



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey



# Universitários e Empreendedorismo 2018

## Relatório do Estudo GUESSS Brasil

Edmilson de Oliveira Lima, Dr. e João Paulo Moreira Silva, Dr.

**Grupo APOE**  
Grupo de Estudo sobre Administração  
de Pequenas Organizações e Empreendedorismo



**ANEGEPE**  
Associação Nacional de Estudos em  
Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas

## Prefácio

Nosso estudo, chamado Estudo GUESSS Brasil, oferece dados e *insights* qualificados sobre as escolhas de carreira, o interesse de empreender, a preparação para empreender e as iniciativas empreendedoras de estudantes universitários desde 2011. Seu nome significa *Estudo Mundial sobre Empreendedorismo junto aos Estudantes Universitários do Brasil*. Esse nome integra a sigla GUESSS, vinda da designação em Inglês *Global University Entrepreneurial Spirit Students Survey*. No Brasil e em mais de 50 outros países, o estudo contribui para caracterizar os antecedentes, contextos, resultados, preparação e condições do empreendedorismo estudantil.

No mundo, o estudo ocorre desde 2003. Chegou à sua 8ª edição em 2018, com 20.623 respostas de universitários do Brasil. Veja no apêndice as informações sobre a amostra de respondentes brasileira, assim como a Tabela A1 com a lista das mais de 60 instituições de ensino superior (IES) participantes e seus números de resposta. Internacionalmente, a edição de 2018 obteve respostas de 208.636 universitários de 54 países. Nos diferentes países, o GUESSS visa a informar e inspirar melhor os pesquisadores, empreendedores, profissionais e formuladores de políticas públicas para favorecer o aprimoramento das atividades e do ecossistema empreendedores.

Os impressionantes resultados do Estudo GUESSS Brasil 2018 se tornaram possíveis com a colaboração da ANEPEPE (Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas), de parceiros nas IES nacionais e seus apoiadores, assim como dos estudantes que responderam o questionário da pesquisa. ***A todos que colaboraram, nosso muito obrigado!***

Cordialmente,

**Edmilson de Oliveira Lima**, Dr. - *Uninove e ANEPEPE / analista e coordenador do Estudo GUESSS Brasil*

**João Paulo Moreira Silva**, Dr. - *Centro Universitário Unihorizontes / analista do Estudo GUESSS Brasil*

**Rose Mary Almeida Lopes**, Dra., e **Edmundo Inácio Jr.**, Dr. - *ANEPEPE e REPEPE respectivamente / conselho consultivo do Estudo GUESSS Brasil*

### Como citar

Lima, E. O., Silva, J. M. (2019). Universitários e Empreendedorismo 2018 – Relatório do Estudo GUESSS Brasil. São Paulo: ANEPEPE e Grupo APOE.

## Mais sobre o GUESSS

A coleta de dados no Estudo GUESSS Brasil utiliza um questionário estruturado que é padronizado internacionalmente, mas com pequenas adaptações para o português brasileiro, ocasionalmente acrescidas, em seu final, de questões específicas para temas adicionais visados no Brasil. O questionário, contendo questões de múltipla escolha, foi respondido online por estudantes universitários que atenderam aos convites de resposta feitos por professores, coordenadores e diretores universitários em colaboração com o projeto em cada IES. A padronização do questionário permite a comparação de dados e resultados de pesquisa entre as IES e entre os países participantes.

O estudo é um dos maiores de seu tipo no mundo. O GUESSS permite comparações nacionais e internacionais entre as IES, interesses de carreira dos estudantes e sua preparação para se tornarem empreendedores ou optarem por outros trabalhos. Ele facilita o intercâmbio de melhores práticas e *benchmark* entre instituições de ensino e países, além de impulsionar melhorias em atividades de educação, administração universitária, métodos de ensino e políticas públicas.

Publicações baseadas em dados do GUESSS são muito úteis na academia, na prática e na formulação de políticas. O estudo tem sido a base para numerosas divulgações influentes, relatórios, artigos orientados para a prática e publicações acadêmicas em periódicos renomados. Para acessar esses textos e mais informações sobre o estudo, visite (1) [www.anepepe.org.br](http://www.anepepe.org.br) (2) [www.guesssbrasil.org](http://www.guesssbrasil.org) e (3) [www.guesssurvey.org](http://www.guesssurvey.org).

## Índice

Prefácio	1
Mais sobre o GUESSS	1
Principais Observações e Resultados	3
Introdução	5
1. Intenções de Escolha de Carreira (Incluindo o Empreendedorismo)	5
2. Atividades Empreendedoras	8
2.1. Empreendedores Nascentes e Ativos	8
3. Empreendedorismo e Estudantes: Fatores de Influência	10
3.1. O Contexto Universitário	10
3.2. Campos de Estudo	12
3.3. Sexo	13
4. Empreender como Sucessores nos Negócios da Família e em Outros	13
5. Recomendações	15
6. Apêndice - A Amostra Brasileira	17

## Principais Observações e Resultados

Os conteúdos desta seção resumem os principais resultados e observações deste relatório do Estudo GUESSS Brasil realizado em 2018 com respostas de 20.623 universitários ligados a mais de 60 instituições de ensino superior (IES) brasileiras.

### Intenções e Atividades Empreendedoras dos Estudantes

- Em 2018, 12,0% dos 20.623 universitários que responderam o questionário do Estudo GUESSS Brasil expressaram a intenção de se tornarem empreendedores logo após se formarem. Esse é o grupo aqui chamado de "empreendedores intencionais diretos".
- Para 5 anos após a formatura, 38,2% dos respondentes indicaram que desejam ser empreendedores.
- Um alto percentual (78,6%) de estudantes quer algum tipo de emprego para logo após a formatura. A frequência dessa intenção baixa a 50,7% para 5 anos após a formatura. A diferença de 27,9 p.p. mostra um importante contingente de estudantes no padrão "primeiro empregado, depois empreendedor".
- A decisão de carreira dos "empreendedores intencionais diretos" é estável para 65,6% deles, que ainda pretendem ser empreendedores 5 anos depois da formatura.
- Nas edições do Estudo GUESSS Brasil desde 2011, a porcentagem de universitários que pretendem ser empreendedores 5 anos depois da formatura se manteve relativamente consistente, aumentando gradualmente de 33,5% em 2013 para 38,2% em 2018. Contudo, a porcentagem foi de 39,1% em 2011.
- Dentre os 20.623 universitários respondentes, 31,4% estão tentando criar seus próprios negócios, sendo chamados de "empreendedores nascentes" no GUESSS, enquanto 9,9% já criaram e mantêm seus negócios, sendo chamados de "empreendedores ativos".
- Entre os nascentes que responderam quando querem terminar a fundação de seu empreendimento, 17,5% informaram que pretendem fazê-lo em 1 a 6 meses, um período que tende a ocorrer durante seus estudos, antes da formatura, e os demais (82,5%) querem fazê-lo em 7 meses ou mais meses – o início desse período tendendo a também ocorrer antes do fim dos estudos.
- Entre os respondentes, há um conjunto de 5.125 "sucessores potenciais" (24,9% de 20.623), que são estudantes informando que seu pai, sua mãe ou ambos são donos majoritários ou únicos de um negócio.
- Um sério desperdício de potencial empreendedor ocorre com esses possíveis sucessores, pois apenas cerca de 1,8% dos 20.623 respondentes (371 estudantes) quer ser sucessor na família. Portanto, pouco mais de 23% (4.743 estudantes) de todos os respondentes podem, mas não querem suceder.
- Parece particularmente grave haver esse desperdício porque suceder evita desafios comuns da criação de negócios completamente novos (p. ex.: criar os produtos, registrar empresa e formar uma clientela), principalmente entre 16,3% dos "sucessores potenciais", os quais já trabalharam nos negócios dos pais, e 24,8% dos "sucessores potenciais" que têm alguma porcentagem dos negócios dos pais. Esses dois grupos de "sucessores potenciais imersos" tendem a ter mais etapas avançadas e preparo para empreender do que os potenciais empreendedores não imersos.

