

FUCAPE PESQUISA E ENSINO LIMITADA - FUCAPE MA

ULISSES DIEGO PINTO DA SILVA

O QUE LEVA BRASILEIROS A EMPREENDER?

**SÃO LUÍS
2020**

ULISSES DIEGO PINTO DA SILVA

O QUE LEVA BRASILEIROS A EMPREENDER?

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Contabilidade e Administração da Fucape Pesquisa e Ensino Limitada – MA, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis e Administração.

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Augusto Pereira Bastos.

**SÃO LUÍS
2020**

ULISSES DIEGO PINTO DA SILVA

O QUE LEVA BRASILEIROS A EMPREENDER?

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

Aprovada em 13 de fevereiro de 2020.

COMISSÃO EXAMINADORA

Professor Dr.: Sérgio Augusto Pereira Bastos
Fucape Pesquisa e Ensino Limitada

Professora Dra.: Arilda Magna Campagnaro Teixeira
Fucape Pesquisa e Ensino Limitada

Professora Dra.: Renata Geórgia Motta Kurtz
Universidade Estadual do Rio de Janeiro - UERJ

Dedico esta dissertação ao
único criador de todas as
coisas. Que me deu tempo,
graça, sabedoria e vida.

Aos meus pais, família e
amigos, por toda educação,
incentivo, apoio, carinho, amor,
por toda uma vida.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais que me apoiam e acreditam no meu potencial

Aos meus irmãos que acreditam assim como eu, que podemos vencer através do estudo.

Aos meus amigos, por estarem presentes e compreenderem minhas ausências.

Ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão, pelo investimento e capacitação.

Aos professores da Fucape, pelas experiências enriquecedoras e pelo conhecimento compartilhado.

Ao meu orientador, que no momento de fraqueza e solidão me estendeu a mão.

E a Deus, pelo dom da vida.

RESUMO

O Empreendedorismo é visto como motor propulsor da economia, do desenvolvimento de países e da abertura de mercados. Vários países percebem no empreendedorismo a estrada para o progresso, o surgimento de novas vagas de emprego e a criação de valor. A pesquisa teve como objetivo identificar os fatores que levam brasileiros a intenção empreendedora. Metodologicamente a investigação foi quantitativa e descritiva, com corte transversal analisando os dados com caracterização da amostra, estatística descritiva, regressão linear múltipla, teste de hipóteses e a Anova. Os resultados demonstraram alta relação positiva da atitude em relação ao empreendedorismo, do controle comportamental percebido e do desejo de sucesso com a intenção empreendedora. Todavia, não houve significância na relação da percepção das políticas públicas de apoio do governo com a intenção empreendedora. A pesquisa trouxe luz a questões socioculturais, demográficas e econômicas para com a intenção empreendedora, alertando para a importância do desenvolvimento de programas, políticas públicas, currículos escolares e espaços de formação e experiências para incitação da prática empreendedora.

Palavras-chaves: Empreendedorismo; Teoria do Comportamento Planejado; Intenção Empreendedora.

ABSTRACT

Entrepreneurship is seen as the driving force behind the economy, the development of countries and the opening of markets. Several countries perceive entrepreneurship as the road to progress, the emergence of new job openings and the creation of value. The research aimed to identify the factors that lead Brazilians to entrepreneurial intent. Methodologically, the investigation was quantitative and descriptive, with a cross-sectional analysis of data with characterization of the sample, descriptive statistics, multiple linear regression, hypothesis testing and ANOVA. The results showed a high positive relationship between the attitude towards entrepreneurship, perceived behavioral control and the desire to succeed with entrepreneurial intent. However, there was no significance in the relationship between the perception of government support public policies and the entrepreneurial intention. The research shed light on socio-cultural, demographic and economic issues regarding entrepreneurial intent, alerting to the importance of developing programs, public policies, school curricula and training spaces and experiences to encourage entrepreneurial practice.

Keywords: Entrepreneurship; Planned Behavior Theory; Entrepreneurial Intent.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1:Qual a sua situação como um empreendedor	30
Tabela 2: Idade	31
Tabela 3:Sexo	31
Tabela 4: Renda.....	32
Tabela 5: Escolaridade	32
Tabela 6: Descritiva dos itens	33
Tabela 7: Modelo de regressão linear múltipla.....	36
Tabela 8: Comparação de IE por sexo	38
Tabela 9: ANOVA - múltiplas comparações de IE por situação do empreendedor ...	39
Tabela 10: ANOVA - múltiplas comparações de IE por faixa etária	40
Tabela 11: ANOVA - múltiplas comparações IE por faixa de renda	42
Tabela 12: ANOVA - múltiplas comparações de IE por escolaridade	43

LISTA DE SIGLAS

ARE - Atitude em Relação ao Empreendedorismo
CCP - Controle Comportamental Percebido
CIE – Capacidade de Implementação Empreendedora
DS – Desejo de Sucesso
EES – Evento Empresarial de Shapero
GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
IE - Intenção Empreendedora
PAG - Percepção das Políticas de Apoio do Governo
PIB – Produto Interno Bruto
PO - Percepção de Oportunidade
SEE - *Shapero's model of the Entrepreneurial Event*
TCP – Teoria do Comportamento Planejado
TPB -Theory of Planned Behavior

SUMÁRIO

Capítulo 1	10
1 INTRODUÇÃO	10
Capítulo 2	15
2 REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1 TEORIA DO COMPORTAMENTO PLANEJADO (TCP)	15
2.2 EMPREENDEDORISMO E INTENÇÃO EMPREENDEDORA	17
2.3 MODELO DO EVENTO EMPRESARIAL DE SHAPERO (EES)	21
Capítulo 3	23
3 METODOLOGIA	23
3.1 ANÁLISE DESCRITIVA	27
3.2 REGRESSÃO LINEAR MÚLTIPLA	27
3.3 TESTE DE HIPÓTESES	28
3.4 ANOVA	28
Capítulo 4	30
4 RESULTADOS	30
4.1 CARACTERÍSTICAS DA AMOSTRA E ESTATÍSTICA DESCRITIVA	30
4.2 REGRESSÃO LINEAR MÚLTIPLA	35
4.3 DIFERENÇAS ENTRE GRUPOS	38
Capítulo 5	45
5 DISCUSSÃO	45
Capítulo 6	50
6 CONCLUSÃO	50
REFERÊNCIAS	54
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO	61

Capítulo 1

1 INTRODUÇÃO

O avanço tecnológico e a abertura de mercados, fizeram com que países vissem no empreendedorismo o caminho para impulsionar a inovação, o crescimento econômico e a criação de emprego (Kautonen, Gelderen, & Fink 2015; Ozaralli & Rivenburgh, 2016; Sumathi, Ahamed, & Karthikeyan, 2018).

Por possuir uma relação com o crescimento econômico e o desenvolvimento de países (Paul & Shirivatava, 2016) o empreendedorismo, a educação empreendedora, atitude, crises e mercado de trabalho, mentalidade da geração Y e Z etc., vem despertando o interesse de pesquisadores que buscam conhecer as relações existentes com o ato de empreender (Summers, 1998; Armond & Nassif, 2009; Zhao, Seibert, & Lumpkin 2010; Sumathi, Ahamed, & Karthikeyan, 2018).

Dentre as teorias mais utilizadas para explicar o empreendedorismo, tem-se a *Theory of Planned Behavior* – (TPB) ou Teoria do Comportamento Planejado – (TCP), de Ajzen (1991). A TCP aborda os construtos: Atitudes, Normas Subjetivas e Comportamento de Controle Percebido. Dessa forma, valores individuais influenciam na atitude para com a intenção empreendedora, ou seja, o comportamento pode ser moldado por esses três antecedentes.

Dentre outras variáveis relacionadas à intenção empreendedora, a percepção de oportunidade e políticas de apoio governamentais podem desempenhar um papel significativo na definição de comportamentos e no processo de ação para realização de um empreendimento, visto que, os indivíduos estão em constante transformação de seus valores e crenças, de acordo com as atividades desenvolvidas e experiências adquiridas (Botsaris & Vamvaka, 2016).

Ademais, estudos demonstram que é preferível modificar atitudes a trabalhar características inerentes à pessoa, quando se trata de empreendedorismo. Por isso, fez-se necessário compreender a relação e a influência de variáveis antecedentes à intenção empreendedora, de forma a utilizá-las na promoção do empreendedorismo (Mamun, Nawi, Mohiuddin, Shamsudin, & Fazal, 2017; Balconi, 2016).

Para além das constatações mencionadas, há necessidade de pesquisas sobre as relações entre atitudes e valores em empreendedorismo, assim como as influências desses fatos na intenção empreendedora (Balconi, 2016; Esfandiar, Sharifi-Tehrani, Pratt, & Altinay, 2019).

A Intenção Empreendedora por si só não garante a ação de empreender, é necessário entender como ocorrem, nos indivíduos, as relações para construção do modelo cognitivo para a tomada de decisão (Mamun, Nawi, Mohiuddin, Shamsudin, & Fazal, 2017; Balconi, 2016). Portanto, ainda há que estudar a relação entre a intenção empreendedora e a ação empreendedora, pois nem sempre as pessoas irão exercer livremente potenciais intenções (Elfving, Brännback, & Carsrud, 2017).

No Brasil, conforme a *Global Entrepreneurship Monitor* – [GEM] (2018), o interesse de empreender faz parte das projeções de futuro dos brasileiros. O sonho de ter o próprio negócio foi manifestado por 33% dos pesquisados, alcançando o 4º lugar na lista de interesses. Já o percentual daqueles que querem fazer carreira em empresa alcançou 19% das intenções, ocupando a 8ª posição.

Outro dado interessante, apresentado pela pesquisa GEM (2018, diz respeito à faixa etária e sua relação com empreendedorismo no Brasil, revelando a participação efetiva de pessoas na sua maioria entre 18 a 44 anos de idade.

Considerado um fator decisivo como estratégia para o crescimento econômico e empregabilidade de um país, o empreendedorismo, através do marketing político, vem despertando nas pessoas um sonho, que se desencadeia como opção de carreira, onde muitos querem estar envolvidos na criação ou direção do seu próprio negócio (Couto, Campos, Castro, & Oliva, 2017).

Existem motivações que direcionam os indivíduos a iniciarem a atividade empreendedora para sua sobrevivência ou realização pessoal. Para o GEM (2018), a motivação que desperta o interesse no indivíduo pelo empreendedorismo, divide-se em duas categorias: empreendedor por oportunidade e empreendedor por necessidade.

Ainda, segundo o relatório GEM (2018), embora o país tenha condições de várias práticas empreendedoras, as políticas governamentais existentes cerceiam a intenção empreendedora. No contexto da crise econômica, que ainda se perpetua no cenário brasileiro desde 2014, muitos jovens vão em busca de criar oportunidades de negócio para sua sobrevivência.

Tendo em vista, a importância do empreendedorismo, dentre os estudos sobre fatores que afetam ou influenciam a intenção empreendedora em jovens (Silveira, Cabeça, & Fernandez, 2016; Setti, 2017; García, Gil, Ruiz, & Gutiérrez, 2017; Wang, Wang, & Chen, 2017; Liguori, Bendickson, & McDowell, 2018), ainda não foram abordados devidamente os seus antecedentes (Bergmann, Geissler, Hundt, & Grave, 2018). Esta pesquisa pretendeu cobrir lacunas nos modelos de influência para com a intenção empreendedora (Esfandiar et al., 2019; Wang, Wang, & Chen, 2017; Schlaegel & Koenig, 2014).

Aspectos culturais do Brasil, sua diversidade social, instabilidade econômica, mercado de trabalho deficiente, redução de ofertas de vagas para o trabalho formal,

falta do incentivo ao empreendedorismo e a diversidade de gerações, são os elementos que devem ser considerados para interpretar o que leva os brasileiros a empreender, e com isso impulsionar o empreendedorismo no País.

Conforme Nguyen, Do, Vu, Dang e Nguyen (2019), para promover o empreendedorismo é essencial obter informações sobre os antecedentes das intenções empreendedoras específicas para cada lugar, conhecendo suas barreiras e seus principais facilitadores.

