

Intenção Empreendedora Dos Discentes Da Área De Gestão Da UFPI: Uma Aplicação À Luz Da Teoria Visionária De Fillion

Entrepreneurial intention of students of UFPI management area: An Application In The Light Of the visionary filion theory

Daniel Felipe Victor Martins

Doutorando em Administração de Empresas pela Universidade Federal de Pernambuco
Professor da Universidade Federal Rural de Pernambuco
E-mail: dfvicmar@gmail.com

Thiago Rodrigo de Oliveira Araújo

Mestrado em Administração de Empresas pela Universidade de Fortaleza
Professor da Faculdade Tecnologia de Teresina
E-mail: thiagorodrigoaraujo@gmail.com

Alexandre Rodrigues Santos

Mestrado em Administração de Empresas pela Universidade de Fortaleza
Professor da Universidade Aberta do Piauí
E-mail: arsantospi@hotmail.com

Murilo Antônio Perez

Graduação em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Professor da universidade Federal do Piauí
E-mail: muriloaperez@hotmail.com

Endereço: **Daniel Felipe Victor Martins**

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Codai. Rua Dom Manoel de Medeiros. Dois Irmãos.

Endereço: **Thiago Rodrigo de Oliveira Araújo**

Rua Desembargador Pires de Castro (Zona Norte), 123, Centro Teresina, PI – Brasil.

Endereço: **Alexandre Rodrigues Santos**

Universidade Federal do Piauí, Pró Reitoria de Pesquisa Campus Ministro Petrônio Portela, Ininga.

Endereço: **Murilo Antônio Perez**

Universidade Federal do Piauí, Campus Ministro Petrônio Portela, Ininga

Editora-chefe: Dra. Marlene Araújo de Carvalho/Faculdade Santo Agostinho

Artigo recebido em 20/05/2015. Última versão recebida em 04/06/2015. Aprovado em 05/06/2015.

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

RESUMO

Esta pesquisa propõe identificar a existência de intenção empreendedora dos estudantes de graduação dos cursos de gestão da Universidade Federal do Piauí (UFPI), uma vez que partimos da hipótese de que os alunos de gestão desta instituição apresentam comportamento empreendedor. Buscou-se determinar, portanto, a existência de intenção empreendedora dos alunos da UFPI com o apoio da teoria visionária de Filion, uma vez que existem indícios empíricos de intenção empreendedora por parte dos alunos de gestão desta instituição federal de ensino superior (IFES). Metodologicamente foi utilizada a abordagem de natureza quantitativa, instrumentalizada a partir de uma técnica estatística e multivariada dados como é o caso da Análise Fatorial (AF), a partir de uma base de dados coletada por meio de questionário formado por escala de Likert de 5 (cinco) pontos mediante uma amostra não-probabilística de 155 alunos respondentes, o que permite a simplificação dos dados coletados na amostra perante o objeto de investigação proposto. A pesquisa demonstrou que os alunos de gestão da Universidade Federal do Piauí (UFPI) possuem tendência a empreender e que as questões comportamentais estão relacionadas diretamente com as categorias descritas por Filion na sua teoria visionária.

Palavras-chaves: Intenção empreendedora; Teoria Visionária de Filion; UFPI; Empreendedor.

ABSTRACT

This research proposes to identify the existence of entrepreneurial intention of undergraduate students of management courses at the Universidade Federal do Piauí (UFPI), since we start from the assumption that the students of this institution management area have entrepreneurial behavior. We sought to determine, therefore, the existence of entrepreneurial intention of the students of UFPI with the support of visionary theory Filion, since there empirical evidence of entrepreneurial intention by the students of management courses this federal institution of higher education (IFES). Methodologically was used quantitative approach manipulated from a multivariate statistical technique, and data such as the Factor Analysis (FA) from a database gathered through a questionnaire formed by Likert scale of 5 (five) points by a non-probabilistic sample of 155 respondents students, which provides for simplification of data collected in the sample before the proposed research object. Research has shown that students of management of the Universidade Federal do Piauí (UFPI) have a tendency to entrepreneur and that behavioral issues are directly related to the categories described by Filion in his visionary theory.

