



ENTREPRENEURIAL INTENT IN THE FEDERAL UNIVERSITY OF MATO GROSSO (UFMT): CUIABÁ AND RONDONÓPOLIS CAMPUS

Cecilia Arlene Moraes¹
Suzete Antonieta Lizote²

ABSTRACT

Objective of the study: To investigate the entrepreneurial intention (IE) of undergraduate students in Administration, in a public higher education institution (HEI) in Mato Grosso, Brazil, in the cities of Cuiabá and Rondonópolis.

Methodology / Approach: The method was quantitative, with a descriptive approach, adopting the one-dimensional Exploratory Factor Analysis (AFE), in order to confirm the internal validity of the Constructed Behavior Theory (TCP) and external constructs on the context where the HEI is and public policies for entrepreneurship. The Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ) was used for data collection, where 475 Administration students answered the survey, 279 in Cuiabá and 196 in Rondonópolis.

Originality/Relevance: The use of the TCP approach and the EIQ instrument, on two campuses of an HEI, reinforces and expands the theoretical validity of internal and external constructs. Main results: The low entrepreneurial intention among Business Administration students from Cuiabá and Rondonópolis was revealed from the beginning. There is external contextual influence, to the detriment of the personal attitude variable. **Theoretical/ methodological contributions:** The study contributes to the theory of TCP and research on EI, expanding the understanding that the context where HEIs were inserted and public policies to encourage entrepreneurship can also influence university students' intention to undertake. Contributions to management: With a consolidated theoretical model and validated data collection instrument, the study can be replicated in HEIs, according to their environment and specific characteristics, making it possible to investigate the IE of undergraduate students in Administration.

Keywords: Entrepreneurial Intention. Theory of Planned Behavior. Entrepreneurial Education.

¹ 1 Doutora em Psicologia, Curso de Pós-Graduação em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás – PUC/GOIÁS, Goiás, Brasil. Pós-doutora em Administração, Curso de Pós-Graduação em Administração e Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Santa Catarina, Brasil. Professora da Universidade Federal de Mato Grosso – UFMT, Mato Grosso, Brasil. E-mail: cecilia@ufmt.br. Orcid id: <https://orcid.org/0000-0002-8797-577X>.

² 2 Doutora em Administração e Turismo, Curso de Pós-Graduação em Administração e Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Santa Catarina, Brasil. Professora da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Santa Catarina, Brasil. E-mail: lizote@univali.br Orcid id: <https://orcid.org/0000-0003-3575-1675>.

INTENÇÃO EMPREENDEDORA NA UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO (UFMT): CAMPUS DE CUIABÁ E RONDONÓPOLIS:

RESUMO

Objetivo do estudo: Investigar a intenção empreendedora (IE) de estudantes do Curso de Bacharelato em Administração, em uma instituição de ensino superior (IES) pública, em Mato Grosso, Brasil, nas cidades de Cuiabá e de Rondonópolis.

Metodologia/Abordagem: O método foi quantitativo, com abordagem descritiva, adotando a Análise Fatorial Exploratória (AFE) unidimensional, com o intuito de confirmar a validade interna dos construtos da Teoria do Comportamento Planejado (TCP) e externos sobre o contexto onde a IES está inserida e as políticas públicas para empreendedorismo. Utilizou-se o *Entrepreneurial Intention Questionnaire* (EIQ) para coleta de dados, onde 475 estudantes de Administração responderam à pesquisa, sendo 279 em Cuiabá e 196 em Rondonópolis.

Originalidade/Relevância: O uso da abordagem da TCP e do instrumento EIQ, em dois *campus* de uma IES, reforça e amplia a validade teórica de construtos internos e externos.

Principais resultados: A baixa intenção empreendedora entre os estudantes do Curso de Bacharelato em Administração, de Cuiabá e Rondonópolis, se revelou desde o início. Há influência contextual externa, em detrimento à variável atitude pessoal.

Contribuições teóricas/metodológicas: O estudo contribui com a teoria da TCP e com as pesquisas sobre IE, ampliando o entendimento de que o contexto onde as IES estão inseridas e as políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo podem também influenciar a intenção de empreender de estudantes universitários.

Contribuições para a gestão: Com modelo teórico consolidado e com instrumento de coleta de dados validado, o estudo poderá ser replicado em IES, de acordo com seu ambiente e as características específicas, oportunizando investigar a IE de alunos de cursos de graduação, em Administração.

Palavras-chave: Intenção Empreendedora. Teoria do Comportamento Planejado. Educação Empreendedora.

INTENCIÓN EMPREENDEDORA EN LA UNIVERSIDAD FEDERAL DE MATO GROSSO (UFMT): CAMPUS DE CUIABÁ Y RONDONÓPOLIS

RESUMEN

Objetivo del estudio: Investigar la intención emprendedora (IE) de estudiantes de pregrado en Administración, en una institución pública de educación superior (IES) en Mato Grosso, Brasil, en las ciudades de Cuiabá y Rondonópolis.

Metodología/Enfoque: El método fue cuantitativo, con enfoque descriptivo, adoptando el Análisis Factorial Exploratorio (AFE) unidimensional, con el fin de confirmar la validez interna de la Teoría Construida del Comportamiento (TCP) y los constructos externos sobre el contexto donde se encuentra la IES es y políticas públicas para el emprendimiento. Para la recolección de datos se utilizó el Cuestionario de Intención Emprendedora (EIQ), donde 475 estudiantes de Administración respondieron la encuesta, 279 en Cuiabá y 196 en Rondonópolis.

Originalidad/Relevancia: El uso del enfoque TCP y el instrumento EIQ, en dos *campus* de una IES, refuerza y amplía la validez teórica de los constructos internos y externos.

Principales resultados: La baja intención emprendedora entre los estudiantes de Administración de Cuiabá y Rondonópolis se puso de manifiesto desde un inicio. Existe influencia del contexto externo, en detrimento de la variable actitud personal.

Aportes teórico/metodológicos: El estudio contribuye a la teoría del PCT y la investigación sobre la IE, ampliando el entendimiento de que el contexto donde se insertan las IES y las políticas públicas para incentivar el emprendimiento también pueden influir en la intención de emprender de los universitarios.

Contribuciones a la gestión: Con un modelo teórico consolidado e instrumento de recogida de datos validado, el estudio podrá ser replicado en IES, de acuerdo con su entorno y características específicas, posibilitando investigar la IE de estudiantes de grado en Administración.

Palabras clave: Intención Emprendedora. Teoría del Comportamiento Planificado. Educación emprendedora.

1 INTRODUÇÃO

O trabalho sistematizado e categorizado de Liñán e Fayolle (2015), com análise de 409 artigos, de 2004 a 2013, atestou a atratividade da comunidade acadêmica pela temática da intenção empreendedora (IE). Neste estudo, Liñán e Fayolle (2015) apresentaram as origens dos estudos de IE tendo como base duas linhas de pesquisa distintas. A primeira, engendradora na psicologia social, cognitiva, e na avaliação de comportamentos para esclarecer o processo mental, a condução de atitudes, as crenças e ações, estando espelhadas nos estudos de Fishbein e Ajzen (1974) e Ajzen e Fishbein (1977; 1980). Essa linha, denominada de Teoria do Comportamento Planejado (TCP), de Ajzen (1991), foi utilizada na psicologia social. (AJZEN, 2006, 2012). Serviu, também, na integração das teorias da psicologia social, elevando a força teórica e o rigor metodológico, ou seja, no entendimento de que o comportamento empreendedor é um tipo de comportamento planejado. A outra linha de pesquisa, que diz respeito ao campo específico do empreendedorismo, teve como base Shapero (1975; 1984) e Shapero e Sokol (1982), apresentando-se como um modelo fundamentado na intencionalidade, e alicerçada no Modelo de Evento Empreendedor. Esse modelo atribui que as intenções empreendedoras são derivadas da viabilidade, da convivência, da aptidão, da habilidade e percepção da oportunidade para a ação de empreender. Professa, ainda, que a influência do sistema de valores e do sistema social relacionado a cada indivíduo, pelo desejo e viabilidade, dependente de suporte financeiro e de parcerias que sustentam o empreendedor. Posteriormente, esse modelo foi aplicado e desenvolvido por Krueger et al. (2000) e Peterman e Kennedy (2003), dentre outros.

