



University of
Texas Libraries



e-revist@s



Centro Unversitário Santo Agostinho

revistafsa

www4.fsnet.com.br/revista

Rev. FSA, Teresina, v. 16, n. 6, art. 2, p. 24-51, nov./dez. 2019

ISSN Impresso: 1806-6356 ISSN Eletrônico: 2317-2983

<http://dx.doi.org/10.12819/2019.16.6.2>

DOAJ DIRECTORY OF
OPEN ACCESS
JOURNALS

WZB
Wissenschaftszentrum Berlin
für Sozialforschung



Fatores de Influência na Intenção Empreendedora à Luz da Teoria Visionária de Filion

Factors of Influence in Entrepreneurship Intention in the Light of Visionary Theory of Filion

Thiago Rodrigo de Oliveira Araújo

Mestre em Administração de Empresas pela Universidade de Fortaleza

Professor da Universidade Federal do Piauí

E-mail: thiagorodrigoaraujo@gmail.com

Daniel Felipe Victor Martins

Doutor em Administração de Empresas pela Universidade de Fortaleza

Professor da Universidade Federal Rural de Pernambuco

E-mail: dfvicmar@gmail.com

Alexandre Rodrigues Santos

Doutorado em Administração de Empresas pela Universidade Federal da Paraíba

Mestre em Administração de Empresas pela Universidade de Fortaleza

Administrador da Universidade Federal do Piauí

E-mail: arsantospi@hotmail.com

Endereço: Thiago Rodrigo de Oliveira Araújo

Campus Ministro Petrônio Portella, Bairro Ininga – CEP:
64049-550, Teresina – PI. Brasil.

Endereço: Daniel Felipe Victor Martins

Rua Dom Manuel de Medeiros, s/n, Dois Irmãos – CEP:
52171-900, Recife – PE. Brasil.

Endereço: Alexandre Rodrigues Santos

Campus Ministro Petrônio Portella, Bairro Ininga – CEP:
64049-550, Teresina – PI. Brasil.

Editor-Chefe: Dr. Tonny Kerley de Alencar Rodrigues

Artigo recebido em 28/04/2019. Última versão
recebida em 14/05/2019. Aprovado em 15/05/2019.

Avaliado pelo sistema Triple Review: a) Desk Review
pelo Editor-Chefe; e b) Double Blind Review
(avaliação cega por dois avaliadores da área).

Revisão: Gramatical, Normativa e de Formatação



RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo identificar variáveis da Teoria Visionária de Filion que exercem maior influência na intenção empreendedora de discentes dos cursos de Administração e Engenharia Civil, de Instituições de Ensino Superior (IES) públicas e privadas da cidade de Teresina, estado do Piauí, Brasil. A abordagem metodológica, de natureza quantitativa, utiliza técnicas estatísticas de análise descritiva e multivariada de dados a partir da aplicação da regressão logística, com auxílio do *Software Statitital Package for Social* (SPSS) para o processamento dos dados coletados através de questionários *online* enviados para o universo de 1.664 alunos de instituições do ensino superior pública e privada da cidade de Teresina, estado do Piauí. Após a pesquisa, diagnosticou-se que as dimensões da teoria de Filion que exercem maiores influências na intenção empreendedora são a percepção individual e a energia.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Teoria Visionária de Filion. Fatores de Influência na Intenção Empreendedora. Perfil Empreendedor.

ABSTRACT

This research aims to identify variables of the Visionary Theory of Filion that further a greater influence on the entrepreneurial intention of students of the Administration and Civil Engineering courses of Public and Private Higher Education Institutions (IES) of the city of Teresina, state of Piauí, Brazil. The methodological approach used was quantitative, using statistical techniques of descriptive and multivariate analysis of the data from the application of logistic regression, with the aid of the Software Statistical Package for Social (SPSS) for the processing of data collected through online questionnaires sent to the universe of 1,664 students from public and private higher education institutions in the city of Teresina, state of Piauí. After the research, It has been diagnosed that the dimensions of the Filion theory that exert major influences on entrepreneurial intent are individual perception and energy.

Key-words: Entrepreneurship. Visionary theory of Filion. Factors Influencing Entrepreneurial Intent. Entrepreneurial Profile.

1 INTRODUÇÃO

Desde a última década, uma grande diversidade de estudos vem sendo realizados para mapear o perfil do empreendedor, bem como os fatores que influenciam o desenvolvimento da intenção empreendedora (OLIVEIRA, 2016). Nesse sentido, tomando como base o Brasil, as instituições de ensino superior (IES), por exemplo, estão adotando em diversos cursos a disciplina de Empreendedorismo na tentativa de formar profissionais com maior conhecimento técnico e com perfil empreendedor, a fim de que contribuam para o desenvolvimento econômico e social do país no qual estão inseridos (REIS; ARMOND, 2010).

Nesse sentido, o empreendedorismo é um tema que vem sendo bastante discutido no meio acadêmico e profissional. Teóricos que dialogam sobre esta temática discutem quanto ao entendimento das características do empreendedor, apesar de algumas serem mais citadas ao invés de outras, o que dificulta a criação de um perfil homogêneo para identificá-las.

Para tornar essa discussão mais clara, tem-se que o empreendedorismo é uma área do conhecimento fundamentada em duas escolas principais: a que contempla o viés econômico (CANTILLON, 1755; SCHUMPETER, 1942; 1982; 1997) e a que contempla o viés comportamentalista (McCLELLAND, 1972; TIMMONS, 197; FILION, 1991). Na primeira escola, Schumpeter (1982), por exemplo, observa a importância do empreendedor na sociedade ao afirmar que ele é o motor da economia de natureza capitalista.

Na segunda escola, McClelland (1972), por sua vez, assevera que o empreendedor apresenta um conjunto de características e fatores que o condicionam a empreender, isto é, por meio de um viés comportamentalista, em que fatores humanos são aceitos como pressupostos básicos do processo de empreendedorismo. Inserida na perspectiva do viés comportamental, a Teoria Visionária foi desenvolvida por Louis Jacques Filion em sua tese de doutorado no ano de 1988, a qual apresenta a noção de surgimento de um novo empreendimento. Tal teoria explica de que maneira e em quais condições uma ideia pode se desenvolver e como vai se estruturando na medida em que lhe são acrescentados novos ‘contornos’, que podem ser fruto de um processo visionário, isto é, uma característica própria dos empreendedores em seus momentos de criação.

Assim, esta teoria apresenta uma abordagem comportamentalista que contempla elementos como percepção individual, conceito de si, energia, liderança, sistemas de relações

e compreensão do setor, que influenciam diretamente na formação das visões emergentes, complementares e central, culminando na ação empreendedora (FILION, 1988).

Nesse sentido, para compreender o enquadramento teórico acerca da intenção empreendedora a partir da Teoria Visionária de Filion, convém destacar a categoria “comportamento”, como um pressuposto elementar da intenção empreendedora (SHAPERO, 1982; AJZEN, 1985; SHANE; VENKATARAMAN, 2000).