Keywords: Entrepreneurial Intent. Visionary Theory of Filion. UFPI. Entrepreneur

1 INTRODUÇÃO

Sabe-se que o empreendedorismo é uma área de conhecimento fundamentada a priori por duas tendências clássicas, a saber: uma pelo viés comportamentalista (McCLELLAND, 1972; TIMMONS, 1973; PINCHOT, 1989), outra pelo viés econômico (CANTILLON, 1755; BAUMOL, 1968; SAY, 1983; SCHUMPETER, 1997). Estas bases teóricas do empreendedorismo possibilitaram ao campo a necessidade de compreensão entre as relações dos indivíduos e dos negócios, de modo a possibilitar significados sobre a necessidade do homem em buscar empreender.

É uma característica inerente da natureza humana a busca por novas descobertas, uma vez que é um dos atributos do ser humano a idealização e criação de produtos que satisfaçam suas necessidades para a sua própria sobrevivência e bem-estar. Sem dúvida, esta noção faz com que o homem tenha em si o que a sociedade hodierna de nosso tempo denomina de empreendedor. A esta classificação são diversas as concepções que existem, isto é, que vão desde o senso comum até o conhecimento científico, portanto, é neste sentido, que procuraremos desenvolver nesta pesquisa os elementos que dão sentido ao uso racional deste conceito. De acordo com Kirzner (1979), o empreendedor é aquele indivíduo que se encontra constantemente em estado de alerta, no intuito de descobrir e explorar novas oportunidades, isto é, a partir de uma hermenêutica deste pensamento se extrai uma forte analogia com a literatura mais atual no campo do empreendedorismo, isto é, a da intenção empreendedora (AJZEN 1991; SHAPERO, 1982; CARVALHO, 2006; CARVALHO & GONZÁLEZ, 2006; WILLIAMS & ROUND, 2009; BLOCK & WAGNER, 2010; KAUTONEN & PALMROOS, 2010).

Para compreender o enquadramento teórico acerca da intenção empreendedora é necessário além do *mainstream* destacar a categoria de comportamento, isto é, o pressuposto elementar que dá sentido a este conceito pela via da intenção empreendedora (SHAPERO, 1982; AJZEN, 1985; DAVIDSSON, 1995).

Por outro lado, procuraremos nesta pesquisa relacionar o conceito de intenção empreendedora a partir dos elementos teóricos definidos por Filion (1991), isto é, uma vertente que fundamenta o empreendedorismo a partir da maneira em que uma ideia é ajustada a uma oportunidade de negócio e que a esta ideia são inseridas novos elementos, fruto de um processo visionário, inerente dos empreendedores. Outros sim, é a partir desta teoria que é possível compreender a importância em estabelecer relações entre empreendedores, negócios e o ambiente no qual estão inseridos (FILION, 1991).

A teoria visionária parte do princípio 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 importantes fatores para o sucesso ou fracasso de sua estratégia” (FILION, 1993, p.56). Considerando que as relações são os 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 este processo, sendo estes atributos as visões emergentes, visão central, visões complementares, o desenvolvimento da visão, conceito de si, energia, liderança, compreensão do setor e relações (FILION, 1993).

Esta pesquisa possui como objetivo de realizar um estudo sobre o nível de intenção empreendedora à luz da teoria visionária de Filion dos alunos da área de gestão da Universidade Federal do Piauí – UFPI. Para apoiar nosso objetivo geral, destacamos alguns objetivos específicos que darão suporte a nossa investigação, que dentre eles estão: Relacionar a teoria visionária de Filion com os pressupostos da intenção empreendedora; identificar a partir da teoria visionária de Filion a existência de indícios que determinem a condição de intenção empreendedora nos alunos; categorizar os resultados de acordo com o nível de intenção empreendedora e relacionar com a teoria visionária de Filion.

Dentre outros, a pesquisa se justifica porque partimos do pressuposto que na área de gestão da UFPI, os alunos possuem uma pré-disposição a serem empreendedores que de antemão é diagnosticado pelas características inerentes à área, entretanto, essa lacuna científica remete a esta pesquisa a buscar fundamentos que possibilitem a identificação de dados consolidados sobre a intenção empreendedora à luz da teoria visionária de Filion dos alunos de gestão da UFPI. Para Costa (2008) existem fatores significativos que influenciam o interesse empreendedor com estudantes da área de gestão.

Desse modo, o paradigma acerca da intenção empreendedora possibilita ao pesquisador a mensuração comportamental de um grupo de indivíduos que possuem características empreendedoras a determinar as variáveis que mais fazem influencia à intenção empreendedora, portanto, sendo uma vertente de pesquisa fortemente significativa para o campo da administração.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A categoria da intenção empreendedora: enquadramento teórico.