O presente estudo segue a linha alicerçada pela TCP, de Ajzen (1991), uma vez que este tem sido o modelo mais utilizado na literatura, segundo o que afirmam Lortie e Castogiovanni (2015), em revisão de literatura. Da mesma forma, Rueda, Moriano e Liñán (2015) afirmam que a TCP (AJZEN, 1991, 2012) tem sido adotada, com sucesso, ao longo do

tempo, principalmente para investigar a intenção empreendedora de estudantes universitários. Afirmam que há vantagem em pesquisar esses indivíduos jovens, que representam amostras mais homogêneas. Pesquisas com alunos de cursos de graduação, em universidades, são considerados importantes na literatura do tema.

Os estudos de Souza (2015), Souza e Silveira (2018) e Souza, Silveira e Nascimento (2018) podem ser citados como artigos brasileiros voltados para a pesquisa da temática da intenção empreendedora com acadêmicos, em contexto de universidades públicas federais, adotando o modelo teórico da TCP e o instrumento de coleta de dados EIQ. Esses estudos apresentaram capítulos de revisão de literatura em seu desenvolvimento, incluindo a evolução dessa temática, fundamentando e ampliando o entendimento do tema. Embasam e ampliam as considerações sobre o assunto, servindo de referência.

Cabe destacar ainda que, embora já tenham sido realizadas inúmeras pesquisas, em distintos países, sobre a temática da IE em universidades, com acadêmicos de cursos de graduação, com base na TCP, e adotando o EIQ, conforme citam Liñán, Urbano e Guerrero (2011), ainda não há um consenso sobre as variáveis que influenciam a decisão do indivíduo em iniciar um empreendimento.

Aqui cabe chamar atenção para a existência de uma lacuna sobre a influência da ambiência institucional universitária e do aporte de políticas públicas na decisão de empreender. Esses dois aspectos se apresentam como importantes fatores moderadores na intenção de empreender. E, podem estar influenciando estudantes de graduação em Administração, em uma universidade pública federal, a Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), em Mato Grosso, Brasil.

Em específico, a UFMT, foi criada em 1970, e alcunhada de “universidade da selva”. Essa surgiu com o propósito de desenvolver a região do Centro Oeste no Brasil, procurando cumprir com seu papel em prol do crescimento econômico e desenvolvimento social, e na formação de profissionais em diversas áreas do conhecimento. Está pautada na compreensão da universidade plural como instituição educacional social, circunscrita a contextos históricos, políticos, econômicos e culturais, alicerçada aos princípios da igualdade, do respeito à diversidade e da inclusão social, garantida pela forma democrática da ação dos colegiados representativos da comunidade universitária. Convém destacar que a UFMT conta com cinco campus universitários: Cuiabá, Rondonópolis, Sinop, Araguaia e Várzea Grande, sendo que o Curso de Bacharelado em Administração se encontra nos campus de Cuiabá e Rondonópolis. Cabe destacar ainda que o empreendedorismo, especificamente, entendido como gestão de novos empreendimentos, se irradia em toda a universidade, conforme orientou Clark (2001, p. 21). Em 2013, inclusive, a UFMT criou a Arca Multincubadora, com a participação da sociedade, para incubar empreendimentos de natureza tecnológica,

tradicional e social, e ofereceu oportunidades na concepção de novos empreendimentos inovadores. Esta arrancada evoluiu em 2015 com a implantação do Escritório de Inovação Tecnológica (EIT). Em 2018 se tornou crescente o interesse por esta temática, embasando entendimentos sobre a necessidade de sua fundamentação e ampliação. O que persiste até os dias atuais.

Desta forma, esse estudo objetiva identificar a intenção empreendedora dos estudantes universitários do curso de Bacharelado em Administração da UFMG, em dois de seus *campi*, de Cuiabá e Rondonópolis. Quanto ao curso de graduação em Administração, da UFMT, nos dois *campi*, cabe esclarecer que, até o momento, oferece uma disciplina no currículo acadêmico voltada para conhecimentos básicos em empreendedorismo, com carga de 64 horas/aula.

Para amparar o objetivo da pesquisa, a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) serviu de base como modelo teórico, considerando-se as variáveis: Atitude pessoal, Normas subjetivas, e Controle do comportamento percebido.

Como objetivo específico buscou-se determinar se há influência do ambiente institucional da universidade no que se refere à educação empreendedora, e das políticas públicas emanadas da municipalidade em apoio ao empreendedorismo, sobre a intenção empreendedora dos acadêmicos. Assim, como variáveis moderadoras, foram consideradas o ambiente institucional e as políticas públicas.

Como objetivo específico de pesquisa comparou-se os contextos de Cuiabá e de Rondonópolis, quanto à intenção empreendedora dos alunos pesquisados, uma vez que as diferenças de características das variáveis demográficas regionais, entre os *campus* das duas cidades, certamente se constitui também em variável no processo e no desenvolvimento da intenção empreendedora dos estudantes de Administração da UFMT.

Tendo em vista um entendimento mais abrangente em termos de suas especialidades, Cuiabá, como *centro consumidor*, com foco em serviços públicos, no comércio e prestação de serviços, pautada na renda de inúmeros servidores públicos das esferas de poder, de trabalhadores e de pessoas vindas do interior e de outras localidades para consumir na capital, oferece um contexto voltado para maior capacidade de empregabilidade, quer seja na área pública, como no campo empresarial. Em contrapartida, Rondonópolis é um importante *centro produtor* da economia nacional, lastreada pelo agronegócio, que tem como foco a produção de grãos, de fibras de algodão, abrigando um parque industrial relevante e em expansão, incentivado pelo Complexo Multimodal Logístico, que movimentará a riqueza do estado por trilhos até o Porto de Santos, para exportação da produção mato-grossense. Tem potencial de empregabilidade nas organizações, sendo que há possibilidades de novos empreendimentos inovadores a se instalarem no polo agroindustrial de vanguarda.

Com esse cenário, a estrutura do artigo considera esta primeira parte uma introdução, sendo secundada por um desenvolvimento e uma conclusão. Para tanto, esta primeira parte contextualizou o tema e o problema, e apresentou as justificativas e os objetivos do estudo. O desenvolvimento voltou-se para a revisão da literatura do tema, a descrição da metodologia adotada para a realização da pesquisa de campo, e os resultados e discussões dessa pesquisa. A conclusão sintetiza o encontrado, sob forma de considerações gerais. As referências do material citado, que amparou o estudo, complementa essa estrutura.

2 TEORIA DO COMPORTAMENTO PLANEJADO E INTENÇÃO EMPREENDEDORA

A noção do empreendedorismo se assenta como chave para a inovação, produtividade e efetiva competitividade em “processo dinâmico de visão, mudança e criação, que exige a aplicação de energia e paixão para a criação e implementação de ideias inovadoras e soluções criativas”, ressaltando que o empreendedor não é só executor, é um pensador, porque planeja antes de agir (KURATKO, 2016, p. 5). Nessa vertente, as atividades empreendedoras resultam de um comportamento planejado intencional, sustentado pela TCP.

Segundo Miranda e Chamorro-Mera (2017) a intenção empreendedora pode ser considerada a chave do processo empreendedor no âmbito do complexo processo de empreendedorismo. Caso a intenção empreendedora seja mais forte preditor do comportamento, “o estudo de seus antecedentes e determinantes assume particular relevância para a compreensão do processo de empreendedorismo”. (MIRANDA; CHAMORRO-MERA, 2017, p. 115).

No âmbito da TCP, a atitude pessoal reveste-se de significado, como preditor da intenção empreendedora, considerando-se o nível emocional do indivíduo e a avaliação do comportamento que impacta na intenção futura e no comportamento de tornar-se empresário. (AUTIO et al., 2001; FITZSIMMONS; DOUGLAS, 2011).

As normas subjetivas, por sua vez, referem-se às percepções do indivíduo sobre a pressão social, o ambiente cultural e social em que vive, das expectativas sociais desejosas para tornarem-se trabalhadores por conta própria (AUTIO et al., 2001, p. 146), pode também ser entendido como desenvolvimento de políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo e o ambiente empreendedor institucional nas universidades, pois refere-se ao contexto vivido.

O controle comportamental percebido se dá ao nível de percepção individual sobre o comportamento, expectativa de resultado em uma situação específica, sobre o qual tem controle volitivo parcial, na tomada de decisão em empreender um novo negócio. Na visão de Ajzen (1991) e Bandura (1977, 2012) esse controle comportamental percebido fundamenta-

se na noção de auto-eficácia, reconhecido como respeitável preditor da viabilidade percebida de uma intenção comportamental (PETERMAN; KENNEDY, 2003).