## Fatores de Influência

- Contrariando expectativas, 58,2% a 59,6% dos estudantes nos diferentes grupos de empreendedores (nascentes, ativos e diretos) não cursaram sequer uma disciplina de empreendedorismo em seus estudos universitários. Considerando todos os estudantes respondentes, incluindo os não empreendedores, a porcentagem aumenta para 64,2%.
- A pontuação média para a eficácia da promoção do ambiente empreendedor nas IES brasileiras foi de 4,1, média inferior à internacional, de 4,4. Há considerável espaço para melhoria no país e internacionalmente, pois cada média máxima possível é 7.
- Os estudantes das categorias de empreendedores ativos, nascentes, intencionais para 5 anos e intencionais diretos são mais frequentemente dos campos de estudo "negócios/administração", com os percentuais 25,4%, 22,0%, 25,7% e 23,8% respectivamente, "engenharia (incluindo arquitetura)", com 12,3%, 15,7%, 13,5% e 19,2% respectivamente, e "medicina humana/ciências da saúde", com 10,7%, 11,7%, 11,3% e 14,3% respectivamente.
- Assim, os estudantes desses quatro grupos de atividades ou intenção empreendedoras estão mais frequentemente nesses três campos de estudo.
- Nos quatro grupos, o percentual das estudantes mulheres é inferior ao dos estudantes homens, com a diferença entre os sexos variando de 0,8 p.p. a 5,6 p.p., o que repete o habitual hiato de gênero (*gender gap*) repetitivamente confirmado nos estudos sobre o empreendedorismo.
- Considerando-se principalmente as intenções de empreender 5 anos depois da formatura, pode-se dizer que a frequência de intenção de empreender dos estudantes em 2018 (38,2%) é comparável com aquelas levantadas nas três edições precedentes do Estudo GUESSS Brasil desde 2011, que variaram de 33,5% a 39,1%.
- Um conjunto de 25,9% dos "empreendedores ativos" não tem empregados em seus negócios e outro, de 25,9%, tem apenas um empregado. Nesse sentido, os negócios de 51,8% dos "empreendedores ativos" são de porte micro.
- É necessário o reforço da educação em empreendedorismo, particularmente para possíveis sucessores, pois eles tendem a ter mais facilidades e preparo para empreender, sendo também importante explorar sua vantagem para desenvolver o empreendedorismo brasileiro em comparação com aqueles que começariam a empreender "do zero". Outra razão é que, como se viu contraintuitivamente no conjunto dos 20.623 respondentes, 64,2% deles não cursou disciplina de empreendedorismo.

## Introdução

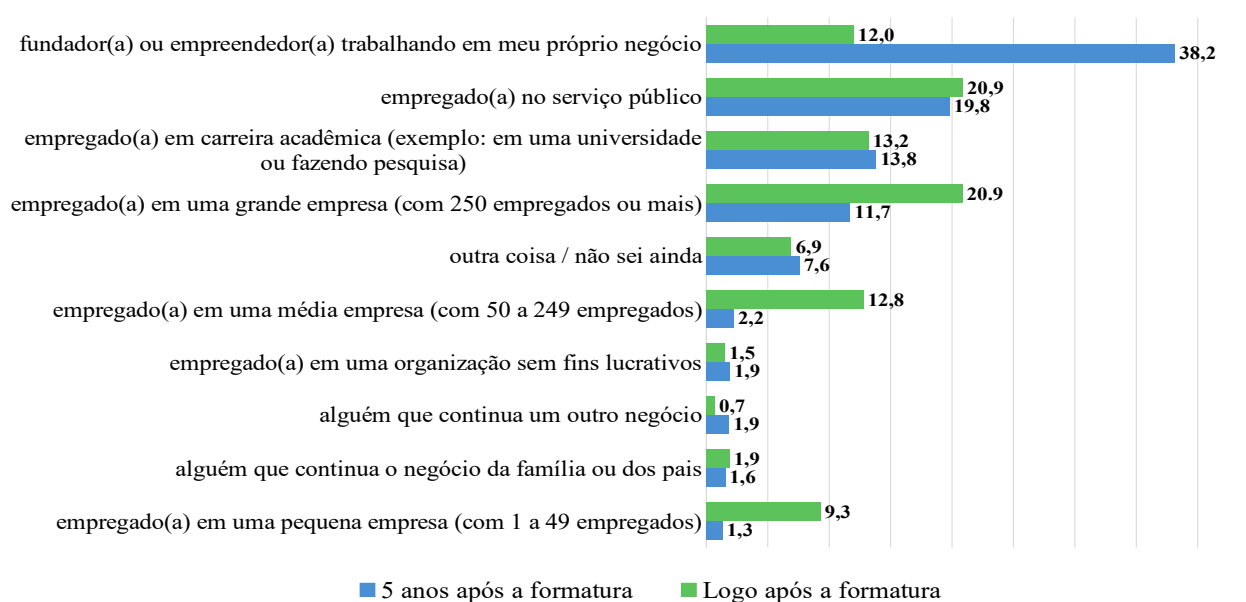
Este relatório traz os resultados da análise dos dados coletados em 2018 a partir da resposta ao questionário do estudo feita por 20.623 estudantes universitários, de mais de 60 IES do Brasil. O fim deste texto mostra um apêndice com a lista dessas IES, a localização e a quantidade de respostas de cada uma delas. O apêndice também apresenta outras características relevantes da amostra, incluindo a distribuição estatística dos sexos, idades e campos de estudo dos respondentes.

A partir da seção seguinte, o relatório aborda as intenções de escolha de carreira e principalmente as possibilidades de os estudantes empreenderem, serem empregados, serem sucessores, entre outras.

### 1. Intenções de Escolha de Carreira (Incluindo o Empreendedorismo)

A Figura 1 mostra que 12,0% dos estudantes querem ser empreendedores logo após a formatura, enquanto 38,2% têm a mesma intenção para 5 anos depois. Com isso, a porcentagem de intenção empreendedora (criação de um novo negócio)<sup>1</sup> para logo após a formatura é de cerca de um terço (1/3) daquela para 5 anos depois.

Figura 1. Intenções de escolha de carreira (em %; N = 20.623)



Tal situação indica que há alta porcentagem de estudantes interessados na sequência "primeiro empregado, depois empreendedor", com um contingente deles (por volta de 26%) primeiro mirando em ter um emprego e desejando ser empreendedor 5 anos depois. Essa é uma sequência que pode favorecer o acúmulo de capital financeiro, redes de relação e conhecimentos em um emprego a serem úteis para empreender adiante. Além disso, pode-se supor que, se o emprego tiver alta

<sup>1</sup> Ser sucessor em uma empresa de familiares ou assumir outra empresa também refere-se a uma carreira empreendedora. No entanto, neste relatório, a expressão "intenção empreendedora" é usada para se referir à intenção de criar um novo negócio, a menos que indicado de outro modo.



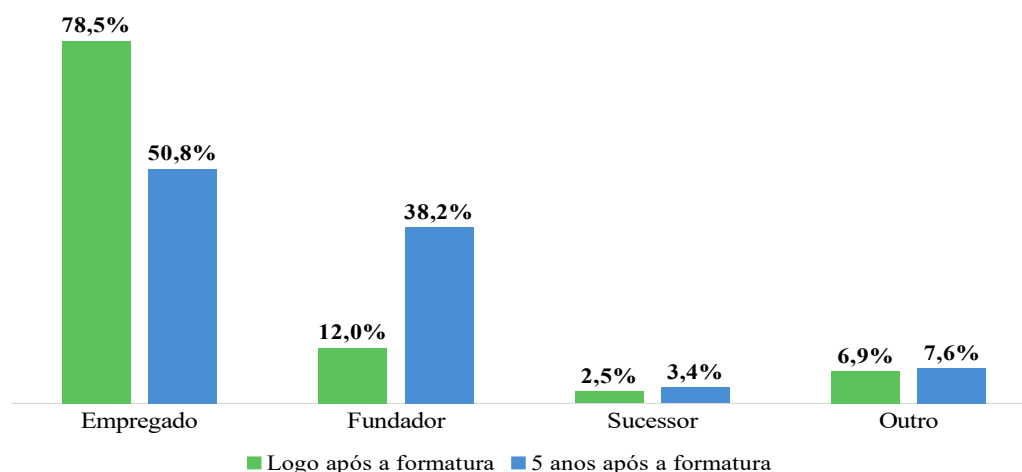
afinidade com as iniciativas empreendedoras a ocorrerem, ele será ainda mais favorável à preparação para empreender.

"Empregado(a) em serviço público" é outra escolha de carreira de alta porcentagem na Figura 1, com 20,9% para logo após a formatura e 19,8% para 5 anos depois. Trata-se de uma escolha particularmente atraente no Brasil por suas regras de estabilidade no emprego e salários acima da média. Com essas características, o emprego público oferece garantias de continuação em um emprego com salário atraente. Dá, portanto, segurança no trabalho frente à alta instabilidade socioeconômica do país, aos riscos comuns no empreendedorismo, à facilidade de se perder um emprego na iniciativa privada e à condição brasileira de baixa renda média.

Também tem porcentagem considerável, novamente próximo a 20%, a opção de ser empregado em grande empresa logo após a formatura. Essa é uma opção cuja frequência de atratividade cai consideravelmente para 5 anos depois (11,7%), aparentemente cedendo lugar principalmente para a opção de empreender nesse mesmo prazo.

