

**FUCAPE FUNDAÇÃO DE PESQUISA E ENSINO**

**DEBORA GUERRA MAIA COELHO DIAS**

**DIMENSÕES DO POTENCIAL EMPREENDEDOR QUE AFETAM A  
INTENÇÃO DE EMPREENDER**

**VITÓRIA  
2019**

**DEBORA GUERRA MAIA COELHO DIAS**

**DIMENSÕES DO POTENCIAL EMPREENDEDOR QUE AFETAM A  
INTENÇÃO DE EMPREENDER**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Fucape Fundação de Pesquisa e Ensino, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientadora: Profa Dra Arilda Magna  
Campagnaro Teixeira

**VITÓRIA  
2019**

**DEBORA GUERRA MAIA COELHO DIAS**

**DIMENSÕES DO POTENCIAL EMPREENDEDOR QUE AFETAM A  
INTENÇÃO DE EMPREENDER**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Fucape Fundação de Pesquisa e Ensino, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Aprovada em 12 de dezembro de 2019.

**COMISSÃO EXAMINADORA**

---

**Profa. Dra. ARILDA MAGNA CAMPAGNARO TEIXEIRA**  
Fucape Fundação de Pesquisa e Ensino

---

**Profa. Dra. MÁRCIA JULIANA D'ANGELO**  
Fucape Fundação de Pesquisa e Ensino

---

**Prof. Dr. SÉRGIO AUGUSTO PEREIRA DE BASTOS**  
Fucape Fundação de Pesquisa e Ensino

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente à Deus por todas as conquistas alcançadas até o momento, bem como pela sabedoria adquirida ao longo do tempo para enfrentar as dificuldades encontradas no caminho.

Agradeço ao meu esposo Wiler pela paciência, compreensão e atenção nas horas mais difíceis, as minhas filhas Isadora e Helena pelo carinho e por tentarem entender minha ausência nos finais de semana. Amo vocês incondicionalmente!

Agradeço a todos os professores desta renomada instituição de ensino que de uma forma contribuíram para minha formação, e em especial a minha professora e orientadora pela disponibilidade, por me orientar mesmo estando fora do Brasil, pelas ideias valiosas no desenvolvimento deste trabalho, e principalmente pelas palavras de força que me incentivaram a persistir, sendo assim, e reconhecendo o valor que que tem para mim, os meus mais sinceros agradecimentos.

E por fim, não menos importante, meus agradecimentos a todos que contribuíram direta ou indiretamente para tornar possível a conclusão desta dissertação.

Quando abro a cada manhã a janela do meu quarto, é como se abrisse o mesmo livro numa página nova.

(Mario Quintana)

## RESUMO

A presente dissertação teve como objetivo identificar os fatores do potencial empreendedor que afetam a intenção de empreender. Para este estudo, optou-se usar a Escala de Santos (2008) já validada no Brasil. O questionário utilizado para coletar os dados, contendo 49 afirmações, foi enviado por e-mail e redes de contato, como LinkedIn e Instagram, na forma de Google *Forms*, de acordo com o perfil e público alvo, para mais de 500 gestores, em um período de 60 dias, e foram obtidas 256 respostas. A partir da coleta de dados, aplicou-se a Modelagem de Equações Estruturais e foram testadas 14 hipóteses, porém, apenas uma dessas apresentadas não foi suportada. Desta maneira, todas as características apresentaram significância para suportar as hipóteses, sendo a Oportunidade o fator que influencia positiva e principalmente a Intenção Empreendedora. Limitações da pesquisa estão presentes na população amostral, uma vez que não foram coletadas informações como, idade, gênero, formação, tempo de profissão e cidade onde mora.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Potencial Empreendedor; Intenção Empreendedora.

## **ABSTRACT**

This research aimed at identifying the dimensions of the entrepreneurial potential that affect the intention to start a new project. The study uses the Santos Scale (2008), already validated in Brazil. The questionnaire used to collect data, containing 49 statements, was sent by email and contact networks such as LinkedIn and Instagram, by means of Google Forms, according to profile and the targeted public, to over 500 professionals, in a period of 60 days. 256 responses were received. After the data collection, the study applied the Structural Equation Modeling, and 14 hypotheses were tested, but only one hypothesis was not supported. Thus, all the characteristics were significant in supporting the hypotheses, and Opportunity is the factor that influences positively and especially Entrepreneurial Intention. Limitations to the present study in the sample population, no information was collected such as age, gender, education, time performing job and city of residence.

**Keywords:** Entrepreneurship; Entrepreneurial Potential; Entrepreneurial Intent.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Características de comportamento empreendedor .....	13
Figura 2: Modelo teórico para potencial empreendedor .....	18
Figura 3: Potencial Empreendedor.....	20
Figura 4: Escala Combinada de Atitudes .....	21
Figura 5: Cálculo da sua pontuação para Intenção de Empreender .....	26
Figura 6: Definição dos constructos com referência.....	26
Figura 6: Escala Combinada de Atitudes .....	27
Figura 7: Modelagem de Equação Estrutural .....	28
Figura 8: Modelo Final.....	34



## SUMÁRIO

<b>Capítulo 1</b> .....	<b>9</b>
<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>9</b>
<b>Capítulo 2</b> .....	<b>12</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>12</b>
2.1 POTENCIAL EMPREENDEDOR .....	15
2.2 MODELAGEM ESTRUTURAL.....	21
<b>Capítulo 3</b> .....	<b>25</b>
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	<b>25</b>
<b>Capítulo 4</b> .....	<b>28</b>
<b>4 ANÁLISE DOS RESULTADOS</b> .....	<b>28</b>
4.1 TESTE DE HIPÓTESES E MODELO ESTRUTURAL .....	32
<b>Capítulo 5</b> .....	<b>35</b>
<b>5 CONCLUSÃO</b> .....	<b>35</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>37</b>
<b>ANEXO A – QUESTIONÁRIO</b> .....	<b>41</b>

## Capítulo 1

### 1 INTRODUÇÃO

Mudanças no direcionamento dos estudos de empreendedorismo têm avançado em diferentes áreas e com novo significado, em que seu foco é mudar o cenário atual e descobrir novas possibilidades de negócios por meio da inovação e geração de valor (Urtado, 2018). O Empreendedorismo está ligado à riscos e inovação, bem como, a criação de um novo negócio ou produto, ou até mudanças em empresas já existentes (Maciel, Homrich, Kruger, & Minello, 2019).

Para melhor entendimento do processo de empreender, que além do estímulo ao crescimento econômico com a criação de novos negócios, há também de se pensar que operacionalizar algo novo acarreta aumento dos riscos financeiros e esforços de criação, mas, por outro lado, é possível conquistar recompensas, como por exemplo, a satisfação pessoal e econômica (Braum & Nassif, 2018). Nesse sentido, validando a relevância socioeconômica do empreendedorismo, observa-se a intensificação de estudos a respeito dos fatores individuais e coletivos que contribuem com a intenção de empreender (Maciel, Homrich, Kruger, & Minello, 2019).

A mudança no cenário econômico do país tem ocasionado incertezas que contribuem para o interesse no campo empreendedorismo (Sousa, Fontenele, Silva, & Sousa Júnior, 2019). O aprimoramento do comportamento empreendedor vem possibilitando um crescimento nas discussões e debates, pois segundo Paul e Shrivatava (2016), cada empreendedor detém um perfil único, e, em cada um é possível analisar elementos que impulsionam a elevação de resultados, comportamento e sua intenção de empreender.

De acordo com Liñan e Chen (2009), a intenção empreendedora está associada à vontade pessoal para criar e desenvolver o próprio negócio. Ainda nesse entendimento, eles afirmam que antes de decidir ser um empreendedor, é importante identificar a intenção empreendedora na criação deste novo empreendimento. Para Sousa, Fontenele, Silva e Sousa Júnior (2019), a intenção empreendedora indica o empenho e incentivo que o gestor dispõe para um novo negócio.

Nesse sentido, a intenção de empreender é um elemento essencial no processo do empreendedorismo, segundo Hirschi (2013). Para tanto, Mueller, Zapkau e Schwens (2014) expõem que o processo empreendedor teve origem no comportamento e na atitude do indivíduo, e que está vinculado à intenção de lançar um novo negócio. Kautone, Gelderem e Fink (2015) completam afirmando que o comportamento empreendedor ocorre quando existe uma conexão entre o empreendedor e a oportunidade de negócio, porque pode existir o desejo mas não ocorrer a aplicabilidade e vice-versa.

No contexto de se incentivar o crescimento do desenvolvimento econômico, bem como, as inovações que são geradas com a intenção de empreender, Santos (2008) escreveu uma tese de doutorado explicando a necessidade de uma escala que pudesse identificar o potencial empreendedor, que fosse de fácil aplicação e utilizasse de fatores psicométricos, como traços de personalidade, habilidades e estilos comportamentais.

Empresas que entendem a importância do potencial empreendedor como uma ferramenta essencial de inovação, possuem vantagens competitivas necessárias para evoluir (Martens, Freitas, & Bossin, 2010), e partindo desse entendimento, o objetivo deste trabalho foi identificar as dimensões do potencial empreendedor que afetam a intenção de empreender. Para este estudo optou-se em usar a Escala de Santos

(2008), já validada no Brasil, atingindo assim 256 gestores respondentes no Espírito Santo. A partir da coleta de dados, aplicou-se a Modelagem de Equações Estruturais para identificar quais das dimensões do potencial empreendedor da escala de Santos (2008) explicam a intenção de empreender.