No campo da administração, em especial na área do empreendedorismo são diversas as bases teóricas e práticas que dão sentido aos fenômenos comportamentais e econômicos de nosso tempo, portanto, elementos como a técnica, a tecnologia, bem como, a globalização e a necessidade de crescimento econômico foram alguma das variáveis determinantes para a consolidação do homem enquanto empreendedor, isto é, como desbravador na busca demais oportunidades, tornando-o mais propenso a correr riscos no intuito de atender as suas reais necessidades e aspirações.

A intenção empreendedora refere-se à propensão a criar um negócio. Toda empresa a ser criada será precedida pela intenção de um agente. Segundo Bird (1998) a intenção empreendedora está direcionada para uma dada situação, com vista a alcançar uma meta. É relevante salientar que a intenção empreendedora é o passo inicial para gerar uma atitude, que no contexto da Psicologia Social, significa a predisposição para reagir de maneira favorável ou desfavorável a um determinado objeto, entendido aqui como uma pessoa, coisa, lugar, evento, atividade, conceito mental, orientação cognitiva, estilo de vida ou mesmo uma combinação desses elementos.

Sobre o paradigma que trata sobre a intenção empreendedora dos indivíduos, alguns autores contribuíram significativamente com modelos teóricos que possibilitaram a 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).

Ajzen(1991) apresentou a Teoria do Comportamento Planejado (*TPB – Theory of Planned Behaviour*)no propósito de poder explicar o comportamento humano frente ao ato de empreender. A TPB prevê que o comportamento e a intenção de agir resultam de três atitudes elementares, isto é: atitude individual, a norma subjetiva e da percepção sobre o controle do comportamento.

Ajzen (1991) argumenta que as atitudes individuais referem-se à atitude perante um comportamento, e que corresponde a análise favorável ou desfavorável que o indivíduo faz do comportamento. De outro lado, o caso da norma subjetiva trata sobre a 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 a

percepção do indivíduo sobre sua facilidade ou dificuldade em realizar determinada tarefa, condicionando, dessa forma, a sua intenção.

O modelo de Shapero (1982) é constituído por três construtores teóricos fundamentais os quais determinam a intenção empreendedora, são eles: 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 impulsão qual 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. O modelo foi desenvolvido com base em estudos sobre as competências empresariais, antecedentes pessoais dos empresários, intenções empreendedoras, e levou em consideração principalmente os modelos de Spencer & Spencer (1993), Ajzen (1991), Shapero (1982), Davidsson (1995) e Autio, Keeley, Klofsten e Ulfstedt (1997). 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 os antecedentes pessoais, conhecimentos empresariais, motivações empreendedoras, auto-eficácia empreendedora e envolvente institucional.

No que trata sobre as pesquisas sobre intenção empreendedora, além dos modelos propostos por Ajzen (1991), Shapero (1982) e Carvalho (2004), existem grandes contribuições a nível internacional, bem como nacional de pesquisas na área, dentre os quais destacamos os trabalhos de Veciana, Aponte e Urbano (2005) que comparou o nível de intenção empreendedora entre estudantes da Catalunya/Barcelona e Porto Rico; Liñan e Chen (2009) que compararam as intenções empreendedoras entre estudantes de Taiwan e da Espanha; Espíritu e Sastre (2007) que pesquisaram sobre as características influenciam de maneira positiva as intenções empreendedoras dos estudantes, considerando os traços de personalidade, valores, fatores sócio-demográficos e preparação acadêmica; Skudiene, Auruskeviciene e Pundziene (2010) que analisaram as variáveis psicológicas e não psicológicas, bem como fatores ambientais que podem influenciar as intenções empreendedoras dos estudantes universitários na Lituânia; Fonte nele, Brasil e Sousa (2012) que realizaram estudos para analisar a intenção empreendedora em centros federais de ensino no Brasil, assim, as pesquisas realizadas sobre a temática intenção empreendedora favorecem significativamente para o desenvolvimento teórico deste paradigma.

2.2 A aplicação da teoria visionária de Filion

De acordo com Filion (1991) um empreendedor é um indivíduo que imagina, desenvolve e realiza visões, isto é, na sua concepção a visão é uma imagem projetada no futuro, do lugar que o empreendedor aspira a solidez do seu produto/serviço no ambiente de mercado, ou seja, visão refere-se a onde e como o empreendedor deseja conduzir seu empreendimento (FILION, 1993).

