



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA – UFBA**  
**ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO**  
**NÚCLEO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – NPGA**

*Doutorado*

**ALECIANE DA SILVA MOREIRA FERREIRA**

**INTENÇÃO DE CARREIRA EMPREENDEDORA DE ESTUDANTES**  
**UNIVERSITÁRIOS: REVISÃO DE LITERATURA E ESTUDOS**  
**EMPÍRICOS**

**SALVADOR**

**2017**

**ALECIANE DA SILVA MOREIRA FERREIRA**

**INTENÇÃO DE CARREIRA EMPREENDEDORA DE ESTUDANTES  
UNIVERSITÁRIOS: REVISÃO DE LITERATURA E ESTUDOS  
EMPÍRICOS**

Tese apresentada ao Núcleo de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Bahia, como requisito à obtenção do título de doutora em Administração.

**ORIENTADORA:**

PROFA. DRA. ELISABETH LOIOLA

**CO-ORIENTADORA:**

PROFA. DRA. SÔNIA MARIA GUEDES GONDIM

SALVADOR

2017

Escola de Administração - UFBA

F383 Ferreira, Aleciane da Silva Moreira.

Intenção de carreira empreendedora de estudantes universitários:  
revisão de literatura e estudos empíricos / Aleciane da Silva Moreira  
Ferreira. – 2017.

169 f.

Orientador: Profa. Dra. Elisabeth Loiola.

Coorientadora: Profa. Dra. Sônia Maria Guedes Gondim.

Tese (doutorado) – Universidade Federal da Bahia, Escola de  
Administração, Salvador, 2017.

1. Empreendedorismo. 2. Intenção empreendedora.

3. Estudantes universitários. 4. Antecedentes individuais e contextuais.

I. Universidade Federal da Bahia. Escola de Administração. II. Título.

CDD – 658.421




ATA DA DEFESA PÚBLICA DA TESE DE **ALECIANE DA SILVA MOREIRA FERREIRA** ALUNA DO CURSO DE DOUTORADO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA.


Aos dez dias do mês de março do ano dois mil e dezessete, às nove horas, na sala 20, da Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia, a comissão julgadora eleita pelo Colegiado deste Núcleo de Pós-Graduação, composta pelos Professores Dra. **Elisabeth Regina Loiola da Cruz Souza**, orientadora (EAUFBA/NPGA); Dr. **Cícero Roberto Pereira** (UFPB); Dr. **Roberto Brasileiro Paixão** (EAUFBA/NPGA); Dra. **Maria Leny Souza Oliveira** (UEFS) e Dr. **Edmilson de Oliveira Lima** (UNINOVE), se reuniu em sessão pública deste Colegiado para julgar o trabalho de tese, intitulada: "INTENÇÃO DE CARREIRA EMPREENDEDORA DE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS: REVISÃO DE LITERATURA E ESTUDOS EMPÍRICOS" de autoria de **ALECIANE DA SILVA MOREIRA FERREIRA**. Realizada a defesa pública da tese, a aluna foi submetida à arguição pela comissão julgadora e ao debate. Em seguida, a comissão julgadora, após analisar a defesa da tese feita pela aluna, concluiu que esta merece ser aprovada.....


Nada mais havendo a ser tratado, esta comissão julgadora encerrou os trabalhos do qual lavrei a presente ata que, após lida e aprovada, vai assinada por mim, Elisabeth Regina Loiola da Cruz Souza, orientadora, pelos demais membros da banca, pelo Coordenador deste Núcleo de Pós-Graduação, e pela aluna.


Salvador, 10 de março de 2017.


  
Prof<sup>a</sup>. Dra. **Elisabeth Regina Loiola da Cruz Souza** - Orientadora  
Doutora em Administração pela Universidade Federal da Bahia  
Professora Titular da Universidade Federal da Bahia

  
Prof. Dr. **Roberto Brasileiro Paixão**  
Doutor em Administração - UFBA  
Coordenador do NPGA/UFBA

  
Prof. Dr. **Cícero Roberto Pereira**  
Doutor em Psicologia Social pelo Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa  
Professor Adjunto da Universidade Federal do Paraíba

  
Prof. Dr. **Roberto Brasileiro Paixão**  
Doutor em Administração da Universidade Federal da Bahia  
Professor Adjunto da Universidade Federal da Bahia

  
Prof<sup>a</sup>. Dra. **Maria Leny Souza Oliveira**  
Doutora em Desenvolvimento Regional e Urbano pela Universidade Salvador  
Professora Adjunta da Universidade Estadual de Feira de Santana

  
Prof. Dr. **Edmilson de Oliveira Lima**  
Doutor em Administração pelo École des Hautes Études Commerciales de Montréal, Canadá  
Professor da Universidade Nove de Julho

  
**Aleciane da Silva Moreira Ferreira**  
Doutoranda



**INTENÇÃO DE CARREIRA EMPREENDEDORA DE ESTUDANTES  
UNIVERSITÁRIOS: REVISÃO DE LITERATURA E ESTUDOS  
EMPÍRICOS**

TESE DEFENDIDA E APROVADA EM 10 DE MARÇO DE 2017.

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof. Dra. Elisabeth Loiola  
Universidade Federal da Bahia - UFBA  
Orientadora

---

Prof. Dra. Maria Leny Souza Oliveira  
Universidade Estadual de Feira de Santana – UEFS

---

Prof. Dr. Cícero Roberto Pereira  
Universidade Federal da Paraíba – UFPB

---

Prof. Dr. Edmilson de Oliveira Lima  
Universidade Nove de Julho – UNINOVE

---

Prof. Dr. Roberto Brasileiro Paixão  
Universidade Federal da Bahia - UFBA

## Agradecimentos

Se meus joelhos não doessem mais  
Diante de um bom motivo que me traga fé  
Se por alguns segundos eu observar  
E só observar, a isca e o anzol, a isca e o anzol  
Ainda assim estarei pronta pra comemorar  
Se eu me tornar menos faminta e curiosa  
O mar escuro trará o medo  
Lado a lado com os corais mais coloridos  
Valeu à pena, Êh! Êh!  
Sou pescadora de ilusões  
Se eu ousar catar na superfície de qualquer manhã  
As palavras de um livro sem final, sem final, final  
Valeu à pena, Êh! Êh!  
Sou pescadora de ilusões.  
(O Rappa – Pescador de Ilusões)

Às vezes me lembro de quando era adolescente e tudo não passava de um sonho. Da roça à Universidade. Não há como não fazer essa retrospectiva rememorada pelos principais veículos de comunicação nacional e regional. Minha história inspirou muitos jovens, especialmente em minha cidade, e pude comprovar o quanto o contato com experiências reais positivas aumenta a crença nos sonhos e em sua realização.

Venci/venço medos, barreiras, preconceitos, saudades (aprendi a lidar), frustrações, incertezas. Tenho consciência de que precisei me esforçar muito para alcançar o nível intelectual mínimo necessário para um doutorado. O que posso afirmar com propriedade é que a educação transforma e quando se quer, aprende. Reconheço que o nosso modelo de desenvolvimento é desigual, não favorecendo como gostaríamos a pseudo inclusão. Também sei que sem as necessidades básicas atendidas não se aprende, mas mesmo diante deste cenário inevitável em nossa sociedade, podemos dizer que há esperanças e oportunidades; algumas criamos; outras identificamos.

Há quem diga que tive sorte; há quem diga que tive mérito, mas ambas não são excludentes. Sorte, porque meu coração sempre foi inclinado à educação. Por mais desafiador que fosse o meu contexto, havia algo que me fazia querer mais. Também porque encontrei pessoas especiais em minha vida; como diz Gonzaguinha em sua canção Caminhos do

Coração “*e aprendi que se depende sempre de tanta, muita, diferente gente*”. E sem minha busca incessante pelo conhecimento, nada disso aconteceria. Como assinala Bourdieu (1983), algumas pessoas conseguem, mediante muito esforço, por meio da utilização do sistema de ensino, romper com as condições socioeconômicas e culturais de origem, alcançando longas escolarizações e ascensão profissional e social.

São 13 anos, desde que saí da pequena Nova Fátima, desbravando outras culturas, construindo e desconstruindo. Tempo suficiente para refletir sobre a escolha que fiz, acreditar que foi o que realmente quis e perceber que há um oceano à minha frente. Não há como traduzir tudo o que foi vivido em poucas linhas, por óbvio, mas tentarei expressar os meus sinceros agradecimentos a todos os atores envolvidos especialmente nesta fase de minhavida.

Sou grata, sobretudo, a Deus. Minha fortaleza, Meu refúgio e Meu colo.

Aos meus grandes exemplos de humildade, disciplina, coragem, força e fé: meus queridos pais Oresto e Floripes. Sertanejos marcados simultaneamente pela dificuldade, esperança, espiritualidade e alegria. Este momento traz uma explosão de sentimentos que não consigo defini-los. Parafrazeando Amitaba, “não sei se rio ou se choro; não sei se choro ou se grito”. Simplesmente sinto. Poder dividir este momento com as pessoas mais especiais de minha vida não tem preço.

Nesta caminhada sempre esteve ao meu lado meu marido Beline, apoiando e compreendendo as fases de minha vida. Sua torcida, seu amor, carinho e cuidado foram/são imprescindíveis em todas as fases vividas até aqui e que ainda viveremos.

Também estiveram torcendo os meus irmãos (Roze, Elenilda, Adelton, Elielton, Osmar e Orlando) e toda a minha família. Compreendem esta escolha de modo muito positivo e sempre vibram com cada degrau alcançado.

Nesta trajetória, ganhei outra família. O grupo de pesquisa “Emoções, sentimentos e afetos no contexto de trabalho” faz juz ao nome. É muito afeto emanado deste grupo, além do imprescindível suporte na aprendizagem. Desde 2008 que o integro e posso afirmar que fazer parte dele fez muita diferença em minha caminhada. Obrigada, irmãos-amigos.

Ganhei também os amigos-irmãos do NPGA – Núcleo de Pós Graduação em Administração, “da turma diferenciada” (rs). Com vocês aprendi a aprender com leveza. Aos professores do Núcleo, meus agradecimentos pelas disciplinas com conteúdos que jamais esquecerei e que me faziam sair com a alma alimentada. Vocês são sensacionais! Não posso deixar de agradecer a Anaélia, profissional e pessoa exemplar que o NPGA possui, e a todos os demais servidores do Núcleo, que nos bastidores fazem as coisas acontecerem.

A vida me deu duas mães acadêmicas: minha orientadora Bete Loiola e minha coorientadora Sônia Gondim.

Bete sempre me apoiou e foi empática em minhas decisões. Muito coerente e competente no que se propõe a fazer, lapidou o meu conhecimento e orientou-me com maestria.

Soninha me acompanha desde os meus primeiros passos como pesquisadora. Sem palavras para te agradecer, sinto-me abraçada por você. Tens minha admiração e meu carinho de sempre.

Ambas me propiciaram redes de relações preciosas. Agradeço imensamente ao professor Cícero, da Universidade Federal da Paraíba, pela disponibilidade e disposição para me ensinar modelagens de equações estruturais.

Agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES – pelo apoio financeiro a esta pesquisa; a Associações Estudantis e Empresas juniores da região de Salvador, Feira de Santana, Recôncavo, Sul e Sudoeste da Bahia e aos estudantes da UFBA que responderam ao *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey - GUESSS Brasil*.

Agradeço também a tia Ilderí e a Larissa, pelo apoio e acolhimento em sua casa sempre que precisei.

Por fim, a todos os lugares aonde já cheguei e a todas as pessoas que fizeram e fazem parte de minha vida, direta ou indiretamente, obrigada por tudo. “*Valeu a pena, Êh, Êh, sou pescador de ilusões*”.



Ferreira, Aleciane da Silva Moreira. Intenção de Carreira Empreendedora de Estudantes Universitários: revisão de literatura e estudos empíricos. 2017 169 f. Tese (Doutorado) – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia.

### Resumo

No estágio atual da agenda de pesquisa sobre intenção empreendedora (IE) de universitários, esforços têm sido empreendidos para identificar o que os levam a optar pela carreira empreendedora. Dentro dessa tendência mais ampla, estudos têm recorrido à teoria do comportamento planejado, proposta por Icek Ajzen, guiados pelas evidências de que esse modelo prediz eficazmente a intenção comportamental. A investigação de preditores e de moderadores da intenção empreendedora, dentre os quais destacam-se a atitude empreendedora, a norma subjetiva e o controle do comportamento, tem sido um importante foco de pesquisa no campo do empreendedorismo. Também investigações que permitem mapear a diversidade entre empreendedores (empreendedores experientes e potenciais, por sexo, por nacionalidade, etc.) e destes com não empreendedores têm se destacado, constituindo outro veio promissor de pesquisa. As pesquisas cujos resultados são relatados nesta tese inserem-se nestas duas grandes trajetórias de pesquisa e foram desenvolvidas com base em técnicas quantitativas (teste t, MEE) e em método qualitativo (entrevistas narrativas). Seus resultados são apresentados em quatro estudos: um de revisão de literatura e três de estudos empíricos. A revisão mapeou a literatura sobre antecedentes de intenção empreendedora de universitários, identificando crescente interesse por essa temática, mas também a inexistência de trabalho de revisão de bibliografia sobre esses antecedentes. Múltiplos trabalhos internacionais e, em muito menor escala no Brasil, exploram preditores individuais e contextuais da IE de estudantes universitários. Os principais preditores individuais são: traços pessoais, motivações de realização pessoal, atitude positiva, autoeficácia, percepção de controle, locus de controle interno, percepção de barreiras e criatividade. Os preditores contextuais são as famílias, a rede de amigos e a educação empreendedora. O segundo estudo comparou motivações, manejo de riscos e planejamento de negócios, utilizando teste t, entre dois grupos de universitários: um que pretendia iniciar o negócio em até um ano e outro que já possuía negócio há cinco anos. Os resultados mostraram que ambos os grupos aspiram colocar em prática o que aprenderam na universidade e são cautelosos ao risco. Evidenciaram também que os universitários potenciais empreendedores investem mais em planejamento e se motivam mais por questões sociais do que financeiras. O terceiro estudo testou o efeito moderador da orientação ao planejamento e da competência empreendedora na relação atitude x intenção empreendedora, por meio de modelagem de equações estruturais, evidenciando efeito moderador apenas da competência. O segundo e o terceiro estudos desta tese utilizaram o banco de dados da pesquisa GUESSS – *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*, uma pesquisa internacional que em 2013/2014 alcançou 34 países, incluindo o Brasil, que tem como objetivo acompanhar indicadores perceptivos de variáveis de nível individual e contextual do ambiente universitário relacionados ao empreendedorismo entre estudantes de nível superior. O quarto e último estudo investigou qualitativamente, por meio de entrevistas narrativas, os preditores individuais e contextuais do empreendedorismo na trajetória de universitários egressos de empresas juniores que abriram o próprio negócio. Após as análises detalhadas de cada caso, foi elaborado um modelo teórico que reúne aspectos pessoais e contextuais, que amplia a compreensão do poder explicativo dos antecedentes que levam os universitários a empreender. As estratégias metodológicas aqui empregadas poderão ser retomadas e

incrementadas em estudos futuros, contribuindo para maiores avanços teóricos e aplicações práticas dos antecedentes do empreendedorismo e da diversidade entre empreendedores e destes com não empreendedores, orientando políticas de suporte ao empreendedorismo.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Intenção empreendedora; Universitários; Antecedentes individuais e contextuais.



Ferreira, Aleciane da Silva Moreira. *Intenção de Carreira Empreendedora de Estudantes Universitários: revisão de literatura e estudos empíricos*. 2017 169 f. Tese (Doutorado) – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia.

### **Abstract**

At the current stage of the entrepreneurial intention (EI) of undergraduates, efforts have been made to identify what leads them to choose entrepreneurship. Within this broader trend, studies have resorted to the theory of planned behavior, proposed by Icek Ajzen, guided by evidence that model effectively predicts behavioral intention. Research predictors and moderators of entrepreneurial intention, among which we highlight the entrepreneurial attitude, subjective norm, and control behavior, has been a major research focus in the field of entrepreneurship. Investigations that also allow mapping the diversity between entrepreneurs (experienced and potential entrepreneurs, by sex, nationality, etc.) and of these with non-entrepreneurs have stood out, constituting another promising research. The researches whose results are reported in this thesis are inserted in these two great research trajectories and were developed based on quantitative techniques (t test, MEE) and qualitative method (narrative interviews). Their results are presented in four studies: one of literature review and three of empirical studies. The review mapped the literature on the antecedents of entrepreneurial intentions of university students, identifying an increasing interest in this subject, but also the lack of bibliographical review work on these antecedents. Multiple international studies, and to a much lesser extent in Brazil, explore individual and contextual predictors of EI of undergraduates. The main individual predictors are: personal traits, personal accomplishment motivations, positive attitude, self-efficacy, control perception, internal control locus, introjection of subjective norm, perception of barriers and creativity. The contextual predictors are the families, the network of friends and the entrepreneurial education. The second study compared motivations, risk management and business planning, using t-test, between two groups of university students: one that wanted to start the business in one year and another that had been in business for five years. The results showed that both groups aspire to put into practice what they learned at university and are cautious about risk. They have also shown that prospective college-age entrepreneurs invest more in planning and are more motivated by social issues rather than financial issues. The third study tested the moderating effect of planning orientation and entrepreneurial competence on the entrepreneur attitude x intention, through the modeling of structural equations, showing a moderating effect only on competence. The second and third studies of this thesis used the GUESS database - Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey, an international survey that in 2013/2014 reached 34 countries, including Brazil, that aims to follow perceptive indicators of variables of the individual and contextual level of the university environment related to entrepreneurship among higher education students. The fourth and last study qualitatively investigated, through narrative interviews, the individual and contextual predictors of entrepreneurship in the trajectory of university graduates from junior companies that opened their own business. After the detailed analyzes of each case, a theoretical model was elaborated that brings together personal and contextual aspects, which broadens the understanding of the explanatory power of the antecedents that lead the university students to undertake. As methodological tools used here, they were developed and increased in future studies, contributing to the most advanced theorists and the practical applications of the

antecedents of entrepreneurship and diversity between entrepreneurs and not with entrepreneurs, orienting policies to support entrepreneurship.

**Keywords:** Entrepreneurship; Entrepreneurial intention; Undergraduates; Individual and contextual antecedents.



## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b> – Estrutura da Tese-----	29
<b>Figura 2</b> – Publicações por ano-----	40
<b>Figura 3</b> – Síntese das conclusões-----	52
<b>Figura 4</b> – Modelo de moderação-----	90
<b>Figura 5</b> – Efeito da atitude na intenção em indivíduos com alta e baixa percepção de competências -----	91
<b>Figura 6</b> – Modelo teórico-----	119

## Lista de Tabelas

<b>Tabela 1</b> - Temas predominantes nas pesquisas nacionais revisadas-----	17
<b>Tabela 2</b> – Estudos empíricos analisados-----	36
<b>Tabela 3</b> – Estrutura fatorial da medida de criação do negócio-----	65
<b>Tabela 4</b> – Estrutura fatorial da medida de motivações individuais-----	66
<b>Tabela 5</b> – Correlação entre os fatores incluindo média e desvio padrão-----	67
<b>Tabela 6</b> – Comparação entre empreendedores potenciais e experientes-----	68
<b>Tabela 7</b> – Variáveis utilizadas no estudo-----	86
<b>Tabela 8</b> – Correlação entre as variáveis do estudo-----	89
<b>Tabela 9</b> – Temas utilizados na entrevista-----	103
<b>Tabela 10</b> – Pré-categorização dos temas-----	104
<b>Tabela 11</b> – Trajetórias situadas-----	118



## **Anexos**

<b>Anexo A</b> – Instrumento GUESSS Brasil-----	155
<b>Anexo B</b> – Roteiro da entrevista-----	169

## Sumário

<b>1. Apresentação geral</b> .....	17
1.1. Contextualização do tema e objetivos da pesquisa.....	17
1.2. Justificativa do estudo .....	25
1.2.1. Relevância .....	25
1.2.2. Inovação.....	26
1.2.3. Contribuições.....	27
<b>2. Estrutura do trabalho</b> .....	28
<b>Estudo 1 - Preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora entre Universitários: uma revisão de literatura</b> .....	30
1. Introdução .....	32
2. Referencial Teórico: Intenção Empreendedora .....	33
3. Método .....	34
4. Resultados e discussão.....	40
4.1.Descrevendo Antecedentes e Mediadores da Intenção Empreendedora: Nível Individual .....	41
4.2.Descrevendo Antecedentes da Intenção Empreendedora no Nível Contextual: Família e Educação Empreendedora.....	44
4.2.1. Família .....	44
4.2.2. Educação empreendedora .....	44
4.3.Analisando Diferenças entre os Países .....	48
5. Conclusões .....	51
<b>Estudo 2 - Motivações, Planejamento de Negócios e Manejo de Risco: Empreendedorismo entre Estudantes Universitários.....</b>	54
1. Introdução .....	56
2. Suporte teórico .....	58
2.1.Motivações orientadoras da carreira empreendedora de estudantes .....	58
2.2.Criação do negócio – Planejamento do negócio e manejo de riscos .....	60
2.3.Empreendedores potenciais e experientes .....	62
3. Método .....	63
3.1.Participantes .....	64
3.2.Instrumento GUESSS Brasil.....	64
3.3.Procedimentos de Coleta de dados .....	65

3.4.Tratamento dos grupos de itens: Criação de Negócios e Motivações .....	65
3.5.Procedimentos de análise de dados.....	67
4. Resultados .....	67
4.1.Principais motivações, planejamento do negócio e manejo do risco de empreendedores potenciais e experientes .....	67
4.2.Comparando empreendedores potenciais e experientes nas suas motivações e na criação do negócio .....	68
5. Discussão .....	69
6. Conclusões .....	72
<b>Estudo 3 - Atitudes e intenção empreendedora de universitários: analisando o papel moderador de competências empreendedoras e da orientação para o planejamento.....</b>	<b>75</b>
1. Introdução .....	77
2. Educação empreendedora no contexto universitário brasileiro .....	79
3. Atitude empreendedora e intenção empreendedora.....	81
4. Competências empreendedoras: a importância da autopercepção e do ambiente de aprendizagem .....	82
5. Orientação ao planejamento.....	83
6. Método .....	85
6.1.Participantes .....	85
6.2.Instrumento .....	86
6.3.Procedimentos de Coleta de dados .....	87
6.4.Hipóteses do estudo .....	87
6.5.Procedimentos de análise de dados.....	88
7. Resultados .....	89
7.1.Análise de correlações .....	89
7.2.Teste do modelo de moderação.....	90
8. Discussão e direções futuras .....	91
9. Implicações práticas e limitações.....	94
<b>Estudo 4 - Da intenção à ação empreendedora: estudo qualitativo de trajetórias de egressos de empresas juniores .....</b>	<b>96</b>
1. Introdução .....	98
2. Fatores individuais explicativos da trajetória empreendedora: motivação, atitude, propensão ao risco e planejamento do negócio.....	99

3. Fatores contextuais explicativos da trajetória empreendedora: ambiente familiar, redes de relacionamentos, educação empreendedora .....	101
4. Método .....	102
4.1.Participantes .....	102
4.2.Instrumento de coleta de dados.....	102
4.3.Procedimentos de Coleta de dados .....	103
4.4.Procedimentos de análise de dados.....	103
5. Resultados e discussões .....	105
5.1.Síntese dos relatos sobre os tópicos da entrevista por participante .....	106
5.2.Detalhamento dos resultados gerais e discussão por tema da entrevista .....	110
5.3.Trajетórias situadas .....	116
5.4.Proposição de um modelo compreensivo de trajetórias de egressos de empresas juniores.....	119
6. Conclusões .....	120
7. Limitações.....	122
8. Contribuições teórico-práticas .....	122
<b>Conclusões gerais .....</b>	<b>123</b>
<b>Referências.....</b>	<b>128</b>



# APRESENTAÇÃO GERAL

## 1. Apresentação geral

Esta apresentação aborda a contextualização do tema, os objetivos, as questões de pesquisa, a estrutura desta tese e a justificativa do estudo, detalhando a sua relevância, inovação e contribuição.

