham tido, no passado, maior nível de concordância com os itens da figura, mas tenham ajustado sua opinião por força da realidade vivida na prática do empreendedorismo. Por exemplo, podem ter acreditado anteriormente que estavam pesquisando e selecionando mercados-alvo e fazendo análises da concorrência (item B da figura), contudo a prática pode lhes ter mostrado que não fizeram suficientemente bem essas atividades.

Para os dois tipos de empreendedor, as médias de resposta mais elevadas ocorreram para os itens I e J da figura, o que sugere que se empenham particularmente em se manter flexíveis para aproveitar oportunidades e cautelosos para agirem dentro do que permitem seus recursos.

Figura 54 - O processo de criação de seu próprio negócio



9- Resumo geral

Os principais dados e resultados de pesquisa apresentados neste relatório podem ser sintetizados como segue:

- ✓ A amostra brasileira teve 12.561 estudantes respondentes, vinculados a IES de variados Estados e localizadas em todas as regiões do país (ver a tabela 2). 78,9% dos respondentes têm até 24 anos. Para o Brasil, a média etária da amostra é de 24 anos e a mediana é 22 anos, enquanto esses dados são 23,1 e 22 anos para a amostra internacional, respectivamente.
- ✓ É maior a proporção de respondentes das IES brasileiras na graduação (88,8%) frente aos da amostra internacional (76,1%). Esta amostra tem 19,9% como alunos de mestrado, sendo 5,1% o percentual para o Brasil.
- ✓ As mulheres são 55% na amostra brasileira e 58,4% na internacional.
- ✓ Na amostra nacional, 66,6% dos estudantes são de instituições públicas.

- ✓ A amostra nacional tem 23,1% dos respondentes estudando em Administração, 18,5% em Engenharia ou Arquitetura e 17,6% em outra (área de estudo não identificada). Esses são os maiores percentuais da distribuição deles por área de estudo.
- ✓ A maioria dos respondentes de IES brasileiras trabalha (53,3% – 33,7 horas por semana, em média), o que é o caso da minoria na amostra internacional (36,6% – 25,7 horas por semana, em média).
- ✓ Mesmo trabalhando mais horas semanais, os respondentes do Brasil se autoavaliam com média 4,91 (em escala de 1 a 7), vendo-se como ligeiramente melhores que seus colegas de sala de aula quanto ao desempenho nos estudos. A média internacional foi 4,78.
- ✓ Quanto à intenção de carreira, o Brasil tem 7,9% dos respondentes querendo fundar uma empresa assim que se formarem. Internacionalmente, a proporção é de 6,6%. Os percentuais sobem respectivamente para 33,5% e 30,7% visando-se cinco anos após a formatura.
- ✓ Os percentuais de intenção de carreira referentes a ser um empregado caem nesta mudança de espectro temporal. No primeiro período, eles totalizam 51,3% para emprego em pequenas (8%), médias (15,8%) e grandes (27,5%) empresas – o mesmo total é de 59,7% internacionalmente. Para cinco anos após a formatura, decrescem para 16,9% quanto a emprego em pequenas (0,9%), médias (1,4%) e grandes (14,6%) empresas – o total é de 30,8% no nível internacional.
- ✓ Realizar um sonho, ter trabalho estimulante, liberdade para decidir e criar algo são motivações mais importantes para aqueles que desejam ser fundadores ou sucessores em negócios, mais do que o desejo de ganhar dinheiro e ficar rico.
- ✓ O hiato de gênero quanto ao empreendedorismo existe nas duas amostras.
- ✓ Parece haver ainda grande espaço para avanço da educação em empreendedorismo (EE) nas IES da amostra brasileira, dado que 57,9% dos respondentes informaram não ter feito qualquer disciplina sobre o tema, 28,8% ter feito ao menos uma disciplina obrigatória e, 12,1% ter feito ao menos uma disciplina optativa.
- ✓ Há avaliação mais frequentemente positiva do clima para o empreendedorismo das IES brasileiras (42,4%) em comparação à amostra internacional (23,9%). Do mesmo modo, ocorreu avaliação mais frequentemente positiva da aprendizagem em empreendedorismo nas IES brasileiras – a partir de uma escala de 1 a 7, a média brasileira de avaliação foi de 4,6 e a internacional foi de 4.
- ✓ Tanto nacional quanto internacionalmente, os dados sugerem (e reforçam a noção intuitiva de) que a força da intenção de empreender dos respondentes tende a ser maior à medida que é melhor a avaliação feita por eles do clima para o empreendedorismo nas IES e da aprendizagem em empreendedorismo nas IES. Pode-se dizer o mesmo sobre a relação inversa sugerida, também pelos dados, da intenção de empreender com a percepção de risco. Tais relações são ilustradas respectivamente pelas figuras 28, 29 e 31, de regressão linear.
- ✓ Na amostra brasileira, 15,4% dos respondentes identificaram-se como empreendedores nascentes por responderem positivamente a pergunta “você está atualmente tentando começar seu próprio negócio ou ser seu próprio patrão?”. O percentual foi de 15,1% da amostra internacional. Nacional (16,7%) e internacionalmente (18%), os empreendedores nascentes estão mais presentes na grande área de estudo que agrupa Administração, Economia e Direito. Para as duas amostras, eles são majoritariamente homens.
- ✓ No tocante à preparação para empreender, os empreendedores nascentes da amostra brasileira informaram mais frequentemente ter coletado informações sobre mercados ou concorrentes (69,2%), discutido a ideia do produto ou do negócio com clientes potenciais (51,8%) e começado o desenvolvimento do produto ou serviço (43,6%). Em mais oito itens de comparação de percentual mais baixo, há inferioridade brasileira apenas em relação a “tentou obter capital de terceiros” e “fez o registro da empresa”.
- ✓ Os empreendedores nascentes que informaram ainda não ter iniciado o negócio visam mais frequentemente o comércio (19,3%), outros (16,1%), TI/comunicações (12,1%) e arquitetura/engenharia (10%). Aproximadamente 25% deles pretendem criar o negócio sem cofundador (sócio). A maior proporção (40,9%) pretende ter um sócio na fundação e pouco menos de um quarto pensa em ter dois. Também a maior proporção (45,9%) acredita que oferecerá um bem ou serviço novo para a maioria dos clientes. 47,3% pretendem fundar o negócio com pouco investimento: menos de R\$ 50 mil.