Conforme os dados GEM (2018) em comparação às publicações de 2016 e 2017, há uma constante mudança cambiando entre faixa etária, questões políticas e econômicas do país e mudanças de mercado que não deixam evidentes o perfil empreendedor brasileiro. Esse resultado pode trazer informações para o desenvolvimento de programas, políticas e fundos de apoio, por parte do governo, para propiciar o surgimento de novos empreendedores (Gedeon, 2017). Sendo assim, emergiu o objetivo deste trabalho: identificar os fatores que levam os brasileiros a intenção empreendedora.

Pesquisas que buscam identificar antecedentes da intenção empreendedora têm sido aplicadas em todo mundo (Arora & Jain, 2019; Marchiori, Madeira, & Dinis, 2018), sendo ressaltada a necessidade de estudos comparativos transculturais para validação e confiabilidade dos achados.

Conforme Esfandiar et al. (2019), no campo acadêmico, valorizam-se modelos construídos sobre a ótica da intenção empreendedora, principalmente por ter uma base teórica consolidada e direcionada a relações que expliquem os antecedentes da intenção. Consequentemente, existem várias pesquisas com modelos concorrentes identificando vários construtos com uma certa semelhança (Esfandiar et al., 2019).

Dentre as principais bases teóricas para a construção de modelos de intenção empreendedora, tem-se a mais utilizada por pesquisadores (Nguyen et al., 2019), que é a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) (Ajzen, 1991) e outro modelo de tamanha importância para o empreendedorismo (García, Ward, Morúa, Daza, & Sánchez, 2018), o modelo do Evento Empresarial de Shapero (*Shapero's Model of the Entrepreneurial Event* - SEE) dos autores Shapero e Sokol (1982).

Entretanto, existem possibilidades de relacionar variáveis de forma alternativa visando a integração dos modelos e buscando novas relações dos construtos e suas influências para com a intenção empreendedora (Esfandiar et al., 2019), sendo esta, a principal contribuição teórica desta pesquisa.

Capítulo 2

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 TEORIA DO COMPORTAMENTO PLANEJADO (TCP)

Com vários estudos e descobertas internacionais validando a Teoria do Comportamento Planejado, ela vem sendo utilizada para explicar intenções empreendedoras levando-se em consideração seus três fatores: atitudes, normas subjetivas e controle comportamental (Sharma & Madan, 2014; Ozaralli & Rivenburgh, 2016; Knauder & Koschmieder, 2018). Tais fatores incidem diretamente nas intenções do comportamento, chegando a influenciar resultados específicos em determinadas situações (Knauder & Koschmieder, 2018).

A TCP (Ajzen, 1991; Ajzen & Fishbein, 2000) é uma teoria psicológica vastamente utilizada para estudos das relações de comportamento e atitude, ou seja, trata da intenção do indivíduo em envolver-se em algum comportamento resultante de três construções. Em relação ao fenômeno do empreendedorismo, tais construções se dão:

- Pela junção de atitudes direcionadas a um comportamento, através de avaliações em prol de sua atratividade e/ou “favorabilidade”, ou seja, pela percepção sobre as vantagens e desvantagens de se tornar um empreendedor. Junta-se a isso a própria atitude do indivíduo em relação ao dinheiro (Schwarz, Wdowiak, Almer-Jarz, & Breiteneker, 2009; Juschten, Jiricka-Pürer, Unbehau, & Hössinger, 2019; Nguyen et al., 2019)
- Pelas normas subjetivas ou a “pressão social percebida para executar ou não o comportamento” pressão cultural, social e atitudes de outras pessoas

(Yordanova & Tarrazon, 2010; Steinmetz, Knappstein, Ajzen, Schmidt, & Kabst, 2016; Nguyen et al., 2019); e,

- Pelo controle do comportamento percebido, que é definido como a capacidade de auto avaliação ou o grau da capacidade em realizar comportamentos, referente a recursos, experiências, informação, tempo, concepção de obstáculos e dinheiro (Nguyen et al., 2019; Ozaralli & Rivenburgh, 2016; Koe, Sa'ari, Majid, & Ismail, 2012).

A variável controle comportamental percebido é a junção de fatores que incidem no comportamento do indivíduo para formação da intenção empreendedora. A capacidade da visão holística e do seu papel como propulsora e detentora de ferramentas para o surgimento da intenção se faz primordial para assertividade de atos e realizações empreendedoras.

Além do mais, atitude é conceituada como uma disposição psicológica que é demonstrada através de uma aferição de algo em particular com níveis de favor ou desfavor, refletindo suas crenças e valores, bem como a “desejabilidade” e ou rejeição de um determinado resultado (Eagly & Chaiken, 1993; Esfandiar et al., 2019), ou seja, quanto mais positiva a atitude, mais desejável e propícia a criação de um novo empreendimento.

Estudos revelam que existem fatores intrínsecos ao indivíduo, bem como fatores ambientais, extrínsecos, que se revelam como antecedentes para a intenção de novos empreendimentos (Schlaegel & Koenig, 2014; García, Gil, Ruiz, & Gutiérrez, 2017; Wang, Wang, & Chen, 2017; Ozaralli & Rivenburgh, 2016).

Dentre esses fatores pode-se destacar o desejo de sucesso, já que se encontram na literatura dados de que uma propensão relativamente alta de desejo de

sucesso resulta em disposição nos indivíduos para assumir riscos e empreender (Hansemark, 2003; Mohd, Maat, & Che Mat, 2014; Ozaralli & Rivenburgh, 2016; Nguyen et al., 2019). O construto Desejo de Sucesso está ligado a assumir risco, empoderar-se da vontade de alcançar o objetivo e não desistir dele, independente dos desafios e das barreiras que possam aparecer.

A intenção empreendedora está intimamente ligada e dependente da atitude e do desejo de sucesso e desafio do indivíduo (Ajzen, 1991). Pois, o indivíduo que possui desejo de sucesso está sempre buscando fazer o melhor, buscando padrões de excelência, fazendo a diferença, buscando e explorando oportunidades do ambiente para ter o sucesso no seu empreendimento.

É notória a relação positiva entre desejo de sucesso e intenção empreendedora, demonstrando através de ações a necessidade de uma disposição e vontade em assumir riscos para iniciar um novo empreendimento (Ozaralli & Rivenburgh, 2016; Hansemark, 2003; Mohd, Maat, & Che Mat, 2014). Ou seja, grandes intenções empreendedoras estão relacionadas a maior desejo de sucesso e atitude em relação ao empreendedorismo, conforme pesquisas anteriores.

2.2 EMPREENDEDORISMO E INTENÇÃO EMPREENDEDORA

Há tempos que pesquisadores têm demonstrado interesse no tema empreendedorismo, a partir de Richard Cantillon, em 1725, vários trabalhos foram feitos, contribuições de diversos autores, economistas e comportamentalistas (Armond & Nassif, 2009). Até os dias atuais, a temática permanece com tamanha relevância e com diversos autores como McClelland, Drucker, Pinchot, Morris, Kuratko e Hisrich discutindo vários fatores que levam ao empreendedorismo e aos seus efeitos (Armond & Nassif, 2009).

Um país formado por muitos empreendedores possui condições de desenvolvimento e prosperidade, pois, o empreendedor é um indivíduo inovador, que na junção de vários fatores de produção, cria produtos com viabilidade para o mercado (Gem, 2018).

Outras pesquisas apontam o empreendedorismo como uma ação necessária para impulsionar o desenvolvimento da economia e a criação de novas vagas de emprego (Orlova, Gagarinskaya, Gorbunova, & Kalmykova, 2018; García, Martínez, & Moreno, 2015; Song & Winkler, 2014). Segundo a Global Entrepreneurship Monitor - GEM, o empreendedorismo resulta do somatório de esforços e habilidades pessoais na identificação e aproveitamento de oportunidades. A este processo somam-se fatores ambientais que influenciam as decisões individuais sobre empreendimentos e iniciativas de negócios (Gem, 2017).

O empreendedorismo é uma maneira de se lidar com as questões atuais de globalização e mercado, tornando-se uma força por trás do crescimento econômico. Por conta disso, governos de todo mundo têm se preocupado em propiciar e promover programas de formação empreendedora, ou seja, desenvolver políticas públicas para fomentar e incitar a inovação, buscando desenvolver novas empresas e regiões (Gedeon, 2017; Ozaralli & Rivenburgh, 2016).

A intenção empreendedora, em estudos anteriores, foi definida como uma afirmação do indivíduo que se reconhece como determinado a criar um empreendimento comercial e de forma consciente planeja e determina as diretrizes para execução de sua vontade (Bonesso, Gerli, Pizzi, & Cortellazzo, 2018).

Segundo Moriano, Gorgievski, Laguna, Stephan e Zarafshani (2012) a intenção empreendedora pode ser considerado um estado mental organizado que viabiliza a

ação e cria diretrizes para a construção do comportamento empreendedor, de como iniciar um novo negócio e por fim, tornar-se um empreendedor.

Outra característica comum em indivíduos empreendedores é a busca pelo auto emprego através de ações práticas e criativas no desenvolvimento de novas ideias e negócios (Bonesso, Gerli, Pizzi, & Cortellazzo, 2018; Kautonen, Gelderen, & Fink 2015; Nguyen et al., 2019). Isso é reforçado por pesquisas que revelam a possibilidade de haver a incitação de intenções empreendedoras por meio de programas de treinamento e exposição a cursos, debates e políticas públicas de fomento e apoio do governo (Botsaris & Vamvaka, 2016; Kautonen, Van Gelderen, & Fink, 2015; Schlaegel & Koenig, 2014; Turker & Selcuk, 2009).

Todavia, a literatura demonstra que, dependendo de contextos externos, que mudam conforme a cultura, perspectivas sociais, ambientais e da situação econômica do país, os fatores que influenciam as intenções empreendedoras podem ser alteradas (Entrialgo & Iglesias, 2017; Ozaralli & Rivenburgh, 2016; Hatak, Harms, & Fink, 2015; Sharma & Madan, 2014; Esfandiar, Sharifi-Tehrani, Pratt, & Altinay, 2019).

Conforme Gem (2018), existe uma divisão em duas categorias para a motivação que leva as pessoas a iniciarem um negócio, sendo elas: o empreendedorismo por oportunidade e empreendedorismo por necessidade. Indivíduos que atrelam a iniciação de um novo empreendimento, negócio ou ideia de valor, pela identificação de uma oportunidade viável dentro do ambiente em que vivem são considerados empreendedores por oportunidade (Gem, 2018)

Já os empreendedores por necessidade são indivíduos que a conjectura de um novo empreendimento, negócio ou ideia de valor está atrelada a falta de possibilidades para sustentabilidade e sobrevivência, buscando meios de geração de renda (Gem, 2018).

No Brasil, há indícios da tendência no aumento da proporção de empreendedores por oportunidade, o que se confirma, tendo em vista, um sinal da possível recuperação da economia brasileira de 2018 para 2019, dando esperanças à população para encontrar no mercado ideias e soluções para suas necessidades (Gem, 2018)

O empreendedorismo é visto como a busca de oportunidades (Stevenson & Jarillo, 1990; Esfandiar, et al., 2019), que podem ser percebidas de forma variada por cada indivíduo, uma vez que na complexidade do ser, todos as pessoas são diferentes, possuindo cada um seus desejos e habilidades (Esfandiar et al., 2019). Para Shapero e Sokol (1982), a compreensão do processo empreendedor se dá por meio das análises das oportunidades e da aferição de confiabilidade delas.

Com a percepção da importância do empreendedorismo para o desenvolvimento local e do país e o embasamento teórico desta relação, vários países têm investido e fomentado a construção de políticas públicas governamentais para a promoção do empreendedorismo (Summers, 1998; Armond & Nassif, 2009; Zhao, Seibert, & Lumpkin 2010; Sumathi, Ahamed, & Karthikeyan, 2018).

No contexto do cenário econômico do Brasil, a partir de meados de 2014, o país se ver adentrando em um ambiente de crise que repercutiu em recessão econômica, recuo do PIB e alto índice de desemprego (Barbosa Filho, 2017). Este cenário, colabora na falta de oportunidade do trabalho formal e na busca de mecanismo de sobrevivência através do empreendedorismo.