Filion (1991) considera que o estado emocional do indivíduo é um dos fatores determinantes para a manifestação dos comportamentos empreendedores. Segundo o autor, a utilização, com maior ou menor intensidade de tais comportamentos, não se deve apenas ao conhecimento, mas também à capacidade de identificar e utilizar racionalmente os comportamentos para tornar possível o empreender.

Considerando a relevância da Teoria Visionária de Filion, foi levantado o seguinte problema: quais influências estão relacionadas com a intenção empreendedora de discentes dos cursos de IES públicas e privadas?

Para respondê-la, foi proposto como objetivo identificar os fatores à luz da teoria visionária de Filion que exercem maior influência na intenção empreendedora em discentes de IES públicas e privadas na cidade de Teresina, estado do Piauí – Brasil.

Para alcançar o objetivo geral proposto na pesquisa, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos que darão suporte a esta investigação:

1. Verificar a relação entre a intenção empreendedora dos discentes de IES públicas e privadas com o perfil socioeconômico deles;
2. Identificar o perfil socioeducacional dos discentes e identificar qual o grupo de alunos com maior intenção empreendedora;
3. Descrever as variáveis dentro das dimensões da teoria visionária de Filion que exercem maior influência na intenção empreendedora dos discentes.

Nesse sentido, entende-se que o interesse pelo empreendedorismo se estende além das ações dos governos nacionais, atraindo, dessa forma, também a atenção de muitas organizações e entidades. Há uma convicção de que o poder econômico dos países depende de seus empresários e da competitividade de seus empreendimentos. Em uma reunião de integrantes do Fórum Econômico Mundial realizado em 2009, foram propostas algumas recomendações para potencializar o empreendedorismo nos jovens de maneira a atender às demandas do século XXI. Entre as principais recomendações estão: desenvolver habilidades de liderança e conhecimento do mundo e do ambiente onde vivem, a fim de superar os

desafios das próximas décadas, enfatizar a educação empreendedora como parte chave da educação formal em todos os níveis, desenvolver o empreendedorismo como um tema transversal e não apenas uma disciplina, utilizar a interatividade como mote da pedagogia educacional, com foco na experimentação e na ação, e na análise e solução de problemas, ampliar o uso da tecnologia no ensino tanto para ganhar escala e aumentar a abrangência do tema como para possibilitar a criação de material didático inovador e interativo.

Para este estudo, optou-se pelos cursos de Administração e Engenharia Civil, pois uma pesquisa já realizada com universitários de 70 IES do Brasil (ENDEAVOR, 2014) sinalizou que os cursos de Administração e Engenharia Civil possuem alunos com relevante interesse pela disciplina de Empreendedorismo: 41,90% dos alunos do curso de Engenharia Civil já fizeram a disciplina e 91% estão interessados em cursá-la; no curso de Administração, 65% dos alunos já fizeram a disciplina e 96% estão interessados em estudar a referida disciplina. Soma-se a esses dados a conveniência de existirem duas IES na cidade de Teresina, estado do Piauí, com os respectivos cursos e com significativa quantidade de alunos, o que permitiu o desenvolvimento deste estudo.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O Fenômeno do Empreendedorismo

Com base na revisão de literatura sobre os conceitos de empreendedorismo, denota-se o posicionamento de alguns estudiosos a respeito da temática em questão. Os economistas fisiocratas Richard Cantillon, François Quesnay e Jean-Baptiste Say foram os primeiros a utilizar a expressão *entrepreneur*, retirada do termo francês *entreprendre*, que pode ser traduzido por ‘empreender’, de forma similar a ‘conseguir fazer coisas’. Desde então, palavras relacionadas àquela e que compartilham origem semântica comum, como empreendedorismo, empreendedor, empresa e empreendimento, entraram no cotidiano e passaram a ser usadas para denotar larga variedade de conceitos, assuntos e situações (MATLAY, 2005; OLIVEIRA, 2016).

A respeito da natureza etimológica do termo empreendedorismo, Degen (2009, p. 6) afirma que:

[...] o significado da palavra empreendedor deriva da palavra inglesa *entrepreneur*, que por sua vez, deriva da palavra *entreprende*, do francês antigo, formada pelas palavras *entre*, derivada do latim *inter* – que significa reciprocidade – e *preneur*, derivada do latim *prehendere* – que significa comprador. A combinação das duas palavras, *entre* e *comprador*, significa simplesmente intermediário.

Hisrich (2004) classifica o empreendedorismo como o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal. Nesse sentido, o empreendedorismo é um método eficiente para unir teoria e prática, criando empresas e levando novos modelos de negócios e produtos ao mercado. As atividades empreendedoras afetam de modo significativo a economia de um país, um estado, uma cidade e um bairro ao contribuir na construção da base econômica e gerar empregos (HISRICH, 2004).

2.2 Características e Perfil Empreendedor

De acordo com Filion (1994), na literatura existe uma notável confusão a respeito da definição do termo empreendedorismo, visto que as duas correntes de pensamento existentes abordam o conceito de forma distinta, isto é, os economistas o associam à inovação, enquanto os comportamentalistas se concentram nos aspectos criativos e intuitivos. Para Filion (1999, p. 19), empreendedor é:

Uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente onde vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor.

No Quadro 1 a seguir, Filion (1991) vai unir conceitos diversos sobre o empreendedor enfatizando não haver uma definição unânime em relação ao conceito em questão.

Quadro 1 – Diferentes visões sobre o perfil do empreendedor

Pesquisadores	Visão sobre o empreendedor
Economistas	São inovadores e podem ser vistos como forças direcionadoras de desenvolvimento.
Comportamentalistas	Criativos, persistentes e líderes.
Engenheiros e Especialistas em Gerenciamento de Operações	Bons distribuidores e coordenadores de recursos.
Especialistas em Finanças	Capazes de calcular e medir riscos.
Especialistas em Gerenciamento	São organizadores competentes de suas atividades e recursos, desembaraçados e visionários.
Especialistas da Área de Marketing	Pessoas que identificam oportunidades, diferenciam-se dos outros e possuem o pensamento voltado para o consumidor.

Fonte: Fillion (1991).

Diante disso, durante anos, pesquisadores tentam mapear o perfil do empreendedor. Sobre essa lacuna, Gartner (1989) fez uma completa revisão sobre o que se dizia a respeito dos empreendedores. Outros estudiosos também têm feito o mesmo, como é o caso da pesquisa realizada por Carland em 1984. O Quadro 2, a seguir, apresenta as características empreendedoras mencionadas por esses pesquisadores.