A partir desses conceitos elementares, a teoria visionária de Filion (1993) permite ajudar a compreensão de como se dá o processo de empreendedorismo, o qual parte de uma ideia original quanto a um produto ou serviço e que vem a formar um novo negócio. Através de um processo visionário, inerente ao empreendedor e toda a construção desse cenário vai se formando, isto é como o produto do processo de criação do empreendedor. Segundo Filion (1991) existem três categorias de visões: a visão emergente, a visão central e as visões complementares, as quais interagem entre si, sendo que “para evoluir de uma categoria para outra o empreendedor precisa de um alto nível de articulação pessoal, coerência e tenacidade, todos eles importantes fatores para o sucesso ou fracasso de sua estratégia” (FILION, 1993).

2.2.1 Visões Emergentes

Visões emergentes são aquelas constituídas a partir de ideias de produtos e ou serviços idealizados pelo empreendedor (FILION, 1993). Ao analisar as inúmeras possibilidades que suas visões proporcionam, o empreendedor focará naquele em que se dedicará com mais profundidades, transformando-se, dessa maneira, na base sobre a qual a visão central é constituída (FILION, 1993). A partir desse processo, novas visões emergentes poderão surgir podendo ou não tornar parte da visão central já estabelecida.

2.2.2 Visão Central

Resulta de uma ou mais visões emergentes, dividindo-se em visão interna e externa. Interna refere-se ao tipo de organização que se faz necessária para ocupar o lugar que é planejado que seja ocupado pelo produto ou serviço no mercado, que é definido através da externa. Segundo Filion (1993), o sucesso do empreendedor vai estar diretamente ligado a integração entre o modelo adotado na visão interna com os objetivos definidos na visão

externa. As visões, tanto interna quanto externa, devem ser claras, coerentes e confiáveis, a fim de suportarem a visão central.

2.2.3 Visões Complementares

As visões complementares são aquelas que servem de apoio ao aperfeiçoamento da visão central, a fim de que essa seja desenvolvida de uma forma plena. A qualidade de comunicação e o maior conhecimento do campo de atuação por parte do empreendedor farão com que possam ser mais bem definidas e desenvolvidas as visões complementares. Segundo Filion (1993) o empreendedor, possuindo como objetivo o de melhor desenvolver os componentes existentes em sua visão central, transforma-se em um ativador de visões complementares.

2.2.4 O Desenvolvimento da Visão

Para que possa haver o desenvolvimento de uma visão Filion (1991) afirma que devem ser satisfeitas algumas condições, assim como devem ser dados alguns passos nesse sentido. O processo de desenvolvimento da visão é influenciado pelos seguintes elementos, os quais podem influenciar na conquista da visão, sendo fatores que, segundo Filion (1991), sustentam a visão, e se influenciam reciprocamente: conceito de si, energia, liderança, compreensão do setor e relações.

2.2.5 Conceito de si

De acordo com Filion (1991) a visão de mundo e de si é o pilar sobre o qual se contrói o processo da visão do empreendedor, além de que são incluídos valores: o que é notado como significativo, uma vez quando a realidade ao redor é absorvida através de condutas tais como valores, atitudes, humor e intenções. Assim como valores, não é algo fixado no comportamento, sendo continuamente reformulado à luz do contexto no que o indivíduo opera ou decide operar. Assim sendo, trata-se da forma como o indivíduo vê a si mesmo, a imagem que possui de si e a forma pela qual se relaciona com o mundo real, como se vê na sociedade em que está inserido.

2.2.6 Energia

O tempo alocado para as atividades profissionais e a forma como elas são executadas é formado pelo conceito de energia de Fillion (1991). A energia é a intensidade que o empreendedor coloca no sentido de conhecer seu ramo de negócio, estabelecer as relações necessárias para seu desenvolvimento, desenvolver novas visões, buscar processos de inovação, além das tarefas de organização e controle de suas atividades.

2.2.7 Liderança

A liderança é a ação resultante do conceito de si, bem como da visão de mundo, da energia, da compreensão do setor, da visão e das relações, mas, reciprocamente, exerce uma forte influência sobre esses fatores, de acordo com Fillion (1999).