- ✓ Os respondentes que informaram já ter seu próprio negócio, empreendedores ativos, são 5,7% da amostra nacional e 5,5% da internacional. 25,7% de seus negócios foram criados em 2013, 17,7% foram fundados em 2012 e, 19,9%, antes de 2005. Os demais nasceram de 2005 a 2011. Os homens são a maioria deles em todas as áreas de estudo nas duas amostras.
- ✓ Na brasileira, os empreendedores ativos trabalham 35,2 horas em média em seu negócio e, na internacional, apenas um a dois dias, em média. Seus setores de atividade mais frequentes são o comércio (24,4%), outros (23,2%) e TI/comunicações (10%).
- ✓ Dentre os empreendedores ativos, 41,3% são únicos donos do negócio, 35,7% têm um cofundador, 13,3% têm dois, 5,4% têm três e 4,3% têm mais de três. A maioria tem um pequeno negócio, pois aproximadamente 75% têm zero ou um empregado, e 20% têm de dois a cinco.
- ✓ Quanto à intenção de crescimento em cinco anos, praticamente 20% dos empreendedores ativos não pretendem aumentar seu número de empregados, 18% querem um ou dois empregados a mais, 21,3% querem de três a cinco, 16,6% pensam em seis a deis e a maior frequência é dos 24,7% que visam um acréscimo de mais de 10.
- ✓ Aproximadamente metade dos empreendedores ativos, no estudo nacional (50,4%) e no internacional (51,9%), considera o desempenho de seu próprio negócio igual ou superior ao dos concorrentes.