Na Figura 2, repete-se o padrão das diferentes edições do Estudo GUESSS Brasil e do GUESSS internacional de mais frequente preferência dos estudantes por um emprego logo após a formatura (78,5%) com uma importante baixa para 5 anos depois (50,8%). Portanto, há um percentual considerável de estudantes (cerca de 26%) que querem mudar para o empreendedorismo no período de 5 anos, no padrão "primeiro empregado, depois empreendedor".

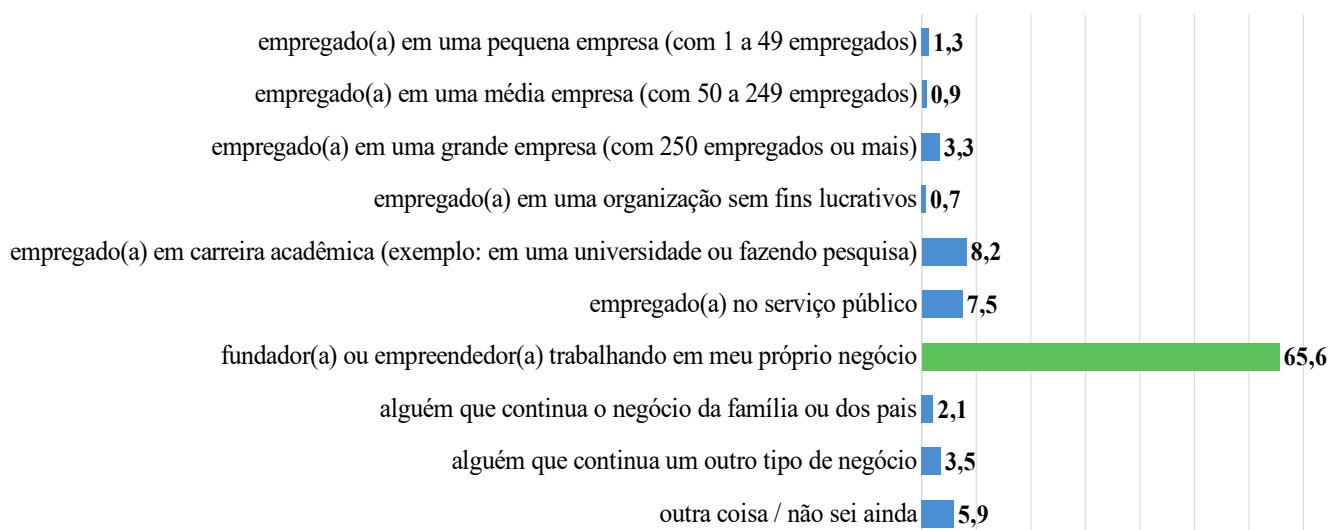
Figura 2. Intenções de escolha de carreira em grupos (em %; N = 20.623)



A Figura 3 mostra a distribuição porcentual das intenções de carreira dos empreendedores intencionais diretos para depois que eles avançarem 5 anos a partir da formatura. Nota-se que 65,6% deles, além de quererem empreender logo após a formatura, querem se manter como empreendedores após 5 anos. A opção de empreender é estável para esse grupo ao longo do tempo.

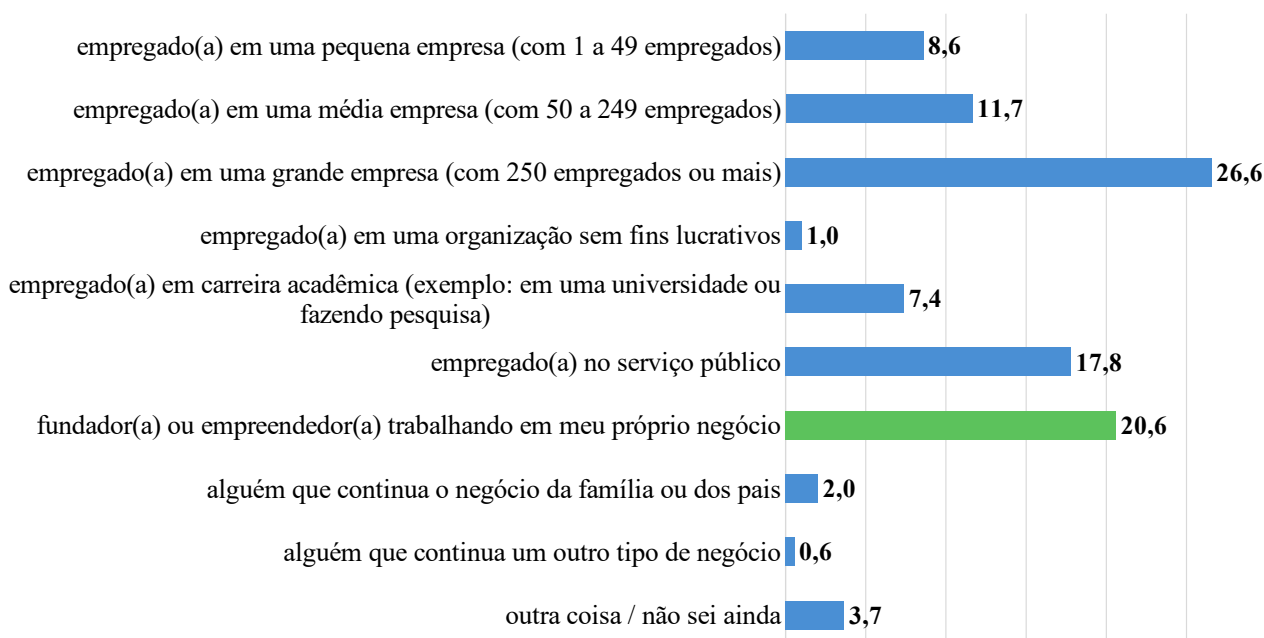
Os demais grupos são de estudantes que preferem as demais opções de carreira para 5 anos após a formatura, 8,2% querendo um emprego em carreira acadêmica e 7,5% no serviço público.

*Figura 3. Após 5 anos da formatura, o que querem ser os empreendedores intencionais diretos?*  
(em %; N = 2.475)



Por sua vez, e de modo inverso, a Figura 4 mostra os percentuais de escolhas de carreira de logo após a formatura para os estudantes que querem empreender 5 anos depois. De acordo com a figura, há 20,6% desses estudantes querendo empreender logo após a formatura. Um percentual de 73,1% deles quer empregos no setor privado ou público, o que repete o padrão "primeiro empregado, depois empreendedor", também visto nas Figuras 1 e 2.

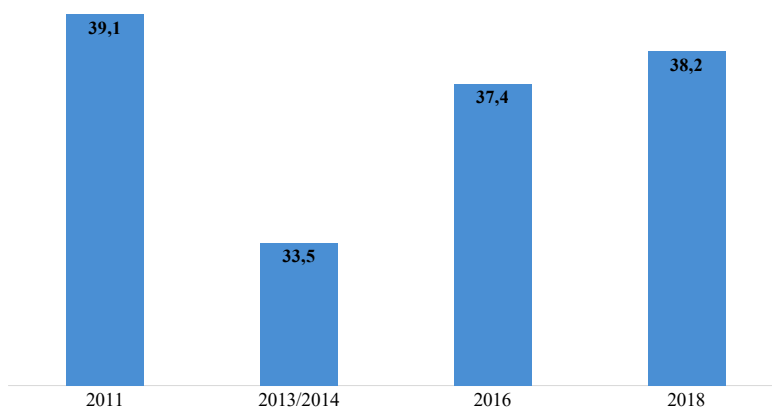
*Figura 4. Logo após a formatura, o que querem ser os empreendedores intencionais de 5 anos?*  
(em %; N = 7.873)





Os dados das quatro edições do GUESSS feitas no Brasil (2018, 2016, 2013/2014 e 2011)<sup>2</sup> mostram um padrão aproximado para as intenções empreendedoras. Em média, cerca de 35% dos estudantes se veem como empreendedores intencionais para 5 anos após a graduação (Figura 5).

*Figura 5. Porcentagens de fundadores intencionais (5 anos após a formatura) ao longo do tempo (em %)*



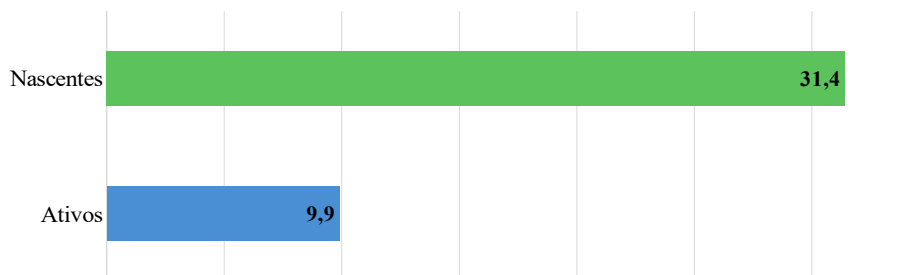
Na edição do estudo de 2013/2014, houve a menor porcentagem, 33,5%, caracterizando uma clara diminuição do indicador em comparação com os 39,1% de 2011. Fora essa queda de quase 6 p.p., a frequência das intenções de empreender 5 anos após a formatura manteve-se com porcentagens próximas umas das outras e relativamente estável nos anos.