Sabe-se que o empreendedorismo tem sido uma importante ferramenta para alavancar novos empreendimentos, porém as características que determinam a intenção de empreender de cada indivíduo ainda não estão plenamente evidentes (Linán, Rodriguez, & Rueda, 2011). Para tanto, existem características já validadas, como as estudadas por Santos (2008), em sua tese de doutorado, que atuam de forma incisiva na decisão de empreender. Este artigo visa trazer contribuições que diminuam essa lacuna existente, atribuindo informações pertinentes aos estudos de empreendedorismo.

## Capítulo 2

### 2 REFERENCIAL TEÓRICO

O empreendedorismo pode ser descrito como um meio para alcançar algo inovador e criativo, com a finalidade de gerar aumento de riqueza, valor para a sociedade, e reconhecimento de novas oportunidades no mercado (Mendonça & Valdisser, 2019).

Para Rocha e Freitas (2014) o empreendedorismo é um fenômeno em crescimento e que influencia no avanço e desenvolvimento socioeconômico do país. Para os autores, o responsável por esse fenômeno é o empreendedor, indivíduo que possui características capazes de identificar oportunidades, por meio dos próprios esforços e, de forma dinâmica, alcançar os melhores resultados.

Há algum tempo o empreendedorismo passou de facultativo para necessário no meio empresarial, tanto para atingir o crescimento, como para alavancar a organização e manter a competitividade no mercado (Franco, 2014). Sendo assim, entende-se a importância do empreendedorismo como uma ferramenta essencial de inovação, necessária para uma empresa evoluir (Martens, Freitas, & Bossin, 2010).

Em um cenário dinâmico e competitivo como o atual, é necessário combinar o conceito de empreendedorismo com a atividade de empreender, pois o gestor é o elemento chave da organização para buscar métodos, produtos ou serviços inovadores capazes de manter a empresa competitiva e ainda se desenvolver (Lenzi, Santos, Casado, & Rodrigues, 2012).

Sendo assim, o gestor precisa considerar a inovação e a transformação de ideias como componentes essenciais à competitividade, ou seja, empreender e

permitir encarar de forma sustentável, os obstáculos decorrentes de um mercado cada vez mais competitivo (Franco, 2014).

O empreendedorismo é afinal uma solução de problemas baseada na visão estratégica do agente principal, o empreendedor (Silva & Gil, 2015). Com base nesse pensamento, e de acordo com os estudos de Kisker (2016), os empreendedores possuem fatores motivacionais que influenciam tanto nas atividades dentro da empresa, quanto na criação de um negócio, que são: a) necessidade de realização; b) recompensa financeira; c) reconhecimento; e d) independência.

Outros autores como Santos (2008) e Álvares, Urbano e Amorós (2014) acrescentam que fatores psicológicos, organizacionais e sociológicos, também impactam no estudo sobre empreendedorismo e influenciam no modo de empreender. Sob essa ótica, Santos (2008) criou um modelo de características do comportamento empreendedor, sendo elas: valores, habilidades, necessidades e conhecimento, conforme Figura 1.

<b>VALORES</b>	<b>HABILIDADES</b>	<b>NECESSIDADES</b>	<b>CONHECIMENTO</b>
Existenciais	Identificação de novas oportunidades	Aprovação	Aspectos técnicos do negócio
Estéticos	Valoração	Independência	Experiência em empresas
Intelectuais	Pensamento criativo	Desenvolvimento pessoal	Experiência comercial
Morais	Comunicação persuasiva	Segurança	Escolaridade
Religiosos	Negociação	Auto realização	Formação complementar
	Aquisição de informações		Vivência em novas situações
	Resolução de problemas		

Figura 1: Características de comportamento empreendedor

Fonte: Santos (2008); Martins (2003)

Fonte: Adaptado pela autora

Os valores de um empreendedor, resultante do conjunto de crenças e concepções, certas ou erradas, direcionam suas atitudes, influenciam a tomada de decisão, bem como, motivam a conduta dos profissionais da empresa (Santos, 2008).

Já as habilidades, aspectos essenciais a qualquer indivíduo, seja ele empreendedor ou não, são de extrema importância para a gestão das micros, pequenas e médias empresas, de modo que, quanto maior a capacidade de produzir resultados, maior a viabilidade de permanência no mercado (Santos, 2008). Ainda o autor afirma que, o conhecimento está diretamente ligado às habilidades do empreendedor, e que aumentando o próprio capital humano, o profissional aumentará a percepção de oportunidades, capacidade gerencial e de liderança.

Ainda que os estudos de empreendedorismos sejam um caminho para alcançar melhores resultados, nem tudo que se pratica ou desenvolve é verdadeiro, ou garantia de êxito nos negócios, podendo o erro ser também uma fonte de aprendizagem, seja o próprio erro ou de outros empreendedores (Petrovski, Schneider, Reis, & Reis Júnior, 2019).

Porém, é importante ressaltar que as empresas são fundamentais para o desenvolvimento econômico e social de um estado, cidade ou região, e seguindo esse entendimento, o tema empreendedorismo vem aumentando a sua significância no campo de estudo em relação às características individuais e coletivas que contribuem e incentivam a intenção empreendedora (Maciel, Homrich, Kruger, & Minello, 2019).

Quando a abordagem é o comportamento empreendedor dentro das empresas, Thomas e Mueller (2000) expõem que as atitudes são facilmente modificadas se comparadas com características pessoais, pois elas são reflexos do conjunto de experiências adquiridas pelos indivíduos. Além disso, quando investigado o comportamento empreendedor na realização das atividades, pode ser constatado que

as intenções dos gestores definem o seu comportamento (Schaefer, Nishi, Grohmann, Löbler, & Minello, 2017). Os mesmos autores concluem em sua pesquisa, que os valores pessoais influenciam as atitudes que direcionam o comportamento empreendedor.

Vale ressaltar os estudos de Liñan e Chen (2009) que obtiveram relevância ao mensurar a intenção empreendedora, baseando a pesquisa na Teoria do Comportamento Planejado (TCP) do autor Ajzen, bem como, utilizando seu Questionário de Intenção Empreendedora (QIE). As pesquisas continuaram mais a frente, com Liñan, Urbano e Guerrero (2011), constatando que o instrumento de coleta de dados (QIE) explana a capacidade da pessoa em se transformar em empreendedor.

Os autores Queiroz e Paradela (2017) contribuem trazendo a ideia do empreendedorismo como a utilização da criatividade humana, conhecimento e habilidades para a construção de algo novo, melhor e com valor. Baggio e Baggio (2014) completam com o ponto onde o empreendedor assume uma conduta proativa e procura fazer com inovação um projeto pessoal ou empresarial. Considerando os posicionamentos, Bachenheimer (2015) reitera ser imprescindível que pessoas e empresas busquem esse comportamento empreendedor, seja ele para o desenvolvimento pessoal ou profissional.

## 2.1 POTENCIAL EMPREENDEDOR

O potencial empreendedor está diretamente relacionado às características de uma pessoa, sendo ela a responsável pela tomada de decisão das ações empreendedoras, bem como, a responsável pela performance das tarefas decorrentes das ações (Baum, Frese, Baron, & Katz, 2007).



Na literatura esses fatores que identificam características empreendedoras, podem ser definidos como conceito teórico que visa esclarecer ou relatar o objeto ou fenômeno a ser avaliado, nesse caso, o potencial empreendedor (Lopes Jr. & Souza, 2005). Importante acrescentar que esses fatores quando ligados à inovação possibilitam ao empreendedor um perfil adaptado às mudanças (Meneghetti, Ribeiro, Cancelier, Silva, & Santos, 2015).

Essas características que definem o potencial empreendedor de uma pessoa foram identificadas por Santos (2008) ao buscar na literatura diversos fatores relativos ao empreendedorismo, entre eles: reconhecimento de oportunidades, persistência, definição de metas, gestão de risco, busca de informações, capacidade de persuadir e autoconfiança, para então, a partir do que ele identificou, criar um modelo próprio de escala para medir o potencial empreendedor.

Santos (2008) utilizou uma metodologia segmentada em duas etapas para o levantamento dos constructos, sendo elas: procedimentos iniciais (entrevistas com 4 empresários de sucesso e revisão da literatura para levantamento dos constructos de sua escala; e pesquisa de campo (definição da área geográfica, tamanho da amostra – professores, estudantes e empresários, estruturação de um modelo inicial da escala, montagem do questionário, aplicação do questionário em 400 estudantes universitários e 10 professores de empreendedorismo, comparação dos resultados obtidos com empresários, estudantes e professores. Construção do questionário final para validação dos constructos com a amostra de estudantes de administração, análise dos resultados e montagem da escala de potencial empreendedor.