10- Recomendações

- ✓ **É recomendável uma oferta mais ampla e de melhor qualidade da educação em empreendedorismo (EE) nas IES.**
Assim como o relatório do Estudo GUESSS Brasil de 2011 e o internacional mais recente, este relatório coloca em evidência vias promissoras de aperfeiçoamento da EE e o papel fundamental das IES no desenvolvimento de intenções empreendedoras dos estudantes e em sua preparação para empreender. Tal preparação deve incluir melhor avaliação dos riscos, aperfeiçoamento das competências de reconhecimento e exploração de oportunidades, melhoria da proatividade e reforço da criatividade e da capacidade de inovação. É, portanto, uma preparação desejável não apenas para aqueles que querem empreender, mas para os estudantes em geral.
- ✓ **Assegurar-se, com o aperfeiçoamento a fazer da EE, que os estudantes estão sendo servidos com as estratégias pedagógicas necessárias para desenvolver bem, sua capacidade avaliativa, seu autoconhecimento no que se refere ao empreendedorismo e sua precisão do quão desejável e apropriado é para si a ideia de empreender – além de competências em geral para empreender.** Isso é potencialmente útil para todos os estudantes, não apenas aos que já têm algum interesse pelo empreendedorismo.
As superioridades identificadas dos resultados brasileiros frente aos internacionais (por exemplo, quanto à força da intenção empreendedora, à avaliação do clima empreendedor nas IES, a avaliação da aprendizagem em empreendedorismo, nível de percepção de risco mais baixo) sugerem a existência de particularidades na amostra nacional. No relatório de 2011, os resultados nacionais também se mostraram superiores em vários aspectos. Adicionalmente, um de nossos estudos mais detalhados (Lima et al., 2014a) sugere que, no Brasil, mais educação em empreendedorismo está associada a menores níveis de intenção empreendedora e de autoeficácia (confiança que se tem de se estar bem preparado para empreender). Esses elementos reforçam a necessidade de se pensar e agir acerca da qualidade da EE no Brasil, além de levantarem a possibilidade de os estudantes serem otimistas/benevolentes em sua avaliação, excessivamente autoconfiantes e moderados quanto à avaliação dos riscos.
- ✓ **Seria importante que parte do investimento feito nas IES se destinasse especificamente à EE, dado o potencial contributivo das recomendações anteriores e uma vez que, quanto mais escolaridade e preparo para empreender, mais inovação é gerada na sociedade.** Esse preparo também pode ser muito útil frente a eventuais situações de crise ou desaceleração econômica, pois o empreendedorismo pode ao menos gerar autoemprego, se não gerar ainda mais contribuições para a economia.

- ✓ **Como também já destacamos anteriormente** (Lima et al., 2014a, 2014b), **preparar mais professores e aumentar a massa de professores com formação e interesse (se possível, também com experiência prática pertinente) para trabalhar na EE**, fazendo-se progressos bem além de se dar a eles instrumentos e opções de trabalho. O país mostra-se ainda muito carente de formação para professores de empreendedorismo.
- ✓ **Que se aproveitem as diferentes disciplinas dos cursos adotando-se uma perspectiva transversal de EE, ou seja, acrescentando-se conteúdos de EE nas variadas disciplinas e tratando-se nelas de aspectos como inovação, identificação e exploração de oportunidades e avaliação de riscos, dentre outros.** Por exemplo, disciplinas de finanças poderiam acomodar sem dificuldade conteúdos quanto à avaliação de riscos, disciplinas de Farmácia e de Engenharia poderiam incluir facilmente certo tratamento da geração de inovações.
- ✓ **À luz do que também recomendou o relatório internacional, é importante que os estudantes em geral considerem seriamente a possibilidade de seguir uma carreira como empreendedor.** Uma reflexão detalhada e bem fundamentada sobre a questão parece frutífera a todos eles no sentido de verificarem se esse tipo de carreira combina com seus interesses e competências. Por falta desse tipo de reflexão, que pode ser estimulada e auxiliada pelas IES e pelos professores, de quantos empreendedores realizados em sua carreira o país não está abrindo mão? Algo também recomendável é que os estudantes em geral aproveitem ainda mais a oferta crescente de disciplinas e atividades ligadas ao empreendedorismo nas IES e fora delas. Isso os ajudará na referida reflexão, dando-lhes melhores condições para avaliar o empreendedorismo como opção de carreira.
- ✓ **Para pesquisadores e pesquisas futuras, recomendamos o estudo das particularidades brasileiras relacionadas à EE, aos estudantes e ao empreendedorismo.** A iniciativa é potencialmente útil no entendimento da superioridade dos resultados nacionais comparados aos internacionais, além de propiciar o desenvolvimento e o uso de uma abordagem “sob medida” de EE para o país. Isso é algo em geral necessário para se promover a melhoria de um trabalho e de seus resultados em um dado contexto.
- ✓ **Ainda para futuras pesquisas, é recomendável a complementação dos resultados do Estudo GUESSS Brasil com a consideração da percepção dos professores**, buscando-se avançar na mesma linha de poucos estudos nacionais que tomaram essa direção.
- ✓ **Outros temas promissores para futuras pesquisas são:**
 - Considerando-se cada um dos aspectos de clara diferença da amostra brasileira em comparação à internacional (menor percepção de risco para empreender e maior força da intenção empreendedora, por exemplo), o que as IES brasileiras têm feito exatamente para que seus estudantes estejam bem fundamentados e tenham uma postura realista naquilo que pensam sobre o empreendedorismo?
 - Como é possível que a EE obtenha o reconhecimento merecido nas várias áreas de estudo das IES e sua realização ocorra o mais próximo possível de elevados padrões de qualidade?
 - Quais técnicas e estratégias pedagógicas são as mais adequadas para o contexto brasileiro? Como adotá-las com eficiência nas IES do país?