Em período mais recente, com o objetivo de estudar as teorias dominantes, as limitações e as perspectivas da TCP quanto à intenção empreendedora, trabalhos de meta-análises e de revisão de literatura foram desenvolvidos, contribuindo para alicerçar esse entendimento. Uma série de importantes estudos servem de exemplo, na literatura (LIÑÁN; MORIANO, 2014; SCHLAEGEL; KOENIG, 2014; FAYOLLE; LIÑÁN, 2014; LIÑÁN; FAYOLLE, 2015; LORTIE; CASTOGIOVANNI, 2015; RUEDA; MORIANO; LIÑÁN, 2015; TERJESEN; HESSELS; LI, 2016, SILVEIRA et al., 2017; MARTINS; SANTOS; SILVEIRA, 2019; DONALDSON, 2019). Sem dúvidas esses estudos referenciais servem para sedimentar o entendimento do tema.

De modo mais específico, o estudo de Souza (2015) assemelha-se ao aqui proposto, tendo a investigação sido realizada na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) e na Universidade Federal de Dourados (UFGD), ambas localizadas no Estado do Mato Grosso do Sul, Brasil. Com o objetivo de mediar a Atitude Pessoal em relação à Intenção Empreendedora, no que tange às relações com as Normas Subjetivas e com o Controle do Comportamento Percebido, com base no modelo da TCP (AJZEN, 1991). Também adotou o EIQ para a coleta de dados no campo de pesquisa (LIÑÁN; CHEN, 2009, LIÑÁN; URBANO; GUERRERO, 2011), afirmando que esse instrumento de coleta de dados prediz e explica a propensão do indivíduo em se tornar um empreendedor. Os alunos respondentes foram dos Cursos de Graduação em Administração e em Engenharia de Produção. Foi justificado o interesse pelas universidades UFMS e da UFGD visto que se configuravam como duas instituições de ensino superior federais brasileiras, tradicionais e representativas para o desenvolvimento em um estado brasileiro considerado novo. Os resultados de Souza (2015) evidenciam que a intenção empreendedora sofre influência por meio de atitudes, normas e comportamento, sendo o percentual de 57,3% na investigação. Mesmo com a ausência de percentual significativo para o construto de normas subjetivas, o encontrado evidencia tendência para o desenvolvimento de comportamentos e atitudes que levam o indivíduo a empreender. Capital humano e variáveis demográficas foram moderadores que influenciaram cada um dos construtos: atitude pessoal, normas subjetivo e controle do comportamento percebido, influenciando assim as intenções empreendedoras.

Quanto às influências ambientais e o suporte do ambiente esses também se foram referência, anteriormente, como impacto nas intenções empreendedoras, no estudo de Christensen e Peterson, 1990. Ainda, as variáveis demográficas, segundo Krueger (2000), operam de forma indireta nas intenções e nas atitudes das pessoas. Entretanto, Gnyawali e Fogel (1994); Davidsson e Henkson (2002) desconsideram algumas combinações de fatores

ambientais no empreendedorismo, como condições legais, institucionais e socioeconômicas, bem como as habilidades empreendedoras e empresariais, assistência financeira ou não financeira. Percebe-se, assim, que mesmo entre os autores renomados, com estudos citados e referenciados ao longo do tempo, há divergência entre as variáveis que influenciam a intenção empreendedora, o desenvolvimento do processo e a ação de empreender.

Kibler (2013) analisando a influência dos fatores regionais na formação do empresariado finlandês, considerou as intenções dentro da estrutura da TCP. Mostrou que os Indivíduos finlandeses em idade produtiva, combinados com as estatísticas nacionais oficiais no nível municipal, demonstram que as condições regionais têm um efeito indireto e impacto na intenção de se tornar um empreendedor. A densidade populacional, o nível de educação, a renda e riqueza, e a taxa do setor público e manufatureiro, e o emprego de uma região são fatores que servem para moderar a formação individual de intenções empreendedoras. Este estudo apóia o entendimento sobre as características de influência moderadoras no modelo TPB.

Mais recentemente, na Nigéria, o estudo de Adekiya e Ibrahim (2016), diante da grave situação econômica nacional, “com taxas de 23,4% só no ano de 2012” (ADEKIYA; IBRAHIM, 2016, p. 116), o governo federal determinou um programa compulsório de treinamento em empreendedorismo (ETP) para as instituições de ensino superior, com o propósito de oferecer capacitação de estudantes para o mercado de trabalho, evidenciada nas políticas públicas de apoio ao empreendedorismo.

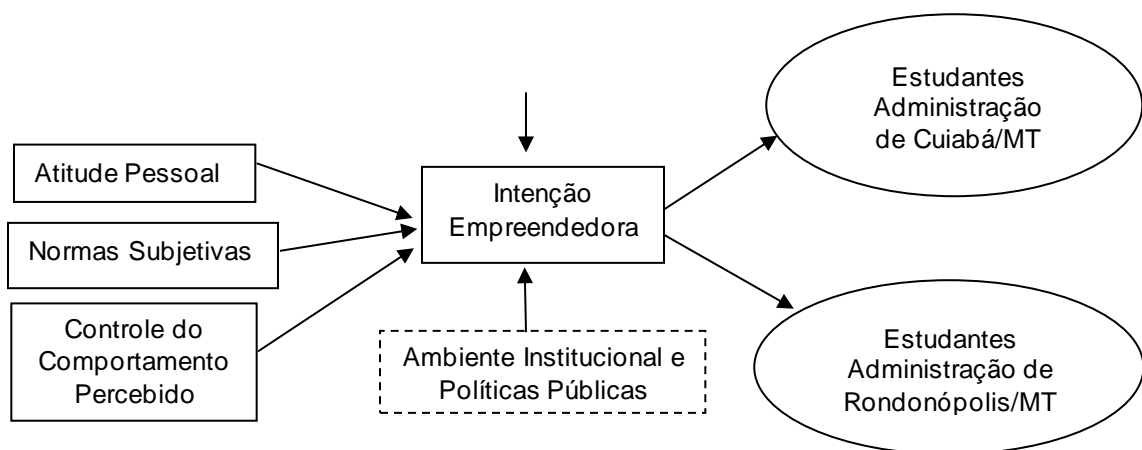
Nos estudos sobre o ambiente urbano de empreendedorismo em Guangzhou, China, Kuang e Bu (2018) alertam sobre a importância das iniciativas do estado em políticas públicas essenciais para otimizar um ambiente estável e favorável ao empreendedorismo urbano, na prospecção de atrair talentos e aumentar apoio financeiro com impactos significativos no desenvolvimento econômico, na geração de emprego e renda. Se referem e confirmam a TCP (Ajzen, 1991), no que se refere especialmente às normas subjetivas, ou seja a influência de políticas, dimensões cultural e social no comportamento humano. Na lente de Kuang e Bu (2018) o foco mundial no empreendedorismo tende a ser a estratégia de inovação nos países para elevar a vantagem competitiva, por entender que o empreendedorismo é uma “nova força motriz para o desenvolvimento econômico e a promoção do emprego” (p. 414), como também o tema se tornou foco de estudo na academia. Nesta linha, Kuang e Bu (2018) comprovam que atitudes empreendedoras geram impactos positivos na economia regional com desenvolvimento urbano socioeconômico sustentável, tanto que foi percebido grandes diferenças entre distintas cidades na China, considerando a localização, tamanho, história, cultura e problemas sociais e econômicos que enfrentam, engendradas por atividades empreendedoras.

O impacto motivacional das intenções empreendedoras de estudantes de engenharia, segundo Barba-Sánchez e Atienza-Sahuquillo (2018) indicaram a necessidade de independência como fator chave na intenção empreendedora e a educação empreendedora como contribuição positiva, em um contexto de crise econômica, com elevado nível de desemprego, na Espanha.