Quadro 2 – Principais características empreendedoras na perspectiva de diferentes pesquisadores

Ano	Autor	Principais características empreendedoras
1848	Mill	Assumir riscos
1917	Weber	Autoridade formal
1934	Schumpeter	Inovação, iniciativa
1954	Sutton	Desejo de responsabilidade
1959	Hartman	Autoridade formal
1961	McClelland	Assumir riscos, necessidade de realização, otimismo, relacionamento (afiliação), poder, autoconsciência
1963	Davids	Desejo de independência, responsabilidade, autoconfiança

1964	Pickle	Foco, relacionamento, habilidade de comunicação, conhecimento técnico.
1969	Gould	Percepção de oportunidade, motivado pela realização
1969	Wainer & Rubin	Realização, poder e afiliação
1970	Collins & Moore	Satisfação e poder pelo que faz
1970	Hornaday & Bunker	Necessidade de realização, inteligência, criatividade, liderança, desejo de ganhar dinheiro, desejo de reconhecimento, orientado à realização, poder, tolerância às incertezas
1971	Palmer	Mensuração do risco
1971	Hornaday & Abound	Necessidade de realização, autonomia/independência, histórico familiar, agressividade, poder, reconhecimento, inovação, independência.
1972	Draheim	Experiência, credibilidade
1972	Howell	Influências (modelos de referência)
1973	Winter	Necessidade de poder
1974	Borland	Autocontrole
1974	Liles	Necessidade de realização
1977	Gasse	Orientado a valores pessoais
1978	Timmons	Foco/centrado, autoconfiança, orientado a meta, risco calculado, autocontrole, criatividade, inovação
1979	DeCarlo & Lyons	Realização, independência e liderança
1980	Brockhaus	Propensão a assumir riscos
1980	Hull, Bosley & Udell	Interesse em fama e dinheiro, autocontrole, propensão a assumir riscos, criatividade, realização
1980	Sexton	Energia/ambição, reação positiva ao fracasso (superação)
1981	Hisrich & O'Brien	Autodisciplina, perseverança, desejo de sucesso, orientado pela ação, orientado a metas

1981	Mescon & Montanari	Realização, autonomia, dominância, controle, organização
1981	Welsch & White	Necessidade de controlar, busca por responsabilidade, autoconfiança, assume desafios, risco calculado
1982	Dunkelberg & Cooper	Orientado ao crescimento, senso de independência, especialização
1982	Welsch e Young	Autocontrole, maquiavelismo, autoestima, assume riscos, aberto a inovação, otimismo

Fonte: Dornelas (2007. p. 2-3).

Esses aspectos sobre o perfil empreendedor ressaltam o quanto o empreendedorismo pode contribuir para o desenvolvimento econômico e pessoal, como saber desenvolver metas e visão de futuro, planejar, tomar decisões, explorar oportunidades, desenvolver determinação, relacionamentos e conhecimento.

2.3 A Teoria Visionária de Filion

A base teórica de orientação deste artigo baseia-se na teoria desenvolvida por Louis Jacques Filion em sua tese de doutorado em 1988, isto é, que consiste em apresentar como um novo empreendimento é iniciado a partir do surgimento da ideia de um produto ou serviço. Esta teoria também explica de que forma e em quais condições uma ideia desenvolve-se e como vai se potencializando na medida em que lhe são acrescentados novos “contornos”, frutos de um processo visionário, próprio dos empreendedores em suas fases de criação (FILION, 1988).

Nesse sentido, tornando a discussão acerca dessa questão, a teoria visionária de Filion parte do princípio de que as relações são categorias fundamentais para o processo empreendedor, isto é, “o empreendedor precisa ter um alto nível de articulação pessoal, coerência e tenacidade, todos eles são importantes fatores para o sucesso ou fracasso de sua estratégia” (FILION, 1993, p. 56). Considerando que as relações são atributos essenciais para o alcance dos objetivos da consolidação da estratégia do empreendedorismo, a teoria visionária está constituída de determinados atributos que dão apoio a esse processo, sendo tais atributos as visões emergentes, a visão central, as visões complementares, o desenvolvimento da visão, o conceito de si, a energia, a liderança, a compreensão do setor e as relações (FILION, 1993).

A teoria visionária de Filion contribui, sobretudo, para viabilizar a construção de uma ideia de negócio e quais elementos podem sustentá-la. A importância dos estudos de Filion decorre do fato de que, além de conceituar com simplicidade e profundidade o empreendedor, ele se preocupa com seu sistema de atividades, estudando como esse agente de negócios realiza seu trabalho e quais aspectos influenciam o processo empreendedor.

Assim, no desenvolvimento desta subseção, são destacados os aspectos do processo de criação da visão, de tal modo que são considerados cinco elementos de sustentação da visão, isto é, visão de mundo (*weltanschauung*), energia, sistemas de relações, liderança e compreensão do setor.

Torna-se importante ressaltar que a visão fornece ao empreendedor um referencial que o ajuda a chegar aonde deseja ir. Esse referencial pode atrair e estimular as pessoas que trabalham com o empreendedor. As pessoas que compõem seu sistema de relações dentro da empresa parecem ficar altamente motivadas e ansiosas para trabalhar arduamente e assim ajudar a realizar a visão (FILION, 1993). O processo de criação da visão proposto por Filion (1991) é chamado de metamodelo. Um metamodelo refere-se a um conjunto que integra as propriedades de modelos sistêmicos de atividades humanas, consistindo na superposição de modelos revelados pelo estudo de empreendedores bem-sucedidos realizados por Filion em sua tese de doutorado em 1988.

2.4 Aspectos da Intenção Empreendedora

A intenção empreendedora é a cognição que orienta e guia a ação do empreendedor para a criação e desenvolvimento de uma nova empresa (MORIANO *et al.*, 2007). A intenção surge como o antecedente do comportamento e, quanto mais forte é a intenção de desenvolver um determinado comportamento, maior será a probabilidade da sua realização efetiva (AJZEN, 1987).

Considera-se então que a concretização da ideia de criar uma nova empresa é precedida pela intenção, a qual por sua vez pode ser planejada durante algum tempo até a concretização, porém a intenção empreendedora não garante que um negócio se tornará realidade (CARVALHO; GONZALEZ, 2006). Dentro do estudo do comportamento empreendedor, a intenção empreendedora situa-se na fase de pré-lançamento e é o antecedente mais estudado na criação de empresas (LIÑÁN; NABI; KRUEGER, 2013; MORIANO *et al.*, 2012).

Sobre a intenção empreendedora dos indivíduos, alguns autores contribuíram significativamente com modelos teóricos que possibilitaram sua consolidação nas pesquisas

sobre empreendedorismo, dentre os quais se destacam em especial as contribuições de teóricos como Ajzen (1991), Shapero (1982) e Carvalho (2004).

Os modelos de intenção empreendedora surgem a partir das limitações e críticas aos modelos de traços de personalidade (ROBINSON *et al.*, 1991; SHANE; VENKATARAMAN, 2000), uma vez que o desenvolvimento de intenção empreendedora depende da combinação de fatores pessoais e de fatores sociais. Krueger *et al.* (2000) refere que os modelos de intenção empreendedora funcionam como modelos sólidos, generalizáveis e constituem um marco teórico robusto para analisar e prever a intenção empreendedora a partir de uma perspectiva integradora e ecossistêmica da pessoa e do seu contexto.