Percebe-se que, para lidar com as mudanças do mercado de trabalho, provocadas por crises, globalização e questões econômicas, os governos precisam promover programas de formação empreendedora, ou seja, desenvolver políticas

públicas para fomentar e incitar a inovação, desenvolver novas empresas e regiões (Gedeon, 2017; Ozaralli & Rivenburgh, 2016).

2.3 MODELO DO EVENTO EMPRESARIAL DE SHAPERO (EES)

Quanto mais se percebe a oportunidade viável e favorável maior é a intenção e predisposição para agir sobre a oportunidade, aproveitando o cenário do mercado (Shapero & Sokol, 1982). Esfandiar et al. (2019), demonstram que quanto maior a propensão para agir, o favorecimento da percepção de oportunidade sobre a intenção empreendedora se torna mais forte e vice-versa.

Conforme o modelo de Shaper e Sokol (1982), intitulado de o evento empresarial de Shapero (EES), existem três antecedentes críticos, variáveis exógenas, para se criar uma intenção empreendedora:

1. Percepções de conveniência é influenciada pela autoconfiança do indivíduo e desejo pessoal em agir, estabelecidas pela agregação de condições e fatores que incitam um cenário favorável para o ato de empreender (Esfandiar et al., 2019);
2. Viabilidade de uma intenção empreendedora permeia aspectos tantos sociais, quantos pessoais, estando atrelada as condições do indivíduo em poder agir, consciente das suas ações e dos possíveis resultados destas (Esfandiar et al., 2019); e
3. Propensão a agir, que ocorre com base na identificação e reconhecimento da oportunidade de empreender, com base nas circunstâncias que o torna confiante e credível no sucesso (Esfandiar et al., 2019).

Logo, após a passagem da primeira fase de percepção do negócio e avaliação dos riscos de ação, o indivíduo constrói um pensamento cognitivo direcionado para empreendedor de forma potencial, criando condições para a ação e implementação da intenção empreendedora, ou seja, quanto maior a intensidade empreendedora maior é a implementação do empreendimento (Botsaris & Vamvaka, 2016; Esfandiar, Sharifi-Tehrani, Pratt, & Altinay, 2019). Com base nesse discurso foi formulada a hipótese desta pesquisa:

H1: A Intenção Empreendedora é positivamente relacionada ao Controle Comportamental Percebido, à Atitude Empreendedora, ao Desejo de Sucesso, às Políticas de Apoio Governamentais, à Percepção de Oportunidades e à Capacidade de Implementação Empreendedora.

Capítulo 3

3 METODOLOGIA

A pesquisa foi quantitativa e descritiva, com amostra não aleatória por conveniência, portanto não probabilístico e por acessibilidade. Os dados foram primários com corte transversal para obtenção dos resultados.

Os dados foram coletados de novembro de 2019 a janeiro de 2020 totalizando 444 respondentes. O questionário foi composto com 38 questões, sendo uma pergunta controle: Qual a sua situação como um empreendedor (se a resposta à pergunta foi: Eu não tenho a intenção de ter um negócio próprio ou Eu já tive meu próprio negócio e não pretendo voltar a ter, as respostas foram desconsideradas).

Com base nas teorias apresentadas no referencial teórico, foi feita a junção e simplificação de dois modelos de Intenção Empreendedora, a TCP e EES, partindo do modelo de Krueger (2009).

Se a resposta à pergunta de controle, foi uma das opções “Eu pretendo ter o meu próprio negócio”; “Eu tenho meu próprio negócio e está em operação”; e, “Eu já tive meu próprio negócio e pretendo voltar a ter”, o respondente seguia para o questionário estruturado para a coleta de dados que continha 32 afirmações cobrindo os construtos a serem pesquisados.

Além das perguntas relativas aos construtos foram feitas cinco questões sobre aspectos sociodemográficos - região, idade, sexo, renda mensal e escolaridade.

A mensuração dos construtos se deu por meio de escalas já validadas. O construto CCP e ARE foi medido a partir da escala de Liñán e Chen (2009) contendo 6 e 5 afirmações, respectivamente. DS foi validada através da escala de Mhango,

(2006) com 6 afirmativas e PAG pela escala de Turker e Selcuk (2009) com 4 afirmativas. O construto PO foi avaliado por meio da escala do GEM (2016).

Por último, o construto CIE foi formado por 3 afirmações e foi validado através da escala mesclada entre Bagozzi, Dholakia e Basuroy (2003) e de Krueger (2009). Todos esses construtos foram utilizados nas pesquisas de Nguyen et al. (2019) e Esfandiar et al. (2019) e adaptadas neste estudo para obtenção do objetivo de pesquisa.

As variáveis são medidas por escala *Likert* com cinco níveis, com os valores de 1 (Discordo Completamente) a 5 (Concordo Completamente). O questionário possui 3 partes: 1) a introdução contendo o objetivo da pesquisa; 2) as afirmativas relativas às variáveis dos construtos pesquisados; e 3) as características sociodemográficas dos respondentes: sexo, faixa etária, grau de instrução e poder aquisitivo.

O questionário (vide Apêndice A) foi distribuído a amigos e profissionais de diversas áreas nas redes sociais e através de grupos de e-mail. A pesquisa foi disponibilizada de forma *on-line*, procurando atingir todas as regiões brasileiras, conforme IBGE (2017): Norte, Sul, Sudeste, Centro-Oeste e Nordeste. As cinco regiões são recortes territoriais do Brasil que possuem particularidades distintas, tanto em aspectos econômicos, sociais, políticos, culturais e físicos.

As variáveis estão relacionadas no Quadro 1:

Códigos	Construtos e Variáveis	Referências
CCP	Controle Comportamental Percebido	Liñán e Chen (2009)
CCP1	Abrir e operar uma empresa é fácil para mim.	1–5
CCP2	Eu acredito que não posso / é difícil iniciar meu próprio negócio.	1–5
CCP3	Eu posso controlar o processo de criação de um novo negócio.	1–5
CCP4	Se eu montar meu próprio negócio, é mais provável que eu seja bem-sucedido.	1–5
CCP5	É difícil para mim desenvolver uma ideia de negócio.	1–5
CCP6	Eu sei o que fazer para criar um negócio.	1–5
ARE	Atitude em Relação ao Empreendedorismo	Liñán e Chen (2009)
ARE1	Eu tenho muitas vantagens / possibilidades para me tornar (manter) empresário (a) / proprietário (a) de um negócio.	1–5
ARE2	Tornar-me (manter-me) empresário (a) / proprietário (a) de um negócio é atraente para mim.	1–5
ARE3	Se houver oportunidades e recursos, vou montar (manter) meu próprio negócio.	1–5
ARE4	Tornar-me (manter-me) empresário (a) / proprietário(a) de um negócio me deixará feliz.	1–5
ARE5	Ser empresário (a) / proprietário (a) de um negócio é minha paixão e minha orientação profissional.	1–5
DS	Desejo de Sucesso	Mhango (2006)
DS1	Eu sou o tipo que sempre quer alcançar grandes conquistas no trabalho e sucesso na carreira.	1–5
DS2	Para mim, o fracasso é natural dos negócios.	1–5
DS3	Eu penso que o sucesso ou fracasso depende de mim mesmo, não dos outros e das circunstâncias.	1–5
DS4	Eu gosto de cumprir minhas metas (ou tarefas a mim atribuídas).	1–5
DS5	Quando eu tiver tempo, voltarei a um trabalho inacabado e terminarei com ele.	1–5
DS6	Eu, frequentemente, gasto muito tempo aprendendo coisas novas na minha vida.	1–5
PAG	Percepção das Políticas de Apoio do Governo	Turker & Selcuk (2009)
PAG1	No Brasil, o governo incentiva o empreendedorismo.	1–5
PAG2	A economia brasileira oferece muitas oportunidades para empreendedores.	1–5
PAG3	Não é fácil obter empréstimo de um banco para iniciar um negócio no Brasil.	1–5
PAG4	Legislação e regulamentação, no Brasil, dificultam a formação de novos negócios.	1–5
PO	Percepção de Oportunidade	GEM (2016)
PO1	Eu já vi boas oportunidades para iniciar um negócio.	1–5
PO2	Eu identificarei uma boa oportunidade de negócio num futuro próximo.	1–5
CIE	Capacidade de Implementação da Intenção Empreendedora	Bagozzi et al., (2003); Krueger, (2009)
CIE1	Eu estou determinado a criar (manter) meu próprio negócio ou me tornar (continuar) sócio (a) no futuro próximo.	1–5
CIE2	Eu pensei seriamente em começar (manter) um negócio.	1–5
CIE3	A probabilidade de iniciar (manter) meu próprio negócio ou me tornar (continuar) sócio (a) é alta nos próximos 3 anos.	1–5

(continua)

(Continuação)

Códigos	Construtos e Variáveis	Referências
IE	Intenção empreendedora	Liñán e Chen (2009)
IE1	Eu estou disposto a fazer qualquer coisa para me tornar (manter) um empreendedor (a).	1–5
IE2	Eu farei o meu melhor para começar (manter) e administrar (continuar administrando) o meu negócio.	1–5
IE3	Eu não estou realmente confiante em iniciar (manter) meu próprio negócio.	1–5
IE4	Eu decidi criar (manter) uma empresa no futuro.	1–5
IE5	Minha meta profissional é me tornar (continuar sendo) um empreendedor.	1–5
IE6	Eu não penso seriamente em começar (continuar operando) um negócio.	1–5

Quadro 1 – Construtos e variáveis

Fonte: Elaborado pelo autor.

O instrumento de coleta de dados foi validado através de pré-teste, entre os dias 01 e 10 de novembro de 2019, para possíveis correções de clareza, ortografia e falhas de entendimento.

Dentre os 15 respondentes do pré-testes houve sugestões de duas pessoas quanto ao entendimento do texto, algo que foi corrigido imediatamente, bem como, a utilização do questionário com perguntas que abrangessem pessoas que já possuem um negócio, o que foi também atendido. Para os outros respondentes não foi verificado nenhum problema de entendimento.

O questionário foi elaborado através da plataforma do Google para criação de formulários e divulgado em redes sociais e grupos de e-mails. Foram computados 444 respondentes, destes, 338 foram considerados válidos.

Os dados foram analisados abrangendo a caracterização da amostra, estatística descritiva, regressão linear múltipla, teste de hipóteses e a Anova. O programa utilizado para rodar os dados foi o *software Stata* versão 15.1.

3.1 ANÁLISE DESCRITIVA

A análise descritiva é necessária para visualizar as principais características do grupo avaliado. Nesse caso informações sobre a situação como empreendedor, idade, sexo, renda e escolaridade. Foram feitas tabelas de frequência com a frequência absoluta e a frequência relativa (porcentagem). Também estão apresentados todos os itens investigados do questionário intitulado PESQUISA SOBRE O QUE LEVA BRASILEIROS A EMPREENDER apresentando média e desvio padrão de cada um deles.

3.2 REGRESSÃO LINEAR MÚLTIPLA

A regressão linear múltipla teve o objetivo de identificar se um conjunto de variáveis independentes influencia o comportamento de uma variável dependente. A variável IE é a variável dependente; e, as demais variáveis são as independentes: CCP, ARE, DS, PAG, PO e CIE. Para compor esses itens, foi realizada a média de todos os subitens de cada uma dessas escalas.

A equação (1) reflete o objetivo da pesquisa:

$$IE = B_0 + B_1*CCP + B_2*ARE + B_3*DS + B_4*PAG + B_5*PO + B_6*CIE \quad (1)$$

Onde:

IE – Intenção Empreendedora;

CCP - Controle Comportamental Percebido;

ARE - Atitude em Relação ao Empreendedorismo;

DS – Desejo de Sucesso;

PAG - Políticas de Apoio do Governo;

PO – Percepção de Oportunidade; e

CIE – Capacidade de Implementação Empreendedora.

As variáveis são estatisticamente significativas e explicam o comportamento de IE quando o valor de p de cada uma delas for menor ou igual a 0,05. Valores acima desse limite indicam que não há uma relação significativa entre a variável em questão e IE. Nesse caso considerou-se um intervalo de confiança de 95%.

Os coeficientes, B , quando positivos, indicam que a variável independente caminha na mesma direção que a variável dependente, ou seja, quando uma delas tende à concordância a outra também tenderá.