3 METODOLOGIA

Este trabalho é uma pesquisa empírica transversal, quantitativa, que se alicerça na Teoria do Comportamento Planejado (TCP), de Ajzen (1991), e nos construtos de Atitude Pessoal (grau de avaliação pessoal, positiva ou negativa de gostar, de atrair ou de aproveitar vantagens); Normas Subjetivas (grau de medida de aprovação ou não das pessoas de referência na decisão de empreender); e Controle do Comportamento Percebido (grau de percepção de autoeficácia, da facilidade ou dificuldade de se tornar empreendedor) (Liñán e Chen, 2009). Além destes três constructos clássicos da teoria, como variáveis ou fator moderador foram considerados o Ambiente Institucional (ambiente interno da UFMT quanto ao ensino de empreendedorismo) e as Políticas Públicas municipais voltadas para o empreendedorismo, nas cidades de Cuiabá e Rondonópolis, Mato Grosso, Brasil. A Figura 01 ilustra o delineamento adotado na pesquisa.

Figura 01 – Construtos de pesquisa.



Fonte: Modelo de Ajzen (1991), adaptado para pesquisa.

O instrumento psicométrico EIQ, adotado por Liñán e Chen (2009), revisto quanto aos itens da escala por Liñán, Urbano e Guerrero (2011), e validado por Rueda, Moriano

e Liñán (2015) norteou a coleta de dados da presente pesquisa de campo. Cabe destacar que, no Brasil, Souza e Silveira (2018) também validaram o EIQ, em contexto universitário, e Souza, Silveira e Nascimento (2018) ampliaram o estudo buscando comprovar ser o EIQ uma escala capaz de medir a intenção empreendedora em contextos de universidades federais brasileiras. Assim, houve entendimento, com base na literatura, quanto à sustentação teórica do EIQ, como instrumento de coleta de dados para a intenção empreendedora. Não foi realizado pré-teste com o instrumento de coleta de dados. A estrutura do EIQ, apresentada e descrita no estudo de Souza e Silveira (2018), foi adotada para nortear a pesquisa de campo com os acadêmicos do curso de Administração, na UFMT, nos *campi* de Cuiabá e Rondonópolis.

Cabe destacar que os sujeitos sociais da pesquisa foram considerados no seu todo, ou seja, o número total de alunos do Curso de Graduação em Administração da UFMT, nos dois *campi*. Assim, o estudo foi censitário. A coleta de dados foi realizada em um mesmo período de tempo, na segunda metade do segundo semestre letivo de 2018, contando ainda com a colaboração dos coordenadores dos dois cursos e de professores envolvidos com a temática do empreendedorismo. Cabe destacar que os 475 estudantes concordaram em responder a pesquisa, sendo 279 no *campus* de Cuiabá e 196 no *campus* de Rondonópolis. Os alunos não apresentaram dificuldade em responder ao questionário, colaborando desde o início da pesquisa. Não houve perda amostral.

Os dados coletados foram digitados no *software* Microsoft Excel 2007, compondo uma base de dados estruturada que amparou o processamento da informação segundo adoção de *software* estatístico (Statistical Package for Social Sciences).

A métrica utilizada para análise desses dados foi a análise fatorial. Foram usados dois testes estatísticos, sendo o primeiro o critério de Kayser-Meyer-Olkin (KMO). Sabendo-se que o valor de KMO pode ter uma variação de 0 até 1, conforme definido por Pasquali (1999), os valores próximos ou iguais a zero indicam uma soma de correlações parciais das variáveis alta em relação à soma das correlações totais. Entretanto, há casos, em que não se obtém uma interpretação apropriada dos fatores extraídos, usando as cargas fatoriais. Nesses casos, em que existe mais de um fator e as variáveis não são claras o suficiente, é necessária uma adequação, rotacionando os eixos coordenados. Nesse estudo o método adotado foi o Varimax, amparado em Hair et al. (2005) e Silva et al. (2014), minimizando o número de variáveis com maiores cargas, em cada fator. Um segundo teste foi aplicado para testar a qualidade do modelo, sendo o teste de esfericidade de Bartlett (NEISSE; HONGYU, 2016).

4 RESULTADOS

Para a análise fatorial exploratória, foram incluídos os 36 itens do *Entrepreneurial Intention Questionnaire* (EIQ), considerados como 36 variáveis de pesquisa. Quanto aos registros das coletas de dados foram 278 observações em Cuiabá, e 195 em Rondonópolis. Conforme gráfico de sedimentação (*scree plot*) houve a possibilidade de realização da análise fatorial, considerando-se quatro componentes (fatores), sendo esses: a) Controle do comportamento percebido; b) Atitude pessoal, c) Ambiente Institucional e Políticas públicas, e d) Norma subjetiva.

A solução dos quatro fatores foi realizada pela imputação da média, e apresentou os requisitos exigidos para a realização da Análise Fatorial (Hair et. al., 2005), com resultado do teste KMO de 0,87 (Cuiabá) e 0,83 (Rondonópolis) e teste de esfericidade de Bartlett significativo ($p < 0,01$). O total de fatores explicou 74,8% da variância, e o modelo que se mostrou mais adequado foi a rotação Varimax. Sendo que, para Cuiabá, explicou 41,9% no primeiro, 19,8% no segundo, 7,8% no terceiro, e 7,6% no quarto fator. Para Rondonópolis o primeiro fator explicou 41,9%, 14,7% no segundo, 9,3% no terceiro e 9% no quarto fator (Tabela 01).

Tabela 01 - Autovalores e percentuais de variância explicada

Fatores		Autovalor Variância (%)		Variância (%)		Variância Acumulada (%)	
		Cuiabá	Rondonópolis	Cuiabá	Rondonópolis	Cuiabá	Rondonópolis
1	Controle do Comportamento Percebido	15,069	15,084	41,9	41,9	41,9	41,9
2	Atitude Pessoal	7,116	5,225	19,8	14,7	61,6	56,6
3	Ambiente Institucional e Políticas Públicas	2,80	3,352	7,8	9,3	69,4	65,9
4	Norma Subjetiva	2,735	3,225	7,6	9,0	77,0	74,9

Fonte: Dados da pesquisa.

O primeiro Fator – Controle do Comportamento Percebido diz respeito ao grau de percepção de autoeficácia, da facilidade ou grau de dificuldade de se tornar empreendedor (Liñán e Chen, 2009) em relação à Intenção Empreendedora. Os resultados, nos dois *campi*, podem ser visualizados na Tabela 02, ficando evidente que os alunos pesquisados não se inclinam para o empreendedorismo, sendo que o Controle do Comportamento Percebido se apresenta negativo para a Intenção Empreendedora. Ressalta-se que a cidade de Cuiabá, tem maior oportunidade de empregabilidade em instituições públicas e espaços empresariais.

Tabela 02 - Controle do Comportamento Percebido negativo para a Intenção Empreendedora de estudantes

Controle do comportamento percebido		
Campus Cuiabá		
A12	Diante de várias opções, preferiria qualquer coisa, exceto começar um negócio próprio	0,916
A19	Tenho muita pouca vontade de começar um negócio algum dia	0,892
A02	Uma carreira como empreendedor não é atraente para mim	0,891
B01	Ser empregado	0,742
Campus Rondonópolis		
A19	Tenho muita pouca vontade de começar um negócio algum dia	0,921
A12	Diante de várias opções, preferiria qualquer coisa, exceto começar um negócio próprio	0,862
A09	Tenho sérias dúvidas em algum dia começar um negócio próprio	0,842
A02	Uma carreira como empreendedor não é atraente para mim	0,789
A05	Acredito que seria completamente incapaz de começar um negócio próprio	0,789

Fonte: Dados da pesquisa

Os itens que compõem o Fator 1, em número de 21, constam na Tabela 03. Observa-se que no *campus* de Cuiabá os itens A15, A17, A10, A06, B02, A12, A13, A18, A19, A02 e A04 são os que têm as maiores cargas fatoriais, todos com valores acima de 0,8. O item A20 possui a menor carga fatorial (-0,573). No *campus* de Rondonópolis foi composto por 19 itens. Observa-se que os itens A17, A19, A06, B02, A18, A12, A15, A13, A09, A04 e A10 são os que têm maiores cargas fatoriais, todos acima de 0,8.

Tabela 03 - Carga fatorial, comunalidade (h^2) referentes ao Fator 1 - Controle do Comportamento Percebido.