Ajzen (1991) apresentou a Teoria do Comportamento Planejado (*Theory of Planned Behavior*) no propósito de explicar o comportamento humano diante do ato de empreender. Esta teoria prevê que o comportamento e a intenção de agir resultam de três atitudes elementares: atitude individual, norma subjetiva e percepção sobre o controle do comportamento.

Ajzen (1991) argumenta que as atitudes individuais se referem a atitudes perante um comportamento, correspondendo à avaliação favorável ou desfavorável que o indivíduo faz desse comportamento. De outro lado, o caso da norma subjetiva trata da influência do ambiente social no comportamento do indivíduo, isto é, representa a ‘pressão social’ para adotar um determinado comportamento. E o controle do comportamento percebido refere-se à percepção do indivíduo sobre sua facilidade ou dificuldade em realizar determinada tarefa, condicionando, dessa forma, sua intenção.

O modelo de Shapero (1982) é constituído por três construtos teóricos fundamentais, os quais determinam a intenção empreendedora: percepção de desejabilidade, percepção de viabilidade e propensão em agir. O construto percepção de desejabilidade refere-se ao interesse do indivíduo em começar um determinado negócio, já a percepção de viabilidade é o nível de percepção que o agente acredita ser capaz para iniciar um negócio e a propensão em agir seria o impulso que geraria o ato de empreender.

No caso do modelo apresentado por Carvalho (2004), este propõe analisar a intenção empreendedora levando em consideração uma escolha futura de estudantes do ensino superior e aos aspectos ligados à criação da empresa e os desempenhos da função empresarial. O modelo foi desenvolvido com base em estudos sobre as competências empresariais, antecedentes pessoais dos empresários e motivações empreendedoras, levando em consideração principalmente os modelos de Ajzen (1991), Autio *et al.* (1997), Davidsson

(1995), Shapero (1982) e Spencer e Spencer (1993). Carvalho (2004) apresenta em seu modelo de forma breve e consistente cada um dos elementos que compõem a formação da intenção empreendedora, dentre eles estão antecedentes pessoais, conhecimentos empresariais, motivações empreendedoras, autoeficácia empreendedora e envolvente institucional.

3 METODOLOGIA

3.1 Delineamento da pesquisa

Nesta pesquisa, buscou-se compreender a relação entre a teoria visionária de Filion, a intenção empreendedora e os aspectos socioeconômicos dos alunos dos cursos de Administração e Engenharia Civil de uma IES privada e de uma pública da cidade de Teresina, no estado do Piauí, caracterizando-se de abordagem quantitativa, pois se utilizou de técnicas estatísticas sofisticadas para mensurar essa relação.

3.2 Características da amostra

A escolha da amostra caracteriza-se como intencional e por acessibilidade, bem como devido ao grande número de cursos de Administração e Engenharia Civil na cidade de Teresina, que demonstra sua relevância para a região.

O universo deste estudo é composto de 1.664 alunos das duas graduações em análise, com uma amostra de 300 respondentes, entre discentes do curso de Administração e Engenharia Civil, e das duas instituições contempladas nesta pesquisa. Na IES pública, o número total nos dois cursos é de 843 alunos, distribuídos entre os cursos de Administração, representado por 425 pessoas, e de Engenharia Civil, representado por 418 docentes. Na IES privada, o número de alunos é representado por 423 alunos de Administração e 398 alunos de Engenharia Civil, totalizando 821 discentes na IES privada – dados fornecidos pelos setores competentes das IES pesquisadas.

Quadro 3 – Variáveis de pesquisa

Dimensão	Variável	
Conceito de Si	1	Considero-me capaz de enxergar os melhores caminhos para minha vida pessoal e profissional?
	2	Considero-me autoconfiante para fazer escolhas sobre minha vida pessoal e profissional?
	3	Considero-me determinado para enfrentar os desafios pessoais e profissionais?
	4	Considero-me uma pessoa otimista?
Energia	5	Costumo iniciar e terminar meus trabalhos de forma correta e dentro dos prazos estabelecidos?
	6	Acredito que estabelecer prazos é essencial para o sucesso de qualquer atividade/empreendimento?
	7	O mundo é dinâmico e preciso acompanhá-lo buscando sempre novos conhecimentos?
	8	Estou sempre buscando participar de novos projetos?
Liderança	9	Percebo que as pessoas confiam em mim quando estou à frente de algo?
	10	Sou capaz de estimular pessoas a realizar tarefas que aparentemente são desafiadoras?
	11	Tenho facilidade em convencer as pessoas a me seguir em ideias ou projetos?
	12	Sinto-me confortável liderando pessoas?
Compreensão do Setor	13	Procuro conhecer a fundo um negócio antes de investir no mesmo?
	14	Para mim o conhecimento de uma área é fundamental para me levar ao sucesso?
	15	Busco informações na área ou setor que tenho mais afinidade e interesse?
	16	Estou sempre observando e analisando as informações relativas à economia e ao mercado?
Sistemas de Relações	17	Percebo que meus pais e/ou familiares possuem perfil empreendedor?
	18	A instituição que estudo estimula o desenvolvimento do perfil empreendedor?
	19	Entendo que rede de relacionamento pessoal e profissional são fatores preponderantes para obter êxito?

	20	Considero as relações de parceria um aspecto de importância para proporcionar prosperidade?
Percepção Individual ou Visão do Mundo	21	Sou observador em relação às coisas e às pessoas?
	22	Consigo enxergar oportunidades de negócios nos ambientes em que frequento?
	23	Busco soluções diante de problemas e desafios percebidos?
	24	A condição econômica tem relação direta com a ação empreendedora?

Fonte: Filion (1991).

3.3 Procedimentos de coleta de dados

A coleta de dados foi realizada por meio da aplicação de um questionário disposto de forma *online*. Para a pesquisa em questão, foram aplicados 1.664 questionários online, elaborados e estruturados por via da ferramenta do formulário do Google. Tais formulários foram enviados para o e-mail dos discentes regularmente matriculados entre os períodos de 2015.2 e 2016.1.

Foi utilizado como instrumento de pesquisa um questionário, de elaboração própria de 31 perguntas, dividido em aspectos socioeconômicos, socioeducacionais, entre outras perguntas, inspiradas na teoria visionária de Filion (1991), composta em sua maioria por uma escala Likert de 5 pontos, e, por fim, uma pergunta dicotômica sobre intenção empreendedora.

A escala de avaliação Likert foi construída com campos de respostas em cinco níveis de avaliação, entendendo da seguinte forma: 1. Muito baixo; 2. Baixo; 3. Regular; 4. Alto e 5. Altíssimo. Michael (2009, p. 39) relata que “ao responder ao questionário, a pessoa estará denotando uma determinada atitude em relação ao que está sendo proposto. E isso permitirá ao pesquisador associar a resposta a um comportamento”.