Considerando que existe uma relação entre ser influenciador e sofre influências, de acordo com o meio em que se está inserido e também conforme as circunstâncias do momento que se vive, a liderança exercida pelo empreendedor poderá variar e surge das mudanças havidas nos indivíduos e nas empresas. Segundo Dolabela (1999) no processo de formação do empreendedor, pode-se dizer que a liderança é oriunda especialmente da visão e da capacidade de sua realização, apoiada pelo conhecimento do setor, das relações estabelecidas, e alimentada pela energia empregada nesses processos.

2.2.8 Compreensão do setor

Conhecer com profundidade as empresas existentes no setor, envolvendo todas as relações existentes, com clientes, fornecedores e concorrentes, é, segundo Dolabela (1999), condição fundamental e indispensável para que o empreendedor possa perceber uma oportunidade e conseqüente desenvolver uma visão a respeito. Além disso, o conhecimento de pontos críticos e restrições, as barreiras de entrada no novo empreendimento, são fatores também de influência e influenciadores para o empreendedor na elaboração de seu processo.

Assim sendo, de acordo com Dolabela (1999), os fatores conceito de si, energia, liderança e as relações são fatores que, interagindo entre eles, ajudam de forma fundamental para a compreensão do setor, sendo esse processo retroalimentado pois, a compreensão do setor irá fortalecer o conceito de si, permitindo o uso da energia naquelas atividades que trazem melhores resultados ao empreendimento.

2.2.9 Relações

As relações são, de acordo com Fillion (1991), o elemento mais importante para a explicação do processo de evolução da visão. As relações familiares são as primeiras a motivar a intenção de empreender.

Segundo Fillion (1991), três são os níveis de relações existentes: primário, isto é, relacionamentos familiares, acontecem em torno de mais de uma atividade que influenciam diretamente o conceito de si do empreendedor; secundário, ou seja, atividades pontuais, como trabalho, política, clubes, formam uma rede de relações com grande quantidade de orientações e informações, e terciário que estabelece uma diretriz para atender a uma necessidade específica.

De acordo com Dolabela (1999), a interação do sistema de relações tende a ser fator decisivo para a formação, por parte do empreendedor, de uma visão central que seja coerente.

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa procurou realizar um estudo junto aos alunos da área de gestão da UFPI apoiado teoricamente a partir da teoria visionária de Fillion (1991), de modo a verificar a influência das variáveis: conceito de si, energia, liderança, compreensão do setor com o conceito de intenção empreendedora.

A extração dos dados da pesquisa foi realizada a partir de uma amostra de 155 alunos da UFPI que cursam a área de gestão, de caráter não probabilístico e por conveniência, isto é, “(...) aquela em que a seleção dos elementos da população para compor a amostra depende ao menos em parte do julgamento do pesquisador ou do entrevistador no campo. (MATTAR, 1996, p. 132)”. Foi utilizado como instrumento de pesquisa um questionário de elaboração própria de 25 perguntas composto por uma escala de Likert de 5 pontos, inspirado na teoria visionária de Fillion e embasado a partir dos trabalhos mais recentes sobre intenção empreendedora.

3.1 Questão de pesquisa

A proposta desta pesquisa está pautada na hipótese de que os alunos da área de gestão da UFPI possuem comportamento empreendedor, além de procurar esclarecer o nível de

intenção empreendedora dos alunos de gestão da UFPI à luz da teoria visionária de Filion, assim, a presente pesquisa foi realizada para responder a seguinte pergunta: *Qual o nível de intenção empreendedora dos alunos da área de gestão da UFPI a partir dos determinantes da teoria visionária de Filion?*

3.2 Tratamento e análise dos dados

Tendo em vista a complexidade do nosso objeto de estudo, foi necessário utilizar metodologicamente a abordagem quantitativa, uma vez que, para identificar o comportamento de intenção empreendedora é necessário utilizar na pesquisa social métodos estatísticos, bem como técnicas multivariadas de dados 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)”.

Um dos principais objetivos na utilização de técnicas multivariadas é, portanto, a de viabilizar a habilidade explanatória do pesquisador, bem como a eficiência estatística (HAIR *et al*, 2009). Desta forma, métodos como Análise Fatorial, Análise Multivariada de Variância, Regressão Linear Múltipla dentre outras fornecem ao pesquisador possibilidades de resolução de problemas em diversas áreas do conhecimento (CORRAR *et al*, 2007; FÁVERO *et al*, 2009; HAIR *et al*, 2009).