A partir da identificação dos constructos, Santos (2008) definiu os constructos da escala para identificar o potencial empreendedor: Intenção de Empreender; Oportunidade (demonstrar que possui senso de oportunidade, ou seja, ter atenção ao

que ocorre à sua volta e reconhecer as dificuldades das pessoas ou do mercado, estar apto para usufruir de cenários incomuns para começar novos negócios); Persistência (habilidade de permanecer determinado na busca do sucesso, manifestando persistência para atingir objetivos e metas, superando as dificuldades pelo caminho. Aptidão em diferenciar teimosia de persistência, reconhecer erros e ser capaz de redefinir metas e estratégias); Eficiência (capacidade de realizar as coisas da forma correta e, havendo necessidade, articular rapidamente mudanças para se adequar às mudanças ocorridas no ambiente. Habilidade de encontrar e ser capaz de fazer as coisas da melhor forma possível, mais rápidas e econômicas. Aptidão para produzir ou empregar métodos para garantir que o trabalho seja concluído a tempo); Informações (disponibilidade para desenvolver e manifestar desejo por aprendizado. Empenhar-se em busca de novas informações em seu campo de atuação ou em outras áreas. Ter atenção e manter-se vigilante em quaisquer aspectos, internos e externos, associados à sua empresa. Empenho em conhecer sobre a fabricação de produtos ou oferecimento de serviços. Mostrar-se a disposição para encontrar especialistas para ajudar em questões técnicas ou comerciais); Planejamento (estar disponível para planejar atividades, indicando objetivos. Aptidão para elaborar tarefas detalhadas. Estar apto para atuar com planejamento, cumprimento e controle. Confiar na relevância do planejamento); Metas (potencial para manifestar determinação, ponderação e controle, e de determinar objetivos e metas apontando de forma transparente o que pretende alcançar. Ser capaz mensurar objetivos); Persuasão (Aptidão para influenciar pessoas na realização das atividades ou ações que possibilitem o alcance de seu objetivo. Aptidão em persuadir e motivar pessoas, conduzir equipes e incentivá-las, usando as palavras e ações apropriadas para influenciar e convencer); e Rede de relações (aptidão para construir rede de contatos

e relacionamento com pessoas-chaves que possam colaborar e auxiliar para atingir seus objetivos. Ser capaz de desenvolver e sustentar redes de relacionamentos, sejam eles comerciais ou não) (Santos, 2008).

Sendo assim, Santos (2008) iniciou a estruturação e elaborou um modelo teórico simbólico com três categorias - realização, planejamento e poder- para que pudesse separar os fatores que identificam o potencial empreendedor, conforme Figura 2.

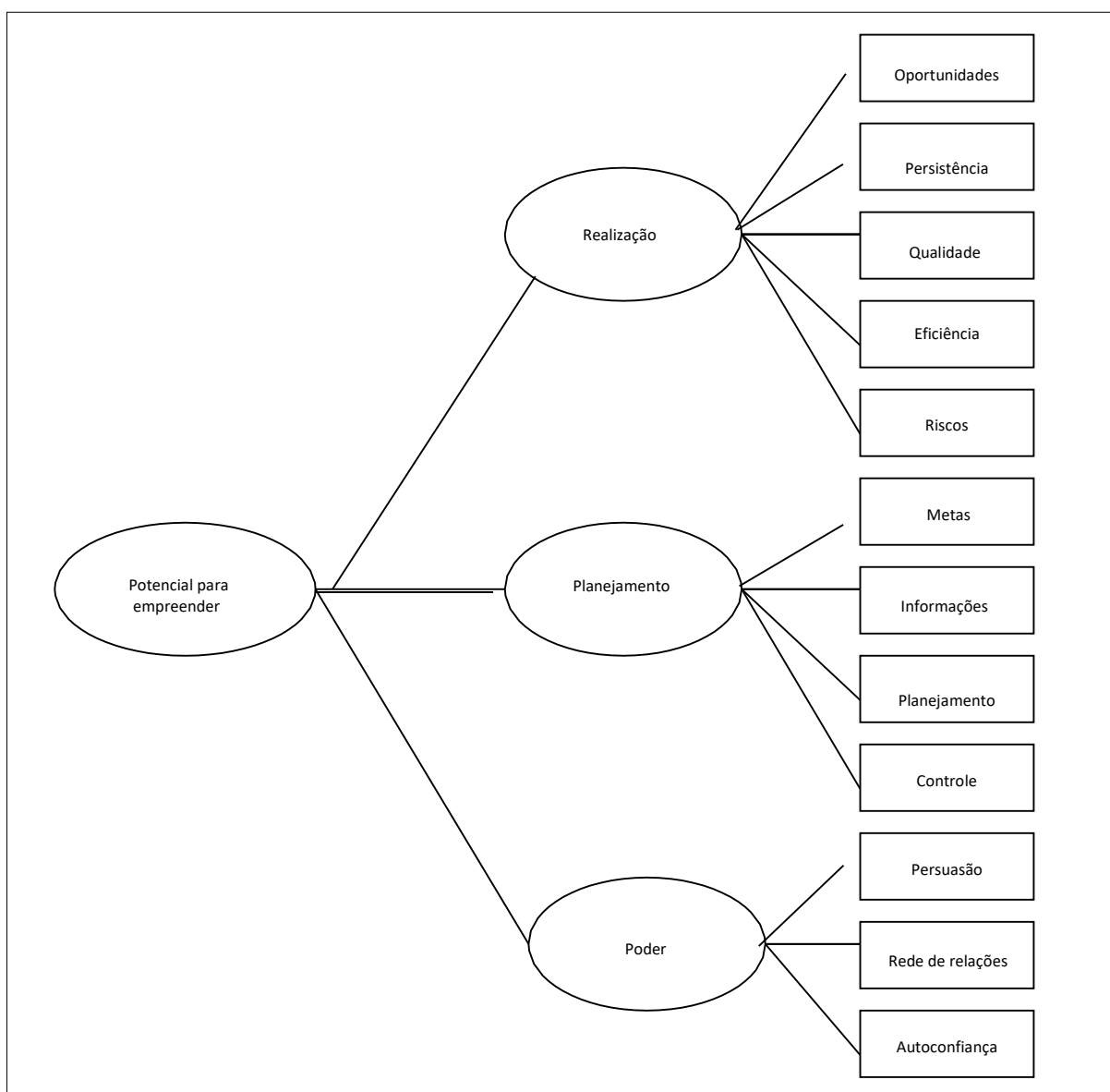


Figura 2: Modelo teórico para potencial empreendedor  
Fonte: Santos (2008, p.152)

Com o modelo simbólico teórico, Santos (2008) guiou-se para a elaboração das afirmações, porém durante o processo de análise de uma aplicação prévia do questionário foi possível a eliminação de alguns constructos como: qualidade, risco e autoconfiança, por não alcançarem patamares mínimos comparados aos demais e, desse modo, chegando às questões finais, conforme pode ser visto na Figura 3.

<b>Construtos</b>	<b>Atributos</b>
<b>OPORTUNIDADE</b>	<p>Percebo as necessidades dos outros e como elas podem ser satisfeitas</p> <p>Gosto de me informar sobre as necessidades das pessoas</p> <p>Vivo em estado de alerta para alguma oportunidade que me possa surgir</p> <p>Sinto-me capaz de identificar oportunidades de negócios e sair lucrando com isso</p> <p>Creio sinceramente que as oportunidades estão aí para serem identificadas</p>
<b>PERSISTÊNCIA</b>	<p>Entendo que os obstáculos existem para serem superados</p> <p>Quando eu levo um tombo levanto e continuo</p> <p>Quando cometo um erro de planejamento, redefino as coisas e vou em frente</p> <p>Encaro o fracasso como fonte de aprendizado para não cometer o mesmo erro novamente</p> <p>Não me deixo abater pelo fracasso</p> <p>Busco, de forma permanente, atingir meus objetivos</p>
<b>EFICIÊNCIA</b>	<p>Gosto de cumprir prazos</p> <p>Gosto de realizar meus trabalhos de forma correta e dentro dos prazos estabelecidos</p> <p>Quando é preciso, faço as adaptações necessárias para que as coisas funcionem</p>
<b>INFORMAÇÕES</b>	<p>Quando estou em determinado ramo, tenho que aprender tudo sobre ele</p> <p>Quero saber cada vez mais, pois só assim sairei na dianteira</p> <p>Procuro estar informado sobre as coisas pertinentes ao que faço</p> <p>O mundo é dinâmico e preciso acompanhá-lo buscando sempre novos conhecimentos</p> <p>Se for preciso, pedirei ajuda a especialistas que me ensinem como fazer as coisas da melhor forma</p>
<b>PLANEJAMENTO</b>	<p>Não consigo fazer nada sem um planejamento bem detalhado</p> <p>Quem não consegue planejar suas atividades tende a fracassar</p> <p>Só sei se estou acertando se tiver um planejamento das minhas atividades</p> <p>Defino onde quero chegar e detalho todos os passos que devo seguir</p>
<b>METAS</b>	<p>O que pretendo alcançar está claramente definido</p> <p>Sei determinar claramente quais são meus objetivos e metas</p> <p>Sei que posso definir meus rumos de curto, médio e longo prazo</p> <p>Sei onde pretendo chegar e o quanto pretendo alcançar</p>

	<p>Tenho convicção que vou alcançar meus objetivos e metas</p> <p>Sou capaz de traçar um rumo e estabelecer os ganhos que vou ter no final</p> <p>Gosto de estabelecer objetivos e metas para me sentir desafiado</p>
CONTROLE	<p>Meus controles me auxiliam na revisão de meus planos</p> <p>Costumo fazer anotações e manter registros das minhas ações</p> <p>Consulto meus registros antes de tomar decisões</p> <p>Vejo o planejamento como um guia para controlar as minhas ações</p> <p>Costumo verificar se as coisas estão acontecendo como planejei</p>
PERSUA-SÃO	<p>Posso convencer pessoas a superar conflitos e atuar em equipe objetivando alcançar determinado resultado</p> <p>Sou capaz de estimular as pessoas a realizarem tarefas para as quais estão desmotivadas</p> <p>Sei quais as palavras e ações adequadas para estimular as pessoas</p> <p>Tenho formas de convencer as pessoas a mudarem de opinião</p> <p>Ajo de forma a motivar as pessoas e manter alto o moral em qualquer situação</p> <p>Sei que sou capaz de liderar uma equipe e atingir metas</p>
REDE DE RELAÇÕES	<p>Procuro estabelecer uma boa rede de relacionamentos com conhecidos, amigos e pessoas que possam me ser úteis</p> <p>Procuro manter contato constante com as pessoas de minha rede de relações</p> <p>Tenho como manter contato fácil com as pessoas de minha rede de relações</p> <p>Sempre que posso procuro atender as solicitações que me fazem as pessoas de minha rede de relações</p>

Figura 3: Potencial Empreendedor

Fonte: Santos (2008)

Nota: Adaptada pela autora

A partir daí, construiu-se uma escala de atitude de 11 pontos, com as opções de respostas com distâncias iguais entre os números – característica que faz com que alguns autores admitam considerar que esse tipo de escala não seja ordinal, e sim intervalar, e a partir disso, considerando as distâncias iguais entre os intervalos e um zero arbitrário, Santos (2008) criou uma escala ordinal-intervalar.