Após a elaboração do questionário, foi realizado um pré-teste com 30 participantes da amostra, sendo quinze representantes de cada curso; o intuito foi identificar as possíveis falhas apresentadas no questionário e realizar os devidos ajustes. Foi esclarecido para os 30 participantes que a intenção era que eles informassem sobre a clareza, o conteúdo e as dificuldades que encontrassem na compreensão das instruções, enunciados e opções. Em seguida, eles deveriam fazer as devidas sugestões de melhoria. Após análise dos envolvidos no pré-teste, houve ajustes na apresentação da redação de algumas perguntas. Afinal, Vergara (2012) explica que o pesquisador deve fazer um pré-teste com uma pequena amostra similar à grande amostra do universo a ser pesquisado, a fim de dirimir problemas durante a pesquisa.

Inicialmente, houve um contato presencial com as coordenações dos cursos de Administração e Engenharia Civil das duas IES, explicando a pesquisa e solicitando o envio do questionário por e-mail para os alunos matriculados nas respectivas graduações. Todas as coordenações atenderam à solicitação sem maiores ressalvas. Os dados foram coletados nos semestres 2015.2 e 2016.1. Com base no acompanhamento diário dos números de respondentes, percebeu-se a necessidade de conscientizações presenciais com os discentes, para só então conquistar a meta de 300 respondentes.

3.4 Procedimentos para análise de dados

A análise dos dados foi feita a partir dos questionários respondidos. Segundo Vergara (2012), o cuidado prévio do pesquisador é definir, com bastante clareza, que tratamento será aplicado aos dados. Respostas a perguntas fechadas devem sofrer tratamento estatístico.

Vale lembrar que esta pesquisa teve como objetivo produzir um estudo junto aos alunos de uma IES pública e uma privada de Teresina – Piauí, nos cursos de Administração e Engenharia Civil, embasado na teoria visionária de Filion (1991), de modo a verificar a influência das variáveis: conceito de si, energia, liderança, rede de relacionamentos e compreensão do setor no disparo da intenção empreendedora, bem como relacionar esses pontos com o perfil socioeconômico dos respondentes.

A proposta desta pesquisa está pautada também em identificar os construtos da teoria visionária de Filion, predominantes em cada grupo de alunos dos cursos de Administração e Engenharia Civil, verificar a relação entre a intenção empreendedora dos discentes dos respectivos cursos e o perfil socioeconômico e identificar entre os cursos em questão o grupo de alunos com maior intenção empreendedora.

Tendo em vista a complexidade do objeto de estudo, fez-se necessário utilizar metodologicamente a abordagem quantitativa para melhor compreender as relações e influências das variáveis pesquisadas, uma vez que para identificar o nível de intenção empreendedora é necessário utilizar na pesquisa social métodos estatísticos que favoreçam a análise de resultados de maneira consolidada com a realidade, isto é, “escolher o método apropriado ao tipo de dados, usá-lo corretamente, saber interpretar os resultados e retirar deles as conclusões corretas” (REIS, 2001, p. 11).

Nesta pesquisa, foram aplicadas técnicas estatísticas buscando a exatidão dos resultados e permitindo uma margem de segurança quanto às inferências. Para tanto, utilizaram-se:

- a) Testes de amostra para avaliar a significância da amostra pesquisada. Nesse caso, pôde-se constatar que todas as amostras das variáveis foram relevantes;
- b) Uma análise descritiva das variáveis buscando identificar os perfis por meio da análise das médias, desvios-padrões máximos, mínimos e percentuais;
- c) Um cruzamento (relação) de resultados por intermédio das tabelas a serem apresentadas na seção 4 desta pesquisa, para compreender melhor as interações entre as variáveis, em especial com a variável (dicotômica) de intenção empreendedora;
- d) Por fim, a técnica de regressão logística, a fim de identificar quais variáveis exercem maior influência na pesquisa em questão.

Ressalta-se que neste estudo foi utilizada a regressão logística, técnica estatística que busca explicar ou predizer valores de uma variável dependente (*target*), por meio de outras variáveis independentes. A diferença é que a variável dependente é qualitativa, e não numérica, como na regressão linear (CORRAR; DIAS FILHO; PAULO, 2007).

Regressão logística é um tipo de regressão utilizada para explicar uma variável dependente quando ela tem um formato categórico e binário (HAIR *et al.*, 2006). A regressão logística baseia-se na construção de um modelo que relaciona uma variável y , chamada de dependente ou variável resposta, às variáveis independentes ($x_1, x_2, x_3... x_n$), consideradas fatores que influenciam a ocorrência de um evento. A variável y é dicotômica, assumindo os valores 1 quando o evento ocorre e 0 quando não ocorre.

Assim, para a regressão logística, esta procura determinar a probabilidade de um determinado evento ocorrer, isto é, levando-se em consideração a variável dependente do modelo em função das variáveis independentes existentes. Assim, se a previsão da probabilidade de ocorrência de um evento for superior a 0,5, então a previsão será confirmada pela equação da regressão (HAIR *et al.*, 2009).

Esse tipo de análise permite a interpretação, a análise e a avaliação crítica das informações pesquisadas, a fim de esclarecer os questionamentos propostos, bem como possibilitar uma análise de correlação das variáveis, pois visa estabelecer as similaridades, as diferenças e ainda o grau de influência entre os fatos investigados.

Destaca-se ainda que nesse caso utilizou-se o método *stepwise*, ou passo a passo, em que o próprio SPSS analisa as variáveis e suas possíveis combinações a fim de encontrar o melhor modelo, isto é, o modelo que tenha a ‘maior’ representatividade ou poder de explicação (CORRAR; DIAS FILHO; PAULO, 2007).

Trata-se, então, de um estudo sistemático e analítico no qual os procedimentos e técnicas metodológicas aplicados foram desenvolvidos em fases distintas. Na próxima seção, seguem dados ofertados pelo *software* SPSS 20.0 para auxiliar na organização, tratamento e interpretação dos dados coletados.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO

Nesta seção serão analisados os dados levantados no intuito de fundamentar a pesquisa em questão e auxiliar as respostas dos objetivos específicos deste estudo. Na Tabela 1, são apresentados os dados cruzados entre a intenção empreendedora e o sexo dos respondentes da pesquisa.

Tabela 1 – Relação entre o sexo e a intenção empreendedora

	Sexo				Total
	Feminino	%	Masculino	%	
Sim	119	89,47	153	91,61	272
Não	14	10,53	14	8,39	28
Total	133	100	167	100	300

Fonte: Elaborada pelo autor com suporte do SPSS v. 20 (2016).

No estudo da relação da intenção com o sexo dos respondentes, assegura-se que 91,61% dos homens possuem intenção empreendedora, enquanto 89,47% das mulheres sinalizam possuir intenção empreendedora. Demonstra, portanto, que os homens desta pesquisa apresentam maior predisposição a empreender do que as mulheres.