### 1.1 Contextualização do tema e objetivos da pesquisa

O empreendedorismo tornou-se amplamente reconhecido como o principal motor da economia de mercado desde Schumpeter (1934). No entanto, a pesquisa sobre empreendedorismo como disciplina acadêmica é relativamente jovem. Nas realizações de estudiosos do campo computam-se, todavia, várias tentativas para desenvolver um paradigma de pesquisa coerente (Katze & Gartner, 1988; Sarasvathy, 2001; Shane, 2012; Shane & Venkataraman, 2000; Stevenson & Jarillo, 1990). O panorama da pesquisa neste campo é, em grande medida, multiparadigmático na natureza, incluindo múltiplas abordagens sobre o que o empreendedorismo é, sobre como oportunidades empresariais são criadas e/ou identificadas, o que determina o desempenho de novos empreendimentos, e assim por diante (Ireland, Webb, & Coombs, 2005; Leitch, Hill, & Harrison, 2010).

No Brasil, recente revisão de literatura apontou que o enfoque principal nas pesquisas em empreendedorismo é em organizações (nível macro de análise), lançando mão de temas como redes e interações, desenvolvimento local e incubadoras de empresas, utilizando-se métodos qualitativos, especialmente estudos de casos (Ferreira, Loiola, & Gondim, 2016). A categorização das pesquisas brasileiras no campo do empreendedorismo ao longo dos últimos onze anos encontra-se na Tabela 1.

*Tabela 1*

Temas predominantes nas pesquisas nacionais revisadas

Temas	%
Redes e interações na promoção do empreendedorismo	10,0
Empreendedorismo feminino	9,0
Empreendedorismo social	6,3
Perfil empreendedor	5,4
Orientação empreendedora	5,4
Inovação e empreendedorismo	5,4
Religião e fomento ao empreendedorismo	4,5

Potencial empreendedor	3,6
Empreendedorismo e desenvolvimento local	3,6
Meios de obter recursos para empreender	3,6
Incubadoras de empresas e empreendedorismo	3,6
Empreendedorismo acadêmico	2,7
Competência empreendedora	2,7
Empreendedorismo institucional	2,7
Empreendedorismo corporativo	2,7
Capital humano e empreendedorismo	2,7
Empreendedorismo entre jovens	2,7
Educação empreendedora	2,7
Motivação para empreender	1,8
Atitude empreendedora	0,9
Intenção de carreira empreendedora	0,9
Planejamento do negócio	0,9
Empreendedorismo e propensão ao risco	0,9
Sustentabilidade e empreendedorismo	0,9
Investimento em novos mercados e empreendedorismo	0,9
Outros	13,5
Total	100,0

Fonte: Ferreira, Loiola e Gondim (2016)

A análise da Tabela 1 evidencia um grande conjunto de temas de pesquisa distribuído em 26 categorias. Apesar desse largo conjunto de temas, observa-se uma relativa concentração de interesses dos pesquisadores, tendo em vista que as cinco primeiras categorias de temas de pesquisa (redes e interações na promoção do empreendedorismo, empreendedorismo feminino, empreendedorismo social, perfil empreendedor e orientação empreendedora) reúnem mais de 36% dos trabalhos revisados, enquanto mais de 50% dos trabalhos revisados pertencem às 10 primeiras categorias.

Ressalta-se ademais que a relação entre religião e empreendedorismo vem despertando crescente interesse de pesquisadores, a exemplo de Serafim, Martes e Rodríguez (2012), e Serafim e Feuerschütte (2015), que enfatizam a segurança subjetiva, fé e esperança como fatores de promoção ao empreendedorismo religioso, o qual fomenta a inclusão e a ascensão social, entre outros objetivos. Também foram identificados estudos sobre relações de trabalho como possíveis antecedentes ao empreendedorismo (e.g., Beyda & Casado, 2011), formação de organizações não governamentais (e.g., Rossoni & Teixeira, 2008), associações

econômicas de pessoas com menor poder aquisitivo (e.g., Gaiger, 2009) e rede de cooperação entre empresas (e.g., Schreiber, Bessi, Puffal, & Tondolo, 2013). Esses estudos mostram que relações do indivíduo com o seu ambiente podem funcionar como facilitadoras de adesão ao empreendedorismo.

Destaca-se também que o tema central desta tese, intenção de carreira empreendedora (IE), foi objeto de estudo de apenas 0,9% dos artigos revisados (e.g., Lima, Lopes, Nassif, & Silva, 2015), assim como outros temas correlacionados receberam pouca atenção, a exemplo de competência empreendedora (2,72%) (e.g., Mello, Leão, & Paiva Jr., 2006); educação empreendedora (2,72%) (e.g., Rocha & Freitas, 2014), motivação para empreender (1,8%) (e.g., Vale, Corrêa, & Reis, 2014), planejamento do negócio (0,9%) (e.g., Gomes, Salerno, Fleury, & Saraiva Jr., 2014), atitude (0,9%) (e.g., Souza, Lopez Jr., Bornia, & Alves, 2013) e empreendedorismo e propensão ao risco (0,9%) (e.g., Faury & Carvalho, 2013). Tal constatação difere do quadro internacional cujos estudos sobre IE têm evoluído positivamente e com força (Liñán & Fayolle, 2015; Walter & Heinrichs, 2015; Ferreira, Loiola & Gondim, *no prelo*).

Internacionalmente, o nível micro de análise (focado no indivíduo) é mais evidente, com enfoques em perfil e características de empreendedores e antecedentes que levam o indivíduo a empreender, e os métodos de investigação são mais robustos, como estudos longitudinais, abordagens multiníveis e modelagem de equações estruturais (MEE) (Wang & Jessup, 2014). Esse cenário abre um veio promissor de pesquisas nacionais que explorem o nível micro de análise, como as atitudes empreendedoras, as motivações empreendedoras, o planejamento, a assunção de risco, as competências empreendedoras, entre outros temas.

O número de empreendedores é grande e muito heterogêneo, pelo menos da perspectiva de um certo número de pesquisadores (e.g., Carland, Hoy, Boulton, & Carland, 1984; Carland, Carland, & Pearce, 1995; Gartner, 1985; Schumpeter, 1934; Stewart Jr. & Roth, 2001). Para esses autores há muitas diferenças entre os próprios empreendedores, bem como entre empreendedores e não empreendedores, tais como diferenças de comportamento pró inovação; de identificação de oportunidades de negócios; de motivações e de assunção de riscos.

Para atender a essa diversidade, a maioria das economias avançadas tem extensa política sobre empreendedorismo influenciada por ideias e recomendações, algumas vezes baseadas em evidências empíricas e teóricas mas outras, não, as quais contribuem para educadores, programas de formação em empreendedorismo, decisores políticos, fornecedores

de capital para novos empreendimentos, profissionais que estão dispostos e são capazes de expandir seus conhecimentos e experiências e consultores empresariais (Frese, Rousseau, & Wiklund, 2014).

Os programas de formação em empreendedorismo podem levar em conta os aspectos individuais (atributos e características) e contextuais (ambiente) que levam os indivíduos a empreenderem. As universidades/faculdades têm, assim, importante papel e responsabilidade nessa formação, promovendo em seus cursos e em outras atividades o desenvolvimento por seu alunado de competências empreendedoras diversas (Zampier & Takahashi, 2011).

Os estudantes universitários têm evidenciado expressivo e crescente interesse por essa carreira (Linan e Fayolle, 2015), talvez por ela propiciar mais autonomia, flexibilidade, realização pessoal e profissional, criatividade, além de poderem colocar em prática o que aprenderam em sua formação universitária, aspectos nem sempre encontrados na carreira de empregados.

Embora seja uma carreira que desperta algumas críticas em alguns ambientes acadêmicos, sob o argumento de que alimenta o capitalismo, ela não se restringe a aspectos meramente econômicos. O empreendedorismo social, por exemplo, tem ganhado destaque no Brasil (Kuyumjian, Souza, & Sant'anna, 2014) e visa à melhoria da sociedade em geral ou da comunidade local. Adotar comportamento empreendedor contribui tanto para a vida profissional como pessoal.

Alguns estudos (e.g., Sesen & Pruett, 2014; Lima, Nassif, Lopes, & Silva, 2014) apontam que estudantes universitários de países em desenvolvimento são mais propensos a criar negócios do que em países desenvolvidos. Esse interesse pelo empreendedorismo está positivamente relacionado à busca por aspiração, a conforto, a estilo de vida, a compromisso e à prosperidade, mesmo existindo desafios contextuais e pessoais, tais como financeiros, falta de apoio de organizações governamentais, habilidades deficientes, problemas na oferta de crédito, de infra-estruturas, de instalações tecnológicas, de consciência no campo empresarial (Achchuthan & Nimalathan, 2012<sup>a</sup>; Maalu, Nzuve, & Magutu, 2010).

Na revisão dos últimos trinta anos de pesquisa centrada em variáveis que levam as pessoas a se tornarem empreendedoras, Walter e Heinrichs (2015) evidenciaram a intenção empreendedora – IE - como uma variável importante de estudo, principalmente, pelas teorias do evento empreendedor (EE), de Shapero (1985), e do comportamento planejado (TCP), de Ajzen (1991), embora reconheçam a contribuição de outras teorias e modelos (eg., orientação da atitude empreendedora (EAO), modelo potencial empreendedor (EPM) e modelo de



Davidsson).

A IE é definida como uma projeção pessoal de ações e metas futuras a serem implementadas para se desenvolver o próprio negócio (Fini, Grimaldi, Marzzochi, & Sobrero, 2009). A teoria do evento empreendedor, de Shapero (1985), preconiza que intenções para iniciar um negócio derivam de percepções de desejabilidade e de viabilidade e de propensão para agir de acordo com as oportunidades. Shapero (*op. cit*) definiu desejabilidade percebida como a atratividade pessoal de começar um negócio (eg., desejo, afeto), incluindo os impactos tanto intra como extrapessoais. Já a viabilidade percebida é quando a pessoa acredita que pode executar pessoalmente um determinado comportamento (Bandura, 1982). A propensão para agir, por sua vez, refere-se à disposição pessoal de tomar uma decisão, assim refletindo aspectos volitivos de intenções ("Eu vou fazer"). Neste modelo, presume-se ser difícil imaginar intenções bem formadas sem alguma propensão para agir. Conceitualmente, propensão para agir depende das percepções de controle, ou seja, o desejo de se ter o controle nas tomadas de decisão.

O modelo de Ajzen (1991), teoria do comportamento planejado – TCP, é derivado da teoria da ação racional ou refletida (e.g., Ajzen & Fishbein, 2005) e é o mais utilizado para avaliar intenção empreendedora em todo o mundo (Engle et al., 2010). As teorias da ação racional e do comportamento planejado (Ajzen, 1991) postulam que os seres humanos buscam e avaliam informações disponíveis para tomar decisões sobre suas ações e comportamentos. O esforço das duas teorias é no sentido de compreender os antecedentes individuais e contextuais (no nível perceptivo) que levariam cada pessoa a manifestar uma intenção comportamental, por exemplo, decidir empreender. A suposição é a de haver forte relação entre intenção, disposição para, e o comportamento futuro (Loiola, Gondim, Pereira, & Ferreira, 2016).

Para a teoria da ação racional e do comportamento planejado, as atitudes (individuais) e as normas subjetivas (contexto) funcionariam como antecedentes da intenção comportamental. Atitudes se referem à avaliação afetiva que os indivíduos fazem de um objeto social que leva à atratividade ou ao distanciamento do objeto alvo da atitude (Jones, Kirkland, & Cunningham, 2014) e funcionam como preditores do comportamento, porque fazem com que a pessoa tenda a exibir comportamentos congruentes com o afeto despertado pelo objeto. Contudo, as atitudes não são suficientes para predizer comportamentos, pois se distanciam dele (e.g., Ajzen & Fishbein, 2005). Variáveis proximais, a exemplo da intenção comportamental, cumprem papel de preditores mais relevantes, apesar de saber-se que não há

uma perfeita correspondência entre intenções e comportamento. “Entretanto, as pessoas usualmente agem em acordo com suas intenções” (Moutinho & Roazzi, 2010, p. 280).

Já as normas subjetivas dizem respeito à percepção da pessoa quanto à pressão social exercida sobre a mesma para que realize ou não o comportamento em questão (Ajzen & Fishbein, 2005). No contexto do empreendedorismo seria representada pela influência dos pais, amigos, comunidade e colegas universitários e de trabalho do estudante na opção de seguir carreira empreendedora.

A teoria do comportamento planejado avança um pouco mais no modelo de explicação da intenção comportamental ao incluir a percepção de controle do comportamento pelo ator (Ajzen, 2011). Esse último conceito se aproxima da autoeficácia (Bandura, 1982), definida como a percepção de capacidade pessoal para realizar uma tarefa com êxito. Como pontuado por Moutinho e Roazzi (2010), as intenções comportamentais, por exemplo, decidir empreender, refletem somente a motivação a agir, enquanto a execução de uma ação não depende somente desta, mas também do maior ou menor controle sobre o comportamento (eg. abrir uma empresa). Assim, se um indivíduo possui o pleno controle de uma situação, por exemplo, os processos de criação de uma empresa, ele pode decidir por executar ou não a criação.

A integração desses dois modelos (Krueger & Carsrud, 1993), teoria do evento empreendedor de Shapero e do comportamento planejado de Ajzen, tem contribuído ao aumento da força teórica e do rigor metodológico nos estudos sobre intenção (Ajzen, 1991; Bandura, 1982). Tais modelos oferecem uma oportunidade de entender melhor o empreendedorismo, principalmente por meio do estudo conjunto de variáveis individuais e contextuais, além de exibirem muita robustez na prática e sobrelevarem as aplicações mais difundidas nesta área de pesquisa. Ressalta-se, contudo, que o modelo mais utilizado para avaliar intenção empreendedora em todo o mundo é o de Ajzen (1991), o da teoria do comportamento planejado (Engle et al., 2010).

No que se refere à intenção empreendedora de estudantes universitários, a busca por evidências empíricas ainda é bastante incipiente no Brasil, com poucos estudos a respeito (Almeida, 2013; Couto, Mariano, & Mayer, 2010; Lima et al., 2015), constatando que a intenção pode variar entre culturas, que estudantes consideram limitados seus conhecimentos sobre instituições e mecanismos de apoio à prática empreendedora e que o interesse pelo empreendedorismo tem aumentado. Internacionalmente, há vários estudos centrados sobre IE de estudantes (e.g., Akmaliah & Hisyamuddin, 2009; Achchuthan & Nimalathasan, 2012a;

Hunjra, Ahmad, Niazi, & Rehman, 2011; Kacperczyk, 2013; Maalu, Nzuve, & Magutu, 2010; Sivarajah & Achchuthan, 2013), inclusive comparando países (Fitzsimmons & Douglas, 2005), em sua maioria testando os três preditores da teoria de Ajzen (1991) explorados nos parágrafos anteriores (atitude, normas subjetivas e controle do comportamento).

Cabe ressaltar que ser um empreendedor potencial não implica necessariamente também ter intenção de empreender ou vice-versa, ou seja, há aqueles que têm a preparação para empreender e não têm intenção de fazê-lo, assim como aqueles que querem fazê-lo e não estão preparados para tanto (Moutinho & Roazzi, 2010). Quando se trata dos fatores dependentes do próprio indivíduo, a junção do potencial com a intenção é, contudo, uma grande propulsora e uma importante viabilizadora do empreendedorismo (Lima, Lopes, Nassif, & Silva, 2015).

Esta tese compreende 4 estudos que se articulam em torno do objetivo geral de analisar os antecedentes individuais e contextuais da intenção e da ação empreendedora entre estudantes universitários. Parte-se das seguintes questões de pesquisa: Que antecedentes individuais e contextuais contribuem para explicar a intenção de carreira empreendedora de universitários? Haveria diferenças nessas variáveis entre estudantes que pretendem iniciar o seu negócio e aqueles que já o iniciaram? A experiência empreendedora ainda no processo de formação universitária poderia ajudar a compreender a carreira empreendedora de egressos em empresas juniores? Quatro objetivos específicos orientaram a trajetória trilhada para efetivar aquele objetivo geral.

O primeiro objetivo específico foi reunir evidências empíricas por meio de revisão de literatura que contextualizem a produção nacional e internacional tomando como variável dependente a intenção empreendedora de estudantes universitários. Na forma como foi organizada, esta revisão subsidiou a comparação de grupos explorada no estudo três; a formulação de hipóteses para a construção do modelo teórico testado no estudo quatro; e a proposição do modelo teórico apresentado no estudo cinco. Para além deste valor intrínseco a esta tese, esta revisão, ao apresentar o estado do campo dos antecedentes de IE de forma organizada, contribui ao desenvolvimento de pesquisas futuras, favorece o estudo mais aprofundado e focado das relações entre intenção empreendedora e seus preditores, promove um maior alinhamento entre o desenvolvimento do campo no Brasil e no exterior, e pode melhor orientar o interesse e as ofertas das universidades na área de empreendedorismo (Shook, Priem, & Mcgee, 2003).

O segundo objetivo específico foi comparar motivações empreendedoras e processo de criação do negócio entre dois grupos de estudantes universitários: potenciais e experientes empreendedores. Para cumprir esse objetivo, utilizou-se análise fatorial exploratória, seguida da utilização do teste t e de correlação. Esse terceiro objetivo inscreve-se em subtemática do campo de pesquisa em empreendedorismo no mundo, que procura identificar a diversidade comportamental entre empreendedores e destes com não empreendedores, desde que Gartner publicou seu famoso artigo em 1985, “*A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation*”. A partir de então, um conjunto amplo de pesquisa vem sendo realizado. No entanto os resultados sobre este subtema de pesquisa são ainda muito controversos. Além de acrescentar mais informações sobre aquele padrão comportamental, o estudo pode auxiliar na implantação de metodologias de ensino mais eficazes, levando em conta essa diversidade.

O terceiro objetivo específico foi testar o papel moderador da competência empreendedora e da orientação ao planejamento, nas relações entre a atitude empreendedora e a intenção empreendedora. O teste da moderação foi feito por meio de equações estruturais e ajudou a compreender de modo mais claro a força da atitude na intenção empreendedora, bem como o desenvolvimento de competências no ambiente acadêmico.

Os segundo e terceiro objetivos utilizaram dados da pesquisa *Global University Entrepreneurial Spirit Students’ Survey* (GUESSS) – uma pesquisa internacional, que em 2013/2014 alcançou 34 países incluindo o Brasil, cujo objetivo é acompanhar indicadores perceptivos de variáveis de nível individual e contextual do ambiente universitário relacionados ao empreendedorismo entre estudantes de nível superior.

O GUESSS Brasil obteve dados, com escala de respostas de sete pontos em algumas questões, variando de um (discordo totalmente) a sete (concordo totalmente), sobre diversas dimensões de percepção contextual e características individuais. O contexto é apreendido por questões sobre o ambiente universitário (e.g., disciplinas e processo de socialização), ambiente familiar (pais empreendedores), e no nível individual as questões versam sobre motivações para empreender (poder, realização pessoal), domínio de competências empreendedoras (capacidade de planejar o negócio, assumir riscos, etc.) e intenção de seguir carreira empreendedora (ver Anexo A). Assim, os estudos 3 e 4 desta tese incorporaram e trataram dados do GUESSS Brasil de uma Universidade Federal do Nordeste do Brasil, com a participação de 2.999 estudantes.



O quarto objetivo específico foi compreender o papel dos antecedentes individuais e contextuais do empreendedorismo (motivações para empreender, apoio da família e dos amigos, papel da universidade, planejamento, competências, atitude para empreender e percepção de risco) na ação de empreendedores pós-juniores (egressos de empresas juniores que abriram o próprio negócio). Empresas juniores são associações civis sem fins econômicos e apolíticas, constituídas exclusivamente pela união de alunos matriculados em cursos de graduação que, de forma voluntária e independente, oferecem serviços na área de atuação dos cursos aos quais forem vinculadas com a orientação e a supervisão de professores ou profissionais colaboradores (Brasil Júnior, 2014). Para cumprir o objetivo deste quinto estudo, fez-se uso de análise de conteúdo temática a trajetórias profissionais narradas por 15 pós-juniores de diversos cursos, que atuavam em empreendimentos de vários segmentos (eg., serviços de consultoria, comércio de carnes, autopeças, confecções, etc.). Propõe-se um modelo teórico que pode contribuir para orientações educacionais empreendedoras no contexto universitário.

Os resultados encontrados contribuem à geração de recomendações de melhoria de práticas e políticas – inclusive políticas públicas – visando ao aperfeiçoamento de competências e recursos das instituições de ensino superior para melhor prepararem futuros profissionais, principalmente aqueles que tomarão algum tipo de iniciativa empreendedora, independentemente da formação.

## ***1.2 Justificativa do estudo***

A abordagem da justificativa está delineada sob três aspectos essenciais para o desenvolvimento desta tese: relevância, inovação e contribuições.

### ***1.2.1 Relevância***

Conhecer os antecedentes pessoais e contextuais que levam os estudantes a empreenderem pode contribuir para a elaboração de programas de formação empreendedora e orientar ações educacionais empreendedoras nas universidades (Linan & Fayolle, 2015).

Sabe-se que o enfoque das formações universitárias no Brasil é mais voltado para o emprego do que para o autoemprego (Hashimoto, 2013), de modo que os estudantes que se

interessam pela carreira empreendedora acabam não tendo uma experiência mais próxima com o empreendedorismo em suas disciplinas. As grades curriculares contemplam, muitas vezes, a elaboração de planos de negócios (Testa & Frascheri, 2015), mas antes de elaborá-los é importante que o estudante conheça mais sobre o fenômeno, formule ideias de negócios, desenvolva competências empreendedoras, tenha capacidade de avaliar criticamente a carreira, entre outros aspectos.

Construir um ambiente mais propício ao empreendedorismo nas universidades, além da experiência prática em Empresas Juniores, pode propiciar muitas realizações pessoais e profissionais, porque o empreendedorismo não é somente a abertura de uma empresa com fins meramente econômicos; pode ser uma ideia inovadora que associe mais fortemente contribuição social ao retorno financeiro. Ademais, a abordagem empreendedora também pode ajudar o estudante que opte por ser empregado, pois o intraempreendedorismo é uma ramificação do empreendedorismo trabalhado dentro de uma organização, ou seja, o estudante pode desenvolver/criar projetos que visem à melhoria do desempenho da empresa onde trabalha, podendo propiciar-lhe incentivo, reconhecimento e suporte material e psicossocial da alta administração (Vilas Boas & Santos, 2014).

As abordagens quantitativas e qualitativas utilizadas nesta tese buscam explorar caminhos metodológicos diferenciados para compreender melhor o efeito dos antecedentes da intenção empreendedora em universitários com e sem experiência com o empreendedorismo.

### ***1.2.2 Inovação***

As temáticas da IE e de sua interrelação com fatores pessoais e contextuais proximais ou distais ainda merecem muita atenção dos pesquisadores no Brasil. Estudos dessa natureza são quase inexistentes por aqui em um quadro que ganha progressiva importância no mundo. Os aspectos analisados nos estudos que compõem esta tese são inéditos, em função de ainda não terem encontrado anteriormente respostas satisfatórias no campo, a saber:

A revisão da literatura empírica internacional sobre os preditores individuais e contextuais da IE de estudantes (estudo 1) realizada nesta tese é inovadora, uma vez que a revisão internacional existente (Linan & Fayolle, 2015) versa sobre a IE de modo mais amplo, não enfocando apenas os universitários, e outras revisões enfocaram contextos específicos, como a Àsia, Europa e África (Sivarajah & Achchuthan, 2013), relacionando IE e aspectos culturais.