Essa escala é uma combinação das escalas Likert, numérica e gráfica/continua; e foi utilizada para mensurar o posicionamento do respondente em relação a sua intenção de empreender - Figura 4 (Santos, 2008).

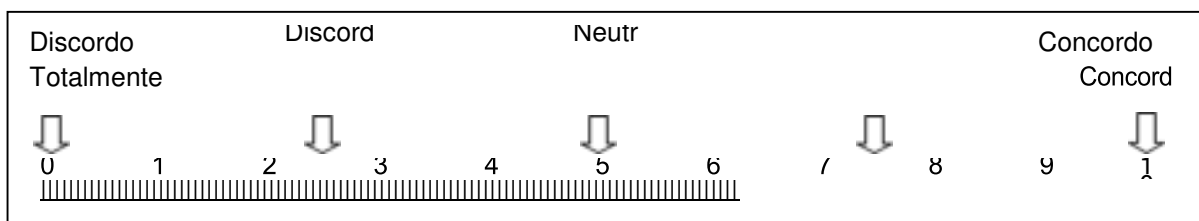


Figura 4: Escala Combinada de Atitudes  
Fonte: Santos (2008, p. 140)

A escala apresentada é do tipo somada, na qual são atribuídos pontos para cada constructo, depois somados, para obter um total de pontuação para cada fator. A soma dos pontos dos atributos de cada construto gera o score do potencial empreendedor do respondente (Santos, 2008), conforme observa-se na Figura 5.

Cálculo da sua pontuação para Intenção de Empreender	Você	Empreendedores	Você - Empreendedores
Transfira e some os pontos obtidos nas questões: $\frac{v_1}{v_1} + \frac{v_2}{v_2} + \frac{v_3}{v_3} + \frac{v_4}{v_4} = \frac{\quad}{4} =$ →		8,9	
<b>Cálculo do seu Potencial Empreendedor</b>			
Transfira e some os pontos obtidos nas questões: $\frac{v_5}{v_5} + \frac{v_6}{v_6} + \frac{v_7}{v_7} + \frac{v_8}{v_8} + \frac{v_9}{v_9} = \frac{\quad}{5} =$ → OPORTUNIDADE		8,1	
Transfira e some os pontos obtidos nas questões: $\frac{v_{10}}{v_{10}} + \frac{v_{11}}{v_{11}} + \frac{v_{12}}{v_{12}} + \frac{v_{13}}{v_{13}} + \frac{v_{14}}{v_{14}} + \frac{v_{15}}{v_{15}} = \frac{\quad}{6} =$ → PERSISTÊNCIA		8,9	
Transfira e some os pontos obtidos nas questões: $\frac{v_{16}}{v_{16}} + \frac{v_{17}}{v_{17}} + \frac{v_{18}}{v_{18}} = \frac{\quad}{3} =$ → EFICIÊNCIA		9,1	
Transfira e some os pontos obtidos nas questões: $\frac{v_{19}}{v_{19}} + \frac{v_{20}}{v_{20}} + \frac{v_{21}}{v_{21}} + \frac{v_{22}}{v_{22}} + \frac{v_{23}}{v_{23}} = \frac{\quad}{5} =$ → INFORMAÇÕES		9,0	
Transfira e some os pontos obtidos nas questões: $\frac{v_{24}}{v_{24}} + \frac{v_{25}}{v_{25}} + \frac{v_{26}}{v_{26}} + \frac{v_{27}}{v_{27}} = \frac{\quad}{4} =$ → PLANEJAMENTO		8,2	
Transfira e some os pontos obtidos nas questões: $\frac{v_{28}}{v_{28}} + \frac{v_{29}}{v_{29}} + \frac{v_{30}}{v_{30}} + \frac{v_{31}}{v_{31}} + \frac{v_{32}}{v_{32}} + \frac{v_{33}}{v_{33}} + \frac{v_{34}}{v_{34}} = \frac{\quad}{7} =$ → METAS		8,5	
Transfira e some os pontos obtidos nas questões: $\frac{v_{35}}{v_{35}} + \frac{v_{36}}{v_{36}} + \frac{v_{37}}{v_{37}} + \frac{v_{38}}{v_{38}} + \frac{v_{39}}{v_{39}} = \frac{\quad}{5} =$ → CONTROLE		8,3	
Transfira e some os pontos obtidos nas questões: $\frac{v_{40}}{v_{40}} + \frac{v_{41}}{v_{41}} + \frac{v_{42}}{v_{42}} + \frac{v_{43}}{v_{43}} + \frac{v_{44}}{v_{44}} + \frac{v_{45}}{v_{45}} = \frac{\quad}{6} =$ → PERSUAÇÃO		8,4	
Transfira e some os pontos obtidos nas questões: $\frac{v_{46}}{v_{46}} + \frac{v_{47}}{v_{47}} + \frac{v_{48}}{v_{48}} + \frac{v_{49}}{v_{49}} = \frac{\quad}{4} =$ → REDE DE RELAÇÕES		8,6	
Obtenha seu potencial empreendedor: $PE = (OP + PES + EFI + INF + PLA + MET + COM + PER + REL) / 45 =$ →		8,6	

Figura 5 Cálculo da sua pontuação para Intenção de Empreender  
Fonte: (Santos, 2008, p.195)

## 2.2 MODELAGEM ESTRUTURAL

Entre os diferentes estudos que mencionam os motivos que originam o empreendedor, encontra-se um consenso quanto às características da personalidade e do comportamento (Teixeira, 2019). Segundo a autora, as características da

personalidade de um empreendedor interferem no resultado positivo do negócio. Para Santos (2008), a busca dos pesquisadores por características que estão relacionadas ao sucesso das empresas está relacionada, provavelmente, ao conjunto de características congênitas e obtidas, que as tornam distintas do restante das pessoas.

Existem pesquisas que apontam a existência de elementos que fomentam a Intenção de Empreender, e que, dessa maneira, a intenção é o conjunto das atitudes frente ao comportamento de empreender (Teixeira, 2019). Ainda nesse contexto, Besutti e Angonese (2017) complementam que a Intenção de Empreender resulta da associação de fatores sociais e pessoais, e que partindo do princípio de que pessoas são diferentes, então apresentam traços de personalidade distintos, por isso, enquanto uns demonstram interesse, motivação e intenção de empreender, outros não.

Este estudo pretende identificar quais das características levantadas por Santos (2008), entre Planejamento, Rede de Relações, Eficiência, Informação, Persuasão, Metas, Persistência e Oportunidade, influenciam na Intenção de Empreender.

A Intenção de Empreender é a percepção que conduz a atitude do empreendedor para a criação e desenvolvimento de um novo negócio ou produto (Oliveira, Vieira, Laguía, Moriano, & Soares, 2016). Ainda os autores complementam que a Intenção é um precedente da atitude e, que quanto mais consistente é a intenção, maior é a chance de pôr em prática um objetivo.

Para atingir um objetivo é preciso um Planejamento, que por sua vez necessita de ações, análise e prazos a fim de alcançar resultados com o máximo desempenho possível e maior concentração de esforços (Oliveira & Valdisser, 2019; Silva, 2014). Com base nas constatações inferem-se as seguintes hipóteses de pesquisa:

H1a: Planejamento influencia positivamente na Eficiência

H1b: Planejamento influencia positivamente na Informação

H1c: Planejamento influencia positivamente na Persuasão

H1d: Planejamento influencia positivamente nas Metas

A construção de Rede é consequência das relações estabelecidas, isto é, vínculos, alianças e compromissos existentes (Borgatti & Halgin, 2011). Para os autores, a partir da consciência da estrutura de Rede é possível criar interações que constituem o desempenho da Rede. A Rede de Relações, ou de contatos ocorre quando existe a habilidade de criar e conservar bons relacionamentos com um amplo número de pessoas, servindo de estratégia para atingir objetivos (Oliveira & Valdisser, 2019; Silva, 2014; Santos, 2008; Ayres, 2003).

H2a: Rede de Relações influencia positivamente na Eficiência

H2b: Rede de Relações influencia positivamente na Informação

H2c: Rede de Relações influencia positivamente na Persuasão

H2d: Rede de Relações influencia positivamente nas Metas

A Eficiência é uma característica assertiva presente na forma de desempenhar ações e assegurar que a tarefa seja cumprida, atendendo a padrões de qualidade (Oliveira & Valdisser, 2019; Silva, 2014; Santos, 2008; Ayres, 2003).

H3: Eficiência influencia positivamente na Persistência

A Informação é o que concede significado ou propósito às coisas, e servem para construir padrões de raciocínio e, como tal, a busca por novas informações auxilia e aprimora serviços e produtos (Oliveira & Valdisser, 2019; Silva, 2014; Santos, 2008; Ayres, 2003).