Não somente neste estudo como em outras pesquisas de alcance mundial, geralmente os homens tendem a apresentar comportamentos ligeiramente mais confiantes do que as mulheres em relação à intenção empreendedora (ENDEAVOR, 2014).

Percebe-se também que os estudantes do sexo masculino (91,61%) e feminino (89,74%) dos cursos de Administração e Engenharia Civil das IES pesquisadas apresentam uma maior intenção empreendedora em comparação com a pesquisa da Endeavor (2014), segundo a qual 63,60% dos universitários do sexo masculino possuíam intenção em abrir uma empresa e apenas 52,70% das mulheres apresentavam intenção em empreender.

Tabela 2 – Relação entre idade e intenção empreendedora

	Idade										Total
	17 a 25	%	26 a 32	%	33 a 39	%	40 a 47	%	48 a 54	%	
Var. 25 – Tenho interesse em abrir o próprio negócio?											
Sim	201	73,89	44	16,17	18	6,61	5	1,83	4	1,47	272
Não	18	0,64	8	14,28	1	3,57	1	3,57	0	0	28

Fonte: Elaborada pelo autor com suporte do SPSS v. 20 (2016).

No estudo da faixa etária com a intenção empreendedora, conforme Tabela 2, percebe-se que 73,89% dos respondentes que possuem intenção em abrir o próprio negócio são jovens na faixa de 17 a 25 anos. Nota-se, pelo exposto na Tabela 8, que à proporção que a idade vai avançando, a intenção em empreender vai reduzindo significativamente.

Fazendo um comparativo com o estudo da Endeavor (2014), nota-se que houve um aumento de 17,09% no número de alunos com intenção empreendedora na faixa de idade entre 17 e 25 anos nos cursos contemplados por essa pesquisa. Em 2014, segundo a pesquisa da Endeavor nas universidades brasileiras, apenas em 56,8% dos discentes nessa mesma faixa etária havia a intenção em empreender. Já na faixa de idade de 26 a 32 anos, houve uma redução de 8,72% na intenção empreendedora quando comparado este estudo em análise e a pesquisa da Endeavor, que aponta 24,89% na faixa de idade em questão.

O estudo em análise demonstrou que apenas 16,18% dos alunos na faixa de idade em questão (26 a 31) possuem a pretensão em empreender, no entanto o estudo realizado em universidades brasileiras aponta que 24,9% dos estudantes com a mesma faixa etária têm intenção em abrir o próprio negócio.

Tabela 3 – Relação entre renda e intenção empreendedora

Renda							Total
A seguir de 1 Salário mínimo	De 1 a 2 Salários mínimos	De 3 a 5 Salários mínimos	De 5 a 7 Salários mínimos	De 7 a 10 Salários mínimos	Mais de 10 Salários mínimos		
Var. 25 - Tenho interesse em abrir o próprio negócio?							
Sim	10 (3,67%)	80 (29,41%)	100 (36,74%)	33 (12,13%)	30 (11,02%)	18 (6,61%)	272 (90,66%)
Não	2 (7,14%)	6 (21,42%)	12 (42,85%)	3 (10,71%)	3 (10,71%)	3 (10,71%)	28 (9,34%)
Total							300 (100%)

Fonte: Elaborada pelo autor com suporte do SPSS v. 20 (2016).

Após análise da Tabela 3, que trata da relação entre renda e intenção empreendedora, verifica-se que 100 alunos pesquisados (36,74%) que possuem intenção empreendedora estão inseridos em famílias que possuem renda de 3 a 5 salários mínimos e 80 discentes (29,41%) pertencem a famílias com renda de 1 a 2 salários mínimos, totalizando 66,17% de respondentes com intenção empreendedora que se enquadram em famílias com ganhos de 1 a 5 salários mínimos.

Pesquisa da Endeavor (2014) afirma que, quanto maior a renda dos alunos, menos eles se sentem apoiados pela família e pela IES para abrir o próprio negócio. Segundo a pesquisa, 41,6% do grupo de alunos de menor renda das IES privadas indicam que são muito ajudados, enquanto apenas 32,6% dos alunos de maior renda das instituições privadas indicam o mesmo.

Tabela 4 – Relação entre tipo de Instituições de Ensino Superior (IES) e a intenção empreendedora

	IES				Total
	Privada	%	Pública	%	
Var. 25 - Tenho interesse em abrir o próprio negócio?					
Sim	183	67,27	89	32,73	272 (100%)
Não	19	67,85	9	32,14	28 (100%)
Total					300

Fonte: Elaborada pelo autor com suporte do SPSS v. 20 (2016).

Na análise da Tabela 4, a respeito da relação entre tipo de IES e intenção empreendedora, nota-se que 67,27% dos alunos que possuem pretensão em empreender são da instituição privada e 32,73% pertencem à IES pública. Em face desse resultado, acredita-se que o modelo de Carvalho e Gonzalez (1996) tem fundamentação quando afirma que as motivações empreendedoras serão maiores ou menores conforme vários fatores, inclusive o envolvente institucional que contempla um ambiente propício ao estímulo da atividade empresarial.

Tabela 5 – Relação entre o período cursado e a intenção empreendedora

Período																					Total
	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	6	%	7	%	8	%	9	%	10	%	
Var 25 – Tenho interesse em abrir o próprio negócio?																					
Sim	33	12,13	68	25	26	9,55	13	4,77	21	7,73	29	10,67	38	13,97	38	13,97	0	0	6	2,20	272
Não	2	7,14	7	25	4	14,28	3	10,71	0	0	1	3,57	4	14,28	7	25	0	0	0	0	28
Total																					300

Fonte: Elaborada pelo autor com suporte do SPSS v. 20 (2016).

No estudo da Tabela 5, sobre a relação entre o período cursado e a intenção empreendedora, diagnostica-se que 25% dos alunos que estão cursando o 2º período dos cursos de Administração ou Engenharia Civil afirmam possuir intenção em criar seu próprio negócio. Verifica-se também que 27,94% dos alunos que possuem intenção em ingressar no mundo dos negócios estão cursando o 7º ou 8º período dos cursos objeto desta pesquisa.

Segundo pesquisas da Endeavor (2014), cursar uma disciplina que contemple conhecimentos empresariais aumenta a confiança do aluno em 23,3%, comparando a média de autoconfiança de alunos que já fizeram a disciplina de empreendedorismo e os que nunca fizeram. A mesma pesquisa aponta que entre os formandos o nível de confiança é ainda maior, pois 63% dos alunos que estão nos últimos períodos já fizeram a disciplina do tema em questão.

Tabela 6 – Relação entre os cursos e a intenção empreendedora

Curso				Total	
Administração	%	Eng. Civil	%		
Var 25 – Tenho interesse em abrir o próprio negócio?					
Sim	165	60,66	107	39,34	272 (100%)
Não	19	6,85	9	32,15	28 (100%)

Fonte: Elaborada pelo autor com suporte do SPSS v. 20 (2016).