Com as informações e provocações apresentadas neste relatório da segunda edição do Estudo GUESSS Brasil, esperamos uma vez mais somar nossos esforços aos de todos aqueles que trabalham para a geração do engrandecimento humano e do desenvolvimento socioeconômico em nosso país.

Referências

- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior, *Journal of Applied Social Psychology*, 32(1), 1-20.
- Alvarez, S. A., Busenitz, L. W. (2004). The entrepreneurship of resource-based theory. *Journal of Management*, 27, 755-775.
- CEMP (2014). Coordenação de Ensino de Empreendedorismo, PUC-Rio. Disponível em: <<http://cemp.iag.puc-rio.br/educacaoempreendedora>>. Acessado em dezembro de 2014.
- Diário Oficial da União (2010). Edição extra, Seção 1,08/09/2010, p.2. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/diarios/8054243/pg-2-edicao-extra-secao-1-diario-oficial-da-uniao-dou-de-08-09-2010>>. Acessado em dezembro de 2014.
- Fayolle, A., Gailly, B., Lassas-Clerc, N. (2006). Effect and counter-effect of entrepreneurship education and social context on student's intentions. *Estudios de Economia Aplicada*, 24(2), 509-523.
- FEA-USP (2014). Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo (FEA-USP). Mestrado Profissional em Empreendedorismo. Disponível em: <<http://www.fea.usp.br/conteudo.php?m=2>>. Acessado em dezembro de 2014.
- Fishbein, M., Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior. An introduction to theory and research*. New York: Addison-Wesley.
- Greco et al. (2013). *Empreendedorismo no Brasil (GEM 2013)*. Curitiba: IBQP. Disponível em <<http://observatorio.sebraego.com.br/midias/downloads/26022014160005.pdf>>. Acessado em dezembro de 2014.
- Guerra, M. J., Grazziotin, Z. J. (2010). Educação empreendedora nas universidades brasileiras. In: R. M. A. Lopes (Org.). *Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas* (pp. 67-91). Rio de Janeiro: Elsevier.
- Hashimoto, M. (2013). Centros de empreendedorismo no Brasil. São Paulo: Sebrae-SP. Disponível em: <http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/guias_cartilhas/ebook_centro_empreendedorismo>. Acessado em dezembro de 2014.
- IBGE (2010). Censo demográfico de 2010 – educação e deslocamento. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/545/cd_2010_educacao_e_deslocamento.pdf>. Acessado em dezembro de 2014.
- IBGE (2012). Síntese de indicadores sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira. Estudos e Pesquisas, n. 29. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em: <ftp://ftp.ibge.gov.br/Indicadores_Sociais/Sintese_de_Indicadores_Sociais_2012/SIS_2012.pdf>. Acessado em dezembro de 2014.
- IBGE (2013). PNAD 2013 retrata mercado de trabalho e condições de vida no país. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em: <<http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias?busca=1&id=1&idnoticia=2722&view=noticia>>. Acessado em dezembro de 2014.
- Lanero, A., Vázquez, J. L., Gutiérrez, P., García, M. P. (2011). The impact of entrepreneurship education in European universities: an intention-based approach analyzed in the Spanish area. *International Review on Public and Non-Profit Marketing*, 8(2), 111-130.
- Lima, E., Lopes, R. M. A., Nassif, V. M. J., Silva, D. (2011). 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, PPGA-UNINOVE. Caderno de pesquisa, n. 2011-01. São Paulo: UNINOVE. Disponível em <<https://grupoapoe.wordpress.com/nossos-cadernos-de-pesquisa/>>. Acessado em dezembro de 2014.
- Lima, E., Lopes, R. M., Nassif, V., Silva, D. (2014a). Opportunities to improve entrepreneurship education: contributions considering Brazilian challenges. *Journal of Small Business Management*,

forthcoming. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jsbm.12110/abstract>>. Acessado em dezembro de 2014.