#### H4: Informação influencia positivamente na Persistência

O ato de convencer as pessoas de algum assunto, seja pessoal ou para construir relações comerciais, chama-se Persuasão, que envolve estratégias para convencer pessoas a fazerem algo que te aproxime de alcançar objetivos (Oliveira & Valdisser, 2019; Silva, 2014; Santos, 2008; Ayres, 2003).

#### H5: Persuasão influencia positivamente na Persistência

A referência às Metas está direcionada a tarefas específicas definidas com clareza, que por meio de objetivos consigam ser cumpridas, bem como, descrevem desafios e possuam sentido pessoal (Oliveira & Valdisser, 2019; Silva, 2014; Santos, 2008; Ayres, 2003).

#### H6: Meta influencia positivamente na Persistência

A Persistência é o agir frente a um obstáculo significativo, assumindo o compromisso pessoal pela performance necessária para alcançar um propósito.

#### H7: Persistência influencia positivamente na Oportunidade

Em seu estudo, Shane (2000) busca confirmar que existe uma forma particular do empreendedor enxergar e explorar oportunidades, e que suas características próprias exercem influências resultantes de fatores psicológicos e demográficos. O Autor ainda acrescenta que apesar de não poder ser popularizada, a preexistência do conhecimento pode contribuir na exploração de oportunidades, e conseqüentemente na intenção de empreender.

#### H8: Oportunidade influencia positivamente na Intenção Empreendedora

## Capítulo 3

### 3 METODOLOGIA

Neste trabalho ampliou-se o estudo de Santo (2008) ao adaptar o instrumento de pesquisa para verificar, no Espírito Santo, quais características do potencial empreendedor, validadas pelo autor, afetam na intenção de empreender dos gestores. Para isso, realizou-se uma pesquisa quantitativa, que é um método de amostragem que apresentam resultados na forma de dados numéricos, para medir informações (Gerhardt & Silveira, 2009). É caracterizada como descritiva, pois possui o foco em estudar características de um grupo e descrever uma realidade (Gil, 1999). Foram utilizados dados primário obtidos na aplicação de questionários, na forma de *Google Forms*, nos quais foram coletadas 256 respostas.

O método de apuração dos resultados foi por meio da Modelagem de Equações Estruturais (SEM), pois ela verifica uma sequência de relações de dependência de forma simultânea (Hair jr, Joseph, Black, Babin, Enderson, & Tatham, 2009).

O modelo de constructos e as afirmações de Santos (2008), conforme Figura 6, foram utilizados para criar referências que pudessem ser testadas nessa pesquisa, por meio da Modelagem de Equações Estruturais, bem como validar quais as características afetam ou não a intenção de empreender.

Constructo	Ref.	Afirmações
Intenção de empreender	INT1	Com certeza um dia terei meu próprio negócio
	INT2	Mesmo que eu trabalhe para outrem não abandonarei o desejo de ter meu próprio negócio
	INT3	Minha maior realização será ter o meu próprio negócio
	INT4	Ser auto-empregado, um empreendedor sempre foi minha aspiração
Oportunidade	OPO1	Percebo as necessidades dos outros e como elas podem ser satisfeitas
	OPO2	Gosto de me informar sobre as necessidades das pessoas
	OPO3	Vivo em estado de alerta para alguma oportunidade que me possa surgir
	OPO4	Sinto-me capaz de identificar oportunidades de negócios e sair lucrando com isso

	OPO5	Creio sinceramente que as oportunidades estão aí para serem identificadas
Persistência	PERS1 PERS2 PERS3 PERS4 PERS5 PERS6	Entendo que os obstáculos existem para serem superados Quando eu levo um tombo levanto e continuo Quando cometo um erro de planejamento, redefino as coisas e vou em frente Encaro o fracasso como fonte de aprendizado para não cometer o mesmo erro novamente Não me deixo abater pelo fracasso Busco, de forma permanente, atingir meus objetivos
Eficiência	EFI1 EFI2 EFI3	Gosto de cumprir prazos Gosto de realizar meus trabalhos de forma correta e dentro dos prazos estabelecidos Quando é preciso, faço as adaptações necessárias para que as coisas funcionem
Informações	INFO1 INFO2 INFO3 INFO4 INFO5	Quando estou em determinado ramo, tenho que aprender tudo sobre ele Quero saber cada vez mais, pois só assim sairei na dianteira Procuro estar informado sobre as coisas pertinentes ao que faço O mundo é dinâmico e preciso acompanhá-lo buscando sempre novos conhecimentos Se for preciso, pedirei ajuda a especialistas que me ensinem como fazer as coisas da melhor forma
Planejamento	PLAN1 PLAN2 PLAN3 PLAN4	Não consigo fazer nada sem um planejamento bem detalhado Quem não consegue planejar suas atividades tende a fracassar Só sei se estou acertando se tiver um planejamento das minhas atividades Defino onde quero chegar e detalho todos os passos que devo seguir
Metas	MET1 MET2 MET3 MET4 MET5 MET6 MET7	O que pretendo alcançar está claramente definido Sei determinar claramente quais são meus objetivos e metas Sei que posso definir meus rumos de curto, médio e longo prazo Sei onde pretendo chegar e o quanto pretendo alcançar Tenho convicção que vou alcançar meus objetivos e metas Sou capaz de traçar um rumo e estabelecer os ganhos que vou ter no final Gosto de estabelecer objetivos e metas para me sentir desafiado
Persuasão	PERSU1 PERSU2 PERSU3 PERSU4 PERSU5 PERSU6	Posso convencer pessoas a superar conflitos e atuar em equipe objetivando alcançar determinado resultado Sou capaz de estimular as pessoas a realizarem tarefas para as quais estão desmotivadas Sei quais as palavras e ações adequadas para estimular as pessoas Tenho formas de convencer as pessoas a mudarem de opinião Ajo de forma a motivar as pessoas e manter alto o moral em qualquer situação Sei que sou capaz de liderar uma equipe e atingir metas
Rede de Relações	REDE1 REDE2 REDE3 REDE4	Procuro estabelecer uma boa rede de relacionamentos com conhecidos, amigos e pessoas que possam me ser úteis Procuro manter contato constante com as pessoas de minha rede de relações Tenho como manter contato fácil com as pessoas de minha rede de relações Sempre que posso procuro atender as solicitações que me fazem as pessoas de minha rede de relações

Figura 6: Definição dos constructos com referência

Fonte: Santos (2008)

Nota: Adaptada pela autora

Utilizou-se o mesmo método de pesquisa de Santos (2008), sendo o modelo da escala Likert usado para mensurar o posicionamento do respondente em relação a sua intenção de empreender.

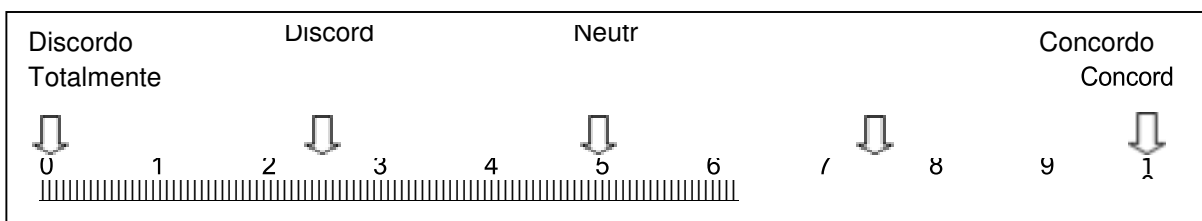


Figura 7: Escala Combinada de Atitudes  
 Fonte: (Santos, 2008, 140)

Foram considerados válidos todos os 256 questionários respondidos e utilizados na Análise Fatorial Confirmatória, na Validação Discriminante, bem como, na verificação da estrutura latente do modelo (Alpha de Cronbach). Os dados foram rodados no software SmartPS3.

## Capítulo 4

### 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para análise dos resultados faz-se necessário apresentar a Modelagem de Equações Estruturais (SEM), que considera diversos métodos estatísticos para ponderar relações com uma ou mais variáveis com o propósito de realizar análises quantitativas sobre modelo presumido por pesquisadores (Ullman, 2006).

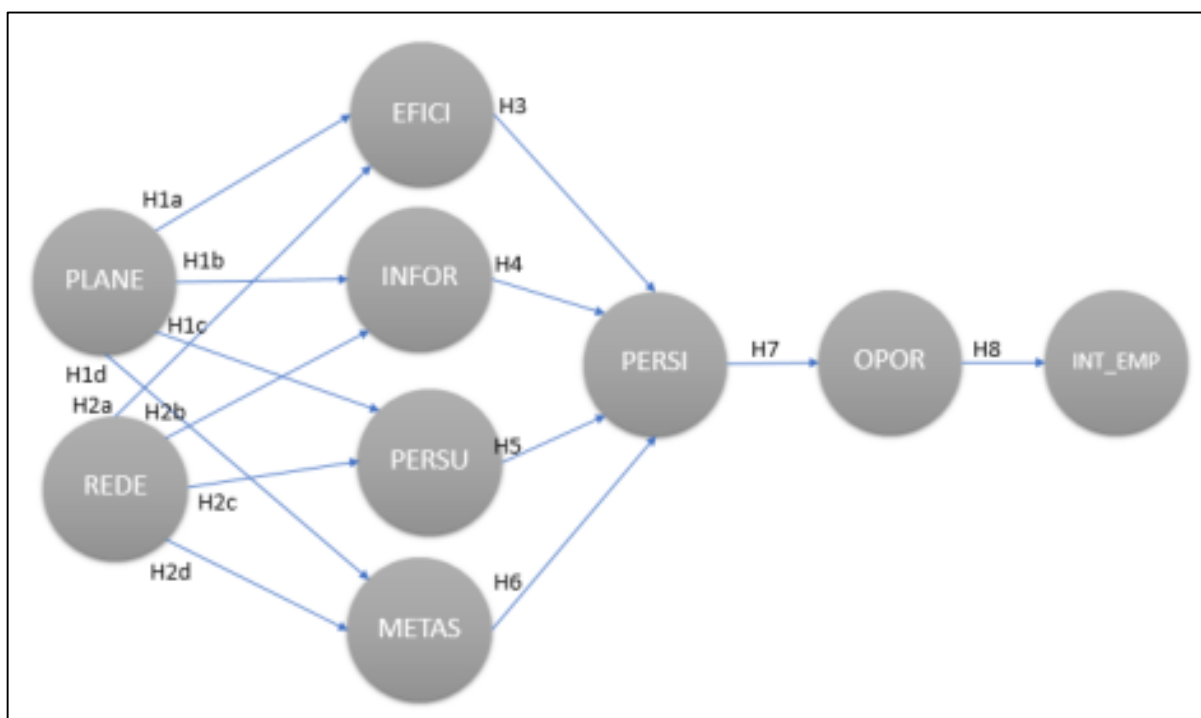


Figura 8: Modelagem de Equação Estrutural  
Fonte: elaborado pela autora.