Item	Cuiabá		Rondonópolis	
	Fator 1	h^2	Fator 1	h^2
A01- Começar e manter um negócio próprio seria fácil para mim.	-0,644	0,687	-0,716	0,656
A02- Uma carreira como empreendedor não é atraente para mim.	0,891	0,908	0,789	0,659
A03- Meus amigos aprovariam minha decisão de começar um negócio.	-0,674	0,711		
A04- Estou preparado a fazer qualquer coisa para ser um empreendedor.	-0,865	0,864	-0,825	0,786
A05- Acredito que seria completamente incapaz de começar um negócio próprio.	0,708	0,764	0,789	0,855
A06- Farei todo o esforço necessário para iniciar e manter meu próprio negócio.	-0,925	0,918	-0,912	0,885
A07- Sou capaz de controlar o processo de criação de um novo negócio.	-0,687	0,787		
A08- Meus parentes mais próximos aprovariam minha decisão de começar um novo negócio.	-0,650	0,771		
A09- Tenho sérias dúvidas em algum dia começar um negócio próprio.	0,740	0,838	0,0805	0,710
A10- Se eu tivesse oportunidade e recursos, eu adoraria começar um novo negócio próprio.	-0,929	0,902		
A11- Meus colegas de trabalho aprovariam minha decisão de abrir um novo negócio.	-0,755	0,737		
A12- Diante de várias opções, preferiria qualquer coisa, exceto começar um negócio próprio.	0,916	0,918	0,862	0,874
A13- Estou determinado a criar um negócio inovador no futuro.	-0,901	0,938	-0,855	0,832

A14- Se eu tentasse começar um negócio, teria uma grande chance de ser bem-sucedido.	-0,774	0,848	-0,670	0,775
A15- Ser um empreendedor me traria grande satisfação.	-0,968	0,956	0,879	0,912
A16 – Seria muito mais difícil para eu desenvolver uma ideia de um novo negócio			0,604	0,573
A17- Meu objetivo profissional é ser um empreendedor.	-0,951	0,970	-0,941	0,939
A18- Ser um empreendedor implica mais em vantagens do que em desvantagens para mim.	-0,894	0,904	-0,880	0,850
A19- Tenho muita pouca vontade de começar um negócio algum dia.	0,892	0,898	0,921	0,919
A20- Conheço todos os detalhes práticos para começar um negócio.	-0,573	0,677	-0,743	0,734
B01- Ser empregado.	0,742	0,724	0,686	0,557
B02- Ser empreendedor.	-0,920	0,939	-0,908	0,880
D01 - Ser capaz de identificar oportunidades			0,641	0,856

Fonte: Dados da pesquisa

As relações das cargas fatoriais de contraste dos dados no *campus* de Cuiabá foram fortes na pesquisa, demonstrado em oito variáveis reversas, por ordem de relevância A15 (-0,968), A17 (-0,951), A10(-0,929), A06(-0,925), B02(-0,920), A13(-0,091), A18 (-0,894), A04(-0,865). Já no *campus* de Rondonópolis, contrariamente, oito itens com carga fatorial elevada, A17 (-0,941); A06 (-0,912); A18(-0,880); A15 (-0,79); A13(-0,855); A04(-0,825); A10(0,805) demonstram a baixa intenção empreendedora dos estudantes no que se refere a ação de empreender. Principalmente na forte carga inversa B02 (-0,908) *Ser empreendedor*, que confirma a negatividade dos estudantes respondentes para a intenção empreendedora.

O segundo Fator – Atitude Pessoal foi composto por sete itens, inseridos na Tabela 05. No *campus* de Cuiabá foi possível observar que os itens D03, D04, D06 e D02 apresentaram os maiores valores de cargas fatoriais, sendo os que mais contribuíram no fator 2, conforme Tabela 04.

Tabela 04 - Influência da Atitude Pessoal positiva na Intenção Empreendedora dos estudantes de Cuiabá.

Atitude pessoal		
Campus Cuiabá		
D03	Ter capacidade de resolver problemas	0,895
D04	Liderar e ter capacidade de comunicação	0,820
D06	Realizar e manter rede de contatos profissionais	0,820
D02	Ter criatividade	0,817
D05	Desenvolver novos produtos e serviços	0,780
D01	Ser capaz de identificar oportunidades	0,759

Fonte: Dados da pesquisa

O Fator 2, no *campus* de Rondonópolis, não obteve carga fatorial maior que 0,7 positivo, ou seja, os estudantes afirmam que não realizam e mantêm rede de contato profissionais (D06); não lideram e não tem capacidade de comunicação (D04); e não tem criatividade (D02). Logo, pode-se deduzir que o ambiente universitário ainda não se apresenta como propício no que diz respeito aos incentivos, fomentos e capacitação na

formação de empreendedores. O estudo de Miranda & Chamorro-Mera (2017), na Espanha, chama atenção de que muito da atitude em relação ao empreendedorismo, influenciado pela criatividade, utilidade percebida e experiência empreendedora, possivelmente se deve ao ambiente universitário.

Percebe-se, outrossim, nos alunos, a capacidade do encorajamento para resolver problemas, ter criatividade, liderança e realizar contatos profissionais, se realiza por meio do conhecimento, da disponibilização de saberes e da produção de eventos para motivar a intenção empreendedora. O pressuposto do resultado aferido declara que os estudantes têm a percepção de si mesmo, com capacidade para desenvolver novos produtos e serviços, capaz de identificar oportunidades. Entretanto não tem vontade para empreender, possivelmente em face da elevada oferta de postos de trabalho na cidade de Cuiabá.

Tabela 05 - Carga fatorial, comunalidade (h^2) referentes ao fator 2 - Atitude Pessoal dos estudantes

Atitude pessoal				
Itens	Cuiabá		Rondonópolis	
	Fator 2	h^2	Fator 2	h^2
A07 – Sou capaz de controlar o processo de criação de um novo negócio			-0,615	0,727
A16- Seria muito difícil para eu desenvolver uma ideia de um novo negócio.	-0,737	0,645		
D01- Ser capaz de identificar oportunidades.	0,759	0,736		
D02- Ter criatividade.	0,817	0,796	0,730	0,885
D03- Ter capacidade de resolver problemas.	0,895	0,812	-0,532	0,449
D04- Liderar e ter capacidade de comunicação.	0,820	0,747	-0,761	0,801
D05- Desenvolver novos produtos e serviços.	0,780	0,853	-0,691	0,899
D06- Realizar e manter rede de contatos profissionais.	0,820	0,848	-0,771	0,784

Fonte: Dados da pesquisa.

A contraposição em A16 (-0,737) “*Seria muito difícil para eu desenvolver uma ideia de um novo negócio*”, reflete, novamente, a ausência do ambiente da universidade para o despertar empreendedor no aluno, e o contexto econômico regional favorável à empregabilidade.

O Ambiente Institucional e Políticas Públicas, terceiro fator, impactam negativamente na intenção empreendedora dos estudantes de Cuiabá, no que tange ao item C05 – *A maioria das pessoas em meu país considera inaceitável ser empreendedor*, com carga fatorial de 0,826. No *campus* de Rondonópolis, os itens C07 – *Meus colegas valorizam mais as atividades empreendedoras do que as outras atividades e carreiras*, C06 - *Em meu país a atividade empreendedora é vista como uma atividade que vale a pena investir, mesmo considerando os riscos do negócio*, e o item C02 – *A cultura do meu país é altamente favorável às atividades empreendedoras* atingiram cargas e 0,814, 0,800 e 0,783 respectivamente. A carga fatorial elevada dos respondentes refere-se ao contexto regional vivido e a percepção

das políticas públicas implementadas pelo município, que tenta incentivar a cultura empreendedora na cidade de Rondonópolis. Portanto, influencia na intenção empreendedora dos estudantes.

O terceiro fator, Ambiente Institucional e Políticas Públicas, consta na Tabela 05. Observa-se no Campus de Cuiabá que os itens C05 e C06 foram os que mais contribuíram, pois possuem as maiores cargas fatoriais neste fator. Já o item C03, obteve a menor carga fatorial com 0,477 onde esse valor é inferior ao valor aceitável. No *campus* de Rondonópolis, destacaram-se os itens C06 e C07 com cargas fatoriais de 0,800 e 0,814, respectivamente

Revelam Oftedal; Iakovleva e Foss (2018) que o contexto universitário, regulador e normativo, tende a aumentar ou restringir a intenção empreendedora dos estudantes e sua percepção de oportunidade, porque não se aprende em programas educacionais, mas sobretudo no contexto universitário e no sistema social onde estão inseridos. O estudo de Urbano e Guerreiro (2013) também se refere e ampara esse assunto.