O segundo estudo comparou motivações, manejo de riscos e planejamento entre estudantes potenciais e experientes no empreendedorismo, diferindo dos estudos encontrados, que compararam identificação de oportunidades entre empreendedores iniciantes e experientes (Baron & Ensley, 2006); atitude, liderança, inovação, controle percebido e autoconfiança entre empreendedores novos e experientes (Hooks, 2010); propensão ao risco entre empreendedores, não empreendedores e gerentes (Carland, Carland, & Pearce, 1995; Carland, Hoy, Boulton, & Carland, 1984; Gartner, 1985; Stewart Jr. & Roth, 2001).

O terceiro estudo analisou o efeito moderador da competência empreendedora e da orientação ao planejamento na relação entre atitude e intenção, diferindo dos estudos disponíveis, os quais abordaram efeito moderador de conhecimento e competências empreendedoras de universitários na relação entre valores pessoais e atitude empreendedora (Watchravesringkanet *al.*, 2013); efeito moderador de fatores contextuais (ex. cultura) na relação entre planejamento e desempenho do negócio (Brinckmann, Grichnik, & Kapsa, 2010) e efeito positivo da autopercepção de competências empreendedoras de universitários sobre as atitudes, normas subjetivas e percepção de controle do comportamento (Linan, 2008).

O quarto e último estudo avançou na compreensão de antecedentes individuais e contextuais do empreendedorismo na ação de pós-juniores, propondo um modelo teórico, diferindo dos estudos disponíveis, que versam sobre competências empreendedoras desenvolvidas nas empresas juniores (Campos, 2015; Ferreira & Freitas, 2013).

### **1.2.3 Contribuições**

Esta tese traz várias contribuições teóricas e práticas importantes:

a) contribui para a teoria das motivações, em que se discutem sua multiplicidade e instabilidade, e para as teorias do planejamento como causa ou como efeito da realização do negócio;

b) contribui para avaliar o peso das variáveis individuais e contextuais analisadas na intenção e nas ações de empreendedores.

c) contribui para orientar ações educacionais empreendedoras no contexto universitário através da proposição de um modelo compreensivo, que leva em conta a interação entre os contextos universitário e familiar e as múltiplas motivações individuais do estudante. Esta interação contribui à atratividade da carreira empreendedora e, por consequência, ao engajamento em experiências empreendedoras universitárias que permitem a formação de atitudes complexas e comportamentos flexíveis.

d) contribui para elaboração de políticas universitárias que criem um clima favorável ao desenvolvimento de competências empreendedoras, subsidiando programas de capacitação de futuros empreendedores e promovendo a reflexão acerca dos atuais currículos acadêmicos, que devem contemplar o desenvolvimento social e econômico.

e) contribui para subsidiar a inclusão da disciplina de empreendedorismo nas grades curriculares de todas as áreas de formação, com abordagens teóricas e práticas. Como na América Latina poucos são os estudos que abordam como ensinar empreendedorismo, por que ensiná-lo, o que ensinar e como (Gutiérrez & Baquero, 2016), esta pesquisa pode ajudar na proposição de métodos de ensino que levem em conta aspectos individuais e contextuais, tais como: fazer com que o estudante compreenda o que é empreendedorismo, as suas características, ideias de negócios, trabalho em equipe, objetivos e sonhos que desejam alcançar. Os métodos de ensino que podem promover essa construção são diversos, por exemplo, promover a participação dos estudantes em competições nacionais e internacionais para expor suas idéias; criar parcerias para seus projetos de negócios; estimular invenções; criar incubadoras, centros e parques tecnológicos; estabelecer diálogo com o poder público; desenvolver pesquisas de mercado; criar rede de relações com outros empreendedores e agências de fomento; promover *workshops* para a comunidade; estimular o empreendedorismo social; fomentar práticas pedagógicas que associem mais fortemente teoria e prática e estimulem a autonomia e o espírito de descoberta, entre outros aspectos.

## **2. Estrutura do trabalho**

Esta introdução apresenta a demarcação teórico-conceitual desta tese, seus objetivos, métodos e técnicas de pesquisa empregados, sua relevância, inovação e contribuições. Esses aspectos serão retomados de outra perspectiva nos quatro estudos que a integram e a estruturam de forma alinhada aos objetivos específicos propostos, conforme a Figura 1.

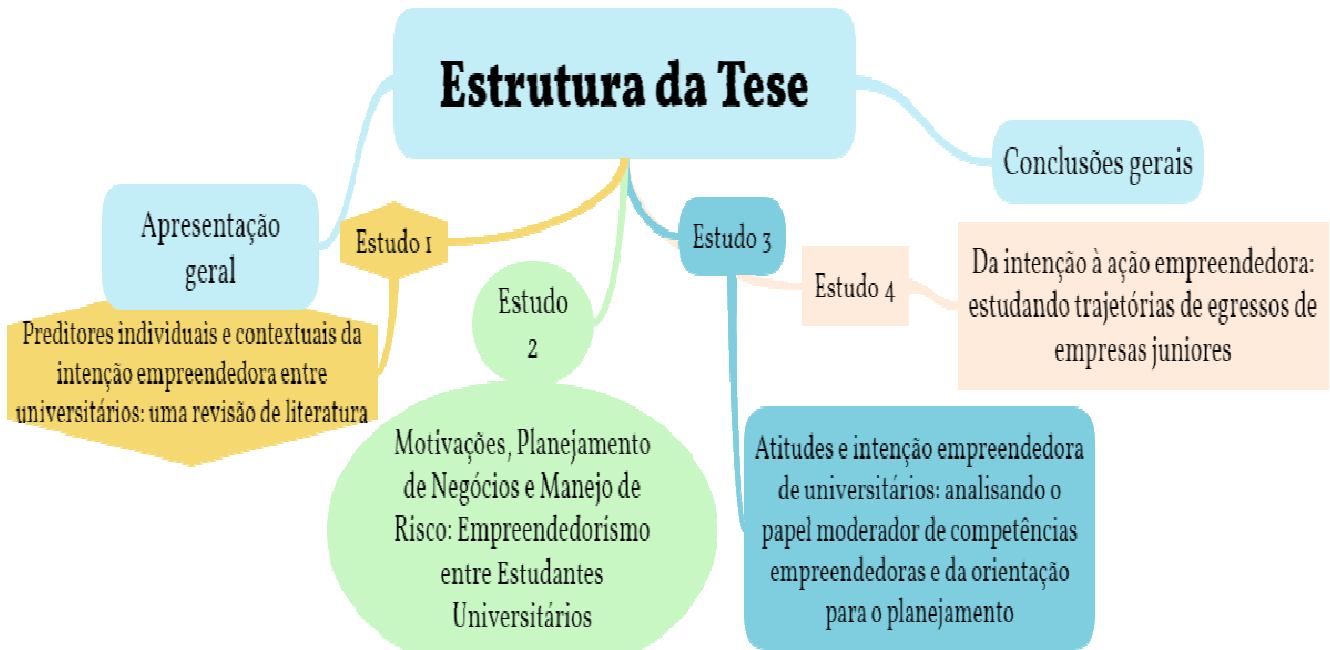


Figura 1 – Estrutura da Tese

Fonte: Elaboração própria

O primeiro estudo apresenta a revisão da literatura empírica da intenção empreendedora de estudantes. O segundo estudo apresenta o teste comparativo entre os dois grupos de estudantes. O terceiro estudo apresenta o teste de moderação da competência empreendedora e da orientação ao planejamento, nas relações entre a atitude empreendedora e a intenção empreendedora. E o quarto estudo apresenta a análise qualitativa de antecedentes do empreendedorismo de pós-juniores. Nas conclusões, integram-se os resultados, as limitações e as contribuições.

## **ESTUDO 1**

**Preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora entre  
Universitários: uma revisão de literatura**



## **Preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora entre universitários: revisão de literatura**

### **Resumo**

Esta revisão de literatura teve por objetivo identificar em estudos empíricos os principais preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora (IE) entre estudantes universitários. Utilizou-se a teoria do comportamento planejado, levando em conta pesquisas sobre a disposição atitudinal do estudante para desenvolver o próprio negócio. A busca foi realizada mediante as palavras-chave “intenção empreendedora” e “entrepreneurial intention” nos principais periódicos internacionais e nacionais das áreas de empreendedorismo, psicologia, organizações e administração e também na base de dados Scientific Electronic Library Online (SciELO). A revisão abrangeu o período de 2004 a 2015. Foram analisados 60 artigos. Constatou-se ter havido um crescimento de 41% dos estudos sobre IE entre 2004 e 2015, em diversos países e continentes, o que revela o aumento do interesse no tema. Os principais preditores individuais são: traços pessoais, motivações de realização pessoal, atitude positiva, autoeficácia, percepção de controle, locus de controle interno, percepção de barreiras e criatividade. Os preditores contextuais são as famílias e a rede de amigos, as quais operam como modelos a ser seguidos e como suporte no desenvolvimento do negócio. Sobre a educação empreendedora (EE), os resultados são inconclusivos, especialmente levando-se em conta o contexto. Finaliza-se com algumas limitações do estudo e pontos a ser incluídos na construção de uma agenda de pesquisa.

**Palavras-chave:** Intenção empreendedora; Empreendedorismo; Revisão de literatura.

## **Individual and contextual predictors of entrepreneurial intention among undergraduates: a literature review**

### **Abstract**

The objective of this literature review article was to identify in empirical studies major individual and contextual predictors of Entrepreneurial Intent (EI) among college students. We used the theory of planned behavior, taking into account researches that investigate the student attitudinal disposition to develop their own business. The search was made using the keywords "entrepreneurial intention", in the main international and national journals of entrepreneurship, psychology, organization and administration and also in the Scientific Electronic Library Online (SciELO) database. The review covered the period between 2004-2015. They analyzed 60 articles. It was verified to have been an increase of 41% on IE studies between 2004 and 2015 in different countries and continents, which shows the increasing interest in the subject. The main individual predictors are: personal traits, personal fulfillment motivation, positive attitude, self-efficacy, perceived control, internal locus of control, perception of barriers and creativity. Contextual predictors are the families and friends network, which operate as role models and support to the development of the business. About EE (entrepreneurial education), the results are inconclusive, especially taking into account the context. It Ends with some limitations of the study and points to be included in the construction of a research agenda.

**Keywords:** Entrepreneurial Intent; Entrepreneurship; Literature review.

## 1. Introdução

Este artigo apresenta e discute uma revisão de estudos empíricos sobre preditores individuais de intenção empreendedora (IE) de estudantes universitários. As pesquisas sobre empreendedorismo ganham relevância no mundo e no Brasil e adotam diferentes abordagens a partir de múltiplas disciplinas. Essa pluralidade de olhares disciplinares tem contribuído positiva e negativamente para o avanço de pesquisas. Dentre o conjunto de disciplinas que agrega contribuições muito profícuas ao campo e encontra-se muito difundida assume destaque a psicologia, com o conceito de IE.

Apesar da ocupação proeminente e do crescimento de trabalhos internacionais, no Brasil, existem lacunas empíricas e teóricas no campo de estudo sobre o que leva as pessoas a empreender e sobre os efeitos da educação empreendedora (EE). Buscas pelas palavras-chave “intenção empreendedora” e “educação empreendedora” na base de dados Scientific Electronic Library Online (SciELO) levaram à identificação de um único trabalho empírico, de Lima, Lopes, Nassif e Silva (2015), relacionando EE e IE.

Ao considerar as variáveis pessoais e contextuais mais proeminentes nas pesquisas, esta revisão de artigos empíricos internacionais e nacionais sobre a IE de estudantes busca contribuir para atenuar a lacuna teórica nacional, redefinir estratégias e políticas, inclusive públicas, capazes de fazer avançar iniciativas sólidas de incentivo ao empreendedorismo, propiciar iniciativas educacionais mais eficazes e, também, ampliar a reflexão sobre escolhas profissionais (Liñán & Fayolle, 2015).

A revisão de Liñán e Fayolle (2015) agrupa a literatura sobre IE em 5 grupos: (i) estudos que focam aspectos cruciais do modelo de IE; (ii) estudos que enfatizam as variáveis individuais que modelam a IE; (iii) artigos que interrelacionam EE empreendedora e IE; (iv) a relação entre variáveis contextuais e IE; e (v) as relações entre IE e o processo de empreendedorismo.

A revisão de literatura apresentada aqui enfoca especificamente a IE de estudantes e apenas trabalhos empíricos. Assim, difere da revisão de Liñán e Fayolle (2015), que engloba a IE como um todo.

O artigo está estruturado da seguinte maneira: primeiro, delimita-se o conceito de intenção empreendedora; em seguida, descreve-se o método a partir do qual os dados analisados foram produzidos. No terceiro momento, descrevem-se os resultados da revisão de

literatura e, por fim, as discussões e conclusões destacam os principais achados, sugerindo novos caminhos de pesquisa e apontando as limitações do estudo.

## **2. Referencial Teórico: Intenção Empreendedora**

A IE pode ser definida como uma projeção pessoal de ações e metas futuras a ser implementadas para desenvolver o próprio negócio (Ajzen, 1991; Fini, Grimaldi, Marzzochi, & Sobrero 2009); como um estado consciente da mente que precede a ação e que a direciona ao objetivo de criar um negócio (Shook, Priem, & Mcgee, 2003); como a convicção própria de um indivíduo de que possui a intenção de abrir um novo negócio (Thompson, 2009); e também como um estado de espírito em que a atenção da pessoa é dirigida ao alcance de uma meta (Bird, 1988). Supõe-se que a IE antecede a decisão de criação do negócio, embora se reconheça que nem sempre a intenção tenha como consequência o comportamento almejado (Carvalho & González, 2006; Davidsson, 1995).

Os estudos pioneiros sobre a IE datam do final da década de 1980, desde então, o tema tem atraído interesse de diversos estudiosos, inclusive os da psicologia social e da psicologia cognitiva, com o objetivo de compreender o papel de variáveis individuais e contextuais (Liñán & Fayolle, 2015). A influência da EE sobre a IE, em especial, tem sido pesquisada mais recentemente, assim como surgem trabalhos que indicam motivações comportamentais diferenciadas entre empreendedores por país (Pittaway & Cope, 2007; Bae, Qian, Miao, & Fiet, 2014). Em paralelo a esse movimento de acumulação de conhecimento, também se difundem confusões, imprecisões, incompreensões e novas aplicações e especificações sobre o constructo da IE e seus antecedentes (Liñán & Fayolle, 2015).

O Brasil é um país emergente onde as pessoas, especialmente entre 25 a 34 anos, engajam-se na abertura de novos negócios por uma série de razões: autonomia, autorrealização, independência, frustração com o emprego, falta de oportunidades atrativas, contribuição social para com a comunidade na qual estão inseridas, entre outras. Entretanto, muitas vezes, esse engajamento ocorre sem reflexões acerca do processo de abertura de uma empresa (GEM, 2014). Couto, Mariano e Mayer (2010) mostraram, por exemplo, que a carreira empreendedora é percebida como favorável, não obstante 254 estudantes brasileiros do curso de graduação em administração de uma universidade federal na região Sul do país considerarem limitados seus conhecimentos sobre instituições e mecanismos de apoio à prática empreendedora. Essa percepção parece estar relacionada ao fato de que o ensino de

empreendedorismo, assim como outras instituições de suporte ao empreendedorismo, ainda se encontra em fases incipientes no Brasil (Fontenele, Brasil, & Sousa, 2012).

Ainda no contexto brasileiro, utilizando uma amostra de 109 discentes de um centro federal de ensino da Bahia, Fontenele, Brasil e Sousa (2012) constataram que a busca pela independência e autoconfiança foram os principais motivadores da carreira empreendedora. Nas Américas, especialmente no Brasil, há uma forte IE entre os estudantes, entretanto, a EE ainda se mostra incipiente no ambiente acadêmico, o que justifica o pouco conhecimento dos empreendedores acerca das nuances da criação de uma empresa, principalmente no que se refere ao planejamento. Ademais, os estudantes também põem em relevo os obstáculos à criação do negócio, por exemplo, a carga tributária, a falta de apoio, além de considerar seus conhecimentos limitados sobre instituições e mecanismos de apoio à prática empreendedora (Couto, Mariano, & Mayer, 2010). Ao explorar os antecedentes da IE entre estudantes universitários, Loiola, Gondim, Pereira e Ferreira (2016) encontraram evidências do papel mediador da atitude nas relações entre motivos de poder, aprendizagem empreendedora e percepção de risco sobre a IE.

### **3. Método**

Nesta seção são descritos os procedimentos adotados para a revisão dos artigos empíricos, desde a seleção das palavras-chave, a definição das bases de dados consultadas e os demais procedimentos de tratamento e análise de dados. Tendo em vista a taxonomia definida por Liñán e Fayolle (2015), as palavras-chave utilizadas nas buscas em base de dados foram “intenção empreendedora” e “*entrepreneurial intention*” e as variáveis preditoras da IE (*entrepreneurial education, parents influence, contextual aspects etc.*).

Os procedimentos de busca nas bases de dados foram postos em prática entre outubro de 2014 e outubro de 2015, contemplando o período de 2004 a 2015. Foram consultadas diversas revistas especializadas (e.g., *Entrepreneurship: Theory and Practice; Journal of Applied Psychology; South Asian Academic Research Journals; e African Journal of Business & Management*). Adotando estratégia suplementar, as referências de todos os estudos empíricos selecionados inicialmente foram analisadas, para identificar artigos adicionais, e buscaram-se metanálises e revisões sistemáticas para identificar outros estudos relevantes.

No caso do Brasil, além da base SciELO, ativou-se estratégia suplementar de busca, incluindo algumas outras revistas que nesta base (quatro revistas da área de administração e três da psicologia). Ambas as buscas usaram as palavras-chave “intenção empreendedora”,

“intenção de carreira empreendedora” e “empreendedorismo”. Nada foi identificado acerca das 2 primeiras palavras-chave. Sobre empreendedorismo, os resultados foram os seguintes: 38 artigos na *Revista de Administração Contemporânea* (RAC), 13 na *Organização e Sociedade* (O&S), 11 na *Revista de Administração Pública* (RAP), 18 na *Revista de Administração Mackenzie* (RAM), 7 na *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho* (rPOT), 0 na *Psicologia: Reflexão e Crítica* e 1 na *Paidéia*. A leitura dos *abstracts* e das conclusões desses artigos confirmou a existência de apenas 1 trabalho com a utilização do constructo IE, que tem como tema central educação empreendedora.

Mais de 100 publicações sobre IE foram identificadas, com o foco em variáveis pessoais e contextuais, em sua maioria internacionais e divulgadas em revistas especializadas em empreendedorismo e em psicologia (eg., *Entrepreneurship: Theory and Practice*, *Journal of Applied Psychology*), cujos fatores de impacto variam de 3,95 a 4,80. Apenas um artigo foi encontrado na base de dados SciELO, a partir da palavra-chave “educação empreendedora”, conforme já indicado anteriormente.

Artigos teóricos ou que relatavam pesquisas com amostras que não eram de estudantes foram excluídos. Estudos com foco em gênero como variável explicativa também foram eliminados. Restaram 60 estudos, como ilustra a Tabela 2, cuja análise cobre uma amostra total de 88.036 indivíduos.

Os artigos foram analisados com vistas a identificar métodos e técnicas para o tratamento de dados, variáveis antecedentes, principais resultados e agenda futura de pesquisa. Procurou-se seguir, ainda, a orientação de Torraco (2005), desenvolvendo uma revisão integrativa, que, além de analisar métodos, técnicas e resultados de pesquisa, introduz comentários críticos e avança na proposição de novas perspectivas sobre o tema.

Tabela 2-

Estudos empíricos analisados

Nível individual			
<b>Antecedentes da intenção empreendedora:</b> atitudes, controle percebido, locus de controle interno, propensão ao risco, valores pessoais, autoeficácia, barreiras externas e pessoais, motivação, inteligência emocional, desejabilidade, criatividade, traços pessoais, conscienciosidade, abertura à experiência, extroversão, tolerância ao estresse.			
<b>Métodos e técnicas:</b> equações estruturais, ANOVA, análise de regressão, correlações, estatística descritiva, análise de conteúdo, análise fatorial exploratória, teste <i>t</i> , metanálise.			
Q	Autores	País	Amostra
1	Franke & Lüthje (2004)	Alemanha	107
2	Segal, Borgia & Schoenfeld (2005)	EUA	114
3	Zhao, Hills & Siebert (2005)	EUA	1.043
4	Fitzsimmons & Douglas (2005)	Índia, China, Tailândia, Austrália	414
5	Solesvik (2007)	Ucrânia	192
6	Liñán (2008)	Espanha	249
7	Liñán & Rodríguez-Cohard (2008)	Espanha	354
8	Zampetakis, Kafetsios, Bouranta et al.(2009)	Grécia	280
9	Liñán & Chen (2009)	Espanha e Taiwan	519
10	Akmaliah & Hisyamuddin (2009)	Malásia	1.357
11	Zhao, Seibert & Lumpkin (2010)	EUA	15.423
12	Maalu, Nzuve & Magutu (2010)	Quênia	250
13	Olufunso (2010)	África do Sul	701
14	Brandstätter (2011)	EUA, Austrália, China, Índia, Tailândia etc.	5



15	Zellweger, Sieger & Halter (2011)	Áustria, Bélgica, Finlândia, Alemanha, Nova Zelândia, Noruega, Hungria, Suíça	36.451
16	Zampetakis, Andriopoulos, Gotsi et al. (2011)	Inglaterra	180
17	Sandhu, Fahmi e Riaz(2011)	Malásia	267
18	Thrikawala (2011)	Sri Lanka	350
19	Moriano, Gorgievski, Laguna et al. (2012)	Alemanha, Índia, Irã, Polónia, Espanha e Holanda	1.074
20	Achchuthan & Nimalathan (2012)	Sri Lanka	6
21	Saeed, Nayyab, Rashied et al. (2013)	Paquistão	100
22	Lin, Carsrud, Jagoda et al. (2013)	Sri Lanka	353
23	Nabi & Liñán (2013)	Espanha e Grã-Bretanha	619
24	Watchravesringkan, Hodges, Yurchisin et al. (2013)	EUA	345
25	Sesen (2013)	Turquia	356
26	Dinis, Paço, Rodrigues et al. (2013)	Portugal	74
27	Moralista & Delariarte (2014)	Filipinas	100
28	Mortan, Ripoll, Carvalho et al. (2014)	Espanha e Portugal	394
29	Kebaili, Al-Subyae, Al-Qahtani et al. (2015)	Catar	18

#### Nível contextual

**Antecedentes da intenção empreendedora:** educação empreendedora, competência empreendedora, família, rede de amigos.

**Métodos e técnicas:** equações estruturais, ANOVA, análise de regressão, correlações, estatística descritiva, análise de conteúdo, análise fatorial exploratória, teste *t*, grupo focal, teoria fundamentada nos dados, metanálise, análise multivariada, teste de Mann-Whitney.