## 2. Atividades Empreendedoras

### 2.1. Empreendedores Nascentes e Ativos

Os 20.623 questionários respondidos pelos estudantes em 2018 levantaram dados, entre outros aspectos, sobre o interesse de eles terem um negócio e de serem autônomos. Dentre os respondentes, 31,4% (6.477 estudantes) informaram que estavam tentando iniciar um negócio ou ser autônomos, sendo assim classificados como "empreendedores nascentes". O dado está representado na Figura 6, que também mostra 9,9% dos respondentes (2.036 estudantes) classificados como "empreendedores ativos" porque informaram que já empreendem, ainda que isso se trate de trabalho autônomo.

*Figura 6. Empreendedores nascentes e ativos no Brasil (em %)*



<sup>2</sup> O número e os tipos de IES participantes, assim como o número de respondentes, variam a cada biênio do estudo no Brasil. Para exemplificar essas variações, a edição de 2018 contou com 20.623 respostas, 38% delas vindas de IES do Nordeste do país, enquanto a de 2011 teve 25.867 respostas, 70% delas vindas de IES privadas do Sudeste do país. No entanto, não houve variação sistemática no procedimento de coleta de dados ou na estratégia de recrutamento das universidades. Assim, os achados longitudinais devem ser considerados confiáveis e válidos, embora precisem ser interpretados com cautela.

Entre os nascentes, um contingente de 2.589 (40,0% do total de 6.477) informou em quantos meses pretende começar a empreender. Desses respondentes, 17,5% indicaram que querem fazê-lo em 1 a 6 meses. Em média, esse curto período de tempo provavelmente estaria ainda no período de tempo antes da formatura desses estudantes. Um conjunto de 20,4% pretende começar em 7 a 12 meses, 17,6% em 13 a 18 meses e 44,5% em 19 a 24 meses ou mais.

Nesse sentido, 55,5% querem começar a empreender em até 18 meses. Esse dado é importante, pois, aparentemente, aqueles que querem empreender em um tempo mais curto têm maior potencial de conversão de desejo em realidade. Tempos mais longos mantêm as pessoas expostas a uma maior variedade de distrações potenciais e fatores intervenientes podendo afastá-las do desejo inicial.

Dentre os 6.477 "empreendedores nascentes", 2.604 deles (40%) responderam (1) se queriam que o empreendimento visado se tornasse sua principal ocupação após a formatura (47,2% disseram sim), (2) se já tinham empreendido antes (14,6% disseram sim), (3) sobre a quantidade de sócios que gostaria de ter (cerca de 50% queriam ter 1 ou mais) e (4) qual porcentagem do empreendimento queriam ter (26% queriam 51% a 99% e 35,6% queriam 100%).

Dentre aqueles que queriam ter sócios, 51% queriam ter ao menos 1 sócia mulher, 65,5% não queriam sócio da própria família e 52% não iam ter colega estudante como sócio. Entre aqueles que não teriam sócio, 41,4% justificaram essa opção informando que seu empreendimento seria de autônomo ou autoemprego, 18,2% não queriam ter sócio e 26,6% ainda não tinham procurado por sócio, mas o fariam adiante.

Um conjunto de 950 dos "empreendedores nascentes" marcou, no questionário, uma das três opções quanto a quem teve originalmente a ideia do negócio, segundo a distribuição que segue: "eu" (43,6%), "meus cofundadores" (18,8%), "meus cofundadores e eu, juntos" (37,6%).

Ademais, foram obtidas respostas de um total de 2.523 "empreendedores nascentes" que consideraram 13 opções de resposta para descreverem o setor de atividade de seu futuro empreendimento<sup>3</sup>. As respostas mais frequentes foram "outro" (22,9%) e "comércio" (15,3%). A escolha da opção "outro" significa que os respondentes não classificaram sua atividade em qualquer das 12 demais opções de setor de atividade.

Dentre os 6.477 "empreendedores nascentes" identificados na pesquisa, apenas 2,2% informaram já terem registrado o novo negócio nascente, 11,6% começaram o desenvolvimento do produto ou serviço que querem vender, 11,3% escreveram um plano de negócios, 18,1% coletaram informações sobre o mercado ou os concorrentes, 14% discutiram a ideia do negócio ou dos produtos

<sup>3</sup> Os 13 setores de atividade usados como opções de resposta foram: "Propaganda / Marketing / Design", "Arquitetura / Engenharia", "Construção", "Consultoria (em direito, impostos, administração, recursos humanos)", "Educação / Treinamento", "Serviços financeiros (incluindo em banco, seguro, investimento, imóveis)", "Saúde humana e atividades de trabalho social", "Tecnologia da informação (TI) / Comunicações (incluindo software e serviços de TI)", "Fabricação", "Turismo e lazer", "Comércio (atacado ou varejo)", "Outros serviços (exemplo: transporte)" e "Outro".

com clientes potenciais e 7,6% já venderam algum produto ou serviço.

Quanto aos 2.036 estudantes que são "empreendedores ativos" (9,9% dos 20.623 respondentes), 25,2% deles fundaram seu empreendimento no mesmo ano da coleta de dados usada neste relatório, 2018. Outros 16,5% o fizeram em 2017 e 13,3% o fizeram em 2016. Isso significa que 55% dos "empreendedores ativos" iniciaram seus negócios nos últimos três anos (2018, 2017 e 2016), sendo donos de negócios relativamente novos.

Os "empreendedores ativos" também responderam sobre (1) se queriam que seu empreendimento já existente se tornasse sua principal ocupação após a formatura (40,8% responderam sim), (2) sobre a quantidade de sócios que tinham (57,2% não tinham; 27,9% tinham apenas 1) e (3) qual porcentagem do empreendimento eles tinham (52,4% tinham 100%; 21,4% tinham 50%; e 15,3% tinham de 1% a 49%). Quanto aos mesmos 13 setores de atividade citados acima, os "empreendedores ativos" mais frequentemente disseram que seus negócios operam nos seguintes: "outro" (23,1%) e "comércio" (22,5%).

Dentre aqueles que tinham sócio, 41,1% não tinham sócia mulher e 46,6% tinham 1 sócia. Um total de 45,8% deles não tinha parente entre os sócios e 43,8% tinham um parente na sociedade. Quanto a ter colega universitário como sócio, 76,3% não tinham e 15,1% tinham apenas 1. Segundo os dados, 51,4% dos empreendedores respondentes não tinham empregados, 25,9% deles tinham apenas 1 empregado e 9,4% tinham 2 empregados até o momento de responderem o questionário do estudo.

Quanto à porcentagem de mulheres trabalhando no empreendimento dos "empreendedores ativos", 35,3% informaram haver 0%. Por outro lado, 22,7% informaram 100%, o que indica que não havia homem trabalhando no empreendimento. Diferentemente, 20% informaram de 1% a 49% e 13,8% informaram 50%, podendo haver uma considerável participação de casais sozinhos trabalhando nos empreendimentos.

### **3. Empreendedorismo e Estudantes: Fatores de Influência**

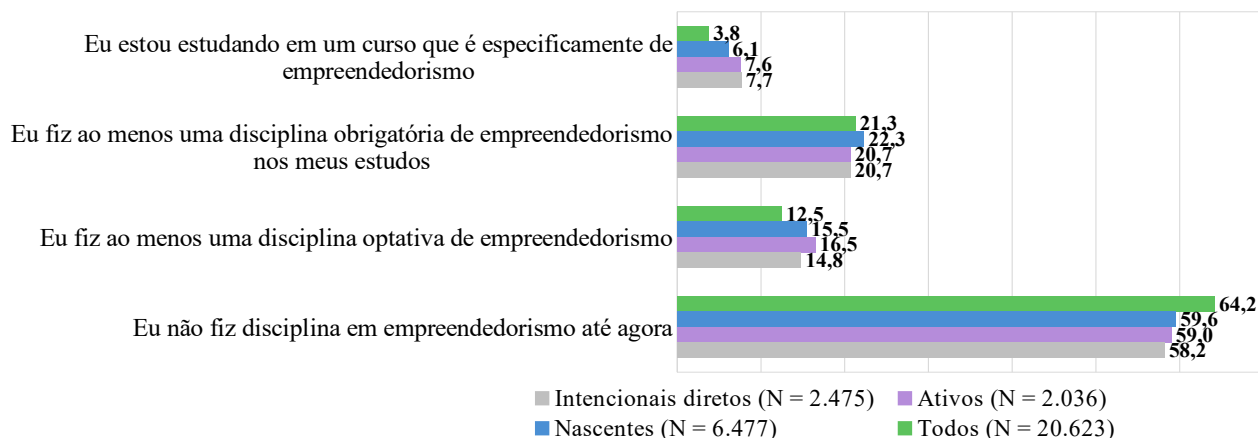
#### **3.1. O Contexto Universitário**

Como mostra a Figura 7, a alta porcentagem de 64,2% de todos os estudantes respondentes e de cerca de 60% daqueles interessados em empreender ou que já empreendem não fez qualquer disciplina universitária de empreendedorismo. Em comparação, 12,5% de todos fizeram ao menos uma disciplina optativa de empreendedorismo e 21,3% fizeram ao menos uma disciplina obrigatória do tema. Os estudantes podiam marcar múltiplas respostas dentre as listadas na Figura 7. Por isso, os estudantes podem ter aproveitado mais de um tipo de formação ou nenhum dos listados na figura.