Dessa maneira, no intuito de validar os dados que darão suporte a esta pesquisa que procura realizar um estudo sobre o nível de intenção empreendedora à luz da teoria de Filion, Foi utilizada uma técnica quantitativa tal como a Análise Fatorial (AF). A utilização da AF “(...) é uma técnica estatística que busca, através da avaliação de um conjunto de variáveis, a identificação de dimensões de variabilidade comuns existentes em um conjunto de fenômenos (CORRAR *et al*, 2007, p. 74)”. A AF avalia, portanto, as correlações existentes entre um grande número de variáveis de modo a identificar a possibilidade das variáveis serem agrupadas em um número menor de fatores (CORRAR *et al*, 2007).

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Análise Fatorial

Para a aplicação da Análise Fatorial foi utilizado o software IBM SPSS Statistics (Statistical Package for Social Sciences) versão de nº 20.0. Este procedimento consistiu na aplicação de testes estatísticos para a verificação da confiabilidade dos dados coletados e da viabilidade da Análise Fatorial. Para isso utilizou-se para se compreender as variáveis de análise, testes tais como o de Kaiser-Meyer-Olkin(KMO) ou também conhecido como Measure of Sampling Adequacy (MSA), bem como a análise de significância pelo teste de Esfericidade de Bartlett. A aplicação da análise fatorial resultou um KMO = 0,753 o que demonstra a viabilidade da aplicação podendo também ser respaldada pelo teste de Esfericidade de Bartlett constatado pela significância de $\alpha = 0,0000$, rejeitando-se a hipótese nula.

A matriz anti-image apresentou variáveis significantes, isto é, valores superiores a $<0,5$, não sendo necessário aplicar uma nova análise fatorial (HAIR et al, 2009), como também podemos ratificar mediante a matriz de comunalidades que apresentou valores significantes na aplicação da Análise Fatorial.

Tabela 1

Medida de adequação de amostragem.	Kaiser-Meyer-Olkin	de	.753
Teste de esfericidade de Bartlett	Aprox. de quadrado de df	Qui-	1106.819
	Sig.		300
			.000

Fonte: Dados dos autores

Utilizando-se da Análise de Componentes, foi observado que 67,2% do total da variância pode ser explicada por nove fatores, conforme podem ser observados na Tabela 2 e Tabela 3. É importante destacar que as variáveis que foram excluídas da análise passaram por uma série de testes no intuito de verificar e confirmar se era possível criar novos agrupamentos que resultassem em outros fatores, que pudessem compor o modelo de regressão logística para esta pesquisa empírica.

Tabela 2

Somadas rotativas e carregamentos dos quadrados		
Total	% de variância	% cumulativo
2.704	10.818	10.818
2.590	10.363	21.179
1.773	7.093	28.272
1.749	6.994	35.266
1.720	6.878	42.144
1.718	6.871	49.015
1.626	6.505	55.521
1.490	5.961	61.482
1.449	5.794	67.276

Fonte de dados dos autores

Tabela 3

Matriz de Componente Rotativa								
1	2	3	4	5	6	7	8	9
0,817	0,828	0,642	0,831	0,753	0,792	0,790	0,757	0,748
0,808	0,778	0,554	0,571	0,725	0,587	0,734	0,529	0,561
0,735	0,682	0,545			0,574	0,600		
0,678	0,530							

Fonte: Dados dos autores

Assim, a Análise Fatorial remeteu a interpretação de que os discentes do curso de gestão da UFPI possuem intenção empreendedora a partir das variáveis descritas por Filion (1993) na sua teoria visionária. Assim, variáveis tais como visões emergentes, visão central, visões complementares e desenvolvimento da visão além de variáveis como conceito de si, energia, liderança, compreensão do setor e relações foram satisfatoriamente destacadas pelos fatores resultantes da Análise Fatorial.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa possibilitou analisar a existência de intenção empreendedora dos discentes da área de gestão da Universidade Federal do Piauí (UFPI), a partir da Teoria Visionária de Filion. Para isso, foi utilizada na pesquisa a Análise Fatorial com o propósito de

identificar empiricamente, bem como de forma exploratória os principais elementos da teoria visionária, de modo a determinar uma “realidade” aproximada do comportamento empreendedor dos alunos da UFPI. A pesquisa resultou, portanto, em resultados significativos no que tange a relação entre os elementos da teoria visionária de Filion com a pré-disposição dos alunos à intenção empreendedora. Assim, os resultados mostraram que as 9 (nove) categorias propostas por Filion puderam ser identificadas pela amostra coletada na pesquisa, bem como a determinação da existência do comportamento empreendedor nos alunos da área de gestão da UFPI, isto é, a pesquisa demonstrou que os alunos de gestão da Universidade Federal do Piauí (UFPI) possuem tendência a empreender e que as questões comportamentais estão relacionadas diretamente com as categorias descritas por Filion na sua teoria visionária.