A Análise Fatorial Confirmatória permite averiguar a ordem do modelo proposto, conforme Figura 8, bem como, por meio de indicadores de qualidade, testar adequadamente se as dimensões medidas representam os constructos (Hair Jr., Joseph, Black, Babin, Enderson, & Tatham, 2009).

TABELA 1 - MATRIZ FATORIAL CONFIRMATÓRIA

	EFI	INFO	INT	METAS	OPOR	PERS	PERSU	PLAN	REDE
EFI1	0.904								
EFI2	0.891								
EFI3	0.834								
INFO1		0.848							
INFO2		0.880							
INFO3		0.923							
INFO4		0.870							
INFO5		0.818							
INT1			0.928						
INT2			0.927						
INT3			0.953						
INT4			0.929						
MET1				0.888					
MET2				0.886					
MET3				0.896					
MET4				0.913					
MET5				0.875					
MET6				0.873					
MET7				0.817					
OPOR1					0.855				
OPOR2					0.839				
OPOR3					0.801				
OPOR4					0.878				
PERS1						0.766			
PERS2						0.880			
PERS3						0.846			
PERS4						0.861			
PERS5						0.879			
PERS6						0.737			
PERSU1							0.890		
PERSU2							0.898		
PERSU3							0.924		
PERSU4							0.911		
PERSU5							0.921		
PERSU6							0.849		
PLAN1								0.907	
PLAN2								0.877	
PLAN3								0.927	
PLAN4								0.883	
REDE1									0.908
REDE2									0.921
REDE3									0.924
REDE4									0.917

Fonte: elaborada pela autora

Na Tabela 1 pode se verificar que as cargas fatoriais das variáveis apresentam valores entre 0,737 e 0,953, reproduzindo a importância de cada constructo, já que são consideradas, estatisticamente significantes acima de 0,7 (Hair Jr., Joseph, Black, Babin, Enderson, & Tatham, 2009). Para o modelo, foi retirada a variável OPOR5, pois

sua carga fatorial ficou baixa comparada aos valores correlatos, não sendo considerada significativa.

A fim de examinar a validade discriminante, isto é, validar o grau em que os constructos são de fato diferente entre os demais, aplicou-se a metodologia de Fornell e Larcker (1981). O método sugerido pelos autores baseia-se em realizar uma Análise Fatorial Confirmatória, por meio do método de mínimos quadrados e comparar o quadrado do coeficiente de correlação entre os construtos. Os resultados das verificações estão na Tabela 2.

**TABELA 2 - VALIDADE DISCRIMINANTE**

	EFI	INFO	INT	MET	OPOR	PERS	PERSU	PLAN	REDE
EFI	0.877								
INFO	0.747	0.868							
INT	0.360	0.390	0.935						
MET	0.620	0.708	0.453	0.879					
OPOR	0.682	0.713	0.490	0.734	0.844				
PERS	0.730	0.750	0.427	0.776	0.816	0.830			
PERSU	0.585	0.727	0.383	0.801	0.734	0.772	0.899		
PLAN	0.646	0.699	0.307	0.815	0.638	0.656	0.732	0.899	
REDE	0.588	0.723	0.452	0.799	0.737	0.734	0.853	0.650	0.918

Fonte: elaborada pela autora

Consoante com os estágios de validação do instrumento, é possível certificar que os construtos usados nessa pesquisa obtiveram níveis adequados de validade e confiabilidade, dado que é possível afirmar, de acordo com os critérios de Fornell e Larcker (1981), que cada construto é único.

Para avaliar a consistência interna do modelo, utilizou-se o coeficiente Alfa de Cronbach que considera o grau de covariância entre os construtos, e possuem medida de confiabilidade entre 0 a 1, assim sendo, considera o limite de aceitabilidade para

valores de 0,60 a 0,70, e excelente acima de 0,90, de acordo com a classificação (Hair Jr., Joseph, Black, Babin, Enderson, & Tatham, 2009). A Confiabilidade Composta avalia se a amostra é confiável, bem como, se está isenta de vieses e as respostas confiáveis, e são consideradas satisfatória para valores de 0,70 a 0,90 (Hair Jr., Joseph, Black, Babin, Enderson, & Tatham (2009). Já a Variância Média Extraída (AVE), é explicada pelo percentual médio entre os itens, assumindo valores acima de 0,5 para explicar se há qualidade de mensuração (Fornell & Larcker, 1981). Os resultados estão na tabela 3.

**TABELA 3 - ALFA DE CRONBACH, CONFIABILIDADE COMPOSTA, e AVE**

	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Confiabilidade Composta</b>	<b>AVE</b>
<b>EFI</b>	0.849	0.909	0.769
<b>INFO</b>	0.918	0.939	0.754
<b>INT_EMPRE</b>	0.952	0.965	0.873
<b>MET</b>	0.951	0.960	0.772
<b>OPOR</b>	0.865	0.908	0.712
<b>PERS</b>	0.908	0.930	0.689
<b>PERSU</b>	0.952	0.962	0.808
<b>PLAN</b>	0.921	0.944	0.808
<b>REDE</b>	0.937	0.955	0.842

Fonte: elaborada pela autora

O Alfa de Cronbrach apresentou índice de 0,848 a 0,952, sendo os construtos Eficiência e Oportunidade considerados satisfatórios, bem como, Informação, Intenção de Empreender, Metas, Persistência, Persuasão, planejamento e Rede de Relações considerados excelentes de acordo com os autores (Hair Jr., Joseph, Black, Babin, Enderson, & Tatham, 2009), ou seja, os resultados apontam que os gestores participantes foram coerentes ao responderem a pesquisa, confirmando assim a pertinência da análise dos dados. A amostra da pesquisa foi considerada confiável,



com valor de 0,904 a 0,960, sendo consideradas satisfatórias. A Variância Média Extraída (AVE) apresenta correlação positiva entre os construtos, sendo um modelo que converge para o satisfatório, já que os valores foram acima de 0,689, ou seja, a mostra foi suficiente e de qualidade (Fornell & Larcker, 1981).

#### 4.1 TESTE DE HIPÓTESES E MODELO ESTRUTURAL

O teste de Hipótese que se apresenta na Tabela 4 é uma ferramenta estatística tirada de uma amostra de interesse, com a finalidade de medir uma afirmação e apontar se deve ser aceita ou rejeitada (Hair Jr., Joseph, Black, Babin, Enderson, & Tatham, 2009).

**TABELA 4 - TESTE DE HIPÓTESES**

	Hipótese	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation	T-Statistics	P-Values
PLAN -> EFI	H1a	0.462	0.458	0.101	4.596	0.000
PLAN -> INFO	H1b	0.394	0.402	0.081	4.894	0.000
PLAN -> PERSU	H1c	0.305	0.296	0.081	3.762	0.000
PLAN -> MET	H1d	0.513	0.518	0.057	9.055	0.000
REDE -> EFI	H2a	0.288	0.288	0.118	2.440	0.000
REDE -> INFO	H2b	0.467	0.456	0.096	4.858	0.000
REDE -> PERSU	H2c	0.655	0.664	0.078	8.356	0.000
REDE -> MET	H2d	0.465	0.460	0.060	7.754	0.000
EFI -> PERS	H3	0.302	0.303	0.069	4.400	0.000
INF -> PERS	H4	0.122	0.130	0.085	1.437	0.151
PERSU -> PERS	H5	0.294	0.287	0.077	3.796	0.000
MET -> PERS	H6	0.266	0.266	0.080	3.324	0.000
PERS -> OPOR	H7	0.816	0.818	0.029	28.405	0.000
OPOR -> INT	H8	0.498	0.502	0.067	7.444	0.000

Fonte: elaborada pela autora

As Hipóteses H1a, H1b, H1c, e H1d, que testam se o Planejamento influencia positivamente na Eficiência, Informação, Persuasão e Metas respectivamente, foram confirmadas com nível de significância <0,05.

As Hipóteses H2a, H2b, H2c, e H2d, que testam se a Rede de Relações influencia positivamente na Eficiência, Informação, Persuasão e Metas, respectivamente, foram confirmadas com nível de significância  $<0,05$ .

A Hipótese H3, que testa se a Eficiência influencia positivamente na Persistência, foi confirmada com nível de significância  $<0,05$ .

A Hipótese H4, que testa se a Informação influencia positivamente na Persistência, não foi confirmada, pois atingiu nível  $>0,05$ .