O valor de R^2 (coeficiente de determinação) indica qual o percentual de variabilidade de IE é explicado pelo conjunto de variáveis independentes, seu valor varia entre 0% e 100% sendo que quanto mais próximo de 100% melhor serão as previsões de IE.

3.3 TESTE DE HIPÓTESES

O teste de hipóteses tem o objetivo de verificar se existe diferença no comportamento de uma variável quando se comparam 2 diferentes grupos. Nesse caso, o interesse é verificar se existe diferença nos resultados de IE para homens e para mulheres. Se o valor de p encontrado para essa comparação for superior a 0,05 significa que a diferença estatística não foi confirmada. Se o valor for igual o inferior a 0,05 existe a diferença e através das médias será possível verificar qual a posição de cada uma delas na comparação.

3.4 ANOVA

O objetivo da ANOVA é semelhante ao objetivo do teste de hipóteses, no entanto, nesse caso são comparados 3 ou mais grupo em relação à IE. Ela foi aplicada na comparação por situação como empreendedor, faixa etária, faixa de renda e escolaridade.

Por se tratar de vários grupos, eles são comparados aos pares, onde o valor de p for igual ou inferior a 0,05, o referido par apresenta diferença entre si e a diferença média irá indicar onde está o resultado maior. Onde o valor de p for superior a 0,05 então o referido par não possui diferença estatística.

Capítulo 4

4 RESULTADOS

4.1 CARACTERÍSTICAS DA AMOSTRA E ESTATÍSTICA DESCRITIVA

Dos 338 respondentes, 68,3% afirmaram que pretendem ter o próprio negócio. Dados da GEM (2018) evidenciam que indivíduos em países menos desenvolvidos tendem a possuir mais atividades empreendedoras do que em países ricos ou desenvolvidos. Além disso, pesquisas demonstram que a intenção empreendedora é mais elevada em países em desenvolvimento (Nabi, Liñán, Iakovleva, Kolvereid, & Stephan, 2011.; Paul & Shirivatava, 2016; Ozaralli & Rivenburgh, 2016). Os resultados da situação do respondente como empreendedor encontram-se na Tabela 1.

TABELA 1 – SITUAÇÃO COMO UM EMPREENDEDOR

Afirmativa - controle	n	%
Eu já tive meu próprio negócio e pretendo voltar a ter	33	9,8
Eu pretendo ter o meu próprio negócio	231	68,3
Eu tenho meu próprio negócio e está em operação	74	21,9
Total	338	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor.

As faixas etárias de 18 a 25 anos e 26 a 33 anos correspondem juntas a 59,8% dos participantes. Acima de 50 anos são 7,7% dos respondentes. Conforme a GEM (2018), no Brasil, em 2018, as pessoas entre as faixas etárias de 18 aos 44 anos apresentam maior interesse e envolvimento nas atividades empreendedoras.

Na Tabela 2, percebe-se uma queda de empreendedores iniciais a partir dos 45 anos, conforme GEM (2018). Isso complementa a pesquisa de Gartner, Carter e

Reynolds (2010), que afirma que as idades de 25 a 44 anos é a idade mais ativa para alguém ser empreendedor nos países ocidentais.

TABELA 2 - IDADE

Faixa etária	n	%
18 a 25 anos	101	29,9
26 a 33 anos	101	29,9
34 a 41 anos	84	24,9
42 a 49 anos	26	7,7
50 anos ou mais	26	7,7
Total	338	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor.

A maior parte dos respondentes são do sexo masculino, 50,6% (vide Tabela 3). O *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), de 2018, revela que os homens sempre se mostraram mais ativos em relação ao empreendedorismo, resultado que se repete desde os estudos iniciais. Todavia, no Brasil, as mulheres empreendedoras representam cerca de 23,8 milhões de brasileiras (GEM, 2018).

TABELA 3 - SEXO

Sexo	n	%
Feminino	150	44,4
Masculino	171	50,6
Não informaram	17	5,0
Total	338	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor.

Outro dado capturado na amostra é a relação entre renda e empreendedorismo (Tabela 4). 47% dos respondentes tem renda de até R\$ 2.000,00 e apenas 3,8% possuem renda acima de 12 mil reais. A GEM (2018), retrata o crescente número de empreendedores que possuem renda familiar abaixo de um salário mínimo, contrastando em diferença três vezes maior com o grupo de maior renda. Sendo assim, percebe-se que grande parte da população que é motivada ao empreendedorismo possui uma renda baixa, o que se pode atrelar a um empreendedorismo por necessidade.

TABELA 4 - RENDA

	n	%
Até R\$ 2.000,00	159	47,0
De R\$ 2.001,00 até R\$ 4.000,00	79	23,4
De R\$ 4.001,00 até R\$ 8.000,00	61	18,0
De R\$ 8.001,00 até R\$ 12.000,00	26	7,7
Acima de R\$ 12.001,00	13	3,8
Total	338	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor.

A maior parte dos respondentes concentram-se entre terem o Ensino Médio/Técnico e Ensino Superior. Somados os dois grupos englobam 59,5% do total.

TABELA 5 - ESCOLARIDADE

	n	%
Ensino Fundamental	4	1,2
Ensino Médio/Técnico	102	30,2
Ensino Superior	99	29,3
Mestrado/Doutorado	51	15,1
Outro	4	1,2
Pós-Graduação/Especialização	78	23,1
Total	338	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor.

Ainda, conforme a Gem (2018), a variação existente entre os níveis de escolaridade para com a intenção empreendedora é um dos principais parâmetros para compreensão do empreendedorismo no Brasil. Em 2018, seus dados revelaram que o nível de escolaridade não parecia influenciar na opção do indivíduo em empreender. Assim, como na pesquisa da Gem (2018) maior parte dos que possuem o ensino médio completo são mais ativos em relação ao empreendedorismo.

TABELA 6 – ESTATÍSTICA DESCRITIVA DOS CONSTRUTOS E VARIÁVEIS

Ite m	Nome do item	Mé dia	Des vio padr ão
CC P1	Abrir e operar uma empresa é fácil para mim.	2,6 5	1,11
CC P2	Eu acredito que não posso / é difícil iniciar meu próprio negócio.	2,3 3	1,24
CC P3	Eu posso controlar o processo de criação de um novo negócio.	3,5 9	1,06
CC P4	Se eu montar meu próprio negócio, é mais provável que eu seja bem-sucedido.	3,7 3	1,04
CC P5	É difícil para mim desenvolver uma ideia de negócio.	2,5 9	1,27

CC P6	Eu sei o que fazer para criar um negócio.	3,3 7	1,24
CC P	Controle Comportamental Percebido	3,0 4	0,53
AR E1	Eu tenho muitas vantagens / possibilidades para me tornar (manter) empresário (a) / proprietário (a) de um negócio.	3,3 3	1,27
AR E2	Tornar-me (manter-me) empresário (a) / proprietário (a) de um negócio é atraente para mim.	4,1 8	0,96
AR E3	Se houver oportunidades e recursos, vou montar (manter) meu próprio negócio.	4,4 7	0,85
AR E4	Tornar-me (manter-me) empresário (a) / proprietário(a) de um negócio me deixará feliz.	4,3 7	0,92
AR E5	Ser empresário (a) / proprietário (a) de um negócio é minha paixão e minha orientação profissional.	3,5 7	1,13
AR E	Atitude em Relação ao Empreendedorismo	3,9 9	0,76
DS 1	Eu sou o tipo que sempre quer alcançar grandes conquistas no trabalho e sucesso na carreira.	4,3 7	0,95
DS 2	Para mim, o fracasso é natural dos negócios.	2,7 5	1,35
DS 3	Eu penso que o sucesso ou fracasso depende de mim mesmo, não dos outros e das circunstâncias.	3,5 4	1,22
DS 4	Eu gosto de cumprir minhas metas (ou tarefas a mim atribuídas).	4,4 1	0,85
DS 5	Quando eu tiver tempo, voltarei a um trabalho inacabado e terminarei com ele.	3,5 0	1,29
DS 6	Eu, frequentemente, gasto muito tempo aprendendo coisas novas na minha vida.	3,7 0	1,12
DS	Desejo de Sucesso	3,7 1	0,59
PA G1	No Brasil, o governo incentiva o empreendedorismo.	2,4 5	1,19
PA G2	A economia brasileira oferece muitas oportunidades para empreendedores.	2,4 6	1,22
PA G3	Não é fácil obter empréstimo de um banco para iniciar um negócio no Brasil.	3,2 9	1,39
PA G4	Legislação e regulamentação, no Brasil, dificultam a formação de novos negócios.	3,5 8	1,32
PA G	Percepção das Políticas de Apoio do Governo	2,9 4	0,82
PO 1	Eu já vi boas oportunidades para iniciar um negócio.	3,5 2	1,23
PO 2	Eu identificarei uma boa oportunidade de negócio num futuro próximo.	3,7 1	1,12
PO	Oportunidade percebida	3,6 2	1,01
CIE 1	Eu estou determinado a criar (manter) meu próprio negócio ou me tornar (continuar) sócio (a) no futuro próximo.	3,9 0	1,09
CIE 2	Eu pensei seriamente em começar (manter) um negócio.	3,9 3	1,13
CIE 3	A probabilidade de iniciar (manter) meu próprio negócio ou me tornar (continuar) sócio (a) é alta nos próximos 3 anos.	3,7 5	1,28
CIE	Capacidade de Implementação da Intenção Empreendedora	3,8 6	0,98

(continua)

(continuação)

Item	Nome do item	Média	Desvio padrão
IE1	Eu estou disposto a fazer qualquer coisa para me tornar (manter) um empreendedor (a).	3,39	1,28
IE2	Eu farei o meu melhor para começar (manter) e administrar (continuar administrando) o meu negócio.	4,14	1,05
IE3	Eu não estou realmente confiante em iniciar (manter) meu próprio negócio.	2,56	1,28
IE4	Eu decidi criar (manter) uma empresa no futuro.	3,82	1,10
IE5	Minha meta profissional é me tornar (continuar sendo) um empreendedor.	3,89	1,12
IE6	Eu não penso seriamente em começar (continuar operando) um negócio.	2,20	1,27
IE	Intenção empreendedora	3,33	0,60

Fonte: Elaborado pelo autor.

Na análise descritiva dos itens, são apresentados as médias e o desvio padrão de cada uma das variáveis e construtos. Os itens foram avaliados de 1 a 5, conforme escala *Likert*, quanto maior for a média encontrada, mais esse item teve concordância por parte dos respondentes, quanto menor a média, maior o indicativo de que os respondentes discordaram deste item.

Sendo assim, observa-se que na média da variável “Eu acredito que não posso / é difícil iniciar meu próprio negócio” de 2,33, no construto Controle Comportamental Percebido, os respondentes tendem a discordar mais desse item do que de outros itens.

Muitos estudos comprovam que os jovens possuem uma predisposição maior ao empreendedorismo e confiam positivamente na sua capacidade de abrir o seu próprio empreendimento e iniciar suas atividades (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000; Paço, Ferreira, Raposo, Rodrigues, & Dinis, 2011; Mohd, Maat, & Che Mat, 2014; Ozaralli & Rivenburgh, 2016).

O que se confirma também na variável “Se houver oportunidades e recursos, vou montar meu próprio negócio”, com média de 4,47, no construto Atitude em relação ao empreendedorismo, que demonstra alta concordância entre os respondentes, além da percepção de oportunidade aparecendo como algo norteador para o empreender.

Conforme a Gem (2018) isso está em sintonia com a possibilidade de recuperação da economia brasileira, através de dados econômicos que deixam a população esperançosa para abertura de novos empreendimentos e a busca de um empreendedorismo de oportunidade.

Quanto ao construto Percepção das Políticas de Apoio do Governo, a média foi de 2,94, a menor média entre todos os construtos. A Gem (2018) coloca entre os fatores intervenientes na atividade empreendedora do Brasil os programas governamentais ocupando o terceiro lugar, diante da capacidade empreendedora, em primeiro, e, da abertura de mercado, em segundo. Alguns especialistas, segundo a Gem (2018), reconhecem que o governo tem implementado programas para promover e facilitar o empreendedorismo, no entanto, na mesma pesquisa, as políticas governamentais são apontadas como principal fator limitante para o empreendedorismo, com 73,8%, principalmente nos aspectos relacionados a burocracia e tributos.