A burocracia no processo de tramitação de documentação na formalização para abertura de empresas, a alta carga tributária e o alto índice de violência no Brasil, podem ser elementos inibidores na percepção das pessoas em considerar inaceitável ser empreendedor no Brasil, e também em Mato Grosso, impactando diretamente na intenção empreendedora dos estudantes do campus universitário de Cuiabá. O ambiente institucional ainda incipiente na universidade não conseguiu estimular efetivamente a intenção empreendedora dos estudantes.

Tabela 06 - Carga fatorial, comunalidade (h^2) referentes ao fator 3 – Ambiente Institucional e Políticas Públicas

Ambiente Institucional e políticas públicas				
Itens	Cuiabá		Rondonópolis	
	Fator 3	h^2	Fator 3	h^2
C01 – Minha família valoriza mais as atividades empreendedoras do que outras atividades e carreiras.			0,582	0,697
C02- A cultura do meu país é altamente favorável às atividades empreendedoras.	-0,670	0,636	0,783	0,669
C03- O papel dos empreendedores na economia é altamente desvalorizado em meu país.	0,477	0,258		
C04 – Meus amigos valorizam mais as atividades empreendedoras do que outras atividade e carreiras.			0,716	0,719
C05- A maioria das pessoas em meu país considera inaceitável ser empreendedor.	0,826	0,719		
C06- Em meu país a atividade empreendedora é vista como uma atividade que vale a pena investir, mesmo considerando os riscos do negócio.	-0,793	0,673	0,800	0,694
C07 – Meus colegas valorizam mais as atividades empreendedoras do que outras atividades e carreiras.			0,814	0,749

Fonte: Dados da pesquisa

Contrariamente, o fator C06 (-0.793) pode ser entendido como um fator de esperança dos estudantes, em acreditar que ainda é possível empreender no país apesar dos riscos e dificuldades no processo de empreender, considerando ambiente institucional e políticas públicas acanhadas ao empreendedorismo em Cuiabá.

O quarto fator – Norma Subjetiva está inserido na Tabela 5. No campus de Cuiabá apenas o item C07 – *Meus colegas valorizam mais as atividades empreendedoras do que outras atividades e carreiras* é o que possui carga fatorial aceitável com 0,816. Os demais itens possuem cargas inferiores ao aceitável. Refere-se ao ambiente familiar e social em que o estudante se insere. Em relação ao Campus de Rondonópolis, neste fator, destacaram-se os itens A03 – *Meus amigos aprovariam minha decisão de começar um negócio* A08 – *Meus parentes mais próximos aprovariam minha decisão de começar um novo negócio* atingiram as cargas fatoriais mais elevadas, 0,764 e 0,705 respectivamente.

Nos estudos qualitativos, por meio de entrevistas semiestruturadas (29 alunos de graduação), na Colômbia, Echeverri-Sánchez (2018) identificou a influência social familiar na criação de um negócio, equilíbrio entre trabalho e vida privada e a motivação para criação de empresas, os resultados apontaram que a expectativa de independência do trabalho, no entanto sugeriu que as universidades adotem modelos de ensino voltados para o empreendedorismo.

Assim, as semelhanças e diferenças entre os *campus* universitários da UFMT, nas cidades de Cuiabá e Rondonópolis, quanto à intenção empreendedora e os quatro fatores identificados na pesquisa, podem ser sintetizados da seguinte forma:

Semelhanças - a) Fator 1 = Controle do Comportamento Percebido – Negativa; b) Fator 4 = Normas Subjetivas – Positiva. Ocorrem iguais nos dois *campi*.

Diferenças – a) Fator 2 = Atitude Pessoal – Positiva (Cuiabá) e Negativa (Rondonópolis); Fator 3 = Ambiente Institucional e Políticas Públicas – Negativa (Cuiabá) e Positiva (Rondonópolis).

Oosterbeek, Van Praag e Ijsselstein (2010) já alertaram que, quando os estudantes não são devidamente esclarecidos e inspirados pela educação empreendedora recebida, há natural diminuição da intenção empreendedora. Sendo que outras variáveis podem concorrer para influenciar esta falta de interesse em empreender, uma vez que percebem a complexidade, o risco e os desafios do empreendedorismo. A ausência de políticas públicas fortes são um exemplo. E, de certa forma, as oportunidades de empregabilidade no setor privado e de carreira no setor público.

Os resultados de baixa intenção empreendedora dos estudantes da universidade pública da UFMT demonstram a falta de efetividade no Brasil, e em Mato Grosso e seus municípios, de políticas públicas efetivas de apoio e incentivo ao empreendedorismo,

diferentemente de cidades da China, conforme evidenciada Kung e Bu (2018). Essas políticas públicas de estímulo ao empreendedorismo geram impactos positivos na economia regional e contribuem com o desenvolvimento socioeconômico sustentável. Diferente também do programa de treinamento em empreendedorismo proposto pelo governo federal da Nigéria, conforme relatam Adekiya e Ibrahim (2016). Diferem, ainda, do encontrado por Souza (2015), em duas universidades públicas em Mato Grosso do Sul, Brasil. Os resultados conduzem ao entendimento de que os estudantes pesquisados mostram tendência para o desenvolvimento de comportamentos e atitudes que levam o indivíduo a empreender. O capital humano e as variáveis demográficas foram moderadores para os construtos atitude pessoal, normas subjetivo e controle do comportamento percebido, influenciando as intenções empreendedoras dos acadêmicos dos cursos de Administração e de Engenharia de Produção.

Cabe destacar que Khalifa e Dhiab (2016), em estudo sobre intenção empreendedora, com 400 estudantes, no contexto dos Emirados Árabes Unidos também foi baixa, atribuindo os resultados à falta de programas acadêmicos dedicados ao empreendedorismo e pelo confortável nível econômico e social dos cidadãos dos Emirados Árabes Unidos. Há falta de políticas públicas voltadas para o empreendedorismo. Não há necessidade dessas políticas. Este cenário, entretanto, não é o caso do Brasil. Esse carece da efetivação de políticas públicas de apoio ao empreendedorismo, como o propósito de mitigar o dilema do desemprego, uma constante no cenário socioeconômico do país.

Em uma amostra de 1.053 estudantes em universidades de Andaluzia, segundo Arranz, Arroyabe e Arroyabe Jr. (2018), foram estudadas as atitudes, as capacidades e o ambiente social para determinar os obstáculos percebidos pelos alunos no processo de iniciar seu próprio negócio. Os resultados de Arranz, Arroyabe e Arroyabe Jr. (2018) demonstram que os obstáculos financeiros e falta de experiência e de treinamento são as principais barreiras para iniciar um negócio. Neste sentido, há implicações quanto ao ambiente institucional das universidades e com a necessidade de políticas públicas de amparo ao empreendedorismo.

No contexto de um país em desenvolvimento como o Paquistão, os autores Shahid; Imran e Shehryar (2018) analisaram a influência da multiplicidade de fatores institucionais, sendo que os resultados assinalaram que o ambiente institucional em que os estudantes estão inseridos desempenham papel fundamental na atenuação de qualquer impacto adverso às suas percepções negativas sobre o ambiente estrutural que os cerca e possam ter sobre suas

intenções empreendedoras. Portanto, há indicativo de que as implicações da multiplicidade de fatores institucionais estudantes universitários quanto à intenção de empreender.

Nesta mesma direção, Souza e Silveira (2018) identificaram, em estudo no Mato Grosso do Sul, Brasil, que a intenção empreendedora de estudantes de graduação em Administração “sofre influência a partir das atitudes, normas e comportamento”, registrando na pesquisa o percentual de 57,3%, ainda com ausência de normas subjetivas. Registraram no estudo a influência do capital humano e das variáveis demográficas como moderadores em cada um dos construtos – atitude pessoal, normas subjetivas e controle do comportamento percebido. Esse resultado evidencia que o ambiente da universidade e do curso de graduação em Administração são importantes elementos na formação do aluno quanto à intenção de empreender. Evidencia, ainda, que a ausência de normas subjetivas pode indicar, outrossim, a ausência de fatores ambientais de políticas públicas, entre outros, de estímulo ao empreendedorismo.

CONCLUSÃO

Este artigo apresenta resultados interessantes no que se refere à influência de atitude pessoal, controle do comportamento planejado, normas subjetivas dos antecedentes sociais, e fatores moderadores motivacionais (a ambiência institucional de uma universidade pública e as políticas públicas de apoio ao empreendedorismo), na determinação da intenção empreendedora de estudantes de graduação em Administração, em uma universidade pública federal, em contextos regionais diferenciados.