Há apenas uma situação em que o percentual de todos os estudantes supera o dos estudantes empreendedores (nascentes, ativos e intencionais diretos): quanto a não ter feito disciplina de empreendedorismo. Isso sugere alguma relação da educação em empreendedorismo com as intenções empreendedoras. As intenções empreendedoras podem motivar os estudantes a buscar mais

frequentemente a educação em empreendedorismo do que buscam os estudantes em geral ou a educação em empreendedorismo pode promover as intenções empreendedoras, ou ambas as formas de influência podem ocorrer em conjunto.

Figura 7. Participação em formações de empreendedorismo (em %)



O empreendedorismo dos estudantes é influenciado por múltiplos fatores, inclusive pela promoção do ambiente empreendedor nas IES, para cuja eficácia o Brasil obteve a pontuação média de 4,1 em 2018. Tal média foi apurada a partir de uma escala com respostas possíveis de 1 a 7 para níveis de concordância com as três afirmações que compõem a escala e são descritas na nota de rodapé<sup>4</sup>. Esse resultado é inferior à média internacional, de 4,4. Mesmo fornecendo algumas informações importantes, esses resultados devem ser considerados com cautela, pois as respostas dos estudantes são influenciadas por muitos fatores.

De todo modo, as médias brasileira e internacional mostram uma considerável margem para melhoria, dado que cada média máxima possível é 7, que é o número mais alto da escala de avaliação. No aperfeiçoamento do ambiente empreendedor, as IES precisam superar variados desafios, como assegurar que a preparação para empreender que oferecem seja reconhecida, principalmente pelos estudantes interessados em empreender, como atrativa, útil e de valor, incluindo intensa formação prática e relacional<sup>5</sup>. Para tanto, é necessário ir bem além das abordagens pedagógicas tradicionais, como aquela que comumente se concentra no ensino sobre planos de negócios no Brasil<sup>6</sup>.

<sup>4</sup> Com base no estudo de Franke e Lüthje (2004), foram usadas três afirmações como itens de medida: “o ambiente em minha instituição de ensino me inspira a desenvolver ideias de novos negócios”; “em minha instituição de ensino, há um clima favorável para se tornar empreendedor”; “em minha instituição de ensino, os estudantes são estimulados a se envolver em atividades empreendedoras”. Na escala, os estudantes foram convidados a responder em que medida eles concordavam com essas afirmações (1 = nada, 7 = muito).

Franke, N., & Lüthje, C. (2004). Entrepreneurial intentions of business students – A benchmarking study. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 1(3), 269-288.

<sup>5</sup> Kassean, H., Vanevenhoven, J., Liguori, E., & Winkel, D. E. (2015). Entrepreneurship education: a need for reflection, real-world experience and action. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(5), 690-708.

<sup>6</sup> Lima, E., Lopes, R. M., Nassif, V., & Silva, D. (2015). Opportunities to improve entrepreneurship education: Contributions considering Brazilian challenges. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1033-1051.

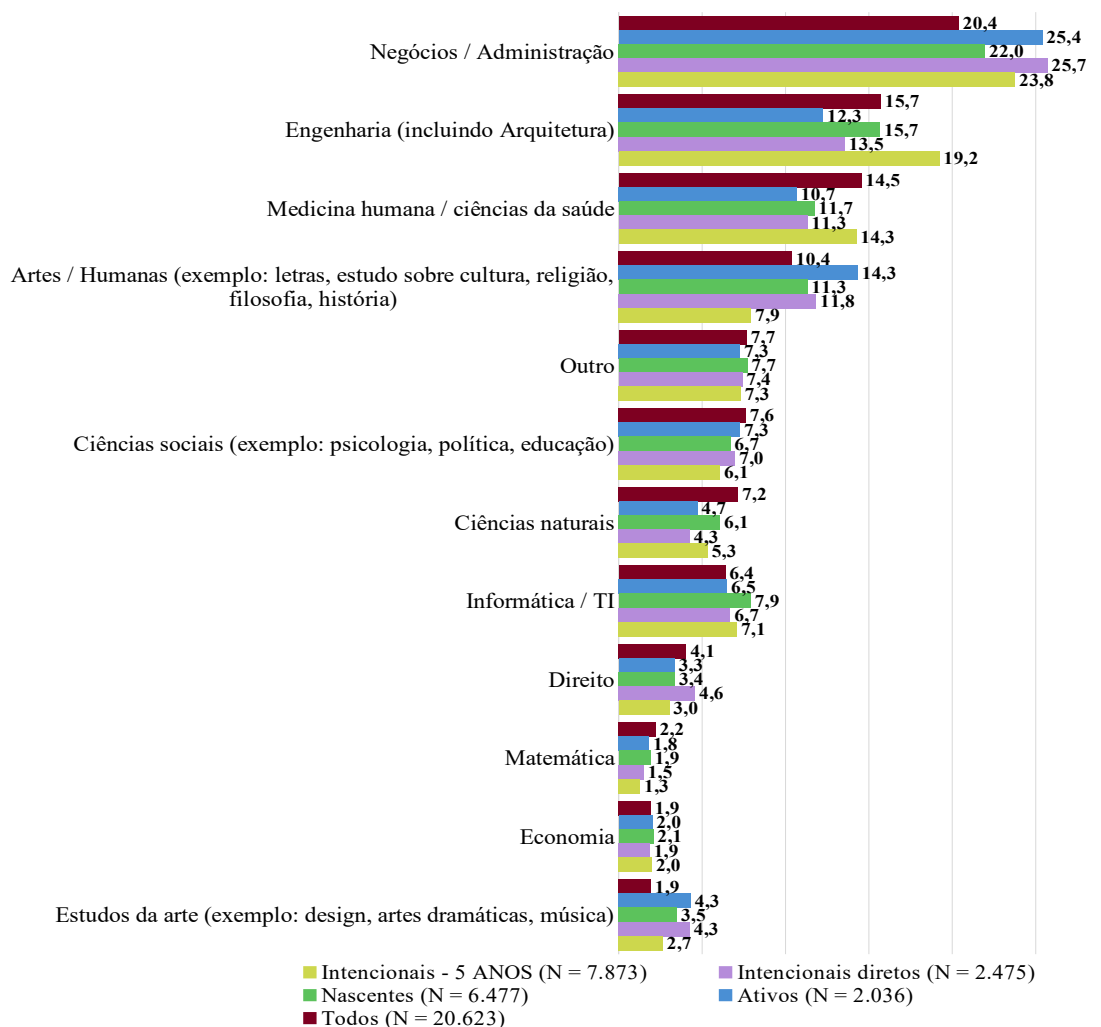
### 3.2. Campos de Estudo

A Figura 8 mostra as frequências de intenções de carreira por campos de estudo ordenados de cima para baixo segundo porcentagens decrescentes do grupo "todos", cujas barras marrons indicam a porcentagem de respondentes do GUESSS em cada campo de estudo. Desse modo, percebe-se rapidamente que a maior porcentagem de todos os respondentes está no campo de negócios e administração (20,4%), seguida de engenharia (15,7%) e medicina humana e saúde (14,5%). A distribuição de "todos" também está apresentada no fim do Apêndice para descrever a amostra.

Há maior porcentagem dos empreendedores ativos, nascentes e intencionais também está no campo de negócios e administração (22,0% a 25,7%), novamente seguido das porcentagens mais altas respectivamente em engenharia (12,3% a 19,2%) e medicina humana e saúde (10,7% a 14,3%).

Parece que a maior frequência dos empreendedores ativos, nascentes e intencionais no campo de negócios e administração deve-se à expectativa de que este seja o campo mais útil na preparação de empreendedores e para negócios, por tratar direta e intensamente do desenvolvimento de organizações e negócios. Uma alta frequência desses estudantes também ocorre no campo de estudo de engenharia e arquitetura. É comum os estudantes desse campo quererem ter seus próprios negócios para desenvolverem ou comercializarem soluções, frequentemente tecnológicas.