Observando a Tabela 6, verifica-se que os alunos que desejam abrir o próprio negócio são representados 60,66% pelos alunos de Administração e 39,34% pelos alunos de Engenharia Civil. Percebe-se, portanto, que os alunos de Administração apresentam maior intenção empreendedora do que os estudantes de Engenharia Civil.

Com os dados obtidos, desenvolveu-se a construção dos modelos de regressão logística, utilizando-se o software estatístico SPSS. Foram testadas várias simulações de modelos. Em cada simulação, foi realizado o teste de ajuste de Hosmer e Lemeshow, que indicou a possibilidade de regressão logística em cada uma delas. Apresenta-se na sequência o modelo que se mostrou com resultados mais adequados e maior força de predição. Outro fator que justificou a escolha desse modelo é por ele ter englobado todos os construtos investigados na pesquisa.

No contexto desta pesquisa, nota-se que existem situações em que é impropriedade usar uma regressão simples ou múltipla, linear ou não, para caracterizar a relação funcional entre

certa variável de resposta e um conjunto de variáveis independentes (AYÇAGUER; UTRA, 2004, p. 43). Uma forma de resolver essa dificuldade é por meio da regressão logística (VIZCAINO, 2000).

A simulação escolhida utilizou-se variáveis independentes que representam os construtos da teoria visionária de Filion e como variável dicotômica a intenção empreendedora.

A Tabela 7 a seguir representa o significado das variáveis dicotômicas.

Tabela 7 – Codificação da variável dependente

Valor original	Valor interno
Sim	1
Não	0

Fonte: Elaborada pelo autor com suporte do SPSS v. 20 (2016).

A Tabela 7 acima, apresenta de forma simplificada a codificação ‘escolhida’ para a variável dependente, ou dicotômica, para permitir uma análise das interações com as variáveis independentes.

Tabela 9 – Tabela de contingência para teste de Hosmer e Lemeshow

		Var. 25 = sim		Var. 25 = não		Total
		Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Etapa 1	1	84	83,177	3	3,823	87
	2	116	114,086	8	9,914	124
	3	58	63,558	16	10,442	74
	4	14	11,179	1	3,821	15
Etapa 2	1	27	27,493	1	,507	28
	2	37	35,547	0	1,453	37
	3	66	65,542	3	3,458	69
	4	21	22,097	3	1,903	24
	5	74	73,797	8	8,203	82
	6	47	47,523	13	12,477	60

Fonte: Elaborada pelo autor com suporte do SPSS v. 20 (2016).

Observando a Tabela 9, é possível constatar que realmente o modelo (etapa) 2 apresenta uma melhor relação entre os valores observados e esperados em função da variável dependente, portanto vê-se que o modelo responde melhor ao teste em questão, tornando o modelo proposto com maior poder de explicação.

Tabela 10 – Variáveis na equação

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. para EXP(B)		
									Inferior	Superior
Etapa 1 ^a	Var.	-,637	,219	8,485	1	,004	,529	,345	,812	
	Constante	,104	,799	,017	1	,896	1,110			
Etapa 2 ^b	Var.	1,001	,471	4,508	1	,034	2,720	1,080	6,850	
	Var.	-,745	,229	10,546	1	,001	,475	,303	,744	
	Constante	-4,219	2,293	3,387	1	,066	,015			

a. Variáveis inseridas na etapa 1

b. Variáveis inseridas na etapa 2

Fonte: Elaborada pelo autor com suporte do SPSS v. 20 (2016).

Por fim, considerando o modelo proposto, chega-se à equação da regressão:

$$Z = -4,219 + 1,001(06) - 0,745(21) - (1)$$

Tal resultado contrapõe-se ao posicionamento de Filion (1991), que assegura que o sistema básico de relações de um empreendedor, a família, com certeza moldará os tipos de visão inicial que ele possa ter, ou seja, as relações familiares são as primeiras a motivar a intenção de empreender.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para o cumprimento de tal questionamento de pesquisa, foi traçado o objetivo geral, que visa identificar os fatores baseados na teoria visionária de Filion que exercem maior influência na intenção empreendedora dos discentes dos cursos de Administração e Engenharia Civil de IES da Cidade de Teresina, Estado do Piauí, Brasil. Para atingir o objetivo geral proposto na pesquisa, foram estabelecidos os objetivos específicos, cada qual com seus elementos de análise, os quais são atendidos a seguir, com base nos resultados

coletados por intermédio de questionários e com o devido tratamento pelo SPSS e análises em diálogo com a literatura revisada neste estudo.

Constatou-se que os estudantes dos diferentes sexos possuem perfil similar em relação à intenção empreendedora e que praticamente 90% dos estudantes, sejam do perfil masculino (91,61%) ou feminino (89,47%), possuem a predisposição em criar seu próprio negócio. Afere-se que 73,89% dos respondentes que possuem intenção em abrir o próprio negócio são jovens na faixa de 17 a 25 anos, faixa de idade que pode ser estimulada nas IES. Além disso, conclui-se que à medida que a idade vai avançando a intenção em empreender vai reduzindo significativamente.

Na análise da faixa de renda com relação ao intuito de abrir o próprio negócio, percebe-se que 66,17% de respondentes com intenção empreendedora se enquadram em famílias com ganhos de 1 a 5 salários mínimos, demonstrando que a baixa condição financeira familiar favorece a intenção em abrir o próprio negócio, motivados pela necessidade em melhorar a estrutura financeira familiar. Acredita-se, com base nesse estudo, que a limitação de renda seja um forte impulsionador para disparar a intenção empreendedora.

Após a pesquisa, infere-se que os alunos da IES privada (67,27%) apresentam maior predisposição para criar o próprio negócio do que os estudantes da IES pública (32,73%). Com base nesse resultado, acredita-se que a IES privada ofereça mais incentivos, projetos e programa para o estudo de atividades ligadas ao empreendedorismo do que as IES públicas, portanto o fator institucional é relevante para despertar a intenção empreendedora. Identificou-se também que o maior percentual (27,94%) de alunos com intenção em abrir seu próprio negócio está cursando o 7º ou o 8º período dos cursos objeto desta pesquisa. Atribui-se ao fato da segurança adquirida ao longo do curso com o amadurecimento do nível de conhecimento técnico, de mercado e do acúmulo de informações empresariais.

Confirmando a hipótese levantada, verifica-se que os alunos da Administração apresentam maior predisposição para empreender do que os de Engenharia Civil. Conforme estudo em questão, 60,66% dos universitários de Administração afirmam ter interesse em criar sua própria empresa, em contrapartida 39,34% dos discentes de Engenharia Civil desejam abrir um negócio próprio.

REFERÊNCIAS

AJZEN, I. From intentions to actions: a theory of planned behavior. In: KUHI, J.; BECKMAN, J. (Eds.). **Action control: from cognition to behavior**. Heidelberg: Springer, 1985.

_____. Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in social psychology. In: BERKOWITZ; L. (Ed.). **Advances in Experimental Social Psychology**. San Diego, CA: Academic Press, 1987. v. 20.