Lima, E., Hashimoto, M., Melhado, J., Rocha, R. (2014b). Brasil: em busca de uma educação superior em empreendedorismo de qualidade. In: Gimenez, F. P., Camargo, E. C., Moraes, A. D. L., Klosowski, F. (Orgs.). Educação para o empreendedorismo. Curitiba: UFPR. (Versão precedente disponível em <https://grupoapoe.files.wordpress.com/2014/08/cp-2014-03-educacao-empreendedorismo-brasil.pdf>.)

Lima, E., Nelson, R., Nassif, V. M. J. (2014). Genre, classe sociale et entrepreneuriat: une attention particulière sur les étudiants d'un pays émergent. *Anais... CIFEPME – Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME*. Agadir, Marrocos. Versão disponível em <<https://grupoapoe.wordpress.com/nossos-cadernos-de-pesquisa/>>. Acessado em dezembro de 2014.

Liñán, F., Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3), 593–617.

Lopes, R. M. A. (2014). Empreendedoras da Educação. Rede UOL de Educação. Disponível em <<http://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/colunistas/rose-mary-lopes/2014/04/25/empreendedoras-da-educacao.htm>>. Acessado em dezembro de 2014.

Luethje, C., Franke, N. (2004). Entrepreneurial intentions of business students: a benchmarking study. *International Journal of Innovation and Technology*, 1(3), 269-288.

Maciel, W. K., Dourado, R. C., Faria, T. A. (2013). Principais resultados do censo 2012. Encontro Nacional do Censo da Educação Superior. INEP/MEC. Foz do Iguaçu. Disponível em: <<https://www.puc-campinas.edu.br/midia/arquivos/2014/out/proavi---censo-2012---palestra-resultados.pdf>>. Acessado em dezembro de 2014.

MEC/Inep (2013). Censo da Educação Superior – 2013. Ministério da Educação (MEC) - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). Disponível em <http://download.inep.gov.br/educacao_superior/censo_superior/apresentacao/2014/coletiva_censo_superior_2013.pdf>. Acessado em dezembro de 2014.

Miller, B., J. Bell, M. Palmer, A. Gonzalez, Petroleum, P. (2009). Predictors of entrepreneurial intentions: a quasi-experiment comparing students enrolled in introductory management and entrepreneurship classes. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 21(2), 39–62.

Pennings, J. M. E., Wansink, B. (2004). Channel contract behavior: The role of risk attitudes, risk perceptions, and channel members' market structures. *The Journal of Business*, 77(4), 697-724.

Receita Federal (2014). *Simples Nacional: alterações promovidas pela Lei Complementar 147/2014* (08/08/2014). Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br/AutomaticoSRFsinot/2014/08/08/2014_08_08_10_37_45_436253_485.html>. Acessado em dezembro de 2014.

Sebrae-SP (2014). Escola de Negócios. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br/index.php/239-uncategorised/institucional/escola-de-negocios>>. Acessado em dezembro de 2014.

Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, Z. (2014). Student entrepreneurship across the globe: a look at intentions and activities. International Report of the GUESSS Project 2013/2014. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen (KMU-HSG). Disponível em: <http://www.guesssurvey.org/PDF/2013/GUESSS_INT_2013_REPORT.pdf>. Acessado em dezembro de 2014.

Souitaris, V., S. Zerbinati, Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programs raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22, 566-591.

UFF (2014). Universidade Federal Fluminense - Departamento de Empreendedorismo e Gestão. Disponível em: <<http://www.empreendedorismouff.net.br/pos-graduacao/mba-gestao-empreendedora-educacao/apresentacao-mba-gestao-empreendedora-na-educacao>>. Acessado em dezembro de 2014.

UPE (2014). Universidade de Pernambuco - Células Empreendedoras. Disponível em: <http://www.upe.br/educacaoempreendedora/?page_id=12>. Acessado em dezembro de 2014.

Zellweger, T., Sieger, P., Halter, F. (2011). Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing*, 26(5), 521-536.

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.