Q	Autores	País	Amostra
30	Kristiansen & Indarti (2004)	Indonésia e Noruega	251
31	Carr & Sequeira (2007)	EUA	308
32	Liñán & Santos (2007)	Espanha	354

33	Radu & Loué (2008)	França	44
34	Van der Sluis, Van Praag, Vijverberget al. (2008)	EUA e Europa	100
35	Wu & Wu (2008)	China	150
36	Packham, Jones, Miller et al. (2010)	Polônia, Alemanha, França	237
37	Barnir, Watson, Hutchins et al. (2011)	EUA	393
38	Hunjra, Ahmad, Niazi, & Rehman (2011)	Paquistão	225
39	Bhandari (2012)	EUA	390
40	Bosma, Hessels, Schutjens et al. (2012)	Holanda	292
41	Ngugi, Gakure, Waithaka et al. (2012)	Quênia	133
42	Marques, Ferreira, Gomes et al. (2012)	Portugal	202
43	Gerba (2012)	Etiópia	22
44	Lean (2012)	Reino Unido	128
45	Gielnik, Frese, Kahara-Kawuki et al. (2013)	Uganda	651
46	Solesvik (2012)	Ucrânia	321
47	Jones & Colwill (2013)	Reino Unido	44
48	Støren (2014)	Noruega	2.827
49	Smith, Williams, Yasin et al. (2014)	Reino Unido	100
50	Armstrong (2014)	Europa	88
51	Soomro & Shah (2015)	Paquistão	135
52	Hadi, Wekke & Cahaya (2015)	Indonésia	
53	Lima, Lopes, Nassif et al. (2015)	Brasil	12.604
54	Testa & Frascheri (2015)	Itália	4
55	Paço, Ferreira, Raposo et al. (2015)	Inglaterra	1015
<b>Diferença entre países</b>			

---

**Antecedentes da intenção empreendedora:** educação empreendedora, família, motivação, atitude, norma subjetiva, controle percebido, barreiras externas e pessoais, dimensão regional, perfil demográfico, cultura, conhecimento.

---

**Métodos e técnicas:** ANOVA, teste *t*, análise multivariada.

---

<b>Q</b>	<b>Autores</b>	<b>País</b>	<b>Amostra</b>
56	Franco, Haase & Lautenschläger (2010)	Portugal e Alemanha	988
57	Giacomin, Janssen, Pruett et al. (2011)	EUA, China, Índia, Espanha e Bélgica	2.093
58	Davey, Plewa & Struwig (2011)	Alemanha e Finlândia	1.055
59	Liñán, Krueger & Nabi (2013)	Espanha e Grã-Bretanha	1.005
60	Nieuwenhuizen & Swanepoel (2015)	Polônia e África do Sul	182
	<b>Total Amostra</b>		<b>88.036</b>

Fonte: Elaboração própria

#### 4. Resultados e Discussão

A Figura 2 ilustra o crescimento das publicações em IE no cenário internacional, com uma taxa de 41% entre 2004 e 2015, sendo que os anos de 2011 e 2013 foram os mais profícuos em publicações.

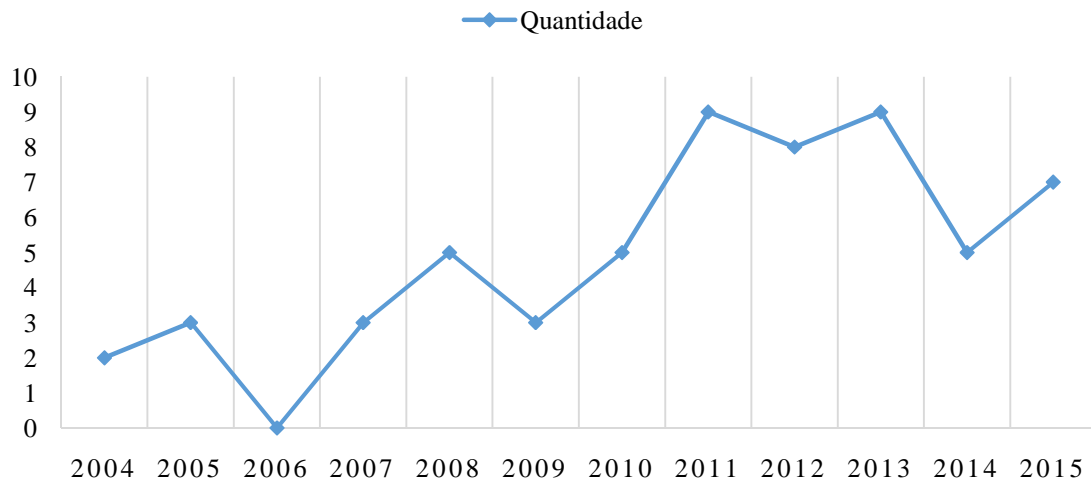


Figura 2: Publicações por ano

Fonte: Elaboração própria

As publicações em IE são mais frequentes em periódicos especializados em empreendedorismo e em psicologia. Os mais proeminentes são: *Education and Training*; *Entrepreneurship, Theory and Practice*; *Journal of Small Business and Enterprise Development*; *Journal of Applied Psychology*; *Journal of Applied Social Psychology*; *Journal of Work and Organizational Psychology*; *Journal of Business Venturing*; e *Journal of Enterprise Culture*.

Análises quantitativas de dados prevaleceram em quase todos os estudos (92%), com uso de diversas técnicas de análise: regressão (n=20) logística, linear e hierárquica; descritiva (n= 16); confirmatória, mediante modelagem de equações estruturais (n=16); correlação (n= 12); de teste *t* (n= 10); variância univariada (n= 7) e multivariada (n=3). Os estudos qualitativos (n=5), por sua vez, utilizaram análise de conteúdo, grupo focal, entrevista e teoria fundamentada nos dados, representando apenas 8% do total de 60 artigos. A maioria dos artigos utilizou mais de uma técnica de análise.

A análise de regressão é a mais utilizada pelos pesquisadores de IE nos artigos revisados, seguida da estatística descritiva e da análise confirmatória mediante modelagem de equações estruturais. Esta última vem ganhando força, principalmente em estudos de testes de

modelos (Lin, Carsrud, Jagoda, & Shen, 2013). O único artigo brasileiro incluído na amostra usou ANOVA, fatorial exploratória e estatística descritiva, tendo sido publicado na *Revista de Administração Contemporânea (RAC)*.

No que tange aos antecedentes da intenção empreendedora, variáveis pessoais explicam a IE de estudantes, especialmente os universitários (Liñán & Fayolle, 2015). Apesar de algumas críticas, os fatores psicológicos e os traços de personalidade, por exemplo, continuam sendo grandes preditores da IE de estudantes (Saeed et al., 2013). Outras características mais específicas de personalidade, como a propensão ao risco (Nabi & Liñán, 2013) e o locus de controle (interno ou externo) (Zellweger, Sieger, & Halter, 2011) também têm sido estudadas. Ademais, existem algumas habilidades ou capacidades, como a criatividade (Zampetakis, Gotsi, Andriopoulos, & Moustakis, 2011) e inteligência emocional (Zampetakis, Kafetsios, Bouranta & Moustakis, 2009), que se somam ao conjunto de variáveis preditoras da intenção empreendedora. Valores, motivações, autoeficácia e, principalmente, atitudes também são considerados preditores fortes da IE (Watchravesringkan et al., 2013). Apesar de fenômeno relevante, os processos mentais envolvidos em sua deflagração e manutenção ainda são pouco estudados (Liñán & Rodríguez-Cohard, 2008).

Embora em menor escala, ao lado dos fatores de personalidade e dos psicológicos (Brandstätter, 2011), fatores contextuais proximais e distais são estudados como antecedentes da IE, a exemplo de família (Bhandari, 2012), educação (Soomro & Shah, 2015) e país (Giacomin et al., 2011).

#### ***4.1. Descrevendo Antecedentes e Mediadores da Intenção Empreendedora: Nível Individual***

Os fatores da personalidade, conhecidos como Big Five (conscienciosidade, amabilidade, abertura à experiência, extroversão e estabilidade emocional), e os fatores psicológicos, como propensão ao risco, locus de controle interno, autoeficácia, motivação e atitude, são variáveis consideradas fortes preditoras da IE de estudantes em muitos estudos.

A metanálise de Zhao, Seibert e Lumpkin (2010), realizada entre 1979 e 2006, que utilizou 60 estudos com um total de 15.423 indivíduos (estudantes e empresários), evidenciou que pessoas mais conscientes e abertas à inovação são atraídas ao empreendedorismo e também são mais propensas ao êxito; e que os empreendedores são, em média, menos amáveis do que os não empreendedores, talvez em função do constante uso da racionalidade, da gestão de conflitos, das tomadas de decisões contingenciais etc. A propensão ao risco se

relacionou positivamente à IE do estudante, mas não ao desempenho do negócio de empresas estabelecidas, indicando que, antes de iniciar um negócio, as pessoas arriscam mais do que depois que empreendem. Uma revisão de 5 metanálises, realizadas entre 1990 e 2010, evidenciou novamente que a propensão ao risco não se relacionou ao desempenho do negócio, mas sim à sua criação, e é um bom indicador da IE (Brandstätter, 2011).

Propensão ao risco, percepção de viabilidade e desejo pelo negócio mais uma vez predisseram a IE de 114 estudantes universitários da Flórida (EUA), no estudo de Segal, Borgia e Schoenfeld (2005). Na Ucrânia, contudo, Solesvik (2007) constatou que a propensão ao risco influenciou negativamente a IE de estudantes, assim como no Brasil (Loiola et al., 2016), o que permite concluir que estudantes ucranianos e brasileiros pesquisados não são propensos a correr riscos. O estudo de Nabi e Liñán (2013) avaliou a influência da percepção de risco em período de recessão econômica na IE de 619 universitários da Espanha e da Grã-Bretanha, com mediação da atitude e do controle percebido. A conclusão é que a mediação ocorre somente por meio da atitude.

A extroversão e abertura à experiência se relacionam positivamente à IE, segundo o estudo de Saeed et al. (2013) com 100 estudantes graduados no Paquistão. O locus de controle, no entanto, não impactou na IE, divergindo do estudo de Mueller e Thomas (2000) com 1.800 estudantes dos EUA e de 8 países da Europa. Uma possível explicação é que em culturas individualistas, como nos EUA, ao contrário do Paquistão, há um aumento do locus de controle interno, o qual influencia positivamente a IE.

O locus de controle interno também se relacionou positivamente com a IE entre estudantes que tinham interesse em prosseguir com os negócios da família, segundo Zellweger, Sieger e Halter (2011) que utilizaram dados da pesquisa internacional *Guesss – Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*, de 8 países. Esse resultado converge com o de Sesen (2013), com 356 estudantes da Turquia, e de Solesvik (2007), com 192 estudantes ucranianos. Aqueles estudantes com paisempreendedores apresentaram maior percepção de autoeficácia empreendedora, atitude, introjeção de norma subjetiva e percepção de controle.

O estudo de Zhao, Hills e Siebert (2005) identificou o papel mediador da autoeficácia no desenvolvimento da IE, utilizando uma amostra de 265 estudantes de MBA de 5 universidades norte-americanas. O papel mediador da autoeficácia empreendedora foi testado na relação entre as dimensões de inteligência emocional e a IE por Mortan, Ripoll, Carvalho e Bernal (2014), em uma amostra de 394 estudantes espanhóis e portugueses, indicando que 2 dimensões de inteligência emocional (regulação e utilização das emoções) afetam



positivamente a referida autoeficácia, que, por sua vez, medeia a relação entre inteligência emocional e a IE.

Quanto às motivações para a criação de novas empresas, a metanálise de Brandstätter (2011) constatou que motivação para a realização se mostrou positivamente relacionada tanto à criação como ao sucesso do negócio. No estudo de Watchravesringkan et al. (2013), que avaliou 343 estudantes de 3 universidades americanas, a autorrealização influenciou a atitude empreendedora mais do que a rede social do estudante. Embora o esforço individual para se autorrealizar seja relevante no início do negócio para o estudante, as redes sociais serão necessárias à manutenção do seu negócio. Aliado à autorrealização, na pesquisa de Fitzsimmons e Douglas (2005), com uma amostra de 414 estudantes de MBA da Índia, China, Tailândia e Austrália, o desejo de independência foi a motivação proeminente em todos os países pesquisados, sendo que chineses e tailandeses atribuíram maior ênfase à renda do que australianos e indianos.

Na África, o estudo de Maalu, Nzuve e Magutu (2010) encontrou como principais motivações para a criação do negócio, entre 250 estudantes, a utilização máxima de habilidades e talentos; a percepção de controle total do futuro; a realização do que se valoriza pessoalmente; a liberdade/oportunidade de tomar as próprias decisões; a oportunidade de aprender coisas novas e a segurança financeira.

Além de aspectos motivacionais, a associação entre empreendedorismo e bem-estar foi encontrada no estudo de Maalu, Nzuve e Magutu (2010). O bem-estar foi medido pela aspiração, conforto, estilo de vida, compromisso, fonte de riqueza e prosperidade.

A criatividade é outra variável antecedente da IE que tem sido pesquisada. Nas Filipinas, Moralista e Delariarte (2014) constataram, com uma amostra de 100 estudantes universitários, a criatividade como principal responsável pela autoeficácia empreendedora. Quanto mais criativo o estudante se considera, mais alta é sua intenção de empreender segundo estudo de Zampetakis et al. (2011) com 180 estudantes britânicos. A nova conclusão do estudo foi o efeito moderador do curso de empreendedorismo. Estudantes criativos que frequentaram curso de empreendedorismo apresentaram maiores indicadores de IE.

A inteligência emocional, criatividade, proatividade e atitude foram testadas como preditores da IE por Zampetakis et al., (2009) em 280 estudantes de 3 universidades gregas. Criatividade e proatividade exerceram efeito mediador nas relações entre inteligência emocional e IE e também entre atitude e IE. A atitude, por sua vez, exerceu efeito mediador entre a proatividade e IE.

## ***4.2.Descrevendo Antecedentes da Intenção Empreendedora no Nível Contextual: Família e Educação Empreendedora***

### ***4.2.1. Família***

A relação entre a ocupação dos pais, a própria ocupação do estudante e sua IE foi significativa em estudo de Bhandari (2012), que analisou 390 estudantes de Nova Iorque. Esse achado converge com o estudo de Radu e Loué (2008) com 44 estudantes franceses, que constatou forte influência de modelos de papéis empreendedores (eg., influência de pais ou mentores e de histórias de sucesso) na autoconfiança e IE. O estudo de Bosma et al. (2012), com 292 empresários, constatou que 81% deles reconhecem ter sido influenciados pelo modelo de pais empreendedores. O estudo de Carr e Sequeira (2007) evidenciou, de novo, a forte influência da experiência empreendedora da família na criação de negócios de 308 pesquisados, estudantes e empresários.

Ainda sobre modelos de papéis, Barnir, Watson e Hutchins (2011) examinaram, em uma amostra de 393 estudantes universitários nos EUA, se tais modelos diferem na IE e na autoconfiança entre homens e mulheres. A conclusão é que modelos familiares e de amigos têm impactos positivos na autoconfiança das mulheres, o que sugere que elas esperam apoio no conhecimento e em outras habilidades necessárias ao engajamento nas tarefas empresariais, como gerenciar conflitos. A influência de modelos de papéis nos homens tende a ser mais voltada a oportunidades e acesso a recursos.

O estudo de Sesen (2013) constatou que as redes proximais influenciam mais o estudante do que o ambiente universitário em si, no sentido de apoiar a ideia do novo negócio. Esse apoio social também foi analisado por Liñán e Santos (2007), em uma amostra de 354 estudantes da Espanha, evidenciando que essas relações podem oferecer ao estudante acesso a outros recursos, como capital humano ou financeiro, além de aumentar o desejo de iniciar o negócio.

### ***4.2.2. Educação Empreendedora***

Revisões sistemáticas (Pittaway & Cope, 2007) e meta-análises (Bae et al., 2014) concluem que a EE tem despertado a IE, não somente de estudantes, mas de indivíduos que com ela mantêm contato. Segundo Paço, Ferreira, Raposo, Rodrigues e Dinis (2015), a EE proporciona aos indivíduos senso de independência, autonomia e autoconfiança, torna-os pessoas conscientes de opções alternativas de carreira, além de expandir seus horizontes,

aumentando sua capacidade de perceber oportunidades. Pela EE, o indivíduo pode adquirir as competências necessárias para iniciar e desenvolver um novo negócio, tais como as técnicas, pessoais, de relacionamento, de comprometimento, de organização, de aprendizagem, além de comportamentos éticos e conhecimentos (Man, 2001).

Assim, a formação para o empreendedorismo não se limita à criação e à gestão de uma empresa, focando meramente os resultados tangíveis e quantificáveis de um plano de negócios, mas é essencial que busque desenvolver competências, atributos e comportamentos específicos a empreendedores (Paço et al., 2015). A combinação entre teoria e experiência do mundo real favorece a intenção empreendedora do estudante (Peterman & Kennedy, 2003).

A pesquisa de Watchravesringkan et al. (2013) constatou que estudantes que acreditam ter competências, por ter participado de programas de EE, apresentam atitudes mais positivas em relação ao empreendedorismo. A importância das competências empreendedoras também foi analisada por Lean (2012), em uma amostra de 128 estudantes de doutorado do Reino Unido, evidenciando que mesmo em diferentes áreas de atuação, especialmente seguindo uma carreira acadêmica, os estudantes perceberam como necessário o conhecimento acerca de habilidades e competências empreendedoras. Resultado consistente com a pesquisa de Smith, Williams, Yasin e Pithcford (2014) em que participaram 100 estudantes de pós-graduação do Reino Unido. Esses autores concluem que o ensino superior não supre a necessidade de aprendizagem de competências empreendedoras que impactaria positivamente a IE.

Estudantes que se envolvem em atividades educacionais pautadas em planejamento apresentam intenções significativamente mais elevadas para se envolver no comportamento empreendedor do que os que não se envolvem em atividade de planejamento. Foi o que evidenciou a pesquisa de Armstrong (2014), com 88 universitários europeus.

Cerca de 100 estudos empíricos que analisaram o impacto da EE no ensino formal nos Estados Unidos e na Europa foram revisados por Van der Sluis, Van Praag e Vijverberg (2008). Os autores constataram que o efeito da educação sobre o desempenho é positivo e significativo, embora os retornos da EE sejam mais elevados nos EUA do que na Europa, especialmente para não brancos ou imigrantes. No Quênia, o impacto da EE também foi favorável à desejabilidade, viabilidade e propensão para agir, conforme o estudo de Ngugi, Gakure, Waithaka e Kiwara (2012), que utilizou uma amostra de 133 estudantes universitários.

O estudo de Soomro e Shah (2015) concluiu que atitude favorável ao empreendedorismo foi positivamente relacionada aos programas de EE, em uma amostra de 135 estudantes universitários do Paquistão. De modo semelhante, Hunjra, Ahmad, Niazi e

Rehman (2011) avaliaram a relação entre a educação e a IE de 225 estudantes paquistaneses dos cursos de economia e administração, evidenciando alta correlação entre esses dois constructos.

Contrastando com os europeus, estudantes noruegueses pesquisados não foram impactados pela EE, conforme o trabalho de Støren (2014) com 2.827 graduados participantes ou não de algum/a curso/disciplina de empreendedorismo. Resultado consistente com a pesquisa de Kristiansen e Indarti (2004), que compararam variáveis individuais entre 251 estudantes noruegueses e indonésios.

Esses resultados ambíguos exigem considerar como a EE está organizada em diferentes países, assim como especificidades dos mercados laborais. Na Noruega, o mercado laboral tem sido bom (Støren, 2014), o que justifica a tendência dos graduados perceberem rendimentos regulares, ao contrário dos países subdesenvolvidos, onde expressiva parcela de graduados empreende por falta de oportunidade no mercado de trabalho (GEM, 2014).

Em uma amostra de 321 estudantes de 3 universidades ucranianas engajados em programas de empreendedorismo, Solesvik (2012) constatou que tal engajamento está relacionado à motivação empresarial e à propensão a se tornar empresário. Na África, Gielnik et al. (2015) também analisaram um programa de treinamento empreendedor baseado na ação, com uma amostra de 651 estudantes ugandenses, durante 12 meses. Constataram significativo efeito positivo do treinamento na IE, no conhecimento e planejamento da ação e na autoeficácia empreendedora. Isso sugere que o impacto positivo de programas de intervenção está relacionado ao conteúdo e ao planejamento da ação empreendedora, o que merece ser mais bem explorado em estudos futuros em que se incluam análise do desenho de cada programa.

No Reino Unido, Jones e Colwill (2013) avaliaram o impacto do programa Young Enterprise Wales (YEW) na IE de seus participantes, com uma amostra de 44 estudantes de cursos profissionalizantes, evidenciando impacto positivo na atitude, nas competências e nos conhecimentos, tais como trabalho em equipe, capacidade de planejar e de organizar. Ainda tendo como foco a IE de estudantes de cursos profissionalizantes, Marques, Ferreira, Gomes e Rodrigues (2012), que avaliaram a diferença na IE entre 202 estudantes portugueses que já tinham tido contato com temas relacionados ao empreendedorismo e os que não tinham, mostram resultados diferentes daqueles apontados por Jones e Colwill (2013), em que a IE não foi impactada pela EE. Marques et al. (2012) indicam a necessidade de nutrir as escolas com cultura empreendedora.

Na Itália, esse resultado foi reafirmado na pesquisa de Testa e Frasccheri (2015), que buscou esclarecer por que algumas iniciativas de EE implementadas nas escolas de cursos profissionalizantes são ineficazes. A conclusão dos autores foi que os formatos dos currículos que envolvem EE limitaram-se à construção de um plano de negócios, desconsiderando a importância da compreensão dos estudantes acerca da utilização de seu conhecimento pessoal no autoemprego, do significado do autoemprego e do desenvolvimento de atitude positiva/papel/imagem dos empreendedores. Além disso, necessitam entender o processo de geração e de avaliação de ideias. Só mais tarde terão a necessidade de aprender a desenvolver um plano de negócios. Na Indonésia, a pesquisa qualitativa de Hadi, Wekke e Cahaya (2015) também apontou necessidade de programas educacionais sobre empreendedorismo nas escolas dos níveis primário e secundário.

O ensino do empreendedorismo foi investigado por Gerba (2012) em 22 universidades públicas da Etiópia, constatando que está em sua fase inicial, com maior presença nas escolas de negócios e agrícolas, ainda com métodos tradicionais de ensino. O estudo de Wu e Wu (2008), com 150 estudantes chineses, encontrou novamente pouca relação entre esses dois construtos (EE e IE), em função da EE na universidade pesquisada (Tongji) ainda estar em sua fase inicial.

O estudo de Lima et al.(2015) examinou as formas de se melhorar a EE, utilizando a amostra do GUESSS, composta por 12.604 estudantes brasileiros, constatando que tais estudantes têm demanda mais alta por EE do que se vê em outros países. Apesar de haver elevada demanda desses estudantes por EE, a percepção de capacidade para empreender (autoeficácia) se mostrou indiferente a ela, ou seja, a EE não prediz a IE, revelando que a EE talvez não esteja atingindo seu objetivo de promover o empreendedorismo.

O empreendimento bem-sucedido, na perspectiva de Liñán (2008) e Liñán e Chen (2009), depende da identificação de oportunidades, criatividade, resolução de problemas, liderança, comunicação, inovação e criação de redes sociais. Depende, também, da inclusão de conteúdo específico no sistema de ensino para agregar valor à IE desses estudantes.

Por fim, Packham, Jones, Miller, Pickernell e Thomas (2010) constataram, utilizando uma amostra de 237 estudantes de 3 nações europeias (Polônia, Alemanha e França), que a EE impactou positivamente a IE de estudantes franceses e poloneses, mas não de estudantes alemães. Há relativo consenso de que os estudantes que ingressam no Ensino Superior alemão são menos propensos a seguir carreira em empreendedorismo, provavelmente por encontrar maiores ofertas de inserção no mundo do trabalho formal.

No contexto europeu, como indicam Paço, Ferreira, Raposo, Rodrigues e Dinis (2015), a maioria dos Estados membros está empenhada na promoção do ensino em empreendedorismo em seus sistemas educativos, mediante a implementação de vários programas educacionais destinados a contribuir para desenvolver habilidades empreendedoras. Quando se desenvolvem programas de EE, deve-se considerar, no entanto, a variabilidade cultural de cada país. Na Noruega, por exemplo, a EE não parece estar associada à IE, devido ao fato de seu mercado laboral ser considerado bem estruturado e apresentar oferta de remunerações adequadas (Støren, 2014), assegurando rendimentos elevados ao indivíduo empregado. Estudantes de países menos desenvolvidos, como Brasil e Indonésia, entretanto, são mais propensos a prever futuras carreiras como empreendedores e são mais positivos em relação ao empreendedorismo do que os europeus industrializados (Franco, Haase, & Lautenschläger, 2010).