A Hipótese H5, que testa se a Persuasão influencia positivamente na Persistência, foi confirmada com nível de significância  $<0,05$ .

A Hipótese H6, que testa se a Meta influencia positivamente na Persistência, foi confirmada com nível de significância  $<0,05$ .

A Hipótese H7, que testa se a Persistência influencia positivamente na Oportunidade, foi confirmada com nível de significância  $<0,05$ .

A Hipótese H8, que testa se a Oportunidade influencia positivamente na Intenção de Empreender, foi confirmada com nível de significância  $<0,05$ .

Conforme o Testes de Hipótese, tem-se o desenho do modelo final da Equação Estrutural, na Figura 9.

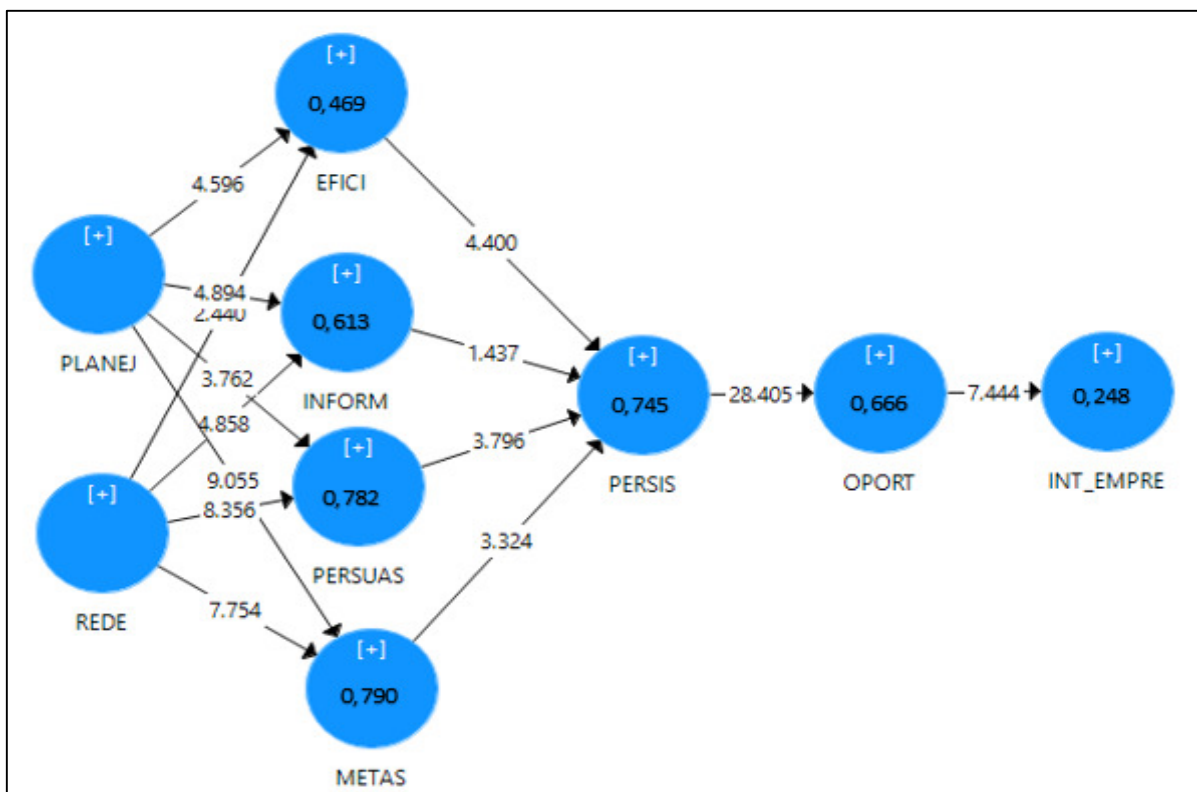


Figura 9: Modelo Final

Fonte: Elaborada pela autora

## Capítulo 5

### 5 CONCLUSÃO

O presente trabalho procurou analisar quais as dimensões do Potencial Empreendedor, do estudo de Santos (2008), interferem na Intenção de Empreender. Foram analisados os constructos Planejamento, Rede de Relações, Eficiência, Informação, Persuasão, Metas, Persistência, Oportunidade e Intenção Empreendedora. O público alvo da pesquisa foram gestores de várias empresas do Espírito Santo, que contribuíram respondendo o questionário via Google Forms.

O questionário contendo 49 afirmações foi enviado por e-mail e redes de contato, como LinkedIn e Instagram, de acordo com o perfil e público alvo, para mais de 500 Gestores em um período de 60 dias, e foram obtidas 256 respostas. O instrumento de pesquisa utilizado mostrou-se adequado.

A análise fatorial recomendou a eliminação da variável OPOR5 (Creio sinceramente que as oportunidades estão aí para serem identificadas), pois apresentou uma carga muito baixa, e, na Validade Discriminante, ela não atingiu o índice necessário. O trabalho testou 14 hipóteses para identificar quais as dimensões do Potencial Empreendedor levantadas por Santos (2008), como Planejamento, Rede de Relações, Eficiência, Informação, Persuasão, Metas, Persistência e Oportunidade influenciam na Intenção de Empreender. Das hipóteses apresentadas apenas uma não foi suportada, que foi a H4 - Informação influencia positivamente na Persistência. Essa hipótese pode não ter sido suportada caso alguma afirmação relaciona ao constructo tenha gerado dúvida na interpretação.

Sendo assim, esta dissertação conseguiu alcançar o objetivo de identificar as dimensões do potencial empreendedor que afetam a intenção de empreender. E o modelo final, que deu significância para suportar as hipóteses, foi que o Planejamento e a Rede de Relações influenciam a Eficiência, a Informação, a Persuasão e a Metas, que influenciam a Persistência, que, por sua vez, influencia a Oportunidade que influencia positivamente e, principalmente, a Intenção Empreendedora.

Toda pesquisa, mesmo com muita dedicação, possui limitações, e para este trabalho deve ser mencionado a população amostral. Primeiramente, torna-se importante registrar que a amostra coletada veio de redes de relacionamentos pessoais, ou seja, contatos limitados. Outra limitação importante, não foram coletadas informações como, idade, gênero, formação, tempo de profissão e cidade onde mora. A escolha da amostra ocorreu apenas pelo cargo que o profissional ocupava no momento da pesquisa.

Sendo assim, e com o intuito de enriquecer ainda mais a pesquisa, sugere-se replicar este estudo aumentando o número de gestores participantes, bem como, expandindo para outros estados, criando assim comparativos. Outra lacuna seria inserir dados que pudessem se relacionar, como por exemplo, a diferença de idade e gênero. Segundo Fontenele, Brasil e Sousa (2015) elementos sócio demográficos como idade, gênero, formação acadêmica, origem e experiência profissional constituem a Intenção Empreendedora na criação de novos negócios. Por fim, outra sugestão seria replicar por nichos, ou seja, em gestores de uma mesma profissão e no final averiguar as diferenças.

## REFERÊNCIAS

- Álvarez, C., Urbano, D., & Amorós, J. E. (2014). Gem research: achievements and challenges. *Small Business Economics*, 42(3), 445-465.
- Ayres, K. V. (2003). *Incidência de estresse e características de empreendedorismo: contribuições e ameaças ao desempenho dos empreendedores de empresas incubadas*. In: Encontro Nacional da ANPAD, 27.
- Baum, J. R.; Frese, M.; Baron, R. A.; & Katz, J. A. (2007). Entrepreneurship as an area of psychology study: an introduction. *Journal of Applied Psychology*, 89(4), 587-598.
- Besutti, J., & Angones, R. (2017). Traços de personalidade e intenção empreendedora. *Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios*, 10(3), 99-122.
- Braum, L. M dos S., & Nassit, Jorge V. M (2018). Estrutura Intelectual da produção científica sobre propensão ao empreendedorismo, uma análise à luz das cogitações. *Revista Administração Ensino e Pesquisa*, 19(3), 422-468.
- Borgatti, S. P., & Halgin, D. S. (2011). Sobre teoria de redes. *Organization Science*, 1(22), 1168-1181.
- Fontenele, R. E. S., Brasil, M. V. de O., & Sousa, A. M. R. (2015). Influência da intenção empreendedora de discentes em um Instituto de Ensino Superior. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 4(3), 147-176.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981) Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Franco, M. M. S. (2014). Liderança empreendedora e práticas de RH: um estudo sobre a eficácia na promoção do empreendedorismo corporativo. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 3(3), 104-128.
- Gil, A. C. (1999). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. São Paulo: Editora Atlas, 5(1).
- Gerhardt, T., & Silveira, D. (2009). *Métodos de Pesquisa*. Rio Grande do Sul: Editora da UFRGS, 1ª ed.
- Hair jr. J. F.; Black, W. C., Babin, B. J.; Enderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*; tradução Adonai Schlup Sant'Anna. Porto Alegre: Bookman, 6(1).
- Hirschi, A. (2013). Career Decision Making, Stability, and Actualization of Career Intentions: The Case of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Career Assessment*, 21(4), 555–571.