4.2 REGRESSÃO LINEAR MÚLTIPLA

O modelo de regressão proposto possui como variável central a Intenção Empreendedora - IE. O resultado indica que 40% da variabilidade presente em IE é explicada pelas variáveis independentes propostas, exceto PAG que não apresentou significância na relação com IE ($p = 0,235$).

Todas as variáveis influenciam IE de forma positiva, ou seja, uma tendência à concordância nessas variáveis leva também a uma concordância em IE. Isso é verificado através do coeficiente, B, e confirmado pela significância inferior a 0,05 (valor p).

A medida de multicolinearidade foi apresentada para identificar que de fato não existe esse problema no modelo em questão ($VIF < 10$). Considerando que um maior coeficiente indica que a variável impactará de forma mais forte IE, pode-se afirmar então que ARE é a variável que faz esse papel ($B = 0,195$). Todas juntas é que fazem o modelo funcionar, mas o maior impacto na mudança de resultado de IE vem da que possui maior coeficiente.

TABELA 7 – REGRESSÃO LINEAR MÚLTIPLA

	B	t	valor p	VIF
Constante	,850	4,283	,000	
CCP	,142	2,560	,011	1,353
ARE	,195	4,053	,000	2,047
DS	,174	3,418	,001	1,403
PAG	-,039	-1,191	,235	1,130
PO	,063	2,085	,038	1,464
CIE	,134	3,981	,000	1,706

Variável dependente: IE – Intenção Empreendedora; Variáveis independentes: CCP – Controle Comportamental Percebido; ARE – Atitude em Relação ao Empreendedorismo; DS – Desejo de Sucesso; PAG – Políticas de Apoio do Governo; PO – Percepção de Oportunidade; CIE – Capacidade de implementação empreendedora.

R² ajustado = 40%

Estatística F (6, 331) = 38,46

Prob. > F = 0,00

Fonte: Elaborado pelo autor.

Alguns estudos confirmam a relação positiva entre Desejo de Sucesso, Atitude em Relação ao Empreendedorismo, Controle Comportamental Percebido com a Intenção Empreendedora (Sharma & Madan, 2014; Mohd, Maat, & Che Mat, 2014; Ozaralli & Rivenburgh, 2016; Nguyen et al., 2019).

Na pesquisa de Nguyen et al. (2019) ocorrida com a população vietnamita, na regressão multivariada, a Atitude em relação ao Empreendedorismo também obteve

maior influência na Intenção Empreendedora, seguido por Desejo de Sucesso e Controle Comportamental Percebido, similar ao resultado desta pesquisa.

Embora haja diferenças nítidas de aspectos sociais e culturais, Nguyen et al. (2019) demonstra que países desenvolvidos estão mais propensos a atrair jovens a carreiras em organizações públicas e privadas, o que reduz o risco atrelado a abertura de novos negócios, diferentemente dos países não desenvolvidos ou em desenvolvimento como o Brasil e o Vietnã, que possuem maior atividade empreendedora. (Wennekers, van Wennekers, Thurik, & Reynolds, 2005; Ozaralli & Rivenburgh, 2016; Gem, 2018; Nguyen et al., 2019).

Estudos comparados com a Teoria do Comportamento Planejado - TCP, trazendo construtos como o controle comportamental percebido e a atitude em relação ao empreendedorismo, também trouxeram maior impacto positivo no resultado de mudança junto a Intenção empreendedora (Schwarz et al., 2009; Mohd, Maat, & Che Mat, 2014; Ozaralli & Rivenburgh, 2016; Nguyen et al., 2019).

Além disso, estudos comprovam que os indivíduos com alto nível de intenção empreendedora podem apresentar altos resultados de atitude e base para o controle comportamental percebidos (Akmaliah & Lope Pihie, 2018; Nguyen et al., 2019).

Ainda considerando a ARE, que obteve maior coeficiente de impacto junto IE ($B = 0,195$), estudos demonstram efeitos positivos das atitudes em relação ao empreendedorismo e à intenção empreendedora (Krueger et al., 2000; Hansemark, 2003; Paço et al., 2011; Nguyen et al., 2019).

Outro construto que obteve especial alto coeficiente ($B=0,174$) é o Desejo de Sucesso, que demonstra, conforme Ozaralli e Rivenburgh (2016) uma maior disposição entre os jovens para assumir riscos e abrir novos negócios.

A Percepção das políticas públicas de apoio do governo não apresentou significância na relação com IE ($p = 0,235$) e possui coeficiente ($B = -0,139$). A GEM (2018) evidencia os programas governamentais como um dos principais fatores limitantes para a abertura e manutenção de novos negócios, o que pode estar relacionado ao resultado da pesquisa, pela não percepção dos indivíduos brasileiros do apoio governamental e políticas públicas para o empreendedorismo.

4.3 DIFERENÇAS ENTRE GRUPOS

Quando se compara os resultados de IE por sexo, estatisticamente não existe diferença entre homens e mulheres nessa variável ($p = 0,078$).

A literatura tem concordado que o homem possui maior propensão para o desenvolvimento do empreendedorismo (Zhang, Duysters, & Cloudt, 2014; Gem, 2018; Nguyen et al., 2019; Tamayo, Tarapuez, & Vasquez, 2020). Alguns autores relacionam o fato da menor proporcionalidade feminina, devido a limitações e barreiras impostas ainda ao sexo feminino na construção do seu plano de negócio e carreira (Miranda, Chamorro, Rubio, & Perez, 2017; Cabrera & Mauricio, 2017).

TABELA 8 – COMPARAÇÃO DE INTENÇÃO EMPREENDEDORA POR SEXO

	n	Média	Desvio padrão	Valor p
Feminino	150	3,259	0,559	,078
Masculino	171	3,378	0,639	

Fonte: Elaborado pelo autor.

Outros autores, Tarapuez, García e Castellano (2018), confirma a relação de inexistência de influência do gênero para com a Intenção Empreendedora. Além de Ahmed, Chandran e Klobas (2017), que demonstram a ausência de diferenças estatisticamente significativas na relação do gênero com a abertura de negócios.

Ao comparar o resultado de IE por perfil do empreendedor, identifica-se uma diferença entre os perfis 2 (pretendo ter meu próprio negócio) e 3 (tenho meu próprio negócio) uma vez que o valor de p encontrado para essa comparação é de 0,021. A diferença média entre 2 e 3 (nessa ordem) mostra um valor de -0,215. Por ser um valor negativo, indica que o perfil 3 apresenta um maior valor para IE que o perfil 2. Ou seja, quem já tem o próprio negócio tende a uma maior concordância em IE do que quem pretende ter o próprio negócio.

TABELA 9 – COMPARAÇÃO DE INTENÇÃO EMPREENDEDORA POR SITUAÇÃO DO EMPREENDEDOR

Situação do empreendedor					Intervalo de 95% de confiança	
(I)	(J)	Diferença Média (I-J)	Erro padrão	valor p	Inferior	Superior
1	2	-,064	,111	1,000	-,331	,202
	3	-,279	,125	,076	-,579	,020
2	1	,064	,111	1,000	-,202	,331
	3	-,215	,079	0,021*	-,407	-,024
3	1	,279	,125	,076	-,020	,579
	2	,215	,079	0,021*	,024	,407

*Diferentes ao nível de 5% de significância

Estatística F (2, 335) = 4,24

Prob. > F = 0,015

1 - Eu já tive meu próprio negócio e pretendo voltar a ter;

2 - Eu pretendo ter o meu próprio negócio;

3 - Eu tenho meu próprio negócio e está em operação

Fonte: Elaborado pelo autor.

A Global Entrepreneurship Monitor – GEM de 2018 apresenta em sua pesquisa dois seguimentos de empreendedores gerais, sendo empreendedores iniciais e empreendedores estabelecidos. Desse modo, fazemos uma comparação com as respostas respectivamente: Eu pretendo ter o meu próprio negócio e com Eu tenho meu próprio negócio e está em operação.

Sendo assim, a literatura demonstra que os empreendedores estabelecidos, que são indivíduos que administram e possuem negócios já consolidados, possuem superação de escores quanto aos empreendedores iniciais em relação a intenção empreendedora. A Gem (2018) supõe que o mercado, os indivíduos e o país fizeram

com que em 2018 fosse um ano para consolidação de negócios criados em outros períodos, tornando esses passados empreendedores iniciais em empreendedores estabelecidos. Desta forma, a pesquisa corrobora com o entendimento da GEM que previa para os anos vindouros a continuidade dessa consolidação.

TABELA 10 - COMPARAÇÕES DE INTENÇÃO EMPREENDEDORA POR FAIXA ETÁRIA

Idade		Intervalo de 95% de confiança				
(I)	(J)	Diferença Média (I-J)	Erro padrão	valor p	Inferior	Superior
1	2	,035	,084	1,000	-,204	,273
	3	-,071	,089	1,000	-,322	,179
	4	-,036	,132	1,000	-,409	,337
	5	-,241	,132	,683	-,614	,131
2	1	-,035	,084	1,000	-,273	,204
	3	-,106	,089	1,000	-,356	,144
	4	-,071	,132	1,000	-,444	,302
	5	-,276	,132	,372	-,649	,097
3	1	,071	,089	1,000	-,179	,322
	2	,106	,089	1,000	-,144	,356
	4	,035	,135	1,000	-,345	,416
	5	-,170	,135	1,000	-,550	,211
4	1	,036	,132	1,000	-,337	,409
	2	,071	,132	1,000	-,302	,444
	3	-,035	,135	1,000	-,416	,345
	5	-,205	,166	1,000	-,675	,265
5	1	,241	,132	,683	-,131	,614
	2	,276	,132	,372	-,097	,649
	3	,170	,135	1,000	-,211	,550
	4	,205	,166	1,000	-,265	,675

*Diferentes ao nível de 5% de significância

Estatística F (4, 333) = 0,45

Prob. > F = 0,284

1 - 18 a 25 anos; 2 - 26 a 33 anos; 3 - 34 a 41 anos; 4 - 42 a 49 anos; 5 - 50 anos ou mais

Fonte: Elaborado pelo autor.

Na comparação por faixa etária, não houve diferença em nenhuma delas com relação a IE ($p > 0,05$), ou seja, os resultados para IE independem da idade.

A literatura afirma que os jovens são mais propensos a desenvolver negócios e a possuir uma intenção empreendedora mais elevada (Gielnik, Zacher, & Wang, 2018; GEM, 2018). Bem como, Tamayo et al. (2020), Bohlmann, Rauch e Zacher (2017) e Tsai, Chang e Peng (2016) demonstram uma relação inversamente

proporcional na idade com a intenção empreendedora, ou seja, quanto maior a idade mais negativa se torna a atividade de empreender (Tamayo et al., 2020).

No entanto, esta pesquisa não demonstrou diferença significativa na relação de faixa etária com a intenção empreendedora. Entende-se que com este resultado todas as idades são capazes de empreender e desenvolver características empreendedoras.

Ressalta-se que conforme a Gem (2018), embora haja uma decadência estatística a partir dos 44 anos e uma menor taxa de empreendedores com mais de 55 anos, a quantidade de brasileiros com mais de 55 anos empreendedores é de quase 2 milhões. Ou seja, ações para o desenvolvimento desse público e questões socioculturais precisam ser exploradas e trabalhadas para provocar e dar condições da implementação do empreendedorismo, fazendo com que esses empreendedores alcancem seus ideais (Gem, 2018).

Outro fator que deve ser salientado, é que brasileiros na faixa etária de 45 a 54 anos são considerados os mais ativos no empreendedorismo estabelecido, com negócios já consolidados e com tempo de atuação.

Na comparação por faixa de renda, não houve diferença em nenhuma delas com relação a IE ($p > 0,05$), ou seja, os resultados para IE independem da faixa de renda.

Em critérios gerais, pela Gem (2018), o empreendedorismo inicial no Brasil, não possui impacto por diferenças em relação a renda, também para a pesquisa não existe diferenças significativas para taxas calculadas.