Os retornos da educação em empreendedorismo são mais elevados nos EUA do que na Europa (Van Der Sluis et al., 2008). Educação empreendedora desempenha um papel importante nesse contexto, fornecendo não só orientações técnicas (eg., contabilidade, marketing, finanças etc.), mas também ajudando a reorientar indivíduos em direção a autossuficiência, ação independente, criatividade e pensamento flexível.

No contexto africano, por sua vez, a EE foi positivamente relacionada à IE (Gielnik et al., 2013), embora se reconheça que o ensino de empreendedorismo está em sua fase inicial e adota métodos tradicionais de ensino (Gerba, 2012).

#### ***4.3. Analisando Diferenças entre os Países***

Os artigos analisados evidenciam a diversidade de países que têm sido lócus de pesquisas de IE. O continente com mais países pesquisados foi o europeu (21), seguido pela Ásia (12), pela África (6), pela América e pela Oceania (com 2 países cada). Apenas 1 estudo envolveu participantes do grande continente, a eurásia (1), que une Europa e Ásia. Os Estados Unidos foi o país mais pesquisado.

À discussão anteriormente traçada com base em revisão de pesquisas empíricas em diferentes países acrescentam-se mais análises de resultados de pesquisas interpaíses, sobretudo porque explicam as variações observadas com base em diferenças culturais (Moriano et al., 2012). Os argumentos centrais contidos nessas pesquisas e derivados de Hofstede (2011) consideram que, em uma sociedade individualista, os membros tendem a tomar decisões de modo independente e preocupam-se consigo e com seus familiares mais próximos. Por outro lado, nas sociedades coletivistas, os laços grupais são fortes, a família

inclui parentescos (tios, tias, primos etc.) e orienta-se por obrigações impostas pelo grupo, pela busca de harmonia e pela esquivado confronto direto.

Em Sri Lanka, o estudo de Linet al. (2013) avaliou a IE de 353 estudantes universitários, constatando que a IE foi influenciada pelo controle percebido e pelo apoio do ambiente, e não pela atitude e norma subjetiva. A explicação estaria nos valores de uma cultura coletivista, que não estimula a autossuficiência, mas sim o apoio do contexto para a busca de recursos novos e alternativos.

O estudo de Giacomini et al. (2011) comparou a IE de 2.093 estudantes de 5 países (EUA, China, Índia, Espanha e Bélgica). Na Espanha há mais IE do que nos demais países. A motivação foi semelhante, mas os tipos variaram, por exemplo, indianos aspiram a maior *status* social, enquanto americanos, a mais independência. Resultado não surpreendente, dada a cultura individualista norte-americana e a cultura coletivista indiana. A IE foi comparada por Nieuwenhuizen e Swanepoel (2015) entre 182 estudantes de MBA poloneses e sul-africanos, encontrando que os sul-africanos almejam seguir carreira empreendedora mais do que os poloneses. Franke e Lüthje (2004) compararam a IE de 107 estudantes de administração de 2 universidades alemãs e do Massachusetts Institute of Technology (MIT), evidenciando baixa IE dos alemães em relação aos do MIT, que apresenta um ambiente mais favorável ao empreendedorismo do que as outras duas universidades, o que tende a reforçar a importância da EE.

A IE de 988 estudantes portugueses e alemães também foi comparada por Franco, Haase e Lautenschläger (2010), evidenciando que a IE de portugueses é maior do que a de alemães, talvez em função de realidades socioeconômicas divergentes e por diferentes crenças, valores e atitudes em relação ao espírito empresarial. A IE de 1.005 estudantes da Grã-Bretanha e da Espanha também foi comparada por Liñán, Krueger e Nabi (2013), incluindo motivações, culturas, habilidades e conhecimentos como preditores. Os autores constataram que britânicos apresentaram mais intenção empreendedora do que espanhóis. Esse achado, relacionado à comparação entre portugueses e alemães, obriga a uma reflexão mais crítica acerca das razões que levam estudantes a empreender. Certamente, aspectos culturais são importantes, mas considerando que alemães estão mais próximos de britânicos e portugueses mais próximos de espanhóis, outras variáveis devem interferir para além de valores individualistas e coletivistas.

Davey, Plewa e Struwig (2011) compararam a IE de 1.055 estudantes de nações distintas economicamente na Europa (eg., Alemanha, Finlândia) e na África (eg., Uganda, Quênia), no primeiro ano de faculdade, encontrando que os estudantes de países em

desenvolvimento são mais propensos a prever futuras carreiras como empreendedores e são mais positivos quanto ao empreendedorismo do que seus homólogos europeus industrializados, embora os motivadores da IE se mostrem semelhantes.

A IE também foi comparada entre estudantes de cursos profissionalizantes. Embora o estudo de Dinis et al. (2013), com uma amostra de 74 estudantes portugueses de 14 e 15 anos de idade, tenha evidenciado autoconfiança, necessidade de realização, tolerância à ambiguidade e inovatividade como características desses estudantes, a IE foi baixa, talvez em função de ainda não se sentirem capazes de tornarem-se empresários, além de não terem tido contato com a disciplina de empreendedorismo. Esse resultado é consistente com a pesquisa de Akmaliah e Hisyamuddin (2009), que examinou 1.357 estudantes de cursos profissionalizantes da Malásia, constatando também baixa IE, mesmo diante de atitude positiva para com a carreira empreendedora.

A discussão da IE na comparação entre países pode ser potencializada ao se olhar pela perspectiva das barreiras ao empreendedorismo. Barreiras externas e pessoais unem-se na explicação dos fatores impeditivos ao empreendedorismo. Os fatores contextuais seriam: falta de apoio financeiro, de infraestrutura, de inovações tecnológicas, de recursos e de apoio organizacional (Achchuthan & Nimalathan, 2012). Barreiras individuais seriam: aversão ao risco, ao estresse, falta de competências, de conhecimentos, de ideias, resistência a mudanças e ausência de redes sociais (Kebaili, Al-Subyae, Al-Qahtani, & Belkhamza, 2015).

Ao estudar as relações entre barreiras e IE com 2.093 estudantes americanos, indianos, belgas, chineses e espanhóis, Giacomini et al. (2011) concluíram que americanos, asiáticos e europeus possuem distintas intenções e disposições para empreender em função de suas percepções das barreiras. Os indianos são mais sensíveis às barreiras, principalmente falta de apoio estrutural; e espanhóis, americanos e chineses são menos sensíveis e revelaram maior IE.

No contexto asiático, especialmente no Sri Lanka, no Catar e na Malásia, os estudantes põem em relevo algumas barreiras, como a falta de apoio financeiro, a atitude negativa das pessoas em relação ao empreendedorismo, a falta de ideias, de criatividade e de capacidade de assumir riscos (Thrikawala, 2011). Resultado convergente com a pesquisa de Sandhu, Fahmi e Riaz (2011), com 267 estudantes de pós-graduação da Malásia, e com a pesquisa de Olufunso (2010), com 701 estudantes sul-africanos.

Há uma prevalência de cultura coletivista na Ásia, o que justifica o baixo *locus* de controle interno dos estudantes paquistaneses (Saeed et al., 2013) e a aspiração por *status* social, como é o caso da Índia (Giacomini et al., 2011).



De modo geral e não surpreendente, os pesquisados oriundos de países em desenvolvimento relatam maior percepção de barreiras ao empreendedorismo. Depreende-se, então, que as barreiras percebidas também tendem a diferir entre países.

## 5. Conclusões

Tendo em vista os objetivos desta revisão de literatura, constatou-se a evolução dos estudos sobre preditores de IE e os principais preditores individuais e contextuais da IE. Houve um crescimento de 41% de estudos sobre IE entre 2004 e 2015, em diversos países e continentes, o que revela o aumento do interesse sobre o tema. No Brasil, no entanto, as pesquisas são quase inexistentes, sinalizando a importância de estimular estudos nessa direção, o que poderia vir a contribuir para a elaboração de políticas de educação empreendedora e de desenvolvimento de competências no ambiente universitário.

A Figura 3 apresenta uma síntese dos preditores individuais e contextuais. Os principais preditores individuais são: traços pessoais, motivações de realização pessoal, atitude positiva, autoeficácia, percepção de controle, locus de controle interno, percepção de barreiras e criatividade. A família apresenta-se como o principal preditor contextual proximal, principalmente por oferecer um modelo de papel empreendedor a ser seguido. A rede de amigos também se apresenta como um preditor contextual proximal, pois além de servir de modelo a ser seguido, atua como suporte no desenvolvimento do negócio.

Sobre a EE (educação empreendedora), que é um antecedente contextual da IE, os resultados são inconclusivos, especialmente levando em conta o contexto. Os resultados de estudos comparativos entre países sinalizam que a EE tem efeitos distintos a depender dos valores culturais vigentes no país, do modo como a educação empreendedora é colocada em prática e do nível de desenvolvimento do país e de suas instituições de apoio ao empreendedorismo. A maior parte das pesquisas foi realizada nos EUA, país de forte tradição individualista, que favorece a socialização para um tipo de empreendedorismo individual. Culturas predominantemente coletivistas, como as asiáticas, por exemplo, mais orientadas por valores dos grupos, acabam por ser mais vulneráveis a barreiras valorativas que impedem que projetos de iniciativas individuais sejam levados adiante.

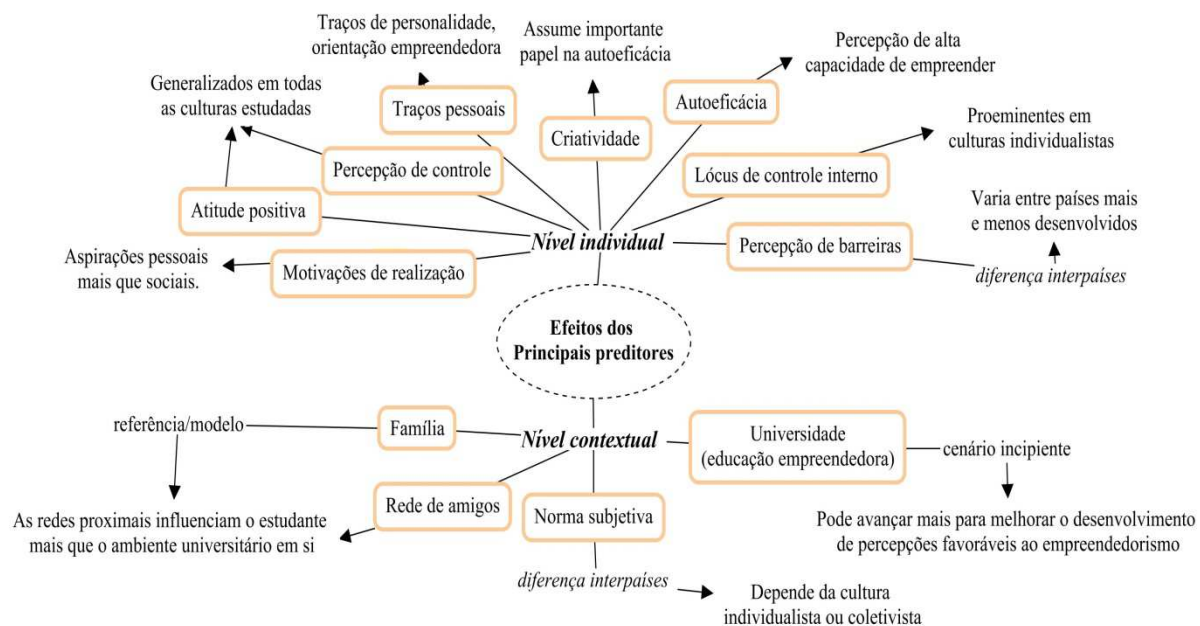


Figura 3: Síntese das conclusões

Fonte: Elaboração própria

De acordo com as pesquisas revisadas, os efeitos das variáveis atitude, controle percebido e norma subjetiva diferem em magnitude, mas tais efeitos são generalizados em todas as culturas estudadas. Variações quanto aos efeitos de normas subjetivas são explicadas geralmente em função de características culturais dos países, predominantemente individualistas (eg., Holanda, EUA) ou coletivistas (eg., Índia, Sri Lanka). Outra variação se dá pela presença ou ausência de apoio social, e do efeito das relações proximais ou distais. Outra conclusão importante dos estudos revisados é que os jovens decidem empreender mais por aspirações pessoais do que sociais. Estudos futuros podem explorar em maior profundidade quais são os grupos de referência mais relevantes em diversas culturas.

Pode-se concluir que cada economia está gerando um grupo de estudantes empreendedores e que sua intencionalidade é muito semelhante, embora a percepção de barreiras à IE varie entre países mais ou menos desenvolvidos. Também, há aspectos culturais e ambientais que sugerem influenciar a tomada de decisão em cada local.

Sobre o ambiente favorável ao empreendedorismo, vale destacar que o sistema educacional pode agir nos níveis primário e secundário para melhorar o desenvolvimento de percepções favoráveis ao empreendedorismo. A IE no momento da conclusão do curso universitário não parece ser suficiente para empreender, pois o potencial empreendedor necessita adquirir experiência relevante antes de iniciar uma empresa. Assim, a combinação de percepções favoráveis desenvolvidas antes da conclusão do curso, em conjunto com a

aquisição de experiência, como participar de empresas juniores, talvez viesse a contribuir para a viabilização do negócio. Não foram encontrados estudos que discutissem as relações entre pertencimento a empresas juniores ou outras experiências empreendedoras e IE.

As temáticas da IE e de sua interrelação com fatores pessoais e contextuais proximais ou distais ainda merecem muita atenção dos pesquisadores no Brasil. Estudos dessa natureza são quase inexistentes por aqui em um quadro que ganha progressiva importância no mundo. As relações entre IE e EE merecem adquirir destaque em um país onde o empreendedorismo tem sido muito enfatizado como alternativa viável e promissora à instabilidade do mercado de trabalho e também como competência a ser reforçada mesmo na formação daqueles que visam a obter um emprego no mercado formal.

As publicações revisadas sugerem um conjunto amplo de novas pesquisas para:

- Avaliar se os estudantes realmente iniciaram seus negócios, uma vez que a IE mede apenas uma intenção, e a proporção;
- Testar a influência de programas de treinamento empreendedor voltado à criatividade sobre a IE;
- Explorar os efeitos das redes sociais na confiança mútua e na autoconfiança do estudante;
- Avaliar as competências adquiridas em programas de educação empreendedora;
- Avaliar a efetividade dos programas de treinamento em empreendedorismo ao redor do mundo; e
- Analisar as diferenças interculturais de IE entre países.

Ao considerar a importância da IE na atualidade, tanto como um ideal formativo quanto como uma alternativa de inserção no mundo do trabalho diante de sucessivas e graves crises econômicas, políticas e sociais com as quais o mundo contemporâneo se defronta, torna-se de grande importância estimular estudos que permitam compreender melhor os antecedentes e consequentes da IE, visando a empreender ações de pesquisa e de elaboração de políticas públicas que potencializem seus benefícios pessoais, sociais e organizacionais.

Esta revisão tem suas limitações e não almeja atingir o *status* de revisão definitiva da literatura internacional e nacional sobre a IE. Os resultados podem ver-se limitados pelo recorte selecionado para a amostra, embora se tenha recorrido às fontes bibliográficas mais proeminentes em empreendedorismo. Admite-se, também, que pode haver outras variáveis antecedentes para além das analisadas aqui.

## **ESTUDO 2**

**Motivações, Planejamento de Negócios e Manejo de Risco: Empreendedorismo entre Estudantes Universitários**

## **Motivações, Planejamento de Negócios e Manejo de Risco: Empreendedorismo entre Estudantes Universitários**

### **Resumo**

O objetivo deste estudo foi comparar motivações orientadas ao empreendedorismo, planejamento de negócios e manejo de riscos entre dois grupos de estudantes universitários: os que já possuíam um negócio (empreendedores experientes) e os que pretendiam iniciar o negócio (empreendedores potenciais). Participaram do estudo tipo *survey* 424 estudantes de graduação e de pós-graduação. Foram realizadas análises descritivas e inferenciais para comparação entre os grupos. Os resultados indicam que as motivações empreendedoras de estudantes empreendedores potenciais são mais altas que as de estudantes empreendedores experientes. No processo de criação do negócio, evidenciou-se que os dois grupos de estudantes são cautelosos em relação ao manejo dos riscos do negócio, mas o grupo de estudantes empreendedores potenciais se mostrou mais preocupado com o plano de negócios do que o grupo experiente.

**Palavras-Chave:** Motivações empreendedoras; Planejamento de negócio; Manejo de risco; Estudantes universitários.

## **Motivations, Business Planning and Risk Management: Entrepreneurship among University Students**

### **Abstract**

The objective of this study was to compare oriented motivations for entrepreneurship, business planning and risk management between two groups of college students: those who already had a business (experienced entrepreneurs) and those who wanted to start the business (potential entrepreneurs). 424 undergraduate and post graduate participated in the survey-kind study. Descriptive and inferential analysis for comparison between groups were performed. The results indicate that the entrepreneurial motivations of potential entrepreneurs students are higher than those experienced entrepreneurs students. In the process of business creation, it became clear that the two groups of students are cautious about the management of business - risks, but the group of potential entrepreneurs students was more concerned with the business plan than the experienced group.

**Keywords:** Entrepreneurial motivations; Business planning; Risk management; College students.

## 1. Introdução

Desde a década de 1990 o interesse pela formação em empreendedorismo de estudantes universitários nas Instituições de Ensino Superior (IES) brasileiras vem crescendo. Políticos e dirigentes universitários começaram a se dar conta da importância de tratar o empreendedorismo como tema de formação. O foco da educação superior brasileira apenas na formação de futuros empregados qualificados já se mostrava insuficiente diante das necessidades do País (Lima, Lopes, Nassif, & Silva, 2011).

Há evidências na literatura de que a educação empreendedora tem contribuído para ajudar universitários a desenvolverem atitudes positivas para com a carreira empreendedora e a aumentarem sua percepção positiva de viabilidade de negócio (análise de oportunidades) (Bae, Qian, Miao, & Fiet, 2014). Enfim, a utilização máxima de habilidades e talentos, a percepção de controle sobre o futuro, a atitude positiva para aprender coisas novas e colocar em prática a criatividade, o medo do desemprego, os valores pessoais, a busca por autonomia, independência financeira e autorrealização, além do ideal de cumprir uma missão social são outros motivos individuais que levam estudantes universitários a abraçarem a carreira empreendedora (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2012).

Apesar de os resultados de pesquisas sobre motivação e razões que levam estudantes universitários a abraçarem a carreira empreendedora sinalizarem um conjunto de variáveis pessoais e contextuais, que, hipoteticamente, explicam a decisão pela carreira empreendedora de estudantes universitários em geral, pouco se sabe sobre as diferenças de influência de tais variáveis entre estudantes empreendedores experientes, estudantes não empreendedores e estudantes empreendedores potenciais. Diferenças comportamentais e de atitude entre empreendedores e não empreendedores têm sido objetos de investigação há muito tempo. Aqui ressaltam-se pesquisas empíricas e teóricas que comparam empreendedores experientes, novos empreendedores, não empreendedores e gestores, tendo em vista que estudos dessa natureza focados em estudantes universitários não foram localizados em busca bibliográfica.

O estudo de Carland, Hoy, Boulton e Carland (1984) explora, com base em Schumpeter (1934) e em resultados de outras pesquisas, as diferenças entre empreendedores e donos de pequenos negócios, propondo um framework conceitual que os diferencia. Nesse framework, o comportamento pró inovação é fator crítico para diferenciar empreendedores de gestores não empreendedores, de um lado, e de donos de pequenos negócios, de outro lado.

Contrariando muitos estudos sobre empreendedorismo, Gartner (1985), um clássico no campo de estudos em empreendedorismo, alerta que além das diferenças entre empreendedores e não empreendedores, há também diferenças entre os próprios

empreendedores. Com base em revisão de bibliografia o referido autor identifica seis atividades comuns ao empreendedor: localizar oportunidades de negócios, acumular recursos, introduzir produtos e serviços no mercado, fabricar produtos, instituir organizações e responder a requisitos da sociedade e de governos. Todas essas atividades envolvem risco, demandam algum nível de planejamento e podem também ajudar a revelar a diversidade entre empreendedores.

O estudo de Baron e Ensley (2006), por exemplo, mostrou que empreendedores experientes identificam e exploram mais oportunidades de negócios que os empreendedores iniciantes. A pesquisa realizada por Hooks (2010) comparou atitude, liderança, inovação, controle percebido e autoconfiança de empreendedores novos e experientes e como se relacionam com a satisfação com a vida. Constatou que os novos empreendedores possuem mais satisfação com a vida e que os experientes vêem as falhas do passado como oportunidade de crescimento. O estudo de Walter e Heinrichs (2015) aponta também haver diferentes processos cognitivos antes e depois de se iniciar um negócio.

A literatura mostra que a propensão a riscos é um dos principais atributos pessoais do empreendedor individual. Crença que encontra apoio em teorias dos traços pessoais, cujo principal proponente é McClelland (1961). Mas apesar da ampla difusão dessa visão, os resultados de pesquisa indicam um panorama ainda marcado por contradições. O trabalho sobre propensão a risco que se tornou referência e um dos mais consultados foi o de Brockhaus (1980). Usando o *choice dilemmas questionnaire* de Kogan-Wallach, o autor concluiu que propensão a risco poderia não ser uma característica particular de empreendedores. Em contraposição, Carland, Carland e Pearce (1995) compararam empreendedores, gerentes e donos de pequenas empresas e concluíram que empreendedores possuem maior propensão a riscos.

Os resultados do estudo de mata-análise de Stewart Jr. e Roth (2001) vão ao encontro dos achados de Carland, Carland e Pearce (1995), ao evidenciarem que a propensão ao risco de empreendedores é maior que a de gestores/gerentes. Adicionalmente, os resultados revelaram diferenças entre empreendedores: a propensão a risco de empreendedores que focam o crescimento do negócio como objetivo principal é superior a daqueles que focam a geração de renda familiar como principal objetivo do negócio.

Ao comparar empreendedores brasileiros e portugueses, a pesquisa realizada por Silva, Gomes e Correia (2009) evidenciou que apesar de os brasileiros rejeitarem mais as incertezas, eles apresentam maior propensão ao risco que os portugueses. A propensão foi medida pela capacidade de “tomar decisões e ações sem o conhecimento seguro dos

resultados” (p. 69). Porque propensão a risco e aversão à incerteza são conceitos correlacionados, a leitura cruzada desses resultados revela o quanto da incerteza percebida o empreendedor aceita e se expõe (risco calculado) em troca de um retorno.

Além do manejo do risco, o êxito do negócio entre os empreendedores potenciais ou empreendedores experientes também depende do planejamento, pois ambos podem influenciar a análise do mercado, o retorno do investimento, a experimentação e a flexibilidade (Sarasvathy, 2001). Manejo de risco e planejamento são conceitos pouco explorados em pesquisas sobre empreendedorismo no Brasil. A literatura internacional avança um pouco mais na discussão sobre planejamento, seguindo trilha promissora aberta por Sarasvathy (2001), ou abraçando abordagens tradicionais sobre planejamento, que o reduzem à elaboração de planos de negócios, sobretudo em cursos de formação de empreendedores.