O objetivo proposto foi cumprido, na identificação da intenção empreendedora dos estudantes do curso de graduação de Administração, em Cuiabá e Rondonópolis, no Estado do Mato Grosso, Brasil. E, da mesma forma, quanto ao terceiro fator de pesquisa denominado Ambiente Interno e Políticas Públicas.

Em relação à base teórica, que se alicerça na Teoria do Comportamento Planejado (TCP), de Ajzen (1991), os estudos e pesquisas revisados fundamentaram a pertinência do modelo teórico, amplamente recomendado e referenciado em revisões de literatura do tema. Também os estudos citados ao longo do texto, se mostraram apropriados para amparar as análises e a comparação de resultados. Quanto ao instrumento psicométrico *Entrepreneurial Intention Questionnaire* (EIQ), este foi adotado por Liñán e Chen (2009) e revisto por Liñán, Urbano e Guerrero (2011). Foi validado, no Brasil, por Souza e Silveira (2018) em contexto universitário semelhante ao aqui pesquisado, e ampliado por Souza, Silveira e Nascimento (2018) quanto ao estudo de seus construtos, tendo se mostrado apropriado para a coleta de dados em pesquisas de intenção empreendedora, e para amparar as análises realizadas

quanto à Atitude Pessoal, as Normas Subjetivas e o Controle do Comportamento Percebido. Estes três construtos, por sua vez, se revelaram oportunos para serem considerados em conjunto com o impacto da ambiência institucional da universidade pública estudada e das políticas públicas em prol do empreendedorismo, nos dois municípios em foco.

O estudo identificou quanto ao Fator 1, nos dois *campi*, que os alunos não se inclinam para o empreendedorismo, sendo que o Controle do Comportamento Percebido se apresenta negativo para a Intenção Empreendedora. Em Cuiabá há maior oportunidade de empregos em instituições públicas e espaços empresariais. A baixa intenção empreendedora destes estudantes pesquisados se revela, principalmente, em duas variáveis negativas de intenção empreendedora, com forte carga fatorial: A12 - *Diante de várias opções, preferiria qualquer coisa, exceto começar um negócio próprio* e A19 - *Tenho muita pouca vontade de começar um negócio algum dia*. Esta negatividade se revelou independente das diferenças dos estudantes, dos *campi* e de características das cidades.

O Fator 2 evidenciou que o ambiente universitário não apresentou-se propício a oferecer incentivos, fomentos e capacitação na formação de empreendedores. Ou seja, a universidade pesquisada não apresenta ainda educação empreendedora. A resposta que evidencia em A16 (-0,737) “*Seria muito difícil para eu desenvolver uma ideia de um novo negócio*”, mostra a ausência do ambiente da universidade para a educação empreendedora e o contexto econômico regional favorável à empregabilidade.

Em estudo de Liñán, Rodrigues-Chard e Rueda-Contuche (2011) estava evidente que o poder da educação para o empreendedorismo tem sido considerado como um dos principais instrumentos para aumentar as atitudes empreendedoras de pessoas. De acordo com Bae et al. (2014), em estudo de meta-análise sobre o tema, ficou evidente a relação entre educação para o empreendedorismo e as intenções empreendedoras, e a importância desses estudos ao longo do tempo.

O Fator 3, que se refere ao Ambiente Institucional e Políticas Públicas apresentou resultados que impactaram negativamente na intenção empreendedora dos estudantes pesquisados. Os respondentes de Cuiabá deixaram entrever, entretanto, que acreditam ser possível empreender no país, apesar dos riscos e dificuldades no processo de empreender, considerando o ambiente institucional e políticas públicas acanhadas ao empreendedorismo, no contexto de estudo. Ou seja, que havendo educação empreendedora na universidade, e políticas públicas incentivadoras é possível haver interesse em empreender.

Quanto ao Fator 4, referente às Normas Subjetivas, a carga fatorial positiva que se mostrou para os estudantes dos dois *campi*, de Cuiabá e de Rondonópolis, e evidenciou que o contexto familiar e a rede de relação social são suportes, aprovam e estimulam ações empreendedoras.

Interessante evidenciar que os resultados mostraram semelhanças e diferenças entre a intenção de empreender entre os construtos, em cada um dos *campi*, sendo esses:

Semelhanças – ocorrem iguais nos dois *campi* (Cuiabá e Rondonópolis) quanto ao Fator 1 - Controle do Comportamento Percebido – Negativa; e quanto ao Fator 4 - Normas Subjetivas – Positiva.

Diferenças – existem quanto ao Fator 2 - Atitude Pessoal – Positiva (Cuiabá); e Negativa (Rondonópolis). E, quanto ao Fator 3 - Ambiente Institucional e Políticas Públicas – Negativa (Cuiabá) e Positiva (Rondonópolis).

O Fator 3 - Ambiente Institucional e Políticas Públicas, por excelência, reflete a influência na decisão de empreender do alunos pesquisados. A lacuna apontada no presente estudo se mostra e se revela nessa diferença. Registra-se que o número de estudantes empreendedores em Rondonópolis (24,10%), onde há Ambiente Institucional e Políticas Públicas, é positiva. Em relação à Cuiabá (9%), com Ambiente Institucional e Políticas Públicas com resultado negativo. Os ambientes e as políticas influenciam a intenção de empreender.

Ao que tudo indica, e pelo que foi possível entender, a universidade estudada está em desenvolvimento quanto à Educação Empreendedora (EE). Até o momento, efetivamente, há uma disciplina voltada para o assunto empreendedorismo, com carga horária de 64 horas, no Curso de Graduação em Administração, nos dois *campi*.

Como esta pesquisa é inicial, e há interesse crescente no tema na UFMT, novas pesquisas deverão ser realizadas, no assunto da intenção empreendedora e no assunto correspondente da educação empreendedora. Estas deverão ser realizadas de forma mais continuada e sistemática, para novamente identificar e acompanhar o Ambiente Interno. Após as intervenções institucionais de apoio ao empreendedorismo, se realizadas, possíveis mudanças poderão ocorrer no que diz respeito ao desenvolvimento da educação empreendedora, elevando a conseqüente intenção de empreender dos estudantes. Quanto às políticas públicas em favor ao empreendedorismo, como fator propulsor para o desenvolvimento regional sustentável, essas dependerão, certamente, da gestão pública e de seus administradores.

Acredita-se que a pesquisa trouxe um entendimento ampliado não só no tema da intenção empreendedora como referente ao contexto da instituição, em dois de seus *campi*, quanto ao ensino de empreendedorismo no curso de graduação em Administração. A pesquisa contribuiu certamente, com sua parcela, para o estudo da teoria da TCP e do EIQ, assim como com as pesquisas sobre IE em IES, ampliando e consolidando o entendimento do tema.

REFERÊNCIAS

ADEKIYA, A.A.; IBRAHIM F. Entrepreneurship intention among students. The antecedent role of culture and entrepreneurship training and development. **The International Journal of Management Education**, v. 14, n. 2 116-132, 2016. Doi.org/10.1016/j.ijme.2016.03.001

AJZEN, I. **Constructing a TpB questionnaire**: conceptual and methodological considerations. (Revised January, 2006). Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/0574/b20bd58130dd5a961f1a2db10fd1fcbae95d.pdf> Acesso em: 25 maio 2019.

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

AJZEN, I. The theory of planned behavior. In: Van Lange, P. A. M.; Kruglanski, A. W.; Higgins, E. T. (ed.). **The handbook of theories of social psychology**. London: SAGE Publ., 2012. v.1, p. 428-459.

AJZEN, I.; FISHBEIN, M. Attitude behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. **Psychological Bulletin**, v. 84, p. 888-918, 1977.

AJZEN, I.; FISHBEIN, M. **Understanding attitudes and predicting social behavior**. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1980.

ARRANZ, N.; ARROYABE, M.F.; ARROYABE JR., J.C. Entrepreneurial intention and obstacles of undergraduate students: The case of the universities of Andalusia. **Studies in Higher Education**, 1-14, Jun. 2018. Doi: 10.1080 / 03075079.2018.1486812.

AUTIO, E. et al. Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. **Enterprise and Innovation Management Studies**, v. 2, n.2, p. 145–60, 2001.

BAE, T.J et al. The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. **Entrepreneurship Theory and Practice**, n. 2, p. 217 – 254, 2014. Doi: 10.1111/etap.2014.38

BANDURA, A. Self-efficacy: Toward a unifying Theory of Behavioral Change. **Psychological Review**, v. 84, i. 2, p. 191-215, 1977.