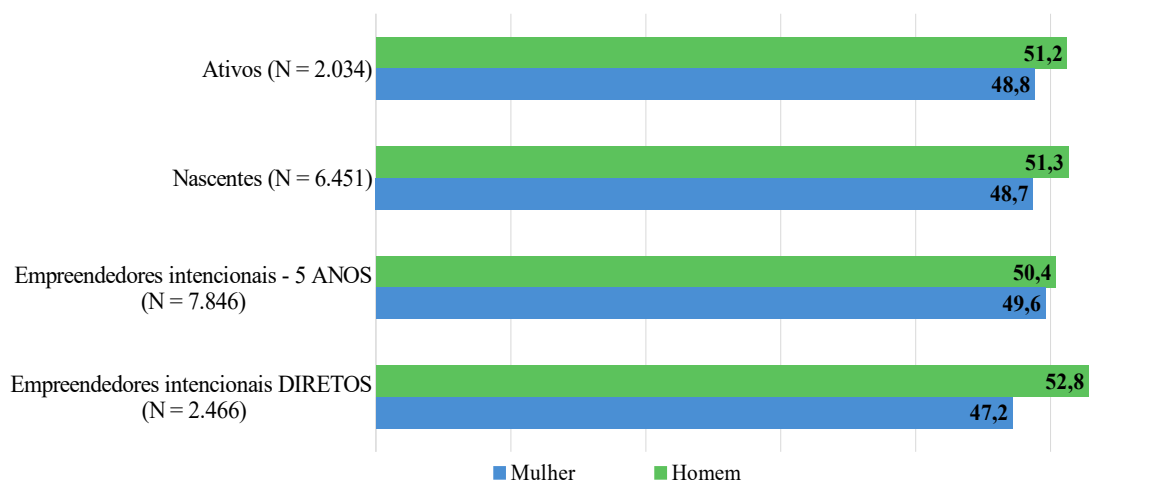
Figura 8. *Intenções e atividades empreendedoras por campo de estudo (em %)*



### 3.3. Sexo

De acordo com a Figura 9, em todos os quatro grupos de interesse pelo empreendedorismo, o percentual dos estudantes homens é levemente superior ao das estudantes mulheres, com diferenças de 0,8 p.p. a 5,6 p.p. Essa situação reafirma o hiato de gênero (*gender gap*)<sup>7</sup> já amplamente conhecido nos estudos e no contexto das práticas do empreendedorismo, destacando que as mulheres têm, em média, menores frequência e intensidade de intenção e de atividade empreendedoras, entre outros aspectos.

Figure 9. Diferenças de sexo dos empreendedores intencionais, nascentes e ativos (em %)

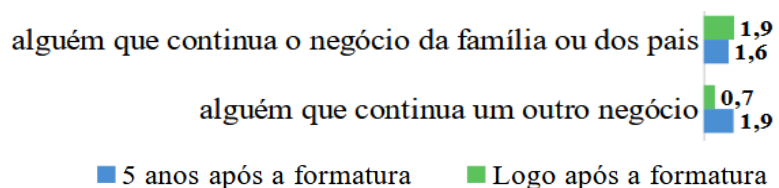


## 4. Empreender como Sucessores nos Negócios da Família e em Outros

O Estudo GUESSS Brasil 2018 também coletou dados sobre o interesse e as atividades dos universitários quanto a suceder dirigentes na propriedade de negócios. Os dados são detalhados sobre a sucessão familiar dos estudantes e menos aprofundados em relação à sucessão não familiar.

Uma parte dos dados foi apresentada na Figura 1, da qual se origina a síntese sobre sucessão mostrada abaixo, na Figura 10.

Figura 10. O que os estudantes querem ser **com a sucessão** – intenções de carreira (em %; N = 20.623)



A Figura 10 mostra que cerca de 1,8% dos 20.623 respondentes quer ser sucessor (em negócios familiares ou não) logo após a formatura ou 5 anos após. Uma exceção refere-se a 0,7%, uma porcentagem menor de estudantes interessados na sucessão não familiar logo após a formatura.

<sup>7</sup> Adachi, T., & Hisada, T. (2017). Gender differences in entrepreneurship and intrapreneurship: an empirical analysis. *Small Business Economics*, 48(3), 447-486.

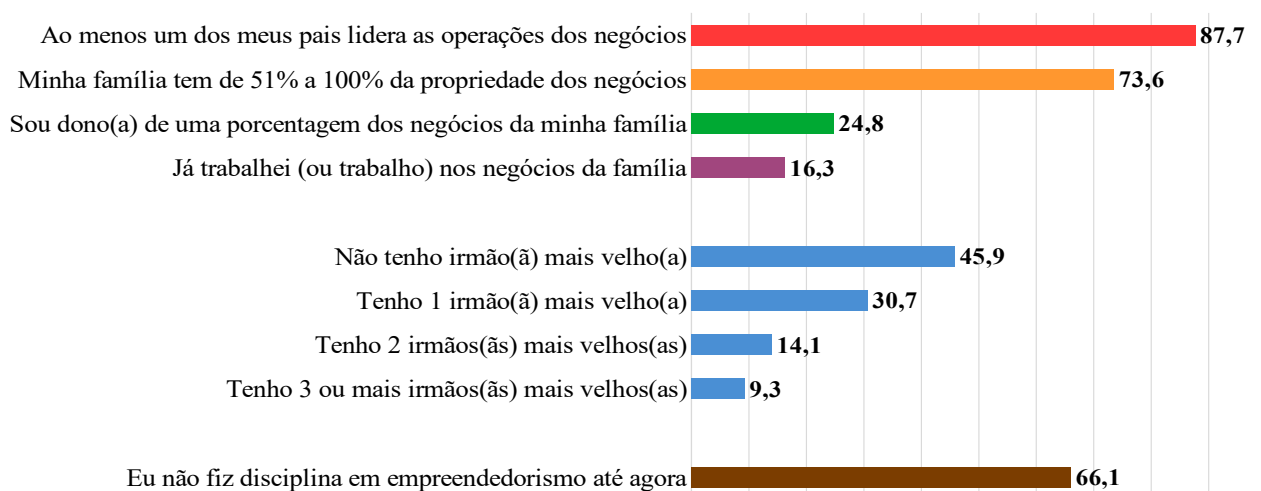


A partir de outras questões do questionário usado no estudo, registrou-se que 6.682 estudantes dentre os 20.623 respondentes (32,4%) informaram que o pai, a mãe ou ambos são autônomos (têm um negócio sem empregado) e um total de 5.125 (24,9%) indicou que o pai, a mãe ou ambos são donos majoritários ou únicos de algum negócio. Tratam-se aqui de dois grupos de "sucessores potenciais" que podem se sobrepor ao menos em parte, ou seja, com um dos grupos de respondentes podendo conter ao menos parte dos estudantes respondentes do outro.

Essas duas frequências (32,4% e 24,9%) são bem maiores do que aquelas de interessados em ser sucessores (em torno de 1,8%, segundo a Figura 10). Isso sugere que cerca de 23% a 31% dos 20.623 respondentes podem, mas não querem ser sucessores em algum negócio familiar. Esse é um comparativo preocupante porque há muitas vantagens em continuar um negócio em comparação a criar um negócio completamente novo. Mesmo que os sucessores precisem ajustar os negócios que venham a assumir, tais negócios normalmente já têm clientela, bens e serviços comercializados, burocracias resolvidas, etc. São negócios detendo ativos-chave que consumiriam muito tempo e muitos recursos para serem desenvolvidos em um negócio novo.

Mais dados tratados na Figura 11 ajudam a compreender detalhes sobre a sucessão em negócios familiares. A amostra considerada na figura é de 5.241 "sucessores potenciais" (25,4% de 20.623) que responderam se ao menos um de seus pais lidera as atividades operacionais dos negócios considerados. Um total de 4.595 estudantes (87,7%) respondeu sim a essa questão. Esse mesmo número de estudantes também informou se já tinha cursado alguma disciplina de empreendedorismo nos estudos.

*Figura 11. Respostas dos sucessores potenciais (em %; N = 5.241, mas 4.595 para a barra marrom)*  
(Apenas barras de mesma cor referem-se a respostas para uma mesma pergunta.)



Também de acordo com a Figura 11, um conjunto de 73,6% dos "sucessores potenciais" considerados afirmou que sua família é proprietária majoritária ou de 100% nos negócios. Algo contraintuitivo é que 66,1% dos "sucessores potenciais" com pais liderando não cursaram qualquer

disciplina de empreendedorismo, o que pode inibir sua preparação para empreenderem e serem sucessores.

Um grupo de 45,9% dos "sucessores potenciais" informou não ter irmãos mais velhos, sugerindo uma menor possibilidade de diluição de propriedade e de conflito em um processo de sucessão, assim como de visões discordantes na direção se mais de um irmão fossem sucessores. No entanto, parece sempre haver o risco de conflitos e de divergências de visões com irmãos mais novos e entre pais e filhos na sucessão, um problema que pode se somar ao conflito de gerações comum nas relações familiares<sup>8</sup>.