A pesquisa cujos resultados estão sendo apresentados neste artigo partiu da premissa de que o manejo de riscos, as motivações para a carreira empreendedora e o planejamento de negócios são variáveis importantes para compreender o empreendedorismo. Supôs também que estudar estas variáveis comparando grupos de empreendedores potenciais e empreendedores experientes no contexto universitário, ajudaria a identificar diferenças entre estes grupos, tendo em vista que os jovens constituem os principais atores do empreendedorismo no Brasil (*global entrepreneurship monitor - GEM*, 2015).

## **2. Suporte teórico**

Esta seção apresenta e discute as motivações de carreira empreendedora de estudantes, planejamento e manejo de risco por empreendedores. Essas discussões orientam a análise dos resultados da pesquisa que vem a seguir.

### **2.1.Motivações orientadoras da carreira empreendedora de estudantes**

As motivações para iniciar um negócio têm sido relacionadas a fatores econômicos (Schumpeter, 2002), à busca de oportunidades no mercado competitivo (Shane & Venkataraman, 2000), à ausência ou insatisfação com as oportunidades de trabalho (Kautonen & Palmroos, 2010) e ainda à necessidade de autorrealização (McClelland, 1965). Apesar de o modelo de McClelland prever outros tipos de motivações como a necessidades de afiliação e poder, diversos estudos empíricos (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2012; Sivarajah & Achchuthan, 2013) apontam que a necessidade de realização é a mais forte dentre as demais em seu modelo.



A necessidade de realização pode ser definida como um padrão de motivação que revela autoconfiança, grande iniciativa, orientado por metas claramente estabelecidas, assumindo responsabilidades e riscos moderados, e privilegiando situações que podem oferecer feedback para a melhoria do desempenho (McClelland, 1961). Tais características estão fortemente associadas ao perfil de empreendedores (Aschuler, 1967). Alguns anos depois McClelland (1965) propôs caminhos para desenvolver a necessidade de realização entre jovens, que podem ser resumidas em quatro frentes: estabelecer metas (favorecer com que os jovens assumam responsabilidades), síndrome dos motivos (promover a integração entre pensamento, ação e contexto, permitindo ao jovem adequar suas metas à situação particular em que se encontra), suporte cognitivo (promover reflexões intensas para que o jovem possa conectar seus motivos à realidade atual) e suporte do grupo (utilizar o grupo para promover melhores *insights* e oferecer *feedbacks*).

Universitários desejam alcançar objetivos que sejam um desafio, além de vencer obstáculos, que os permitam inferir seu êxito como resultado de suas próprias ações. A utilização bem-sucedida das competências adquiridas ao longo de sua formação universitária (Frese, Rousseau, & Wiklund, 2014; Olufunso, 2010; Padachi, 2006) enaltece a sua capacidade pessoal de aprendizagem de um repertório de conhecimento, atitudes e comportamentos que fortalecem sua autoconfiança. Sentem-se desconfortáveis quando não conseguem materializar essa aprendizagem teórica na condição de empregados, e a abertura de um novo negócio (com ou sem fins lucrativos ou mistos) constitui uma via promissora dessa realização.

Embora a necessidade de realização seja percebida como a motivação mais importante entre os estudiosos, a conjuntura do mundo atual leva a que os estudantes incluam outros motivos como os sociais, como uma maneira de contribuir para a solidariedade no mundo (Omoredede, 2013), a justiça social e a proteção do meio ambiente (Bornstein, 2004). Esta perspectiva converge com o que Smith e Woodworth (2012) denominam de empreendedorismo social, que, em síntese, visa à melhoria da sociedade em geral. O retorno financeiro, embora motive o estudante, não tem sido associado às suas principais motivações (Lima, Lopes, Nassif, & Silva, 2014).

Os contextos familiar (Almeida & Teixeira, 2014; Sivarajah & Achchuthan, 2013) e acadêmico (Kacperczyk, 2013) contribuem também para a decisão de seguir a carreira empreendedora. As redes funcionam como um tipo de capital social (Granovetter, 2005) e são fundamentais na criação e sustentação do negócio (Vale & Guimaraes, 2010), indo ao

encontro do que preconiza McClelland (1965), ao abordar a necessidade de pertencer a um grupo ao mesmo tempo em que há preocupação em satisfazer às necessidades dele.

As motivações também podem sofrer influência da cultura, da região, do gênero e da etnia (Shane, Kolvereid, & Westhead, 1991). Nos Estados Unidos, por exemplo, mais homens que mulheres estão iniciando a carreira empreendedora (Reynolds, Carter, Gartner, & Greene, 2004), ao contrário do Brasil, cujos dados de 2014 do GEM apontam a maior presença de mulheres nesse estágio inicial (51%), além de diferenças regionais (Almeida, 2013). Na Malásia, Akmaliah e Hisyamuddin (2009) constataram que o apoio da comunidade, o interesse e a autoestima elevada motivaram a carreira empreendedora de estudantes. Na China, no México e nos EUA a independência e a propensão ao risco foram os principais motivos do autoemprego, com destaque para os EUA, que possuem fatores individuais e contextuais mais favoráveis ao empreendedorismo (Wang, Prieto, Hinrichs, & Milling, 2012).

Das motivações arroladas depreende-se que o processo de criação de negócios depende de motivações pessoais, sociais e contextuais e de sua intensidade (Valencia, Restrepo, & Restrepo, 2014). Tais motivos interagem entre si e orientam planos e metas (Sivarajah & Achchuthan, 2013). Motivação, no entanto, não é um estado estático, pois os estímulos que movem as pessoas mudam ao longo da vida. O que motiva a criação do negócio, por exemplo, pode sofrer variações em virtude da experiência prática adquirida e de fatores adversos.

## **2.2.Criação do negócio – Planejamento do negócio e manejo de riscos**

O planejamento dos negócios normalmente se dá por meio de sistematização de ideias, como o plano de negócios, que são documentos escritos de modelização do futuro de um empreendimento (Carvalho, 2009; Testa & Frascheri, 2015). Também ajuda as pessoas a iniciarem, manterem e avaliarem as ações necessárias para a realização do objetivo (Frese, 2009).

O estudo de Santos e Silva (2012) concluiu que o plano de negócios é um guia que auxilia o empreendedor na gestão, tendo, inclusive diversos modelos que se adaptam a diferentes realidades empresariais. Vários efeitos positivos do plano de negócio foram sintetizados por Delmar e Shane (2003), com destaque para: rapidez nas tomadas de decisões, antecipação de falhas das informações, administração de recursos, análise de viabilidade do negócio, e melhoria da comunicação interna e externa ao negócio. A meta-análise realizada por Brinckmann, Grichnik e Kapsa (2010) evidenciou ainda que o plano de negócios aumenta

o desempenho do negócio. Embora pesquisas sobre planejamento de negócios entre estudantes não sejam comuns, há relativo consenso de que o referido planejamento é imprescindível no processo de formulação e criação do negócio (Botha & Robertson, 2014; Sebrae, 2012).

Reconhece-se, entretanto, que há um debate no campo do empreendedorismo acerca do valor do plano de negócios (Chandler, Detienne, Mckelvie, & Mumford, 2011; Delmar & Shane, 2003). Enquanto um grupo de pesquisadores o percebe como uma atividade fundamental para o êxito na criação de um negócio, outros problematizam esta afirmação (Gruber, 2007), levando em conta os elevados níveis de incerteza e volatilidade nos ambientes das “startups”.

Nesta direção, duas abordagens ao planejamento são discutidas na literatura (Sarasvathy, 2001). A da causa (*causation*) leva em conta o paradigma tradicional de elaboração de planos detalhados e sua relevância para o negócio. A do efeito (*effectuation*) inverte essa lógica tradicional e introduz o paradigma da experimentação, ou seja, o de tentar diferentes perspectivas de ingresso no mercado antes de escolher um conceito de negócio. A do efeito obedece a uma lógica que permite ao estudante tirar proveito das oportunidades contingentes, aceitar perdas e explorar alianças estratégicas. Há um reconhecimento de que as falhas fazem parte do êxito do negócio ao se explorar novas oportunidades (Sarasvathy, 2008).

Alguns estudos concluem que empreendedores exitosos possuem maior capacidade de manejar os riscos (Botha & Robertson, 2014), pois o resultado positivo de empreendimentos depende também da gestão financeira e da disponibilidade de capital de giro (Padachi, 2006). Ademais, envolve grande variedade de habilidades em estratégia, contabilidade, conhecimentos legais e técnicos importantes na condução do negócio (Almeida, 2013).

O manejo de riscos também leva em conta outros aspectos, como requisitos tecnológicos, mercados, cenários, concorrência atual e futura, projeções financeiras, leis atuais e processos regulatórios, ambiente socioeconômico e interferências políticas (Braga, 2012). Embora suponha-se que habilidades cognitivas estejam envolvidas na análise de riscos, como a de avaliar quais perdas são aceitáveis e quando parar em caso de fracasso (Baron & Ensley, 2006), este processo parece estar mais claramente definido por empreendedores experientes (Matlin, 2005), o que sugere que o contexto social mais amplo pode contribuir no desenvolvimento de tais habilidades. Ressalta-se ademais que a problemática de propensão ao risco ainda é muito controversa no âmbito das pesquisas em empreendedorismo, conforme

registrado na introdução deste artigo, o que reforça a importância de seu mapeamento entre estudantes empreendedores experientes e potenciais.

Os argumentos apresentados nesta seção salientam a importância do planejamento e do manejo dos riscos para compreender o comportamento de empreendedores e justificam estudos empíricos comparativos como o que será aqui relatado, vindo a ajudar na acumulação de evidências sobre a diversidade e heterogeneidade entre empreendedores em contextos específicos, como o universitário.

### **2.3. Empreendedores potenciais e experientes**

Empreendedores potenciais são aqueles que pretendem iniciar um novo negócio ou esperam estar na condição de proprietários ou sócios de uma nova empresa (GUESSS, 2013). Empreendedores experientes são aqueles que já possuem um negócio há mais de quatro anos (Hooks, 2010) ou estão estabelecidos há mais de três anos e meio (GEM, 2015). As razões que conduzem à criação de um novo negócio parecem semelhantes entre empreendedores que pretendem iniciar os seus negócios e os que já o possuem, tais como a segurança financeira, independência, autorrealização e autonomia (Reynolds et al., 2004). Todavia, os empreendedores potenciais, tendem a superestimar suas habilidades, motivações e esforços (Gartner & Shaver, 2002).

A satisfação com a vida também difere entre empreendedores novos, aqueles que empreendem há menos de três anos, e experientes, aqueles que empreendem há mais de quatro anos (Hooks, 2010), provavelmente pela novidade do negócio, liberdade para expressar tendências inovadoras e colocar em prática os conhecimentos adquiridos, mais que pelo retorno financeiro imediato (Krueger & Carsrud, 1993).

Empreendedores experientes, no entanto, levam vantagem em relação à descoberta e criação de oportunidades e possuem uma visão sistêmica mais acurada sobre os riscos potenciais (Baron & Ensley, 2006). Novos e potenciais empreendedores avaliam as oportunidades intuitivamente com foco no caráter de novidade (Azoulay & Shane, 2001), podendo deixar de dedicar suficiente atenção a vários fatores financeiros e comerciais que impedem o êxito de novos negócios. Empreendedores experientes concentram esforços em fatores relacionados ao resultado financeiro e rejeitam ideias de novos produtos ou serviços que sugerem risco não administrável (Baron & Ensley, 2006). O afeto intenso de quem está começando a carreira empreendedora também pode prejudicar a tomada de decisões, pois a

capacidade de pensar sistematicamente e avaliar cuidadosamente as informações pode ser reduzida (Ruder & Bless, 2003).

Presume-se, então, que potenciais empreendedores tendam a ser mais impulsivos e "se apaixonar por suas próprias ideias," mantendo o excesso de entusiasmo e otimismo. Não obstante, intensos estados afetivos podem contribuir para a criatividade e para o pensamento sistemático (Forgas, 2004). Esta capacidade de pensar sistematicamente e avaliar cuidadosamente as informações pode ser desenvolvida por meio de processos de aprendizagem relacionados ao ganho de experiência.

Em síntese, esta seção de suporte teórico apresentou os principais conceitos utilizados no estudo e incluiu evidências empíricas sobre as diferenças entre empreendedores experientes e potenciais no que tange às motivações, ao manejo de riscos, e ao lugar do plano de negócios (antes ou depois da experimentação do negócio). A comparação entre empreendedores iniciantes e empreendedores experientes no contexto da formação universitária foco deste estudo poderá ajudar a trazer novas evidências sobre tais diferenças, contribuindo para o avanço do conhecimento sobre variáveis que explicam a diversidade do comportamento empreendedor.

### **3. Método**

Trata-se de um estudo comparativo e de corte transversal, que fez uso de um survey eletrônico. É um recorte do *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey – GUESSS* (<http://www.guesssurvey.org/>)<sup>1</sup>, uma pesquisa internacional que, em 2013/2014, alcançou 34 países, incluindo o Brasil. Seu principal objetivo é acompanhar indicadores perceptivos de variáveis de nível individual e contextual do ambiente universitário relacionados ao empreendedorismo entre estudantes de nível superior.

A pertinência de se fazer um recorte do estudo GUESSS decorre de ele ser realizado com universitários e o GEM (2015) apontar que os jovens entre 25 e 34 anos são os maiores empreendedores brasileiros. Destarte, acredita-se que a universidade seria o contexto privilegiado da aprendizagem empreendedora. Estudos desenvolvidos neste contexto viriam a contribuir para o maior alinhamento entre teoria e a prática do empreendedorismo.

---

<sup>1</sup>O projeto GUESSS é liderado pelo *Swiss Institute for Small Business and Entrepreneurship da University of St. Gallen (KMU-HSG)*. Para cada país participante há um representante responsável por coordenar a coleta de dados.

### ***3.1.Participantes***

Participaram estudantes de uma universidade pública do nordeste do Brasil que pretendiam ter um negócio dentro de um ano ( $M = 12,42$ ;  $DP = 7,86$ ) e os que já possuíam há cinco anos ( $M = 5,95$ ;  $DP = 3,44$ ) (344 e 80 respectivamente), totalizando 424 respondentes, sendo 278 solteiros ou divorciados, 146 casados, 215 do sexo masculino e idade média de 27 anos ( $DP=6,11$ ). Quanto à distribuição por curso, 18% eram dos cursos de medicina e ciências da saúde; 16%, de engenharia e arquitetura; 10%, de ciências sociais; 6%, de direito; 5%, de artes; 5%, de administração e negócios e 40% não especificaram ou marcaram a opção outros. Em relação ao desempenho acadêmico, 31% descreveram-no como bem acima da média, 35%, como acima da média e 27,4%, como dentro da média.

Sobre contato com disciplinas de empreendedorismo, 77% declararam nunca ter tido contato, enquanto 23% cursaram ao menos uma disciplina. Ainda do mesmo total de respondentes, 32% afirmaram que nenhum dos pais possui o próprio negócio e 40% possuem ao menos um ou algum outro membro da família vinculado à atividade empreendedora. 47% disseram trabalhar, dedicando-se em média 31,98 horas por semana ao trabalho ( $DP=12,11$ ). Sobre o nível educacional, 70% eram graduandos.

### ***3.2.Instrumento GUESSS Brasil***

O instrumento tem 12 blocos de questões: (a) dados pessoais do estudante; (b) área de formação; (c) intenções de escolha de carreira; (d) motivos de escolha de carreira; (e) ambiente de aprendizagem empreendedora; (f) perfil empreendedor do estudante; (g) experiências familiares; (h) processos de socialização em cada país; (i) planejamento do negócio; (j) informações gerais sobre o negócio; (k) informações sobre negócios da família; (l) questões específicas de cada país onde é aplicado o estudo.

Para fins deste estudo comparativo foram considerados dois grupos de itens: referentes ao processo individual de criação do negócio (10 itens) e referentes a motivações individuais (18 itens), tendo em vista serem os itens respondidos pelos estudantes que já tinham empreendido há cinco anos e os que pretendiam empreender dentro de um ano. Tal decisão viabilizou a realização do estudo comparativo aqui proposto e cujos resultados são apresentados e analisados. A importância dos construtos escolhidos no campo de estudo do empreendedorismo já foi amplamente justificada na introdução e na seção de suporte teórico.

### 3.3.Procedimentos de Coleta de dados

No final de 2012 foram enviados convites por email a 23 mil alunos matriculados em uma instituição federal de ensino superior do nordeste do Brasil. Em respeito aos princípios éticos, a adesão à pesquisa era voluntária, sendo que 2.999 estudantes responderam ao instrumento. Tendo em vista o foco da pesquisa e as variáveis estudadas, a amostra deste estudo comparativo foi de 424 estudantes, cujo perfil foi descrito na seção de participantes.

### 3.4.Tratamento dos grupos de itens: Criação de Negócios e Motivações

Os 10 itens referentes à **criação do negócio** (ver Tabela 3) foram submetidos à análise fatorial exploratória (AFE) e agrupados em duas dimensões: plano de negócio (5 itens) e manejo de risco (5 itens), explicando 55,60% da variância. O coeficiente Kaiser-Meyer-Olkin (KMO = 0,762) e o teste de esfericidade de Bartlett [ $c^2(45) = 1303,399; p < 0,01$ ] indicam que a medida é fatorável.

Tabela 3

Estrutura fatorial da medida de criação do negócio

Itens	Fatores	
	1	2
Eu sou cuidadoso para não investir mais recursos do que poderia perder	<b>,810</b>	,148
Eu adapto o que estou fazendo aos recursos que tenho	<b>,808</b>	,359
Eu sou cuidadoso para não arriscar mais dinheiro do que eu aceito perder	<b>,807</b>	,152
Eu sou flexível e aproveito as oportunidades à medida que elas surgem	<b>,657</b>	,338
Eu deixo os negócios evoluírem à medida que as oportunidades surgem	<b>,651</b>	,259
Eu pesquiso e seleciono mercados-alvo e faço análises da concorrência	,245	<b>,855</b>
Eu estabeleço e planejo esforços de produção e de marketing	,244	<b>,848</b>
Eu estabeleço e planejo estratégias de negócios	,332	<b>,812</b>
O produto/serviço planejado é substancialmente diferente do que imaginei inicialmente	,114	<b>,561</b>
Estou tentando diferentes abordagens até encontrar um modelo de negócios que funciona.	,243	<b>,490</b>
Alfa de Cronbach	,80	,76
<i>Eigenvalues</i>	3,7	1,8
Variância explicada	36,97	18,63
Assimetria	-,933	-,355
Achatamento	,653	-,232
Media dos fatores	5,57	4,47

**Nota:** Extração: Análise dos Eixos Principais. Rotação: Oblimin. 1:Manejo de riscos; 2:Planejamento de negócios.

Os 18 itens referentes às **motivações individuais** (ver Tabela 4) foram igualmente submetidos a AFE (Análise Fatorial Exploratória) e agrupados em quatro dimensões, assim denominadas:

motivações sociais (6 itens), motivações grupais (5 itens), motivações financeiras (4 itens) e motivações gerenciais (3 itens), explicando 67,64% da variância, com o coeficiente Kaiser-Meyer-Olkin (KMO = 0,854) e o teste de esfericidade de Bartlett [ $\chi^2(153) = 3247,842$ ;  $p < 0,01$ ].

*Tabela 4*

Estrutura fatorial da medida de motivações individuais

Itens	Fatores			
	1	2	3	4
Tornar o mundo um lugar melhor	<b>,815</b>			,403
Resolver problemas sociais que as empresas privadas normalmente não conseguem tratar	<b>,788</b>	,273		-,121
Desempenhar papel proativo mudando o jeito de o mundo funcionar	<b>,787</b>	,254		-,123
Ser um cidadão altamente responsável por nosso mundo	<b>,718</b>			,466
Convencer outros de que negócios privados realmente são aptos a tratar do tipo de desafio social de que meu negócio trata	<b>,692</b>	,257		,188
Ter um forte foco no que meu negócio pode conseguir para a sociedade em geral	<b>,556</b>	,445		,326
Ter um forte foco no grupo de pessoas com as quais eu me identifico muito	,146	<b>,877</b>		,140
Apoiar e fazer avançar o grupo de pessoas com as quais eu me identifico muito	,302	<b>,795</b>		,213
Oferecer um produto/serviço que é útil para um grupo de pessoas com as quais me identifico muito	,161	<b>,735</b>		,247
Resolver um problema específico para um grupo de pessoas com as quais me identifico muito	,479	<b>,595</b>	,174	-,277
Desempenhar um papel proativo moldando atividades de um grupo de pessoas com as quais me identifico muito	,481	<b>,566</b>	,213	-,149
Fazer dinheiro e ficar rico			<b>,785</b>	
Avançar na minha carreira no mundo dos negócios			<b>,764</b>	,192
Estabelecer uma forte vantagem competitiva e ter um desempenho significativamente superior ao dos outros negócios da mesma área de atividade		,132	<b>,723</b>	,291
Ter um forte foco no que meu negócio pode conseguir fazer face à concorrência		,194	<b>,700</b>	,411
Ter analisado completamente as possibilidades financeiras para meu negócio	,114	,116	,273	<b>,789</b>
Tocar meu negócio com base em sólidas práticas de gestão		,130	,381	<b>,684</b>
Ser capaz de expressar aos meus clientes que compartilho fundamentalmente os mesmos valores, interesses e modo de entender as coisas que eles	,434	,258	,165	<b>,485</b>
Alfa de Cronbach	,87	,84	,77	,74
<i>Eigenvalues</i>	6,5	3,0	1,63	1,15
Variância explicada	36,08	16,11	9,03	6,40
Assimetria	-,866	-,627	-,823	-1,16



Achatamento	,111	-,103	,441	1,30
Media dos fatores	5,11	4,91	5,06	5,67

*Nota:* Extração: Análise dos Eixos Principais. Rotação: Varimax. 1: motivações sociais; 2: motivações grupais; 3: motivações financeiras; 4: motivações gerenciais.

### 3.5. Procedimentos de análise de dados

Análise descritiva, análise fatorial exploratória e análises comparativas foram realizadas com uso do SPSS (*Statistical Package for Social Science, versão 21*). Medidas de tendência central (média) e desvio-padrão (dp) foram usadas nas análises descritivas. Para a análise comparativa fez-se uso do teste *t* para amostras independentes. As correlações bivariadas de Pearson avaliaram a força das relações entre as variáveis.

## 4. Resultados

Os resultados encontram-se divididos em seções, atendendo aos objetivos do estudo. Inicialmente são apresentadas descrições que caracterizam os dois grupos (potenciais e experientes) em relação às variáveis. Em sequência, as comparações entre grupos.

### 4.1. Principais motivações, planejamento do negócio e manejo do risco de empreendedores potenciais e experientes

A Tabela 5 apresenta as médias, desvio-padrão e correlações entre as variáveis do estudo.

*Tabela 5*

Correlações entre os fatores incluindo média e desvio padrão

	Média	DP	1	2	3	4	5	6
1. Motivações sociais	5,11	1,54	-					
2. Motivações grupais	4,91	1,51	,623**	-				
3. Motivações financeiras	5,06	1,39	,195**	,330**	-			
4. Motivações gerenciais	5,67	1,25	,398**	,399**	,511**	-		
5. Manejo do risco	5,57	1,21	,163**	,218**	,344**	,400**	-	
6. Planejamento do negócio	4,47	1,43	,293**	,327**	,340**	,349**	,323**	-

*Nota:* Criação do Negócio (5 e 6) \*\**p*< 0,001. Valores entre 1 a 7. Manejo do risco: média elevada significa comportamento cauteloso.

As variáveis do estudo encontram-se correlacionadas positivamente. As motivações gerenciais (desenvolver habilidades pessoais de gestão) apresentam médias mais elevadas entre todos os estudantes universitários pesquisados (potenciais e experientes) do que as

médias das motivações sociais (tornar o mundo melhor), financeiras (fazer dinheiro e ficar rico) e grupais (apoiar e desenvolver meu grupo), citadas em ordem decrescente de valores de suas médias. Sobre as duas dimensões de criação do negócio, o manejo do risco apresenta média mais alta (maior média significa comportamento menos arriscado na abertura do negócio) que o planejamento.