- Kautonen, T., Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655-674.
- Kisker, C. E. W. (2016). Model for Testing the Impact of Motivational Factors of Nascent Entrepreneurs on Business Surviving Success. *European Scientific Journal*, 12(4), 42-54.
- Lenzi, F. C., Santos, S. A. dos, Casado, T., & Rodrigues, L. C. (2016). *Talentos inovadores da empresa: como identificar e desenvolver empreendedores corporativo*. Intersaberes, 136.
- Liñan, F., & Chen, Yi-Wen. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Liñán, F.; Urbano, D.; Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(3-4), 187-215.
- Liñán, F.; Rodríguez, J. C., & Rueda, J. M. C. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195-218.
- Lopes Jr., G. S., & Souza, E. C. L. de. (2005). *Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas: construção de um instrumento de medida*. *Read*, 11(6), 1-21.
- Maciel, J. da S.; Homrich, P. O.; Kruger, C., & Minello, I. F. (2019). *Análise quantitativa e descritiva da intenção empreendedora em alunos de uma instituição de ensino superior*. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Recuperada em 08 de junho, 2018, <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/02/intencao-empreendedora-alunos.html>.
- Martens, C. D. P., Freitas, H. M. R., & Bossin, J. P. (2010). Orientação empreendedora: revisitando conceitos e aproximando com a internacionalização das organizações. *Revista Eletrônica de Gestão Organização*, 4(1), 112-126.
- Martins, E. L. C. (2003). *A Educação de jovens da classe média para o empreendedorismo: um estudo com egressos do Instituto Euvaldo Lodi em Cuiabá, Mato Grosso*. Dissertação de Mestrado na UFMT/IE, 113f.
- Meneghatti, M. R., Ribeiro, I., Cancelier, G. R., Silva, J. M. da., & Santos, P. S. dos. (2015). Perfil empreendedor: uma análise a partir de alunos do curso de administração. *RECC – Revista Eletrônica Científica do CRA-PR*, 2(2), 48-58.
- Morris, M. H.; Schindehutte, M., & Lesser, J. (2002). Ethnic entrepreneurship: do values matter? *New England Journal of Entrepreneurship*, 5(2), 35-46.

- Mueller, J., Zapkau, F. B., & Schwens, C. (2014). Impact of prior entrepreneurial exposure on entrepreneurial intention: cross-cultural evidence. *Journal of Enterprising Culture*, 22(3), 251-282.
- Oliveira, G. J. de; Valdisser, C. R. (2019). Análise de perfil: as principais características e os tipos de empreendedores verificados no gestor da Cb Distribuição. *Revista GETEC*, 8(20), 1-22.
- Oliveira, B. M. F., Vieira, D. A., Laguía, A., Moriano, J. A., & Soares, V. J. S. (2016). Intenção empreendedora em estudantes universitários: adaptação e validação de uma escala (QIE). *Revista Avaliação Psicológica*, 15(2), 187-196.
- Paul, J., & Shrivatava, A. (2016): Do young managers in a developing country have stronger entrepreneurial intentions? Theory and debate. *International Business Review*. 25(6), 1197-1210.
- Pietrovski, E. F., Schneider, E. I., Reis, D. R., & Reis Júnior, D. R. dos (2019). Análise do potencial empreendedor em alunos do ensino superior: aplicação da teoria à prática. *Revista de Ciências Administrativas y Sociales*, 29(71), 25-41.
- Queiroz A., & Paradela, C. (2017). Empreendedorismo, indústria criativa e economia criativa: uma evolução conceitual. *Revista Eletrônica Estácio Papyrus*, 4(2), 124-146.
- Rocha, E. L. de C. & Freitas, A. A. F. (2014). Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. *Revista de Administração Contemporânea*, 18(4), 465-486.
- Schaefer, R., Nishi, J. M., Grohmann, M. Z., Löbler, M. L., & Minello, Í. F. (2017). Valores pessoais, atitudes e intenção empreendedora: um estudo com estudantes de graduação em administração. *Economia e Gestão*, 17(47), 123-143.
- Santos, P. D. C. F. D. (2008). *Uma escala para identificar o potencial empreendedor*. Tese de Doutorado em Engenharia da Produção. Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 364.
- Shane, Scott A. (2000). Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science*, 11(4), 448-469.
- Silva, S. P. M., & Gil, A. C. (2015). O método fenomenológico na pesquisa sobre empreendedorismo no Brasil. *Revista de Ciências da Administração*, 1(1), 99-113.
- Sousa, E da S., Fontenele, R. E. S., Silva, A. L. L., & Sousa Filho, J. M. de. (2019) Mapeamento da produção científica internacional sobre intenção empreendedora. *Revista GeSec São Paulo*, 10(3), 114-139.



- Teixeira, D. da C. da F. B. (2019). *Determinantes da intenção empreendedora, da auto-eficácia e da criação de empresa: estudo aplicado aos estudantes do ensino superior*. Tese doutorado em Ciências Sociais e Humanas Universidade da Beira Interior, 154.
- Ullman, Jodie B. (2006). Structural equation modeling: reviewing the basics and moving forward. *Journal of Personality Assessment*, 87(1), 35-50.
- Urtado, Alexandre R. (2018) Propensão a Empreender: Estudo sobre as características empreendedoras de estudantes concluintes do Ensino Técnico. *Revista Fatec Zona Sul – REFAS*, 5(1), 1-12.

## ANEXO A – QUESTIONÁRIO

### Comportamento Empreendedor

Caro Gestor de Negócios, abaixo está um questionário para identificar características do comportamento empreendedor do Gestor de Negócios que participa das decisões da empresa. Ele é parte da pesquisa para a conclusão de uma dissertação de mestrado em Administração. Por essa razão a sua contribuição respondendo às perguntas é essencial; e o Senhor(a) não será identificado(a).

Sua resposta consiste em colocar um número de zero (0) a dez (10) - descrito na régua abaixo - para cada afirmação, conforme seu grau de concordância com ela.

Não há resposta certa ou errada.

A resposta será o reflexo de sua opinião sobre o seu comportamento em relação ao aspecto perguntado.

Quanto mais o Senhor(a) concordar com a afirmação mais próximo de 10 será o número que dará para a afirmação.

Quanto mais discordar, mais próximo de zero será o número que dará para a afirmação.

Discordo Totalmente (sem chance)	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo Totalmente (certeza absoluta)
↓	↓	↓	↓	↓
0	1	2	3	4
5	6	7	8	9
10				

Conto com sua colaboração.

Agradeço por sua preciosa contribuição.

Debora Guerra, Mestranda em Administração da Fucape Business School.

### \*Obrigatório

Com certeza um dia terei meu próprio negócio \*

Mesmo que eu trabalhe para outrem não abandonarei o desejo de ter meu próprio negócio. \*

Minha maior realização será ter o meu próprio negócio. \*

Ser auto-empregado, um empreendedor sempre foi minha aspiração. \*

Percebo as necessidades dos outros e como elas podem ser satisfeitas. \*

Gosto de me informar sobre as necessidades das pessoas. \*

Vivo em estado de alerta para alguma oportunidade que me possa surgir. \*

Sinto-me capaz de identificar oportunidades de negócios e sair lucrando com isso. \*

Creio sinceramente que as oportunidades estão aí para serem identificadas. \*

Entendo que os obstáculos existem para serem superados. \*

Quando eu levo um tombo levanto e continuo. \*

Quando cometo um erro de planejamento, redefino as coisas e vou em frente. \*

Encaro o fracasso como fonte de aprendizado para não cometer o mesmo erro novamente. \*

Não me deixo abater pelo fracasso. \*

Busco, de forma permanente, atingir meus objetivos. \*

Gosto de cumprir prazos. \*

Gosto de realizar meus trabalhos de forma correta e dentro dos prazos estabelecidos. \*

Quando é preciso, faço as adaptações necessárias para que as coisas funcionem. \*

Quando estou em determinado ramo, tenho que aprender tudo sobre ele. \*

Quero saber cada vez mais, pois só assim sairei na dianteira. \*

Procuro estar informado sobre as coisas pertinentes ao que faço. \*

O mundo é dinâmico e preciso acompanhá-lo buscando sempre novos conhecimentos. \*

Se for preciso, pedirei ajuda a especialistas que me ensinem como fazer as coisas da melhor forma. \*

Não consigo fazer nada sem um planejamento bem detalhado. \*

Quem não consegue planejar suas atividades tende a fracassar. \*

Só sei se estou acertando se tiver um planejamento das minhas atividades. \*

Defino onde quero chegar e detalho todos os passos que devo seguir. \*

O que pretendo alcançar está claramente definido. \*

Sei determinar claramente quais são meus objetivos e metas. \*

Sei que posso definir meus rumos de curto, médio e longo prazo. \*

Sei onde pretendo chegar e o quanto pretendo alcançar. \*

Tenho convicção que vou alcançar meus objetivos e metas. \*

Sou capaz de traçar um rumo e estabelecer os ganhos que vou ter no final. \*

Gosto de estabelecer objetivos e metas para me sentir desafiado. \*

Meus controles me auxiliam na revisão de meus planos. \*

Costumo fazer anotações e manter registros das minhas ações. \*

Consulto meus registros antes de tomar decisões. \*

Vejo o planejamento como um guia para controlar as minhas ações. \*

Costumo verificar se as coisas estão acontecendo como planejei. \*

Posso convencer pessoas a superar conflitos e atuar em equipe objetivando alcançar determinado resultado. \*

Sou capaz de estimular as pessoas a realizarem tarefas para as quais estão desmotivadas. \*

Sei quais as palavras e ações adequadas para estimular as pessoas. \*

Tenho formas de convencer as pessoas a mudarem de opinião. \*

Ajo de forma a motivar as pessoas e manter alto o moral em qualquer situação. \*

Sei que sou capaz de liderar uma equipe e atingir metas. \*

Procuro estabelecer uma boa rede de relacionamentos com conhecidos, amigos e pessoas que possam me ser úteis. \*

Procuro manter contato constante com as pessoas de minha rede de relações. \*

Tenho como manter contato fácil com as pessoas de minha rede de relações. \*

Sempre que posso procuro atender as solicitações que me fazem as pessoas de minha rede de relações. \*