Há também "sucessores potenciais" que já trabalharam nos negócios da família como sócios (24,8%) ou de outro modo (16,3%). Esses dois grupos tendem a conter os estudantes mais bem avançados e preparados para a sucessão. As experiências de trabalho nos negócios familiares, em especial as de gestão e como sócios, contribuem na preparação para se suceder ao menos um dos dois pais à frente dos negócios.

Um pensamento semelhante parece valer para a situação em que o sucessor compra negócios fora de sua própria família, mas em que ele já acumulou experiência de trabalho. Se ele já trabalhou, principalmente na gestão ou direção, nos negócios a comprar, saberá melhor como administrá-los. Um exemplo disso é o de um administrador, ou até mesmo de um empregado sem cargo de gestão, que compra parte da empresa em que trabalha ou compra toda ela. O que ele já sabe sobre como trabalhar na empresa tenderá a lhe ser útil para ter êxito na condição de sucessor.

Algo similar tende a ocorrer para uma pessoa com experiência em um negócio e depois funda ou compra um negócio parecido. O *spin-off* exemplifica a primeira situação, com a criação de novos negócios a partir daqueles em que os criadores trabalham. Mesmo que adaptações sejam necessárias, conhecimentos, habilidades e experiências vindos do negócio original tendem a ser úteis no novo.

## **5. Recomendações** *(com base não apenas neste relatório, mas também nos conhecimentos mais gerais dos autores e do conselho consultivo do Estudo GUESSS Brasil)*

### **Os estudantes deveriam...**

- Manter em mente que qualquer opção de carreira empreendedora – como ser empreendedor social, começar um negócio próprio, trabalhar como autônomo, suceder em uma empresa familiar ou adquirir um negócio existente – tem o potencial de ser uma fonte importante de bem-estar e riqueza para pessoas, comunidades, regiões e países.
- Explorar mais as possibilidades de preparação para serem pessoas de iniciativa e para empreenderem, em especial porque tal preparação traz variados benefícios também para a qualificação e a capacidade de sucesso de futuros empregados.
- Tal exploração de possibilidades é ainda mais recomendável para os empreendedores intencionais, os ativos e os sucessores potenciais, que são três grupos já tendo mais diretamente projetos e campos de prática para aproveitarem imediatamente a preparação, gerando melhores resultados para si mesmos, sua família e a sociedade.

<sup>8</sup> Alderson, K. (2015). Conflict management and resolution in family-owned businesses: A practitioner focused review. *Journal of Family Business Management*, 5(2), 140-156.

- Procurar e considerar oportunidades de se tornarem empreendedores (sociais ou não), além da possibilidade de serem empregados, e decidir de modo fundamentado se vão seguir ou não uma carreira em empreendedorismo.
- Tecer redes de contato e de colaboração favoráveis à carreira com professores, colegas e demais pessoas ligadas ao mundo universitário, assim como a negócios, sem deixar de lado as organizações ou grupos com os quais os contatos podem ser facilitados (como nas situações de estágio, incubadoras de empresas, aproximação com empresários, etc.) pelas IES e pela condição de serem estudantes universitários.
- Lembrar que relacionamentos fortes e colaborações podem contribuir significativamente para seu próprio bem-estar, para a realização de iniciativas variadas e a carreira, também mitigando os desafios e custos associados ao empreendedorismo.
- Para aqueles que querem empreender, lembrar que serem sucessores nos negócios da própria família ou comprando negócios já existentes traz muitas vantagens por permitir entrar em atividades empreendedoras que já avançaram várias etapas de desenvolvimento (o que evita riscos e custos elevados, etc.) e favorecem a continuação de alguma tradição ou legado dos negócios.

### **As instituições de ensino superior (IES) e os tomadores de decisão deveriam...**

- Oferecer educação em empreendedorismo que seja envolvente e prazerosa tanto para os estudantes quanto para os educadores, de modo a cativar mais pessoas e tornar mais persistente e agradável o período comumente longo de preparação para empreender ou ser empregados com características de empreendedores (p. ex.: serem pessoas de iniciativa, serem proativos e terem autonomia no trabalho).
- Estimular práticas diversas para que os estudantes aprendam fazendo as competências empreendedoras, que também serão úteis a pessoas que são ou serão empregados. Exemplos dessas práticas são dirigir o centro ou diretório acadêmico do próprio curso, fazer estágios, acompanhar e apoiar de perto o trabalho de empreendedores reais, interação com outros estudantes e professores na elaboração de ideias e projetos para empreendedorismo social, vivências em sala de aula para tomada de iniciativa, simulações de situações de empreendedorismo, criação de negócios reais com risco de perdas baratas (mesmo que sejam pequenos, simples e baratos) para fins de teste e aprendizagem, trabalhos em equipe e intercâmbios.
- Manter um ambiente educacional livre de restrições ideológicas e resistências contra o empreendedorismo, promovendo o estudo e a prática deste. Esse ambiente deve enfatizar a integração do empreendedorismo no currículo de todas as disciplinas acadêmicas. Deve também estimular os estudantes para que sejam pessoas de iniciativa, bons e criativos solucionadores de problemas e agentes proativos.
- Colaborar com partes interessadas (*stakeholders*) para criar um ecossistema empreendedor inclusivo, oferecendo oportunidades atraentes especialmente para estudantes de baixa renda e de localidades desfavorecidas ou violentas – garantindo a eles chances maiores de construir uma vida melhor, em particular com o empreendedorismo.
- Despertar e manter vivo o interesse de os estudantes darem continuidade ou ajudarem nos negócios da própria família e/ou de terceiros. Também poderia ser uma iniciativa muito positiva manter um levantamento contínuo, oferecido aos estudantes, de oportunidades de compra de pequenos negócios, de se tornar sócio em negócios e de colaborar em organizações do empreendedorismo social. Tais oportunidades já podem ser levantadas entre os próprios professores, universitários e suas respectivas famílias, assim como entre grupos, contatos e organizações com os quais a IES tem alguma relação.

## 6. Apêndice - A Amostra Brasileira

O Brasil obteve o expressivo total de 20.623 respostas de estudantes universitários para o Estudo GUESSS Brasil em 2018. As respostas vieram de mais de 61 instituições de ensino superior (IES) de diferentes estados do país (Tabela A1).

As características dessa amostra de respondentes estabelecem o contexto para a compreensão detalhada dos dados e das análises deste relatório. Entre elas, destacam-se a distribuição geográfica das IES participantes e os perfis de seus respondentes, incluindo sexo, idade e campos de estudo, descritos neste apêndice.

*Tabela A1. Distribuição das respostas brasileiras [ (61 IES + outras) > 61 ]\**

IES	Respostas	%
UFBA – Universidade Federal da Bahia – BA	3713	18,00
USCS – Universidade Municipal de São Caetano do Sul - SP	1931	9,36
UFPI – Universidade Federal do Piauí – PI	1892	9,17
USP - Universidade de São Paulo – SP	1889	9,16
UFES – Universidade Federal do Espírito Santo – ES	1543	7,48
UFSM – Universidade Federal de Santa Maria – RS	1107	5,37
UFMA – Universidade Federal do Maranhão – MA	1024	4,96
UNINOVE – Universidade Nove de Julho – SP	982	4,76
UFV – Universidade Federal de Viçosa – MG	803	3,89
UTFPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná – PR	519	2,51
UPF – Universidade de Passo Fundo – RS	464	2,25
IFRN – Instituto Federal do Rio Grande do Norte – RN	391	1,90
UFPA – Universidade Federal do Pará – PA	290	1,40
UENP – Universidade Estadual do Norte do Paraná – PR	211	1,02
FATECs e FATEC Sebrae – SP	195	0,94
IMED – Faculdade Meridional – Passo Fundo e Porto Alegre – RS	192	0,93
USP São Carlos – SP	175	0,85
UFPR – Universidade Federal do Paraná – PR	173	0,84
UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina – SC	170	0,82
UFR – Universidade Federal de Rondonópolis – MT	152	0,74
UFFS – Universidade Federal da Fronteira Sul – RS e SC	137	0,66
UNOESC – Universidade do Oeste de Santa Catarina – SC	136	0,66
UNIFEI – Universidade Federal de Itajubá – MG	135	0,65
Centro Universitário CESMAC – AL	119	0,58
UFS – Universidade Federal de Sergipe – SE	118	0,57
UNIVASF – Universidade Federal do Vale do São Francisco – PE	117	0,57
UFMS – Universidade Federal do Mato Grosso do Sul – MS	105	0,51
IFRS – Instituto Federal do Rio Grande do Sul – RS	102	0,49
UEL – Universidade Estadual de Londrina – PR	98	0,48
FASJ – Faculdade São Francisco de Juazeiro – BA	94	0,46
IFPI – Instituto Federal de Educação do Piauí – PI	85	0,41
UBEC - União Brasiliense de Educação e Cultura – DF	84	0,41
UFU – Universidade Federal de Uberlândia – MG	80	0,39
UFRN – Universidade Federal do Rio Grande do Norte – RN	77	0,37
UNISAL em Lorena – Centro Universitário Salesiano – SP	77	0,37
FACTO – Faculdade Católica do Tocantins – TO	71	0,34
UNIVIÇOSA - FAVIÇOSA – MG	65	0,32
UFRPE – Universidade Federal Rural de Pernambuco – PE	62	0,30
UNB – Universidade de Brasília – Brasília – DF	57	0,28
FTC – Faculdade de Tecnologia e Ciências – BA	50	0,24
FUCAPE Business School – ES	44	0,21
Estácio CEUT de TERESINA – PI	43	0,21
PUC PR – Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PR	38	0,18
UEMA – Universidade Estadual do Maranhão – MA	34	0,16