#### **4.2.Comparando empreendedores potenciais e experientes nas suas motivações e na criação do negócio**

A Tabela 6 apresenta os resultados das motivações e da criação do negócio comparando estudantes potenciais empreendedores e experientes.

*Tabela 6*

Comparação entre empreendedores potenciais e experientes

Dimensões	Teste t						Efeito D'Cohen
	T	Df (gl)	Potenciais		Experientes		
			M	DP	M	DP	
1.Motivações sociais	4,57*	102,66	5,29	1,43	4,32	1,77	0,651
2.Motivações grupais	3,49*	101,29	5,05	1,43	4,31	1,71	0,493
3.Motivações financeiras	4,46*	102,14	5,22	1,31	4,37	1,54	0,624
4.Motivações gerenciais	3,58*	96,64	5,79	1,17	5,15	1,44	0,522
5.Manejo de Risco	1,71	90,71	5,63	1,10	5,30	1,57	0,273
6.Planejamento do negócio	4,73*	98,0	4,64	1,32	3,69	1,63	0,685

Nota: Criação do Negócio (5 e 6). \* $p < 0,001$ .

Observa-se que as motivações orientadas ao empreendedorismo (sociais, grupais, financeiras e gerenciais) de potenciais empreendedores apresentam médias mais altas do que as dos experientes. Observa-se também que o teste *t* evidenciou diferença entre os grupos, reafirmando que os potenciais empreendedores são mais motivados que os experientes: motivações sociais ( $t_{(420)} = 4,57$ ;  $p < 0,001$ ), motivações grupais ( $t_{(417)} = 3,49$ ;  $p < 0,001$ ), motivações financeiras ( $t_{(418)} = 4,46$ ;  $p < 0,001$ ), motivações gerenciais ( $t_{(413)} = 3,58$ ;  $p < 0,001$ ). Os tamanhos dos efeitos de Cohen (1998) foram considerados médios e os diferenciam principalmente em relação às motivações sociais ( $d=0,651$ ) e financeiras ( $d=0,624$ ).

No que tange à criação do negócio, o manejo do risco não diferiu entre os dois grupos ( $t_{(415)} = 1,71$ ;  $p < 0,033$ ), evidenciando que ambos são cautelosos na condução dos negócios evitando correr riscos. Os potenciais empreendedores investem mais em ações de

planejamento ( $t_{(417)} = 4,73$ ;  $p < 0,00$ ;  $M=4,64$ ;  $DP = 1,32$ ), do que os experientes ( $M=3,69$ ;  $DP = 1,63$ ) (Tabela 6).

## 5. Discussão

Os resultados do teste t sinalizam de modo claro haver diferenças entre o grupo de estudantes universitários potenciais empreendedores e o de estudantes empreendedores experientes no que se refere às motivações e ao planejamento do negócio.

As motivações sociais e financeiras são as que mais diferenciam os grupos de universitários em estudo. A motivação social orienta mais o empreendedor potencial que o experiente. Isto pode significar que, apesar de as motivações sociais e o empreendedorismo social estarem em alta (e.g., Bornstein, 2004; Omoredede, 2013; Smith & Woodworth, 2012), o ideal de contribuir para a justiça social, por exemplo, diminui à medida que se necessita assegurar a sobrevivência do negócio (motivação financeira), o que vai ao encontro dos estudos de Azoulay e Shane (2001), que ressaltam a idealização do potencial empreendedor, que avalia as oportunidades com base na intuição sobrelevando seu caráter de novidade, quando comparado ao experiente, que vive os problemas da gestão do negócio na prática.

Corroborando com os achados de Lima et al. (2014), fatores relativos à progressão na carreira e a contribuições sociais superam o interesse financeiro do potencial empreendedor, argumento amparado em McClelland (1965), ao afirmar que pessoas engajadas em ações que a tornem realizadas, como a mudança socioambiental, não são motivadas por dinheiro em si, mas empregam o dinheiro como um bom método de manter o nível das suas realizações

Os potenciais empreendedores idealizam modestamente o retorno financeiro, mas os estudantes que já empreenderam (experientes) vivenciam na prática os desafios de se manter no negócio e, por isso, tendem a concentrar esforços em fatores de sucesso financeiro e a rejeitar ideias de novos produtos ou serviços por se associarem a riscos não administráveis (Baron & Ensley, 2006). Ocupam-se de modo concreto com a concorrência e a produtividade e reconhecem que o retorno financeiro imediato não ocorre como se idealiza, pois há diversos fatores externos, além de uma gestão bem concebida e implementada de capital de giro, que pode contribuir positivamente para o valor do negócio (Padachi, 2006). Esta interpretação sugere que a necessidade de autorrealização está mais associada aos potenciais empreendedores que aos experientes.

As posições ocupadas pela motivação gerencial e pela grupal não se modificam nos dois grupos (primeira e quarta posição respectivamente). Ambos os grupos são mais

fortemente motivados pela gestão, o que sugere que o ambiente universitário (variável contextual) ajuda a criar a expectativa de que o que se aprende deve ser testado quando se cria ou se desenvolve o próprio negócio. Oferece também condições para que as informações circulem, permitindo que as práticas de gestão sejam difundidas, além de criar expectativas compartilhadas (Lima et al., 2014; Olufunso, 2010). Esta interpretação converge com a afirmação de Frese et al. (2014) de que a troca e a busca de informações por estudantes universitários ajudam no desenvolvimento de habilidades para liderar pessoas e gerir os negócios.

A motivação grupal, no entanto, não exerce o mesmo atrativo que a motivação de gestão, o que pode ser explicado pelo tipo dúbio de socialização relacionada ao empreendedorismo: mescla de individualismo e coletivismo. Evidências na literatura (e.g., Almeida & Teixeira, 2014; Granovetter, 2005; Kacperczyk, 2013; Lima et al., 2014; McClelland, 1961; Vale & Guimarães, 2010) apontam o papel estratégico da rede social (família, amigos, comunidade) na criação do negócio ao exercer um duplo papel: de suporte e de difusor de informações. Isto contribui para a oferta de modelos a serem seguidos e para identificação de novas e atrativas oportunidades.

Entretanto, apesar de o ambiente universitário facilitar as trocas e intercâmbios, a cultura empreendedora é mais individualista que grupal. Quem se motiva para o desempenho de habilidades do negócio e de gestão provavelmente quer demonstrar seu êxito e sucesso individual ainda que seja para contribuir para o social. Esta interpretação encontra eco no fato de as diferenças entre as motivações sociais, financeiras e grupais serem menos marcadas entre o grupo de experientes que o grupo de potenciais empreendedores. A experiência no negócio faz com que características pessoais do gestor do negócio ganhem ênfase, deixando as outras motivações em segundo plano.

A gestão requer uma grande variedade de habilidades em estratégia, contabilidade, finanças, conhecimentos legais e técnicos importantes na condução do negócio (Almeida, 2013). Como presume-se que o estudante está ávido para pôr em prática as suas habilidades gerenciais, aspirando sua autorrealização, tais aspectos ganham força neste processo, especialmente entre aqueles que pretendem tornar-se empreendedores (os potenciais).

No que tange à criação do negócio, os resultados do teste *t* apontam não haver diferença entre os grupos sobre o manejo do risco ( $t_{(417)} = 1,71$ ;  $p < 0,033$ ), indicando que ambos os grupos são cautelosos ao investir recursos (maiores médias, comportamento menos arriscado), apesar de os estudos apontarem (Baron & Ensley, 2006; Gruber, 2007) que os empreendedores mais experientes lidam de modo distinto dos novos com o risco. O estudo de

Chandler et al. (2011), no entanto, mostra haver um perfil conservador entre estudantes, que investem menos recursos do que poderiam para não perder muito, e esperam que as oportunidades surjam para adaptarem-se.

O GEM (2013) também sinaliza que, embora 50% da população brasileira perceba boas oportunidades na região onde vive e considere ter aptidão para explorá-las, a propensão ao risco (57,3%) é, em geral, inferior à da população de outros países (e.g., China, EUA, Índia e México). Uma das explicações possíveis pode ser a da instabilidade da economia brasileira que faz com que o risco financeiro seja de fato algo perigoso e fatal para o negócio, como pontua Braga (2012).

Os resultados também sugerem que o ambiente universitário pode estar oferecendo poucas experiências que permitam o estudante ousar, inovar e aprender a lidar com o risco e o insucesso. Embora o estudo não tenha explorado estes aspectos, as metodologias de ensino de conteúdo e de práticas pouco criativas no ambiente universitário favorecem mais a orientação para a conformidade que a orientação para o risco, reafirmando o estudo de Testa e Frascheri (2015), em que se constatou que os formatos dos currículos que envolvem educação empreendedora limitam-se à construção de um plano de negócios, que nem sempre reflete os reais interesses dos estudantes ou é construído antes mesmo de eles desenvolverem competências empreendedoras. Os currículos poderiam incluir o desenvolvimento dessas competências por meio de conteúdos teóricos e práticos, bem como incluir a abordagem do efeito (*effectual*) do empreendedorismo (Sarasvathy, 2008), de modo que os estudantes compreendam que a tolerância inicial aos riscos e perdas pode ser importante para o resultado do negócio e que as oportunidades podem ser criadas ao invés de descobertas. Em suma, formar estudantes capazes de discernir em que momento é melhor ser cauteloso ou propenso ao risco. Isto estaria em acordo com o que McClelland (1965) e Aschuler (1967) haviam dito sobre a importância dos currículos estimularem a necessidade de realização entre jovens com base em quatro grandes frentes de desenvolvimento: estabelecimento de metas; integração entre pensamento, ação e contexto; suporte grupal para feedback e intensas reflexões entre os jovens para desenvolver o senso crítico e a adequação de suas metas à realidade atual.

Os potenciais empreendedores deste estudo diferiram de outros empreendedores brasileiros em estágio inicial do negócio, que, em geral, arriscam mais (GEM, 2013). Uma razão possível é que os estudantes da amostra deste estudo estão mais ocupados com ações de planejamento, que incluem avaliação e análise de diferentes abordagens relacionadas ao modelo de negócio que aspiram, incluindo a avaliação dos recursos que serão investidos. Isto pode torná-los mais cautelosos. O excessivo foco no planejamento prévio (abordagem da

causa) pode fazer com que se tema mais o fracasso futuro, pois torna consciente os inúmeros fatores de risco que em caso de improvisação seriam ignorados. Frisa-se que, embora seja prudente avaliar quais perdas são aceitáveis e quando parar em caso de fracasso, qualquer tentativa de acerto e de inovação está sujeita a falhas e o sucesso empreendedor tem sido associado à persistência e à mitigação de obstáculos (Sarasvathy, 2008).

O que se observou neste estudo é que os empreendedores potenciais se envolvem mais em ações de planejamento quando almejam criar um negócio, pois tendem a enfrentar um maior nível de incerteza do que os experientes, já que estes são capazes de basear os seus planos no desempenho passado, em tendências históricas e outras informações que podem ajudar a reduzir a incerteza (Gruber, 2007). Também não é surpreendente que eles estejam mais empolgados com o planejamento, haja vista a sua alta motivação com a carreira empreendedora e a vontade de colocar em prática os conhecimentos adquiridos ao longo da formação (Frese et al., 2014). Entretanto, apesar de a literatura acadêmica e profissional enfatizar a importância do planejamento de negócios, os estudantes que já empreenderam parecem redirecionar suas ações para a condução do negócio no dia a dia. Isso pode significar que quanto maior a experiência, maior será o uso da intuição e dos recursos já disponíveis. Por isso, menor será o nível de adoção da abordagem da causa (planejamento prévio). Reconhece-se, portanto, que as lógicas do planejamento como uma causa para o bom negócio ou no efeito (planejamento como consequência do que funciona ou não na prática) (Sarasvathy, 2001) não são excludentes, podendo ser combinadas para um maior sucesso na constituição e na condução de novos empreendimentos (Chandler et al., 2011).

## **6. Conclusões**

O objetivo deste estudo foi comparar motivações empreendedoras, planejamento do negócio e manejo do risco entre dois grupos de estudantes universitários: os que já possuíam um negócio (experientes) e os que pretendiam iniciar (potenciais empreendedores). A pesquisa traz importantes contribuições para teóricos e praticantes em empreendedorismo, assim como para o ensino em empreendedorismo.

Quatro principais conclusões podem ser retiradas deste estudo. A primeira é que estudantes potenciais empreendedores se mostram mais motivados que os experientes. A segunda é que a principal motivação para a carreira empreendedora entre os dois grupos deste estudo é a gerencial, ou seja, ambos os grupos almejam colocar em prática suas habilidades pessoais e capacidades de gerir seu próprio negócio. A terceira conclusão é que as principais diferenças entre estudantes empreendedores potenciais e experientes se referem ao

posicionamento das motivações sociais e financeiras. Enquanto que no primeiro grupo as motivações sociais e financeiras ocupam respectivamente a segunda e terceira posições, no grupo de experientes esta ordem se inverte, o que permite inferir que ao dar curso ao negócio a motivação financeira se torna mais premente para assegurar a sobrevivência, deixando um pouco de lado os ideais sociais.

A quarta conclusão é que empreendedores potenciais e experientes diferem em uma das dimensões da criação do negócio. Ambos se mostram cautelosos no emprego de recursos, arriscando menos, talvez por conta do receio de falhar na gestão do negócio. Porém, os empreendedores potenciais investem mais em planejamento, provavelmente porque estão ainda no plano da idealização, ocupando-se menos das questões práticas da gestão.

Em relação às limitações do texto salienta-se não ter sido possível analisar diferenças de motivações empreendedoras entre estudantes oriundos de diversos cursos. Também variáveis dos contextos familiares dos grupos não foram exploradas o suficiente para permitir inferir sua influência sobre empreendedores potenciais e experientes. Outra limitação está na ausência de proporcionalidade entre os grupos. A criação das variáveis, apesar de fundamentada na literatura especializada, pode ser nova fonte de limitação, embora resultados de pesquisa revisados indiquem que o desenho de instrumentos de medidas de propensão a risco, em especial, pouco explicam as diferenças de resultados em pesquisas sobre este traço pessoal dos empreendedores.

Sobre as contribuições do estudo destaca-se que do ponto de vista teórico, o estudo contribui para a teoria das motivações, indo além dos amplamente estudados motivos de oportunidade e necessidade. Contribui também para as teorias do planejamento como causa ou como efeito da realização do negócio, à medida que se encontram elementos em seus resultados que sugerem que ambas as lógicas de planejamento são complementares. Essa constatação coloca em evidência a necessidade de se explorar mais a experimentação e a flexibilidade no processo de formação empreendedora desses jovens. Também sinaliza para o fato de que desenvolver competências empreendedoras em estudantes universitários não se resume a ensinar a elaborar planos de negócios. Sugere-se que antes da elaboração do plano de negócios, o estudante compreenda o que é empreendedorismo, as suas características, ideias de negócios, trabalho em equipe, objetivos e sonhos que desejam alcançar. Os métodos de ensino que podem promover essa construção são diversos, por exemplo, através de aulas que utilizem dinâmicas vivenciais, pois ao entrarem em contato com a realidade, os estudantes atribuem um sentido maior ao conteúdo teórico.

O estudo contribui ainda para avaliar o peso das variáveis individuais analisadas (planejamento, manejo de riscos e motivações) na intenção e nas ações de empreendedores potenciais e experientes. As variáveis evidenciam baixa diversidade entre os grupos estudados, revelando haver um padrão na amostra que merece ser mais cuidadosamente explorado, sobretudo face aos resultados de pesquisa que evidenciam diferenças nos padrões comportamentais e atitudinais entre empreendedores.



## **ESTUDO 3**

**Atitudes e intenção empreendedora de universitários: analisando o papel moderador de competências empreendedoras e da orientação para o planejamento**

## **Atitudes e intenção empreendedora de universitários: analisando o papel moderador de competências empreendedoras e da orientação para o planejamento**

### **Resumo**

Este artigo teve como objetivo testar o efeito moderador da competência empreendedora e da orientação para o planejamento nas relações entre atitude empreendedora e a intenção para empreender de estudantes universitários. Trata-se de um estudo correlacional cujo modelo empírico foi testado mediante modelagem de equações estruturais em uma amostra de 2.771 universitários de uma instituição federal de ensino superior, que responderam à pesquisa através de um questionário eletrônico. Os resultados indicam que a orientação para o planejamento não se mostra melhor preditora para a intenção empreendedora. Encontrou-se moderação somente da competência empreendedora nas relações entre atitude e intenção de empreender, sendo esta relação mais fortíssima em estudantes que se percebem mais competentes. Os resultados apontam para o papel das competências empreendedoras no fortalecimento dos efeitos das atitudes positivas na intenção empreendedora, o que se soma a outras evidências da importância do contexto no desenvolvimento de capacidades que tornam essa carreira mais atrativa.

**Palavras-Chave:** Intenção empreendedora; Atitude empreendedora; Competência empreendedora; Orientação ao planejamento.

## **Attitudes and entrepreneurship intentions of university students: analyzing the moderating role of entrepreneurial skills and orientation to planning**

### **Abstract**

The purpose of this article was to test the moderating effect of entrepreneurial competence and planning orientation on the relationships between entrepreneurial attitude and the intention to undertake university students. It is a correlational study whose empirical model was tested by modeling structural equations in a sample of 2.771 university students from a federal institution of higher education who answered the questionnaire through an electronic questionnaire. The results indicate that planning orientation is not a better predictor of entrepreneurial intent. We found moderation only of the entrepreneurial competence in the relations between attitude and intention to undertake, and this relationship is stronger in students who perceive themselves to be more competent. The results point to the role of entrepreneurial skills in strengthening the effects of positive attitudes on entrepreneurial intent, which is coupled with other evidence of the importance of context in developing skills that make this career more attractive.

**Keywords:** Entrepreneurial intention; Entrepreneurial attitude; Entrepreneurial competence; Planning guidance.

## 1. Introdução

Pesquisadores têm apontado que a intenção de empreender (IE) de estudantes envolve diversos preditores individuais e contextuais (Linan & Fayole, 2015; Ferreira, Loiola, & Gondim, 2017). Os fatores psicológicos e traços de personalidade figuram como preditores individuais (Saeed *et al.*, 2013), seguidos de outras características mais específicas de personalidade, como a propensão ao risco (Nabi & Liñán, 2013) e o lócus de controle (interno ou externo) (Zellweger, Sieger, & Halter, 2011). A criatividade, inteligência emocional, valores, motivações, autoeficácia e, principalmente, atitudes também são fortes preditores individuais da IE (Watchravesringkan *et al.*, 2013). A educação empreendedora (EE), um conjunto de ações voltadas para o desenvolvimento de competências e socialização para a carreira empreendedora, figura, por sua vez, como um dos principais preditores contextuais da intenção de empreender (IE) de estudantes universitários (Soomro & Shah, 2015).

A combinação de fatores individuais e contextuais parece produzir, no entanto, efeitos diferenciados daqueles advindos da influência de cada fator isolado sobre a intenção empreendedora de universitários. É o que se infere de estudos que apontam o efeito direto das atitudes positivas na intenção empreendedora (Loiola, Gondim, Pereira, & Ferreira, 2016; Paço, Ferreira, Raposo, Rodrigues, & Dinis, 2015; Souitaris, Zerbinati, & Al-Laham, 2007), mas que podem ser mais bem desenvolvidas mediante ações de educação empreendedora (eg., Solesvik, 2012). Ou seja, as atitudes positivas face ao empreendedorismo podem ser aprimoradas por influência do contexto, como um ambiente que investe em ações empreendedoras.

A compreensão de que as atitudes têm efeito direto sobre a intenção empreendedora é consensual. Torna-se importante, portanto, testar se outras variáveis de nível individual moderam a relação entre atitudes e intenção de carreira empreendedora de estudantes universitários, gerando-se novos insumos para aprimorar programas e projetos de educação empreendedora no contexto da formação universitária. Neste estudo, optou-se por testar o papel de duas variáveis que parecem ter efeito importante na intenção empreendedora e que se encontram bastantes presentes na literatura da área. Uma delas é a orientação para o planejamento. A suposição é que estudantes com atitudes positivas em relação ao empreendedorismo e que também investem na prospecção de seu futuro, orientam suas ações atuais para alcançar sua meta de ser empreendedor (eg., Armstrong, 2014; Beal, 2011).

A outra variável a ser testada como moderadora da relação entre atitude e intenção de carreira empreendedora de estudantes universitários é a competência empreendedora. Apesar de ser comumente considerada uma variável de nível individual, considerou-se o fato de que

as competências empreendedoras não são traços individuais inatos, mas desenvolvem-se nos processos de socialização, principalmente durante a formação universitária, o que permite considerá-la como variável de nível contextual proximal por inspiração em Vygotsky (1979). Segundo o referido autor há dois tipos de desenvolvimento, o real e o potencial, o primeiro se refere ao repertório já adquirido pelo indivíduo e o segundo à potencial aquisição de repertório proveniente da influência do ambiente mais imediato em que se incluem as interações sociais e os grupos de pertencimento. No contexto universitário, para além da aprendizagem formal voltada para a aquisição de competências empreendedoras, as interações sociais, as atividades didáticas e diversificadas afins ao empreendedorismo tenderiam a fazer com que o estudante se sentisse mais capacitado e confiante ao optar por ser empreendedor (Mitchell & Rowley, 2010). Sendo assim, as competências seriam desenvolvidas não apenas por ações formais de aprendizagem, como no caso de disciplinas voltadas para este fim, mas por aspectos contextuais proximais.

Resultados do estudo Guess (Sieger, Fueglistaller, & Zellweger, 2014) evidenciam que mais da metade dos estudantes pesquisados se percebem detentores de competências empreendedoras. Outros estudos empíricos encontraram evidências de que a EE (Educação Empreendedora) aumenta a capacidade de explorar oportunidades (Armstrong, 2014), que o aumento do nível educacional melhora a capacidade de tomada de decisões e de escolha de estratégias (Wang & Jessup, 2014) e que o conhecimento do empreendedorismo favorece a construção de mapas cognitivos mais claros (Santos, Curral, & Caetano, 2010), com impactos no desempenho empreendedor.

Universitários que possuem indicadores de competências mais elevados também apresentam atitudes mais positivas em relação ao empreendedorismo e revelam maior intenção de seguir carreira (Watchravesringkan *et al.*, 2013), pois se percebem mais aptos para conduzir futuro negócio, explorar oportunidades, organizar-se, interagir com os demais e liderar. De modo semelhante, estudantes que planejam o futuro também apresentam atitudes mais positivas para se envolver no comportamento empreendedor (Armstrong, 2014), uma vez que compatibilizam a imagem projetada da carreira com o investimento necessário para nela engajar-se (Manzi *et al.*, 2010).

Estudos que testam o efeito da atitude sobre a intenção empreendedora, moderado pela autopercepção de competência empreendedora e pela orientação ao planejamento de universitários, não foram encontrados (para uma revisão, ver Liñán & Fayolle, 2015). Encontraram-se, no entanto, três estudos, um que concluiu haver efeito moderador de conhecimento e competências empreendedoras de universitários na relação entre valores

personais e atitude empreendedora (Watchravesringkan *et al.*, 2013); outro que concluiu haver efeito moderador de fatores contextuais (ex. cultura) na relação entre planejamento e desempenho do negócio (Brinckmann, Grichnik, & Kapsa, 2010) e mais outro que concluiu haver efeito positivo da autopercepção de competências empreendedoras de universitários sobre as atitudes, normas subjetivas e percepção de controle do comportamento (Linan, 2008).