No entanto, a Gem (2018) evidencia que os empreendedores com renda inferior são um grupo três vezes maior que o grupo de maior renda, demonstrando maior intenção empreendedora em indivíduos com baixa renda na população.

TABELA 11 - COMPARAÇÕES DE INTENÇÃO EMPREENDEDORA POR FAIXA DE RENDA

Renda		Intervalo de 95% de confiança				
(I) Renda	(J)	Diferença Média (I-J)	Erro padrão	valor p	Inferior	Superior
1	2	-,094	,083	1,000	-,328	,141
	3	-,033	,091	1,000	-,290	,223
	4	-,090	,128	1,000	-,451	,271
	5	-,539	,305	,786	-1,402	,324
2	1	,094	,083	1,000	-,141	,328
	3	,060	,103	1,000	-,230	,351
	4	,004	,136	1,000	-,382	,389
	5	-,445	,309	1,000	-1,319	,429
3	1	,033	,091	1,000	-,223	,290
	2	-,060	,103	1,000	-,351	,230
	4	-,057	,141	1,000	-,456	,343
	5	-,505	,311	1,000	-1,385	,374
4	1	,090	,128	1,000	-,271	,451
	2	-,004	,136	1,000	-,389	,382
	3	,057	,141	1,000	-,343	,456
	5	-,449	,324	1,000	-1,364	,467
5	1	,539	,305	,786	-,324	1,402
	2	,445	,309	1,000	-,429	1,319
	3	,505	,311	1,000	-,374	1,385
	4	,449	,324	1,000	-,467	1,364

*Diferentes ao nível de 5% de significância

Estatística F (4, 324) = 1,06

Prob. > F = 0,376

1 - Até R\$ 2.000,00; 2 - De R\$ 2.001,00 até R\$ 4.000,00; 3 - De R\$ 4.001,00 até R\$ 8.000,00; 4 - De R\$ 8.001,00 até R\$ 12.000,00; 5 - Acima de R\$ 12.001,00

Fonte: Elaborado pelo autor.

Quando se fala em empreendedorismo estabelecido, possuir maior renda familiar para Gem (2018) é fator de influência e probabilidade para continuidade do empreendimento. Dados comprovam que negócios administrados por empreendedores de baixa renda tendem a ser menos longevos, ou seja, de pouca durabilidade.

Na comparação por escolaridade, não houve diferença em nenhuma delas com relação a IE ($p > 0,05$), ou seja, os resultados para IE independem do nível de escolaridade.

TABELA 12 - COMPARAÇÕES DE INTENÇÃO EMPREENDEDORA POR ESCOLARIDADE

Escolaridade		Intervalo de 95% de confiança				
(I)	(J)	Diferença Média (I-J)	Erro padrão	valor p	Inferior	Superior
1	2	-,189	,308	1,000	-1,098	,721
	3	-,237	,308	1,000	-1,147	,673
	4	-,192	,313	1,000	-1,119	,735
	5	-,500	,427	1,000	-1,762	,762
	6	-,200	,309	1,000	-1,115	,715
2	1	,189	,308	1,000	-,721	1,098
	3	-,048	,085	1,000	-,300	,204
	4	-,003	,104	1,000	-,309	,303
	5	-,311	,308	1,000	-1,221	,598
	6	-,011	,091	1,000	-,279	,257
3	1	,237	,308	1,000	-,673	1,147
	2	,048	,085	1,000	-,204	,300
	4	,045	,104	1,000	-,263	,353
	5	-,263	,308	1,000	-1,173	,647
	6	,037	,091	1,000	-,233	,307
4	1	,192	,313	1,000	-,735	1,119
	2	,003	,104	1,000	-,303	,309
	3	-,045	,104	1,000	-,353	,263
	5	-,308	,313	1,000	-1,235	,619
	6	-,008	,109	1,000	-,329	,314
5	1	,500	,427	1,000	-,762	1,762
	2	,311	,308	1,000	-,598	1,221
	3	,263	,308	1,000	-,647	1,173
	4	,308	,313	1,000	-,619	1,235
	6	,300	,309	1,000	-,615	1,215
6	1	,200	,309	1,000	-,715	1,115
	2	,011	,091	1,000	-,257	,279
	3	-,037	,091	1,000	-,307	,233
	4	,008	,109	1,000	-,314	,329
	5	-,300	,309	1,000	-1,215	,615

*Diferentes ao nível de 5% de significância

Estatística F (5, 332) = 0,35

Prob. > F = 0,877

1 - Ensino Fundamental; 2 - Ensino Médio/Técnico; 3 - Ensino Superior; 4 - Mestrado/Doutorado; 5 - Outro; 6 - Pós-Graduação/Especialização

Fonte: Elaborado pelo autor.

Além disso, os dados da pesquisa Gem (2018) evidenciam pequenas diferenças nas taxas de empreendedorismo inicial, quando se relaciona ao nível de escolaridade, ou seja, em 2018, no Brasil, o nível de escolaridade não parece influenciar na decisão e intenção do indivíduo em empreender.

Todavia, a pesquisa da Gem (2018) revela que quando se trata de empreendimentos estabelecidos os indivíduos com maiores taxas estão entre os que possuem ensino fundamental incompleto e completo somando em média 50 %.

Portanto, pode-se dizer que em 2018, no Brasil, grande parte dos indivíduos que estão à frente dos negócios considerados estabelecidos e consolidados não chegaram a concluir o ensino médio.

Capítulo 5

5 DISCUSSÃO

Este estudo vem complementar o entendimento sobre as relações existentes entre as variáveis consideradas antecedentes da intenção empreendedora no Brasil. Bem como, ampliar as conexões entre intenção empreendedora e fatores idade, sexo, gênero e renda.

A pesquisa teve por objetivo identificar os fatores que levam os brasileiros a intenção empreendedora. Para isto, buscou-se identificar as relações do Controle Comportamental Percebido - CCP, Atitude em Relação ao Empreendedorismo – ARE, Desejo de Sucesso – DS, Percepção das Políticas de apoio do Governo – PAG, Percepção de Oportunidade – PO e Capacidade de Implementação Empreendedora – CIE para com a Intenção Empreendedora – IE.

Os dados encontrados podem mostrar como os indivíduos brasileiros percebem cada uma das variáveis e como isso pode repercutir na atividade empreendedora da população (Liñán & Chen, 2009; Mhango, 2006; Turker & Selcuk, 2009; Gem, 2016; Bagozzi et al., 2003; Krueger, 2009; Nguyen et al., 2019)

Além disso, o estudo teve suporte teórico na literatura reforçando a relação de que maiores intenções empreendedoras estão relacionadas a atitude em relação ao empreendedorismo, controle comportamental percebido e desejo de sucesso (Sharma & Madan, 2014; Mohd, Maat, & Che Mat, 2014; Ozaralli & Rivenburgh, 2016; Nguyen et al., 2019).

A implementação da intenção empreendedora embora obtenha uma relação alta com a intenção empreendedora possui lacunas quanto a real ação de

empreender. Elfving et al. (2017) e Krueger (2009) discutem que a implementação da intenção empreendedora possui características de indivíduos que sabem o tempo, a hora e objetivamente aquilo que querem alcançar, todavia ainda há riscos de a intenção não ser executada ou alcançada de fato.

Dados oriundo da pesquisa Gem (2018) evidenciam muitos resultados encontrados relacionados a idade, sexo, gênero e renda. De forma sucinta, este estudo corrobora ao entendimento da Gem (2018) sobre os estratos da população que se destacam pela atividade empreendedora, tais como:

- Diferença não significativa estatisticamente quanto a atividade empreendedora entre homens e mulheres, no entanto, os homens se revelam mais ativos do que as mulheres (Gem, 2018).
- Diferenças não significativas na atividade empreendedora quanto a idade. No entanto, percebe-se a atividade empreendedora muito mais forte em indivíduos com menos de 45 anos e diminuição desta atividade com mais de 50 (Gem, 2018).
- Diferenças não significativas quanto ao nível de escolaridade, todavia dependendo do nível do empreendimento, se inicial ou estabelecido, mais ativos para os que possuem ensino fundamental e médio e menos ativo para os de nível superior (Gem, 2018).
- Diferenças não significativas entre as faixas de renda, todavia, indivíduos com faixa de renda inferior são mais ativos ao empreendedorismo (Gem, 2018).

Outro dado importante, está associado a percepção quanto ao empreendedorismo de oportunidade e de necessidade. O estudo demonstra alta percepção de oportunidade e relação positiva com a intenção empreendedora, isso realça estudos da GEM (2018), que relatam um mínimo, mas, coerente aumento na relação entre empreendedores por oportunidade para os por necessidade.

Todavia, conforme os dados encontrados temos um empreendedor de pequeno porte, com baixa escolaridade e com renda média inferior a R\$ 2.000,00, o que ainda demonstra grande percentual de pessoas que empreendem por necessidade.

Ainda, na relação de renda com a intenção empreendedora, embora não haja relação significativa, observa-se que a maioria desses empreendedores não geram emprego, são Micro Empreendedores Individuais – MEI e não possuem uma renda alta. Esta narrativa levanta uma discussão quanto a real vocação empreendedora de países em desenvolvimento e sua verdadeira relação com a sobrevivência e o auto emprego.

Deve se levar em consideração, que no Brasil, desde 2014, uma crise econômica alastrou-se resultando em forte recessão, levando a recuo do Produto Interno Bruto – PIB e ao grande número de desempregados em 2017. Nesse contexto de crise vemos muitos jovens em idade ativa sem espaço no mercado de trabalho formal, tendo como única solução se reinventar e criar oportunidades através do empreendedorismo.

Mesmo com todo o empenho político na implementação de novas leis, que permitem a abertura de novos negócios, como a lei das *Start-ups*, e com os avanços quanto aos programas de apoio ao empreendedorismo, a população ainda não percebe esta ação como fator significativo para o aumento da intenção empreendedora.

A pesquisa comprova a disposição de jovens para o empreendedorismo e enfatiza o desejo de sucesso e a percepção de oportunidade como caminhos positivos para intenção empreendedora e consequentemente a abertura de novos empreendimentos (Krueger et al., 2000; Paço et al., 2011; Mohd, Maat, & Che Mat, 2014; Ozaralli & Rivenburgh, 2016).

A TCP demonstrou alta relação positiva com a intenção empreendedora, tanto através da atitude em relação ao empreendedorismo, como do controle comportamental percebido, ambas com alta relação e sendo mecanismos de incitação para a execução da atividade de empreender (Akmaliah & Lope Pihie, 2018; Nguyen et al., 2019).

Com base na teoria do Evento Empresarial de Shapero – EES a pesquisa demonstrou alta correlação com a Intenção Empreendedora, confirmando a teoria que diz que quanto maior a percepção da oportunidade e viabilidade do projeto, o indivíduo tende a construir de forma cognitiva maior propensão para a ação empreendedora (Botsaris & Vamvaka, 2016; Esfandiar, Sharifi-Tehrani, Pratt, & Altinay, 2019).

A capacidade da implementação da intenção empreendedora é uma forma de potencializar a intenção empreendedora através da percepção da favorabilidade do ato de empreender, das condições da ação pela consciência dos atos e seus possíveis resultados, tornando o indivíduo confiante do seu sucesso, embora, nem sempre uma maior propensão da ação sugira de fato a realização desta (Esfandiar et al., 2019).

A ideia deste construto na pesquisa foi aproximar ainda mais a estimativa do comportamento, ou seja, da ação real da intenção de empreender. Fazendo com que o indivíduo saísse da vontade, da intenção e chegasse mais próximo da realidade,

para isto, usa-se itens de atitudes e intenção, o que pode gerar uma certa confusão no entendimento destes.

Capítulo 6

6 CONCLUSÃO

Esta pesquisa teve por objetivo identificar os fatores que levam os brasileiros a intenção empreendedora. Foram utilizados construtos relacionados à Teoria do Comportamento Planejado, além de Desejo de Sucesso, Oportunidade Percebida, Políticas de Apoio Governamental e a Capacidade de Implementação Empreendedora, buscando compreender sua relação com a Intenção Empreendedora.

Indicou que a principal variável atrelada à intenção empreendedora dos brasileiros é a atitude em relação ao empreendedorismo. Ressalte-se que esta atitude é formada por princípios, valores e experiências do indivíduo no decorrer de sua vida.