_____. The theory of planned behavior. **Organizational behavior and human decision processes**, v. 50, p. 179-211, 1991.

AJZEN, I; FISHBEIN, M. Attitudes and attitude-behavior relation: reasoned and automatic processes. In: STROBE, W.; HEWSTONE, M. (Eds.). **European Review of Social Psychology**, p. 1-33, John Wiley and Sons, 2000.

BARON, R. A.; SHANE. S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BIRD, B. Implementing entrepreneurial ideas: the case for intentions. **Academy of Management Review**, v. 13, n. 3, 1988, 442-454.

CANTILLON, R. **Essai sur la nature du commerce en general**. London: Fetcher Gyler, 1755.

CARLAND, J. W.; HOY, F.; BOULTON, W. R.; CARLAND, J. A. C. Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. **The Academy of Management Review**, v. 9, n. 2, Apr. 1984.

CARVALHO, D. **Variáveis associadas ao perfil empreendedor: relações com modelos familiares e formação empreendedora**. 2004. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRRN), Rio de Janeiro, 2004.

CARVALHO, P. **Competências para o entrepreneurship: um modelo explicativo**. Salamanca. 2004. Tese (Doutorado em Gestão de Empresas) – Universidad de Salamanca, Salamanca, 2004.

CARVALHO, P.; GONZALEZ, L. Modelo explicativo sobre a intenção empreendedor. **Comportamento Organizacional e Gestão**, 2006, v. 12, n. 1, 43-65.

CORRAR, L. J.; DIAS FILHO, J. M.; PAULO, E. **Análise multivariada para os cursos de Administração, Ciências Contábeis e Economia**. São Paulo: Atlas, 2007.

DEGEN, R. J. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Person Prentice Hall, 2009.

_____. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

EMEC. Instituições de Educação Superior e Cursos Cadastrados. Disponível em: <<http://emec.mec.gov.br/>>. Acesso em: 31 jun. 2016.

ENDEAVOR. **Relatório sobre empreendedorismo nas universidades brasileiras**. Disponível em: <<http://info.endeavor.org.br/eub2014>>. Acesso em: 21 nov. 2015.

ESPÍRITU, R.; SASTRE, M. A. La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. **Cuadernos de Estudios Empresariales**, n. 17, p. 95-116, 2007.

FILION, L. J. Competência para conceber o espaço de si: elementos de sustentação do sistema de atividades empreendedoras. Cali, Colômbia. In: CONGRESSO LATINO-AMERICANO SOBRE ESPÍRITO EMPRESARIAL, 7, 1994, Cali. **Anais...** Cali: Universidade de Cali, 1994.

FILION, L. J. From entrepreneurship to entrepreneurship. In: USABE ANNUAL NATIONAL CONFERENCE ENTREPRENEURSHIP, 1997, São Francisco. **Anais...** São Francisco, 1997b.

FILION, L. J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, FGV, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 63-72, jul./set. 1991.

_____. Visão e relações: elementos para um metamodelo empreendedor. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, FGV, São Paulo v. 33, n. 6, p. 50-61, nov./dez. 1993.

_____. Operators and visionaries: differences in the entrepreneurial and managerial systems of two types of entrepreneurs. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 1, n. 1 e 2, p. 35-55, 2004.

_____. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 63-72, jul./set. 1991.

_____. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **RAUSP**, São Paulo v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999.

GARTNER, W. Who is an entrepreneur? Is the wrong question. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 1989.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HAIR, J. *et al.* **Multivariate data analysis**. 6. ed. Uppersaddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall, 2006.

HAIR, J. *et al.* **Multivariate data analysis: a global perspective**. 7. ed. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall, 2009.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. São Paulo: Bookman, 2004.

KRUEGER, N. F.; REILLY, M. D.; CARSRUD, A. L. Competing models of entrepreneurial intentions. **Journal of Business Venturing**, v. 15, p. 411-432. doi: 10.1016/S0883-9026(98)00033-0.

MATLAY, H. Researching entrepreneurship and education: Part 1 – what is entrepreneurship and does it matter? **Education + Training**, v. 47, n. 8/9, p. 665- 677, 2005.

McCLELLAND, D. C. **The achieving society**. New York: VanNostrand, 1961.

_____. **A sociedade competitiva**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MORIANO, J. A.; PALACÍ, F. J.; MORALES, J. F. The psychosocial profile of the university entrepreneur. **Psychology in Spain**, v. 11, n. 1, p. 72-84, 2007.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 217-226. doi: 10.5465/AMR.2000.2791611.

PATTON, M. Q. Fieldwork strategies and observation methods. **Qualitative Research and Evaluation Methods**. 3. ed. Thousand Oaks: Sage, 2002.

ROBINSON, P. B.; STIMPSON, D. V.; HUEFNER, J. C.; HUNT, H. K. An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 15, n. 4, p. 13-31, 1991.

SAY, J. B. **Tratado de economia política**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

SCARBOROUGH, N. M.; ZIMMERER, T. W. **Effective small business management**. 4. ed. New York, NY: Macmillan Publishing Company, 1993.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 25, p. 217-226, Jan. 2000.

SHAPERO, A. The social dimensions of entrepreneurship. **Encyclopaedia of Entrepreneurship**, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc, 1982.

SMITH, A. **A riqueza das nações: investigação sobre a sua natureza e suas causas**. São Paulo: Nova Cultura, 1985.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. São Paulo: Nova Cultural, 1942.

_____. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SKUDIENE, V.; AURUSKEVICIENE, V.; PUNDZIENE, A. Enhancing the Entrepreneurship Intentions of Undergraduate Business Students. **Transformations in Business & Economic**, v. 7, n. 1, p. 448-460, 2010.

SOLOMON, G. T.; DUFFY, S.; TARABISH, A. The state of entrepreneurship education in the United States: a nationwide survey and analysis. **International Journal of Entrepreneurship Education**, v. 1, n. 1, p. 1-22, 2002, 2010.

TIMMONS, J. A. Motivating economic achievement: a five-year appraisal. In: **American Institute of Decision Sciences**, 1973, Boston, 1973.

VIZCAINO, G. Regresión logística. In: LUQUE MARTINEZ, T. (Coord.). **Técnicas de análisis de datos em investigación de mercados**. Madrid: Pirámide, 2000.

Como Referenciar este Artigo, conforme ABNT:

ARAÚJO, T. R. O; MARTINS, D. F. V; SANTOS, A. R. Fatores de Influência na Intenção Empreendedora à Luz da Teoria Visionária de Filion. **Rev. FSA**, Teresina, v.16, n. 6, art. 2, p. 24-51, nov./dez. 2019.

Contribuição dos Autores	T. R. O. Araújo	D. F. V. Martins	A. R. Santos
1) concepção e planejamento.	X	X	X
2) análise e interpretação dos dados.	X	X	X
3) elaboração do rascunho ou na revisão crítica do conteúdo.	X	X	X
4) participação na aprovação da versão final do manuscrito.	X	X	X