BANDURA, A. On the functional properties of perceived self-efficacy revisited. **Journal of Management**, v. 38, i. 1, p. 9-44, Jan. 2012.

BARBA-SÁNCHEZ, V.; ATIENZA-SAHUQUILLO, C. Entrepreneurial intention among engineering students: the role of entrepreneurship education. **European Research on Management and Business Economics**, v. 24, n.1, p. 53-61, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.04.001> Acesso em: 23 maio 2019.

CLARK, B. The entrepreneurial university: New foundations for collegiality, autonomy, and achievement. **Higher Education Management**, v.13, n.2, p. 1-131, 2001.

CHRISTENSEN, P.; PETERSON, R. (1990). Opportunity Identification: Mapping the source of New Venture Ideas. In: Annual Babson College Entrepreneurship Research Conference, 10, 1990. **Proceedings...** Babson College Entrepreneurship, 1990.

DAVIDSSON, P.; HENKSON, M. Determinants of the prevalence of start-ups and highgrowth firms. **Small Business Economics**, v.19, n.2, p.81–104, 2002.

DONALDSON, C. Intentions resurrected: A systematic review of entrepreneurial intention research from 2014 to 2018 and future research agenda. **International Entrepreneurship Management Journal**, v. 15, p. 953–975, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00578-5> Acesso em: 9 jun. 2019.

ECHEVERRI-SÁNCHEZ, L. et al. (2018). Factors that inciden in the intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo. **Revista Electronica Educare**, v. 22, n.2, artigo 10, May-Ago., 2018.

FAYOLLE, A.; LIÑÁN, F. The future of research on entrepreneurial intentions. **Journal of Business Research**, v. 67, n. 5, p. 663-666, 2014.

FISHBEIN, M.; AJZEN, I. Attitudes toward objects as predictors of single and multiple behavioral criteria. **Psychological Review**, v. 81, p. 59-74, 1974.

FITZSIMMONS, J. R.; DOUGLAS, E. J. Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions. **Journal of Business Venturing**, v. 26, n.4, p. 431-440, 2011.

GNYAWALI, D.R.; FOGEL, D.S. Environments for entrepreneurship development: Key dimensions and research implications. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 18, n. 4, p.43–62, 1994.

HAIR, J. F. JR. et al. **Análise multivariada de dados**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

KHALIFA, A. H.; DHIAF, M. M. The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intention: The UAE context. **Polish Journal of Management Studies**, v. 14 n.1, p.119-128, 2016. Doi: 10.17512/pjms. 2016.14.1.11

KIBLER, E. Formation of entrepreneurial intentions in a regional context. **Entrepreneurship and Regional Development: An International Journal**, v. 25, n. 3-4, p. 293-323, 2013.

KRUEGER, N. F. The cognitive infrastructure of opportunity emergence. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 24, n. 3, 5-23, 2000.

KUANG, Y.; BU, Y. Evaluation and prediction of urban entrepreneurship environment in China: A case of Guangzhou City. **Journal of Service Science and Management**, v.11, p. 414-432, 2018. Doi: 10.4236 / jssm.2018.114029

KURATKO, D. F. **Empreendedorismo, teoria, processo e prática**. 10 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

LIÑÁN, F.M.; CHEN, Y.W. Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 33, n. 3, p. 400-420, 2009.

LIÑÁN, F.M.; URBANO, D.; GUERRERO, M. Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 23, n. 3-4, p.187-215, 2011. Doi: 10.1080/08985620903233929

LIÑÁN, F.M.; FAYOLLE, A. A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses and research agenda. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 11, n.4, p. 907 – 933, 2015.

LIÑÁN, F.; RODRIGUEZ-COHARD, J. C.; RUEDA-CANTUCHE, J. M. Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 7, n. 2, p. 195-218, 2011.

LORTIE, J.; CASTOGIOVANNI, G. The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions. **International Entrepreneurship and Management Journal**, March 2015.

MARTINS, F. S.; SANTOS, E. B. A.; SILVEIRA, A. Entrepreneurial intention: Categorization, classification of constructs and proposition of a model. **BBR - Brazilian Business Review**, Belo Horizonte, v.16, n.1, p.46-62, 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.15728/bbr.2019.16.1.4> Acesso em: 14 jul. 2019.

MIRANDA, F. J.; CHAMORRO-MERA, A.; RUBIO, S. Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. **European Research on Management and Business Economics**, v. 23, n.2, p.113-122, 2017.

NEISSE, A.C.; HONGYU, K. Aplicação de componentes principais e análise fatorial de dados criminais de 26 estados dos EUA. **E&S - Engineering and Science**, 2016.

OFTEDAL, E.M.; IAKOVLEVA, T.A.; FOSS, L. University context matter: An institutional perspective on entrepreneurial intentions of students. **Education and Training**, v.60, Ed. 7-8, p. 873-890, 2018. DOI: 10.1108 / ET-06-2016-0098

OOSTERBEEK, H.; VAN PRAAG M.; IJSSELSTEIN A. The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. **European Economic Review**, v. 54, n.3, p.442 – 54, 2010. Doi: 10.1016 / j.eurocorev.2009.08.002

PETERMAN, N. E.; KENNEDY, J. Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 28, n. 2, p. 129–144, 2003.

RUEDA, S.; MORIANO, J. A.; LIÑÁN, F. Validating a theory of planned behavior questionnaire to measure entrepreneurial intentions. In: Fayolle, A.; Kyrö, P.; Liñán, F. (ed.), **Developing, Shaping and Growing Entrepreneurship**. Cheltenham: Edward Elgar, 2015. p. 60-78.

SCHLAEGEL, C.; KOENIG, M. Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 38, n.2, p. 291-332, 2014.

SILVEIRA, A. et al. Factors and approaches of entrepreneurial intention. **Regepe – Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v.6 n.2, p.263-290, maio-ago., 2017.

SOUZA, R. S. **Intenção empreendedora: validação de modelo em universidades federais de Mato Grosso do Sul, Brasil**. 2015. Tese (Doutorado em Administração) –Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Nove de Julho, São Paulo, 2015.

SOUZA, R. S.; SILVEIRA, A. Intención emprendedora en contexto universitario brasileño. **Revista GUAL**, Florianópolis, v.11, n.2, p.297-318, 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5007/1983-4535.2018v11n2p297> Acesso em: 23 maio 2019.

SOUZA, R. S.; SILVEIRA, A.; NASCIMENTO, S. Ampliando a mensuração de intenção empreendedora. **Revista de Administração. FACES Journal**, Belo Horizonte, v. 17, n. 2, p.74-93, abr./jun. 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.21714/1984-6975FACES2018V17N2ART5319> Acesso em: 23 maio 2019.

SHAHID, S. M.; IMRAN, Y.; SHEHRYAR, H. Determinants of entrepreneurial intentions: An institutional embeddedness perspective. **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, v. 30, n.2, p.139-156, 2018. <https://doi.org/10.1080/08276331.2017.1389053>

SHAPERO, A. **Entrepreneurship and economic development**. Proc. of Project ISEED. Milwaukee, Wisconsin, 1975.

SHAPERO, A. The Entrepreneurial Event. In C. A. Kent, (ed.). **The Environment for Entrepreneurship**. Lexington Books: Lexington, MA, 1984. p. 21–40.

SHAPERO, A.; SOKOL, L. Social dimensions of entrepreneurship. In: C.A. Kent, Sexton, D.L.; Vesper, K.H. (ed). **Encyclopedia of entrepreneurship**. Prentice-Hall: Englewood Cliffs, NJ, 1982. p. 72-90.

SILVA, N. C. N. et al. O uso da análise fatorial na descrição e identificação dos perfis característicos de municípios de Minas Gerais. **Revista Brasileira de Biometria**, São Paulo v.32, n. 2, p. 201-215, 2014.

TERJESEN, S.; HESSELS, J.; LI, D. Comparative international entrepreneurship: a review and research agenda. **Journal of Management**, v. 42, i. 1, p. 299-344, Jan. 2016.

URBANO, D.; GUERRERO, M. Entrepreneurial universities socioeconomic impacts of academic entrepreneurship in a European Region. **Economic Development Quarterly**, v. 27, n.1, p. 40 – 55, 2013. Doi: 10.1177 / 0891242412471973