Além do mais, o desejo de sucesso e o controle comportamental percebido demonstram que, além do brasileiro possuir vontade e desejo de crescimento econômico e pessoal, há questões socioculturais que permitem uma relação positiva a intenção empreendedora.

A pesquisa também ressalta uma falta de relação significativa entre as políticas de apoio governamental e a intenção empreendedora. Isso quer dizer que o indivíduo brasileiro não considera o governo um incentivador para o empreendedorismo. Sendo assim, o próprio indivíduo torna-se responsável pelo desenrolar de suas ações através do deslumbre de uma oportunidade para empreender.

Observa-se, com base nos resultados, um empreendedor de pequeno porte, com baixa escolaridade e renda média no País de R\$ 2.000,00. Ressalta-se que existem diferentes tipos e segmentos de empreendedores que por estrato da pesquisa

não se consegue colocá-los juntos no mesmo conceito de empreendedorismo. Ou seja, não há homogeneidade de empreendedores, não existe um conjunto de ações uniformes que se possa dizer que isto é empreendedorismo.

Os dados desta pesquisa vieram ao encontro da realidade do perfil da renda e da escolaridade dos brasileiros, quando temos um grande percentual de brasileiros com apenas o ensino médio, seguido do ensino fundamental e por último com ensino superior. O perfil de baixa escolaridade e má qualificação nada mais é do que um retrato do mercado de trabalho brasileiro, demonstrando uma consequência de diminuição de dinamismo para crescer e inovar, ou seja, um empreendedor de reprodução de ideias.

O resultado serve de alerta para que o governo possa agir de forma mais intensiva, desde a formação do indivíduo nas escolas, até na elaboração de leis, criação do acesso à informação, mecanismos de manutenção e acompanhamento para o empreendedorismo no Brasil.

Espera-se, que através deste modelo, outras pesquisas possam ser realizadas visando a total compreensão e um melhor dimensionamento das oportunidades de motivação e formação da atividade empreendedora no país.

O jovem empreendedor precisa perceber oportunidades existentes no Brasil e traçar caminhos para a atividade empreendedora. Com base nos resultados, isto é preocupante, pois não se tem capital humano capacitado com condições para desenvolver ideias e ler cenários, o que cerceia e diminui as possibilidades de dinamismo e desenvolvimento.

Uma alternativa para esta ação é a possibilidade de criar práticas experienciais de atividades empreendedoras desde o ensino fundamental, nas escolas, visando o despertar do interesse para a abertura de empreendimentos.

Este estudo ressaltou um modelo abrangente que veio a integrar a Intenção Empreendedora de Krueger (2009), utilizando variáveis, previamente examinadas na literatura, em outras culturas e povos, trazendo-o para a realidade do Brasil.

Buscou-se entender a relação dos antecedentes da intenção empreendedora com o povo brasileiro. O uso da capacidade de implementação da intenção empreendedora constitui contribuição teórica para um modelo de execução da atividade de empreender.

Como limitação desta pesquisa, primeiramente, observa-se a necessidade de um estudo longitudinal para acompanhar o desenvolvimento dos antecedentes a intenção empreendedora com os cenários políticos e econômicos de um país em desenvolvimento. Outra situação, que limita a pesquisa, é a percepção do jovem para com ações futuras e não para com comportamentos imediatistas, o que desperta, mais uma vez, um estudo longitudinal.

Em terceiro lugar, temos uma amostra que embora atenda a razoabilidade de perguntas e respostas, talvez não represente toda a população brasileira. Em quarto lugar, a necessidade de abranger o empreendedorismo em todas as suas percepções, não só do empreendedorismo para abertura de negócios, mas, abranger também, o intraempreendedor, empreendedor social, o pequeno e o grande empreendedor, ou seja, possibilidade de desenvolver pesquisas futuras de forma segmentada.

Por último, esta pesquisa atende a críticas de pesquisas que eram realizadas apenas com foco em público de estudantes de instituições de ensino superior. No

entanto, seria necessário ainda abrir a capacidade de generalização das respostas de diversos públicos e populações.

Então, o que leva os brasileiros a empreender? Conforme o resultado da pesquisa são questões sociais, culturais e as experiências adquiridas no decorrer da sua vida, além dos fatores sociodemográficos que levam os brasileiros a empreender. Na amostra pesquisada o que leva os brasileiros a empreender é a necessidade de sobrevivência e auto emprego.

Por fim, conclui-se que independente dos motivos, por necessidade ou por oportunidade, precisa-se de políticas governamentais que facilitem o acesso à informação, a abertura de empresas e a formação do profissional empreendedor.

REFERÊNCIAS

- Ahmed, T., Chandran, V. G. R., & Klobas, J. (2017). Specialized entrepreneurship education: does it really matter? Fresh evidence from Pakistan. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Ajzen, Icek, B. (1991). A teoria do comportamento planejado. *Comportamento Organizacional e Processos de Decisão Humana*, 50, pp. 179 – 211.
- Ajzen e Fishbein, (2000). Atitudes e a relação atitude-comportamento: Processos raciocinados e automáticos. *Revista Europeia de Psicologia Social*, 11, pp. 1 – 33.
- Akmaliah, Z., & Lope Pihie, Z. (2018). *Entrepreneurship as a career choice: An analysis of entrepreneurial self-efficacy and intention of University students*.
- Armond, Á. C., & Nassif, V. M. J. (2009). A liderança como elemento do comportamento empreendedor: um estudo exploratório. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 10(5), 77-106.
- Arora, Swaranjeet; Jain, Shakuntla (2019). Influence of gender on entrepreneurial intentions among business management students the indian *Journal of Industrial Relations*, 54(3).
- Bagozzi, R. P., Dholakia, U. M., & Basuroy, S. (2003). How effortful decisions get enacted: The motivating role of decision processes, desires, and anticipated emotions. *Journal of Behavioral Decision Making*, 16(4), 273–295.
- Balconi, S. B. (2016). *A influência das atividades de educação empreendedoras sobre as características e atitude empreendedora dos alunos de graduação da Universidade Federal de Santa Maria UFSM*.
- Barbosa Filho, F. D. H. (2017). *A crise econômica de 2014/2017*. Estudos Avançados, 31(89), 51-60.
- Baron, R. A., & M. D. Ensley (2006). Opportunity recognition as the detection of meaningful patterns: evidence from comparisons of novice and experienced entrepreneurs. *Management Science*, 52(9), 1331–1344.
- Bergmann, H., Geissler, M., Hundt, C. y Grave, B. (2018). The climate for entrepreneurship at higher education institutions. *Research Policy*, 47(4), 700-716. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.01.018>
- Bohlmann, C., Rauch, A., & Zacher, H. (2017). A lifespan perspective on entrepreneurship: Perceived opportunities and skills explain the negative association between age and entrepreneurial activity. *Frontiers in psychology*, 8, p. 2015.

- Bonesso, S., Gerli, F., Pizzi, C., & Cortellazzo, L. (2018). Students' Entrepreneurial Intentions: The Role of Prior Learning Experiences and Emotional, Social, and Cognitive Competencies. *Journal of Small Business Management*, 56(1), 215-242.
- Botsaris, C., & Vamvaka, V. (2016). Attitude toward entrepreneurship: Structure, prediction from behavioral beliefs, and relation to entrepreneurial intention. *Journal of the Knowledge Economy*, 7(2), 433–460.
- Cabrera, E. M., & Mauricio, D. (2017). Factors affecting the success of women's entrepreneurship: a review of literature. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*.
- Carsrud, A., Brännback, M., Elfving, J., & Brandt, K. (2017). Motivations: The entrepreneurial mind and behavior. In M. Brännback, & A. Carsrud (Eds.). *Revisiting the entrepreneurial mind: Inside the black box: An expended edition*, pp. 185–210. New York: Springer.
- Couto, M. H. G., Campos, P. C., de Castro, A. C., & Oliva, F. L. (2017). Mortalidade precoce das micro e pequenas empresas: estudo das principais causas de falência empresarial em Bambuí/MG. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, 11(3), 39.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). The psychology of attitudes. *Harcourt brace Jovanovich college publishers*.
- Elfving, J., Brännback, M., & Carsrud, A. (2017). Motivations matter in entrepreneurial behavior: Depends on the context. In M. Brännback, & A. Carsrud (Eds.). *Revisiting the entrepreneurial mind: Inside the black box: An expended edition*, pp. 211–217. New York: Springer.
- Entrialgo, M. y Iglesias, V. (2017). Are the intentions to entrepreneurship of men and women shaped differently? the impact of entrepreneurial role-model exposure and entrepreneurship education. *Entrepreneurship Research Journal*, 8(1), 1-14. <https://doi.org/10.1515/erj-2017-0013>
- Esfandiar, Kourosh; Sharifi-Tehrani, Mohamad; Pratt, Stephen; Altinay, Levent, (2019). Understanding entrepreneurial intentions: A developed integrated structural model approach. *Journal of Business Research*, 94, pp. 172–182.
- García, D. C., Martínez, S. F., & Moreno, J. (2015). Assessing the impact of the entrepreneurs education programme on participants' entrepreneurial intentions. *RUSC Universities and Knowledge Society Journal*.
- García, F., Gil, E., Ruiz, I. y Gutiérrez, D. (2017). Entrepreneurial process in peripheral regions: the role of motivation and culture. *European Planning Studies*, 25(11), 2037-2056. <https://doi.org/10.1080/09654313.2016.1262827>

- García, J. C. S., Ward, A., Morúa, G. V., Daza, J. L. F., & Sánchez, B. H. (2018). How does cultural norms influence entrepreneurial intention?: a cross cultural study. *Journal of Business*, 10(1), 52-69.
- Gartner, W. B., Carter, N. M., & Reynolds, P. D. (2010). Entrepreneurial behavior: Firm organizing processes. In *Handbook of entrepreneurship research*, pp. 99-127. Springer, New York, NY.
- Gedeon, S. A. (2017). Measuring student transformation in entrepreneurship education programs. *Education Research International*.
- Gielnik, M. M., Zacher, H., & Wang, M. (2018). Age in the entrepreneurial process: The role of future time perspective and prior entrepreneurial experience. *Journal of Applied Psychology*, 103(10), 1067.
- Global entrepreneurship research association (2017). *Global Entrepreneurship Monitor. Global Report 2016/17*. Recuperado em 10 de junho de 2019: <http://www.gemconsortium.org/report/49812>
- Global entrepreneurship research association (2018). *Global Entrepreneurship Monitor. Global Report 2018*. Recuperado em 09 de outubro de 2019: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>
- Hansemack, O. C. (2003). Need for achievement, locus of control and the prediction of business start-ups: A longitudinal study. *Journal of Economic Psychology*, 24(3), 301–319. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(02\)00188-5](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(02)00188-5).
- Hatak, I., Harms, R. y Fink, M. (2015). Age, job identification, and entrepreneurial intention. *Journal of Managerial Psychology*, 30(1), 38-53. Recuperado no dia 20 de junho de 2019 <https://doi.org/10.1108/JMP-07-2014-0213>.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2017). *Divisão Regional do Brasil*. Consultado em 22 de novembro de 2019: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv2269_1.pdf.
- Juschten, M., Jiricka-Pürner, A., Unbehauen, W., & Hössinger, R. (2019). The mountains are calling! An extended TPB model for understanding metropolitan residents' intentions to visit nearby alpine destinations in summer. *Tourism Management*, 75, 293-306.
- Kautonen, T., M. Gelderen, and M. Fink (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39(3), 655–674.
- Knauder, H., & Koschmieder, C. (2018). Einstellungen und Einschätzung der Wirk-samkeit individueller Förderung in der Grundschule seitens Studierender des Bachelorstudiums Primarstufe. *Von der Wissenschaft in*

die Praxis?: Zum Verhältnis von Forschung und Praxis in der Bildungsforschung, 107.