UNIVATES – Lajeado – RS	32	0,16
UFMT – Universidade Federal do Mato Grosso – MT	30	0,15
FEI – Centro Universitário FEI - São Paulo e São Bernardo do Campo – SP	27	0,13
Estácio de Sá – RJ	27	0,13
UFAL – Universidade Federal de Alagoas – AL	21	0,10
UFPE – Universidade Federal de Pernambuco – PE	21	0,10
UFRRJ – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – RJ	20	0,10
FACESM – Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas do Sul de Minas – MG	19	0,09
UNIFACS – Universidade Salvador – BA	16	0,08
Anhanguera Educacional – várias cidades e estados brasileiros	15	0,07
IFSP – Instituto Federal de Educação de SP – SP	15	0,07
UFF – Universidade Federal Fluminense – RJ	15	0,07
UFPB – Universidade Federal da Paraíba – PB	15	0,07
UNIR – Universidade Federal de Rondônia – RO	14	0,07
UNIARP - Universidade Alto Vale do Rio do Peixe – SC	14	0,07
Faculdade Energia – Florianópolis – SC	13	0,06
UNIBALSAS – Faculdade de Balsas – MA	11	0,05
<b>OUTRAS*</b>	<b>454</b>	<b>2,20</b>

**TOTAL 20 623 100,00**

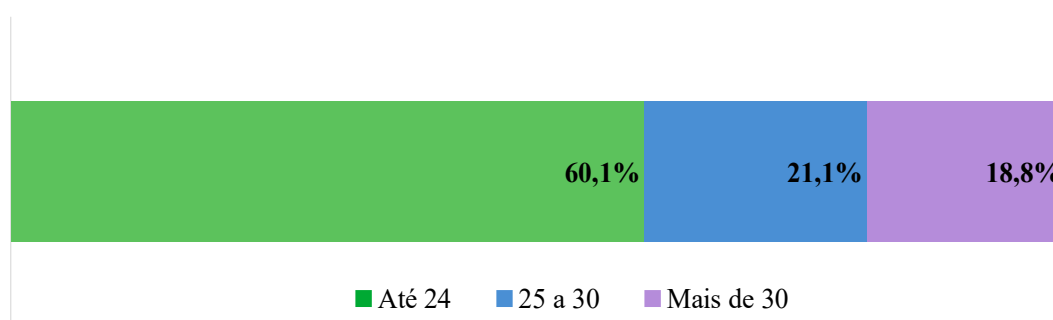
\* O número real de IES do estudo é maior do que 61 porque aquelas com 10 respostas ou menos, que totalizaram 158 respostas, foram agrupadas na categoria “outras”, assim como as 296 respostas de estudantes que não identificaram, em suas respostas, a IES em que estudam.

Figura A1. Distribuição dos sexos dos respondentes (em %; N = 20.550)



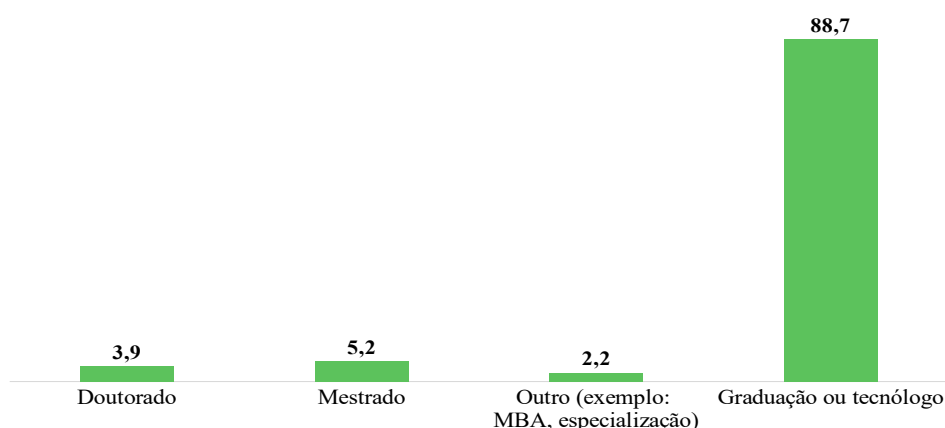
As estudantes, do sexo feminino, foram a maioria no estudo, com 55,2% das respostas. Os estudantes, do sexo masculino, foram 44,8%.

Figura A2. Distribuição das idades (em %; N = 20.350)



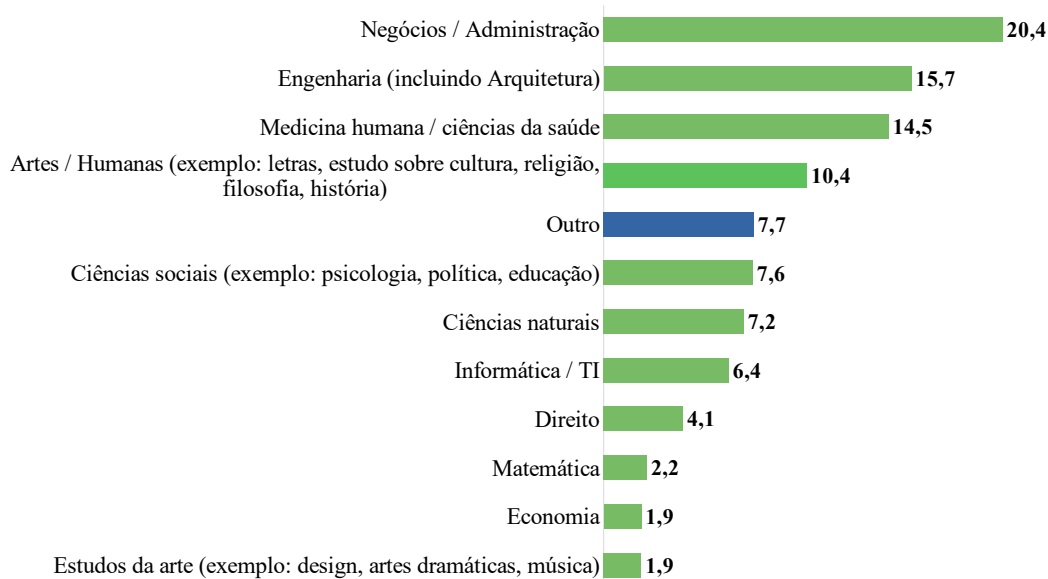
Quanto às idades, a maioria dos respondentes (60,1%) declarou ter "até 24 anos". Os demais estão divididos em dois grupos: 21,1% têm "25 a 30 anos", enquanto 18,8% informaram ter "mais de 30 anos" de idade.

Figura A3. Distribuição do nível de estudos (em %; N = 20.614)



A grande maioria dos estudantes da amostra (88,7%) está matriculada na graduação (com uma menor parte em tecnólogo), enquanto menos de 12% estão cursando outros níveis acadêmicos, como ilustrado na Figura A3.

Figura A4. Distribuição das respostas por campos de estudo (em %; N = 20.623)



O contingente de 20,4% dos respondentes é do campo de estudo "negócios / administração", enquanto há 15,7% de "engenharia (incluindo arquitetura)" e 14,5% de saúde. Esses são os três campos de mais alta porcentagem, somando 50,6% das respostas. A categoria "outro" (7,7%) inclui respostas de estudantes que não classificaram seu campo de estudo entre as demais opções de resposta listadas na figura.

O fato de o Estudo GUESSS Brasil 2018 ter um quinto (20,4%) de todos os seus respondentes no campo de negócios e administração reflete principalmente dois aspectos: (1) a afinidade temática, os parceiros e professores que promovem o estudo nas IES brasileiras estão concentrados nesse campo e (2) os estudantes desse campo parecem ter mais frequentemente interesse pelo tema central do estudo (empreendedorismo), mais fácil e comumente dispendo-se a responder na coleta de dados.