REFERÊNCIAS

- AJZEN, I. From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. IN: KUHL, J.; BECKMAN, J. (Org.) **Action Control: From Cognition to Behavior**. Berlin: Springer, 11-39, 1985,
- BAUMOL, W. J. Entrepreneurship in Economic Theory. **The American Economic Review**, nº 58, 64-71, 1968.
- BIRD, B. Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. **Academy of Management Review**, 442-453, 1988.
- BLOCK, J. H; WAGNER, M. **Necessity and opportunity entrepreneurs in Germany: characteristics and earnings differentials**. Schmalenbach Business Review, 154-174, 2010.
- CANTILLON, R. **Essay sur la nature du commerce en general**. London: Fetcher Gyler, 1755.
- CARVALHO, D. **Variáveis associadas ao perfil empreendedor: relações com modelos familiares e formação empreendedora**. Rio de Janeiro: UFRRJ. Tese de Mestrado, 2004.
- CARVALHO, P. **Competências para o entrepreneurship : um modelo explicativo**. Salamanca: Universidad de Salamanca. Tese de Doutorado, 2004.
- CORRAR, L.J. et al. **Análise multivariada para os cursos de administração, ciências contábeis e economia**. São Paulo: Atlas, 2007.
- COSTA, F.J. **Fatores de influência no interesse empreendedor: uma análise junto a estudantes da área de gestão**. Textos para discussão/Universidade Estadual do Ceará. Ed.: UECE/C MAA. Fortaleza: 2008

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**: a metodologia do ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura, 1999.

ESPÍRITU, R.; SASTRE, M. A. La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. **Cuadernos de Estudios Empresariales**, nº17, 95-116.

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**, v. 31, nº 3, , 63-71, 1991.

FILION, L. J. Visão e relações: elementos para um metamodelo empreendedor. **RAE – Revista de Administração de Empresas**, v. 33, nº 6, 50-61, 1993.

FONTENELE, R.E.S; BRASIL, M.V; SOUSA, A.M.R. **Determinantes da Intenção empreendedora de discentes em um instituto de ensino superior**. In. XXVII Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica. Salvador/BA, 2012.

HAIR, F.J.; BLACK, W. C.; BABIN, B.; ANDERSON, R. E.; TATHAN, R. L. **Análise multivariada de dados**. 6ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

KAUTONEN, T., PALMROOS, J. The impact of a necessity-based start-up on subsequent entrepreneurial satisfaction. **International Entrepreneurship and Management Journal**, 2010, 285-300.

Kirzner, I. M. **Perception, opportunity, and profit: studies in the theory of entrepreneurship**. Chicago: University of Chicago Press, 1979.

LIÑÁN, F., CHEN, Y ; W. **Development and Cross Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions**. Entrepreneurship Theory and Practice, 2009, Baylor University.

MCCLELLAND, D. C. **A Sociedade Competitiva**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

PINCHOT, G. **Intrapreneuring**: Por que você não precisa deixar a empresa para se tornar um empreendedor. São Paulo: Harbra, 1989.

SAY, J. B. **Tratado de economia política**. Prefácio de Georges Tapinos; tradução de Balthazar Barbosa Filho; tradução do prefácio de Rita Valente Correia Guedes. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

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

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: Uma investigação sobre lucros. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SKUDIENE, V.; AURUSKEVICIENE, V.; PUNDZIENE, A. Enhancing the Entrepreneurship Intentions of Undergraduate Business Students. **Transformations in Business & Economic**, Vol. 7, nº 1, 448 – 460, 2010.

TIMMONS, J. A. **Motivating economic achievement**: a five-year appraisal. In: AMERICAN INSTITUTE OF DECISION SCIENCES, 1973, Boston, 1973.

VECIANA, J.M., APONTE, M., URBANO, D. University Students' Attitudes Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison. **International Entrepreneurship and Management Journal** , 165 – 182, 2005.

WILLIAMS, C. C., & ROUND, J. Evaluating informal entrepreneurs' motives: evidence from Moscow. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 94-107 2009.