- Koe, W. L., Sa'ari, J. R., Majid, I. A., & Ismail, K. (2012). Determinants of entrepreneurial intention among millennial generation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 40, 197-208.
- Krueger, N. F. (2009). Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. In A. Carsrud, & M. Brännback (Eds.). *Understanding the entrepreneurial mind: Opening the black box*, pp. 51–72. New York: Springer.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0).
- Liguori, E., Bendickson, J. y McDowell, W. (2018). Revisiting entrepreneurial intentions: a social cognitive career theory approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(1), 67-78. Recuperado em 15 de julho de 2019 <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0462-7>
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617.
- Mamun, A. A., Nawi, N. B. C., Mohiuddin, M., Shamsudin, S. F. F. B., & Fazal, S. A. (2017). Entrepreneurial intention and startup preparation: A study among business students in Malaysia. *Journal of Education for Business*, 92(6), 296-314.
- Marchiori, D. M., Madeira, M. J. A., & Dinis, A. do R. L. (2018). Antecedents of entrepreneurial and intrapreneurial intentions: Evidence from Brazil. *RACE, Revista de Administração, Contabilidade e Economia*, 17(3), 913-926. Retirado de <http://editora.unoesc.edu.br/index.php/race>
- Mhango, M. W. (2006). Assessing entrepreneurial career intentions of family and consumer. Sciences students in higher education. ProQuest Dissertation & Theses *The Humanities and Social Sciences Collection*.
- Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., Rubio, S., & Pérez-Mayo, J. (2017). Academic entrepreneurial intention: the role of gender. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*.
- Mohd, N., Maat, S., & Che Mat, S. (2014). *Factors influencing entrepreneurial intention among engineering technology students*.
- Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2012). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of career development*, 39(2), 162-185.

- Nabi, G., Liñán, F., Iakovleva, T., Kolvereid, L., & Stephan, U. (2011). *Entrepreneurial intentions in developing and developed countries*. Education+ Training.
- Nguyen, Anh Tuan, Do, Thi Hai Ha, Vu, Thi Bich Thao, Dang, Kim Anh, Nguyen, Hoang Long (2019). Factors affecting entrepreneurial intentions among youths in Vietnam. *Children and Youth Services Review*, 99 (2019) 186–193. Recuperado no dia 10 de junho de 2019: <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.01.039>
- Orlova, L., Gagarinskaya, G., Gorbunova, Y., & Kalmykova, O. (2018). Start-ups in the field of social and economic development of the region: a cognitive model. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 5(4), 795-811.
- Ozaralli, N. Y. & Rivenburgh, N. K. (2016) Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the USA and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(3), 1-32.
- Paço, A. M. F., Ferreira, J. M., Raposo, M., Rodrigues, R. G., & Dinis, A. (2011). Behaviours and entrepreneurial intention: Empirical findings about secondary students. *Journal of International Entrepreneurship*, 9(1), 20–38. <https://doi.org/10.1007/s10843-010-0071-9>.
- 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.
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A metaanalytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291–332.
- Schwarz, E. J., Wdowiak, M. A., Almer-Jarz, D. A., & Breitenacker, R. J. (2009). *The effects of attitudes and perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent*. Education+ Training.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.). *The encyclopedia of entrepreneurship*, pp. 72–90. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Sharma, L., & Madan, P. (2014). Effect of individual factors on youth entrepreneurship—a study of Uttarakhand state, India. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 4(1), 3.
- Setti, Z. (2017). Entrepreneurial intentions among youth in MENA countries: Effects of gender, education, occupation and income. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 30(3), 308-324. Recuperado em 10 de junho de 2019: <https://doi.org/10.1504/IJESB.2017.081952>
- Silveira, Y., Cabeza, D. y Fernández, V. (2016). Emprendimiento: perspectiva cubana en la creación de empresas familiares. *European Research on*

Management and Business Economics, 22(2), 70-77. <https://doi.org/10.1016/j.iedee.2015.10.008>

- Song, L., & Winkler, C (2014). China's trans-regional entrepreneurship: A panel data analysis of 31 provinces. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 6(3), 202-222.
- Steinmetz, H., Knappstein, M., Ajzen, I., Schmidt, P., & Kabst, R. (2016). How effective are behavior change interventions based on the theory of planned behavior?. *Zeitschrift für Psychologie*.
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11(4), 17–27.
- Sumathi, P., Ahamed, S. y Karthikeyan, M. (2018). Descriptive research study on factors influencing entrepreneurial intention among engineering students in Virudhunagar District. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 10(1 Special Issue), 605611.
- Summers, D. (1998), An empirical investigation of personal and situational factors that relate to the formation of entrepreneurial intentions. Doctoral dissertation, *University of North Texas, Ann Arbor, MI: UMI Dissertation Services*
- Tamayo, J. M. A., Tarapuez, E., & Vasquez, J. C. (2020). Application of a Fuzzy System to the Analysis of Entrepreneurial Intention in Brazil, Mexico, and Colombia. In *Senior Entrepreneurship and Aging in Modern Business*, pp. 237-258. IGI Global.
- Tarapuez, E., García, M. D., & Castellano, N. (2018). Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío (Colombia). *Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales*, 28(67), 123-135.
- Tsai, K. H., Chang, H. C., & Peng, C. Y. (2016). Refining the linkage between perceived capability and entrepreneurial intention: Roles of perceived opportunity, fear of failure, and gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 1127-1145.
- Turker, D., & Selcuk, S. S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students?. *Journal of European industrial training*.
- Wang, C. L., & H. Chugh (2014). Entrepreneurial learning: past research and future challenges. *International Journal of Management Reviews*, 16, 24–61.
- Wang, D., Wang, L. & Chen, L. (2017). Unlocking the influence of family business exposure on entrepreneurial intentions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-24 [article in press]. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0475-2>

- Wennekers, S., Van Wennekers, A., Thurik, R., & Reynolds, P. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small business economics*, 24(3), 293-309.
- Yordanova, D. I., & Tarrazon, M.-A. (2010). Gender differences in entrepreneurial intentions: Evidence from Bulgaria. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(03), 245–261.
<https://doi.org/10.1142/s1084946710001543>.
- Zhang, Y., Duysters, G., & Cloudt, M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International entrepreneurship and management journal*, 10(3), 623-641.
- Zhao, H., S. E. Seibert, and G. T. Lumpkin (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: a meta-analytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381–404.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

PESQUISA SOBRE O QUE LEVA BRASILEIROS A EMPREENDER

Sou aluno do Mestrado em Contabilidade e Administração da Fucape Business School/MA. Estou realizando uma pesquisa com o objetivo de conhecer o que leva brasileiros a intenção empreendedora. Portanto, eu gostaria de contar com sua colaboração para responder esse breve questionário sobre suas percepções a respeito do empreendedorismo. Para isso, leia atentamente as instruções e responda de acordo com seu grau de concordância em relação às afirmações que serão apresentadas a seguir. As respostas serão coletadas de forma anônima e confidencial, portanto não será necessário se identificar. O tempo estimado para responder à pesquisa é de no máximo 10 minutos. Agradeço por sua disponibilidade e contribuição. Por fim, registro que não existe resposta certa ou errada, as sentenças a seguir analisarão apenas o seu grau de concordância ou discordância com as afirmações apresentadas.

Atenciosamente,
Ulisses Diego Pinto da Silva

EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo significa empreender, resolver um problema ou situação complicada. É um termo muito usado no âmbito empresarial e muitas vezes está relacionado com a criação de empresas ou produtos novos. Empreender é também agregar valor, saber identificar oportunidades e transformá-las em um negócio lucrativo.

Fonte: <https://www.significados.com.br/empreendedorismo/>

1. Qual a sua situação como um empreendedor: * Marcar apenas uma opção.

Eu não tenho a intenção de ter um negócio próprio. Pare de preencher este formulário. Eu pretendo ter o meu próprio negócio.

Eu tenho meu próprio negócio e está em operação.

Eu já tive meu próprio negócio e pretendo voltar a ter.

Eu já tive meu próprio negócio e não pretendo voltar a ter. Pare de preencher este formulário.

Para responder as próximas questões, selecione entre 1 a 5 a opção que mais lhe representa, considerando 1 (discordo totalmente) até 5 (concordo totalmente) para cada questão alternativa:

2.Abrir e operar uma empresa é fácil para mim. * Marcar apenas uma opção.

1 2 3 4 5

3.Eu acredito que não posso / é difícil iniciar meu próprio negócio.

1 2 3 4 5

4.Eu posso controlar o processo de criação de um novo negócio.

1 2 3 4 5

5.Se eu montar meu próprio negócio, é mais provável que eu seja bem-sucedido.

1 2 3 4 5

6.É difícil para mim desenvolver uma ideia de negócio.

1 2 3 4 5

7.Eu sei o que fazer para criar um negócio.

1 2 3 4 5

8.Eu tenho muitas vantagens / possibilidades para me tornar (manter) empresário (a) / proprietário (a) de um negócio.

1 2 3 4 5

9.Tornar-me (manter-me) empresário (a) / proprietário (a) de um negócio é atraente para mim. 1 2 3 4 5

10.Se houver oportunidades e recursos, vou montar (manter) meu próprio negócio.

1 2 3 4 5

11.Tornar-me (manter-me) empresário (a) / proprietário(a) de um negócio me deixará feliz.

1 2 3 4 5

12.1Ser empresário (a) / proprietário (a) de um negócio é minha paixão e minha orientação profissional.

1 2 3 4 5

13.Eu sou o tipo que sempre quer alcançar grandes conquistas no trabalho e sucesso na carreira.

1 2 3 4 5

14.Para mim, o fracasso é natural dos negócios.

1 2 3 4 5

15.Eu penso que o sucesso ou fracasso depende de mim mesmo, não dos outros e das circunstâncias.

1 2 3 4 5

16. Eu gosto de cumprir minhas metas (ou tarefas a mim atribuídas).

1 2 3 4 5

17. Quando eu tiver tempo, voltarei a um trabalho inacabado e terminarei com ele.

1 2 3 4 5

18. Eu, frequentemente, gasto muito tempo aprendendo coisas novas na minha vida.

1 2 3 4 5

19. No Brasil, o governo incentiva o empreendedorismo.

1 2 3 4 5

20. A economia brasileira oferece muitas oportunidades para empreendedores.

1 2 3 4 5

21. Não é fácil obter empréstimo de um banco para iniciar um negócio no Brasil.

1 2 3 4 5

22. Legislação e regulamentação, no Brasil, dificultam a formação de novos negócios.

1 2 3 4 5

23. Eu já vi boas oportunidades para iniciar um negócio.

1 2 3 4 5

24. Eu identificarei uma boa oportunidade de negócio num futuro próximo.

1 2 3 4 5

25. Eu estou disposto a fazer qualquer coisa para me tornar (manter) um empreendedor (a).

1 2 3 4 5

26. Eu farei o meu melhor para começar (manter) e administrar (continuar administrando) o meu negócio.

1 2 3 4 5

27. Eu não estou realmente confiante em iniciar (manter) meu próprio negócio.

1 2 3 4 5

28. Eu decidi criar (manter) uma empresa no futuro.

1 2 3 4 5

29. Minha meta profissional é me tornar (continuar sendo) um empreendedor.

1 2 3 4 5

30. Eu não penso seriamente em começar (continuar operando) um negócio.

1 2 3 4 5

31. Eu estou determinado a criar (manter) meu próprio negócio ou me tornar (continuar) sócio (a) no futuro próximo.

1 2 3 4 5

32. Eu pensei seriamente em começar (manter) um negócio.

1 2 3 4 5

33. A probabilidade de iniciar (manter) meu próprio negócio ou me tornar (continuar) sócio (a) é alta nos próximos 3 anos.

1 2 3 4 5

34. Em qual cidade/estado você reside? _____

35. Qual é a sua idade?

18 a 25 anos

26 a 33 anos

34 a 41 anos

42 a 49 anos

Mais de 50 anos

36. Qual o gênero que você mais se identifica?

Masculino

Feminino

Prefiro não informar

37. Qual é sua faixa de renda mensal?

Até R\$ 2.000,00

De R\$ 2.001,00 até R\$ 4.000,00

De R\$ 4.001,00 até R\$ 8.000,00

De R\$ 8.001,00 até R\$ 12.000,00

Acima de R\$ 12.001,00

38. Qual é a sua escolaridade?

Ensino Fundamental

Ensino Médio/Técnico

Ensino Superior

Pós-Graduação/Especialização

Mestrado/Doutorado

Outro

Pequisa Finalizada! Obrigado!