O objetivo deste artigo é apresentar os resultados de um estudo que testou o efeito da atitude empreendedora na intenção de empreender de universitários com a moderação da competência empreendedora e da orientação ao planejamento. Conforme já havia sido mencionado no início desta introdução, existem evidências de que a atitude prediz a intenção empreendedora de universitários (Loiola *et al.*, 2016; Linan & Fayole, 2015), mas pouco se sabe se variáveis do nível do indivíduo, como a orientação para o planejamento, e do nível contextual proximal, como percepção de domínio de competências, consideradas pela literatura como importantes para o êxito do negócio (Beal, 2011; Botha & Robertson, 2014; Frese & Gielnik, 2014), exercem algum efeito alterando o sentido ou fortalecendo as relações diretas entre atitudes empreendedoras e intenção empreendedora.

Este estudo alinha-se às recomendações de Soomro e Shah (2015), que apontam a necessidade de investigação de fatores individuais e contextuais que contribuem para explicar a intenção empreendedora e atende à sugestão de Radu e Loué (2008) e de BarNir, Watson e Hutchins (2011) de uso de modelos de equações estruturais no teste empírico das relações entre variáveis antecedentes, moderadoras e critério.

Acredita-se que os resultados venham a contribuir na elaboração de políticas universitárias que criem um clima favorável ao desenvolvimento de competências empreendedoras, subsidiando programas de capacitação de futuros empreendedores e promovendo a reflexão acerca dos atuais currículos acadêmicos.

## **2. Educação empreendedora no contexto universitário brasileiro**

A crença de que o empreendedorismo é aspecto-chave para o crescimento econômico e social encontra-se largamente difundida (Shane, 2004b). As políticas universitárias centradas em objetivos de reforço e de difusão de cultura empreendedora, que incentivem alunos, pesquisadores e docentes a gerarem ideias novas e criativas para o próprio negócio ou para as organizações de trabalho, podem contribuir para a melhoria de indicadores de

desenvolvimento econômico e social (Chais, Machado, Scopel, & Bohrer, 2015; Shane, 2004a).

Os Centros de Empreendedorismo (CE), vinculados a Instituições de Ensino Superior (IE's) no Brasil, tentam contribuir para a difusão dessa cultura empreendedora por meio de palestras, de oficinas, de visitas técnicas, de cursos, de concursos e de atividades práticas. Apenas um terço do tempo dos professores lotados nesses centros é dedicado a atividades de empreendedorismo, tempo bem menor do que os praticados em países desenvolvidos (Hashimoto, 2013). Soma-se a isso o pequeno número de CE's no Brasil (33) se comparado a outros países, como os Estados Unidos (mais de 400). Nesta mesma direção, encontram-se outras iniciativas de universidades brasileiras que também fomentam o empreendedorismo, a exemplo da criação de coordenações dedicadas ao ensino e a pesquisa em empreendedorismo e da proposição de formação profissional no nível de mestrado (Lima, Lopes, Nassif & Silva, 2015).

O desenvolvimento de cultura empreendedora também é realizado por ações institucionais como as do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio a Pequenas e Micro Empresas), que adota o Programa Nacional de Educação Empreendedora – PNEE, com estratégias de competições para estimular atitudes e competências empreendedoras e a formação de *startups*, como o projeto Desafio Universitário Empreendedor. Outros exemplos são o Programa Jovens Empreendedores Primeiros Passos – JEPP, Despertar, Crescendo e Empreendendo, entre outros (SEBRAE, 2015). Os eventos científicos também possuem papel relevante, como o Encontro Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE), promovido pela associação do mesmo nome (EGEPE, 2016).

Apesar de todas essas iniciativas, acredita-se que o nível de investimento em ações educacionais voltadas ao empreendedorismo ainda baixo é um dos principais fatores limitantes ao crescimento do empreendedorismo no Brasil (WEF, 2015). Também há evidências que apontam a incipiência no Brasil de ensino em empreendedorismo, que frequentemente é resumido a treinamento em plano de negócios (Testa & Frascheri, 2015). Essas evidências reforçam a importância deste estudo que objetiva apresentar os resultados de um estudo que testou o efeito da atitude empreendedora na intenção de empreender de universitários com a moderação da competência empreendedora e da orientação ao planejamento.

### 3. Atitude empreendedora e intenção empreendedora

Intenção empreendedora é um estado de espírito, em que a atenção do indivíduo está dirigida à criação de uma empresa. No entendimento de Liñan e Rodriguez (2004), a intenção é o conjunto de esforços de uma pessoa para realizar o comportamento empreendedor. Atitude empreendedora se refere à avaliação afetiva positiva ou negativa que os indivíduos fazem da carreira empreendedora que contribui para a atratividade ou o distanciamento do objeto-alvo, ou seja, a criação de um negócio (Ajzen, 1991; Albarracín, Johnson, Zanna, & Kumkale, 2005).

A atitude é elemento chave na Teoria do Comportamento Planejado – TCP (Ajzen, 1991), amplamente utilizada em estudos de IE (Engle *et al.*, 2010), e que articula fatores contextuais e pessoais na explicação da intenção empreendedora. O modelo concebe que as atitudes, além das normas subjetivas (influência de colegas, família, universidade) e da percepção de controle do comportamento (autoeficácia), funcionariam como fortes antecedentes da intenção comportamental.

As avaliações individuais em relação a um objeto social são produtos de um processo dinâmico que ganha forma a partir das demandas situacionais (Jones, Kirkland, & Cunningham, 2013). Ações voltadas para a EE, tradição familiar, contexto econômico, entre outros fatores podem vir a contribuir para o desenvolvimento de atitudes favoráveis para empreender.

Aspectos individuais, como a percepção de autoeficácia, os valores pessoais, a criatividade, a busca de independência e autorrealização, também podem contribuir para a atitude favorável (Soomro & Shah, 2015; Watchravesringkan *et al.*, 2013). Em contrapartida, atitudes negativas estão associadas a barreiras no nível individual, percepção de falta de habilidade e aversão ao risco, e contextual – ausência de apoio financeiro, material, tecnológico e organizacional, além de redes sociais limitadas (Kebaili, Al-Subyae, Al-Qahtani, & Belkhamza, 2015). Aquelas atitudes favoráveis ao empreendedorismo ajudam o universitário a criar expectativas positivas sobre a criação do negócio. Porém, a atitude é insuficiente, dada a importância de o universitário se perceber detentor de competências empreendedoras.

#### **4. Competências empreendedoras: a importância da autopercepção e do ambiente de aprendizagem**

Estudos que abordam competência empreendedora (Jain, 2011) afirmam ser este um campo marcado por grande diversidade. Frente a essa diversidade, entendem-se competências empreendedoras como um conjunto de capacidades necessárias para a criação, sobrevivência e crescimento do negócio (para uma revisão, ver Michelmore & Rowley, 2010). Conceber um negócio e explorá-lo com as ferramentas adequadas requer domínios conceituais e específicos de competências empreendedoras (Bird, 1995). O domínio conceitual favorece o auto-reconhecimento do estudante como potencial empreendedor (Souza & Teixeira, 2013), a escolha de estratégias de desenvolvimento e crescimento do negócio (Man, Lau, & Snape, 2008) e contribui para a melhor adaptação pessoal às mudanças contextuais de uma carreira empreendedora (Mcmullan & Kenworthy, 2014).

Competências não são decorrentes de traços pessoais, mas adquiridas em processos de aprendizagem em contextos específicos. Aprendizagem de competências empreendedoras envolve aquisição/retenção, generalização, articulação e aplicação de conhecimentos, habilidades e atitudes. Tal aprendizagem pode ocorrer mediante cursos de formação educacional, ou por experiência pessoal, social e profissional (Le Boterf, 2003). Para formar um empreendedor não basta focar a aprendizagem no domínio cognitivo, necessitando trabalhar também os domínios afetivo e comportamental, visto que algumas das competências empreendedoras só se adquirem mediante reflexão crítica sobre a experiência prática de sucessos e fracassos, engajando-se emocionalmente na mudança e na reorientação de comportamentos (Parreira *et al.*, 2015).

Para Mansfield, McClelland, Spencer e Santiago (1987), competências empreendedoras estão fortemente relacionadas a aspectos individuais como a capacidade de resolver problemas, a maturidade pessoal, influência, direção e controle. Outras tipologias de competências empreendedoras procuram equilibrar aspectos cognitivos, atitudinais e comportamentais. Busca de oportunidades, avaliação de riscos, planejamento e monitoramento sistemáticos, e busca de informações estariam entre as competências empreendedoras relacionadas ao processamento cognitivo. Persistência, comprometimento, exigência de qualidade e eficiência, motivação para a independência e a autoconfiança teriam uma forte base atitudinal, enquanto que a capacidade de persuasão e de estabelecer e manter redes de relacionamento estariam relacionadas a aspectos comportamentais (Cooley, 1990; McClelland, 1987).



A importância dos contextos nos processos de aprendizagem de competências é destacada por Zampier e Takahashi (2011) para quem a aprendizagem experiencial (ex. formação, estágios, laboratórios) representa um processo para desenvolver competências empreendedoras. Um exemplo desse tipo de aprendizagem é o Empretec - programa da *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) que oferece, em vários países, treinamento para empreendedores e potenciais empreendedores desenvolverem comportamentos que propiciem bom desempenho nos negócios -, cujo impacto no Brasil tem sido positivo (Alvim & Loiola, 2010).

O estudo que está sendo descrito neste artigo investigou as crenças que os estudantes universitários possuem sobre as suas competências para empreender. A suposição é a de que tais crenças sobre o repertório de competências encontram-se relacionadas à história de conquistas ou fracassos (Bzuneck, 2001), que findam por influenciar as escolhas de carreira, o estabelecimento de metas, a quantidade de esforço e a perseverança em busca dos objetivos almejados (Bandura, 1993). O contexto proximal do estudante universitário, em que se inclui o apoio social para superar desafios, pode vir a contribuir para a autopercepção positiva de competências empreendedoras (Bzuneck, 2001), do mesmo modo que na sua ausência, os estudantes tendem a se perceber menos capazes (Valentini, 2007).

A crença do estudante de que possui competências apropriadas para empreender estimula sua intenção para seguir carreira empreendedora (Armstrong, 2014; Linan, 2008). Essa crença de ser capaz, atrelada a ações universitárias direcionadas para a educação empreendedora, potencializa a percepção de autoeficácia do desempenho empreendedor (Lizote, Verdinelli, & Silveira, 2013; Smith, Williams, Yasin, & Pitchford, 2014), bem como orienta a carreira futura.

## **5. Orientação ao planejamento**

A orientação ao planejamento se refere a uma disposição mental de estabelecer planos que viabilizem o alcance de um objetivo futuro (Nurmi, 1989). Trata-se de um *modus operandi* que se baseia em expectativas e planos de realização futura e a escolha de comportamentos congruentes com tais planos e expectativas (Beal, 2011). A compatibilidade da criação do negócio com as preferências pessoais, por exemplo, é um indicador de orientação da carreira futura, vista como um importante preditor de realização pessoal (Manzi *et al.*, 2010).

Universitários que se engajam em ações de planejamento tendem a aumentar a sua percepção de viabilidade da carreira futura e sua propensão para agir (Armstrong, 2014). Eles são mais propensos a se envolver em um comportamento empreendedor quando possuem confiança em suas habilidades para realizá-lo, e o planejamento tem um papel ativo neste processo. Evidências empíricas confirmam a importância do planejamento no processo de formulação, criação e desempenho do negócio (eg., Botha & Robertson, 2014; Frese & Gielnik, 2014). Situações indesejadas, como a mortalidade dos negócios em curto espaço de tempo, podem ser antecipadas e ações de prevenção ser ativadas, evitando que problemas se instaurem (Ferreira *et al.*, 2012).

Por outro lado, pesquisas apontam que a importância do planejamento depende do contexto cultural onde se está inserido. O planejamento pode ser mais valorizado em culturas em que há preocupação em reduzir as incertezas do futuro, ao passo que em outras a incerteza é tolerada abrindo mais possibilidades para a flexibilidade, experimentação e improviso de soluções (eg., Rouch, Frese, & Sonnentag, 2000).

Associadas ao contexto cultural de socialização, duas perspectivas orientam o planejamento (Sarasvathy, 2001). A primeira é a causalidade (*causation*), mais indicada para prever o futuro de um negócio por meio de planos sistemáticos, em que o estudante é orientado pelos seus objetivos e metas. A segunda é a efetividade (*effectual*), em que o foco do estudante está no cliente/mercado e nos parceiros envolvidos nas ações (eg., fornecedores, *stakeholders*). Neste caso, valoriza-se a experimentação, flexibilidade e as perdas são aceitáveis ao invés de retornos esperados. Três questões orientam a efetividade: quem sou? o que sei fazer? quem eu conheço? Essa lógica efetiva inverte os princípios tradicionais e a lógica racional preditiva e denexo causal, embora seja uma flexibilidade guiada pelo mercado.

Defende-se o ponto de vista de que a atividade empreendedora requer lidar tanto com uma orientação prévia para o planejamento (causação) quanto planejar de acordo com as circunstâncias que se apresentam (efetividade) (Faia, Rosa, & Machado, 2014; Ferreira, Loiola, & Gondim, 2017). O nível da orientação ao planejamento pode ser maior ou menor de acordo com o domínio que se tem do negócio, dos objetivos pretendidos, dos fatores emergenciais e econômicos e dos aspectos culturais e individuais. Conforme assinala Gruber (2007), o planejamento deve estar ajustado às demandas do ambiente. Em ambientes dinâmicos, por exemplo, há necessidade de redefinição constante de ações e estratégias que acompanhem as mudanças socioeconômicas, o que reafirma a tese de que planos não são estáticos (Frese *et al.*, 2007).

As universidades brasileiras que em suas bases curriculares contemplam o empreendedorismo geralmente oferecem a disciplina de plano de negócios (Hashimoto, 2013), para auxiliar o estudante a descrever cada etapa do documento de forma sucinta e objetiva (Bell, 2008). Mas para além de aprender a fazer um plano de negócios, o ensino de empreendedorismo pode incluir o modelo dinâmico da efetividade (Salusse & Andreassi, 2016) podendo, por exemplo, estimular a diversificação de ideias, a reflexão sobre a prática e o desenvolvimento de competências empreendedoras por meio de desafios reais.

A título de finalização, nesta seção procurou-se descrever as quatro variáveis usadas no estudo que será descrito neste artigo, apresentando evidências empíricas de suas relações e aspectos teóricos que justificassem o modelo testado. O referido estudo testou o efeito da atitude na intenção empreendedora de universitários sendo moderado pela competência empreendedora e pela orientação ao planejamento.

## **6. Método**

### ***6.1.Participantes***

Participaram do estudo 2.771 estudantes de diversos cursos de uma universidade pública de ensino superior do nordeste do Brasil, sendo 18% dos cursos de medicina e ciências da saúde, 16% de engenharia e arquitetura, 10%, de ciências sociais, 6% de direito, 5% de artes, 5% de administração e negócios e 40% não especificaram. Com idade média de 25 anos ( $dp=6,11$ ), 31% dos respondentes qualificam seu desempenho acadêmico como bem acima da média, 35% como acima da média e 27,4% como dentro da média. Ainda em relação ao total da amostra, 73,2% são solteiros; 24,2%, casados ou vivem juntos, 2,5%, divorciados, 40,2% são do sexo masculino. Especificamente em relação a vivências relacionadas a empreendedorismo, 77% nunca tiveram contato com disciplinas de empreendedorismo, 23% fizeram ao menos uma disciplina, 40% possuem ao menos um dos pais ou algum outro membro da família exercendo atividades empreendedoras, enquanto 32% afirmaram que nenhum dos pais possui o próprio negócio. Percentual expressivo dos entrevistados declarou (47%) trabalhar em média 31,98 horas por semana ( $dp=12,11$ ).

## 6.2. Instrumento

O instrumento original do *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS) tem 12 blocos de questões: (a) dados pessoais; (b) perfil do estudante (área de formação, curso, etc.); (c) intenções de escolha de carreira (ser seu próprio patrão, ser empregado, suceder negócios da família); (d) atitude empreendedora (carreira atraente, satisfação com a carreira), (e) motivos de escolha de carreira (poder e realização); (f) instituição de ensino (ambiente geral de aprendizagem e aprendizagem empreendedora específica); (g) perfil empreendedor do estudante; (h) experiências familiares; (i) características do processo de socialização no país; (j) orientação ao planejamento do negócio (motivações, metas, planejar o futuro, etc.); (k) informações gerais sobre o negócio (filtro – quando for o caso); (l) informações sobre negócios da família (filtro – quando for o caso); (m) questões específicas de cada país onde é aplicado o estudo (p.ex. educação dos pais, renda familiar, características pessoais do estudante).

O instrumento faz parte do GUESSS (<http://www.guesssurvey.org/>)<sup>2</sup>, uma pesquisa internacional que, em 2013/2014, alcançou 34 países, incluindo o Brasil. O objetivo é acompanhar indicadores perceptivos de variáveis de nível individual e contextual do ambiente universitário relacionados ao empreendedorismo entre estudantes de nível superior.

Para fins de análise deste estudo foram selecionadas quatro variáveis: atitude empreendedora, competência empreendedora, orientação ao planejamento e intenção empreendedora, conforme Tabela 7.

### Tabela 7:

#### Variáveis utilizadas no estudo

Variáveis	Itens	Tipo de escala	Alfa de Cronbach
Atitude empreendedora	Cinco itens sobre nível de identificação pessoal com a abertura do próprio negócio. (p.ex., uma carreira empreendedora é algo atraente para mim). Baseados em Ajzen (1991).	Likert* de 1 a 7	0,91

O projeto GUESSS é liderado pelo [Swiss Institute for Small Business and Entrepreneurship da University of St. Gallen \(KMU-HSG\)](#). Para cada país participante há um representante responsável por coordenar a coleta de dados.

Competência empreendedora	Oito itens sobre habilidades e competências empreendedoras (p.ex., identificar novas oportunidades de negócio, ser líder e comunicativo, administrar um negócio com sucesso). Baseados em Linan (2008).	Likert* de 1 a 7	0,92
Orientação ao planejamento	Sete itens sobre projeções futuras (p.ex., antes de tomar uma decisão, peso os prós e contras, acho que as coisas dão mais certo quando são planejadas previamente). Baseados em Beal (2011).	Likert* de 1 a 7	0,83
Intenções de escolha de carreira	Três itens sobre o quanto a carreira de empreendedor (abrir seu próprio negócio) está nos projetos de vida dos universitários (p.ex., Eu tenho a forte intenção de criar uma empresa algum dia). Baseados em Ajzen (1991).	Likert* de 1 a 7	0,84

**Nota.** \*Resposta Likert 1 – discordo completamente (nada importante ou nada, conforme o item) e 7–concordo completamente (muito importante ou muito, conforme o item).

### 6.3. Procedimentos de Coleta de dados

Receberam por e-mail um convite para participar do estudo 23 mil alunos matriculados em uma instituição federal de ensino superior do nordeste do Brasil. Os e-mails foram enviados pelo setor de Tecnologia de Informação da referida instituição, tendo sido reiterado o convite em dois outros momentos. Em respeito aos princípios éticos, a adesão à pesquisa era voluntária, tendo a IES (Instituições de Ensino Superior) apenas apoiado a iniciativa. A coleta ocorreu no final de 2012 e 2.771 responderam ao instrumento.

### 6.4. Hipóteses do estudo

A atitude é uma forte preditora da intenção empreendedora de universitários (Loiola *et al.*, 2016). Encontram-se também evidências na literatura de que a percepção de competências está associada a atitudes positivas para com o empreendedorismo (Watchravesringkan *et al.*, 2013) e de que estudantes percebem como necessário o desenvolvimento de competências ainda no processo de formação para se desenvolverem como empreendedores (Lean, 2012; Smith *et al.*, 2014).

**H1**—A competência empreendedora modera a relação entre atitude empreendedora e a intenção empreendedora, de modo que entre universitários que se percebem mais competentes, a relação entre atitude e intenção é mais forte do que naqueles que se percebem menos competentes.

Estudantes que se envolvem em atividades educacionais pautadas em planejamento possuem, por sua vez, intenções significativamente mais elevadas para se envolver no comportamento empreendedor do que os que não se envolvem em atividade de planejamento (ex., Armstrong, 2014).

**H2**—A orientação para o planejamento modera a relação entre atitude empreendedora e a intenção empreendedora, de modo que entre universitários que se percebem mais orientados ao planejamento, a relação entre atitude e intenção empreendedora é mais forte do que entre os que se percebem menos orientados ao planejamento.

### **6.5.Procedimentos de análise de dados**

Foram testados os pressupostos de normalidade da distribuição dos resíduos, não tendo sido encontrados valores atípicos univariados e multivariados (distância quadrada de Mahalanobis –  $D^2$ ,  $p < 0,01$ ). Os coeficientes de assimetria ( $Sk$ ) e curtose ( $Ku$ ) mantiveram-se dentro dos limites esperados para distribuição normal dos resíduos (Fields, 2009; Marôco, 2010). Foram realizadas análises descritivas e de tendência central (média e desvio padrão) para caracterizar a amostra.

Utilizou-se também Modelagem por Equações Estruturais com variáveis latentes (MEE; AMOS 19 –*Analysis of Moment Structures*; Arbuckle, 2010), com o objetivo de testar o modelo de moderação proposto (Marôco, 2010). O *Maximum Likelihood* (ML) foi o método de estimação escolhido. Os indicadores de ajustamento dos modelos foram: RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*), com melhores ajustes para valores próximos a 0,06 e 0,08; PCFI (*Parsimony Comparative Fit Index*), valor de referência  $> 0,80$ ; e GFI (*goodness-of-fit index*), valor de referência  $> 0,09$ .

Devido ao número elevado de itens do instrumento (23) foi necessário usar o procedimento definido como *parceling* na especificação dos indicadores das variáveis latentes. O *parceling* é uma técnica de medição utilizada em abordagens multivariadas e caracteriza-se por agregar variáveis manifestas em parcelas (Little, Widaman, Shahar, & Cunningham, 2002). O agrupamento foi feito por meio da agregação de dois ou mais itens em cada uma das variáveis. A seleção dos itens a compor cada parcela foi feita de maneira

aleatória. Para cada variável preditora foram construídas duas parcelas. Uma das vantagens do *parceling* é que ele leva em consideração a variância explicada de todos os itens, permitindo controlar o erro de medida das variáveis latentes como se estivessem os itens isoladamente, mas em um modelo mais parcimonioso.

A especificação do modelo de moderação aqui proposto se dá por meio da equação  $y = b_0 + b_1A + b_2C + b_3P + b_4AC + b_5AP$ , em que  $y$  representa a variável dependente intenção empreendedora;  $b_0$  representa o intercepto;  $b_1$ , o peso da variável independente atitude empreendedora (A);  $b_2$ , o peso da variável moderadora competência (C) empreendedora;  $b_3$ , o peso da variável moderadora orientação ao planejamento (P);  $b_4$ , interação A\*C;  $b_5$ , interação A\*P.

## 7. Resultados

### 7.1. Análises de correlações

A Tabela 8 mostra as associações entre as variáveis antecedentes do estudo (atitude empreendedora, competência empreendedora e orientação ao planejamento) com a intenção empreendedora. A atitude apresenta maior associação ( $r=0,818$ ;  $p<0,01$ ) com a intenção empreendedora, seguida da competência empreendedora ( $r=0,551$ ;  $p<0,01$ ). A orientação ao planejamento também se relaciona ( $r=0,194$ ;  $p<0,01$ ), porém com menor força. Não há presença de multicolinearidade nos dados.

Tabela 8:

Correlações entre as variáveis do estudo

Variáveis	1	2	3	4	M	DP
1.					3,80	1,82
2.	,818**				4,53	1,81
3.	,551**	,524**			4,87	1,87
4.	,194**	,193**	,353**		5,63	0,98

Fonte: Dados da pesquisa. Elaboração própria

**Nota:** 1.Intenção de carreira empreendedora, 2.atitude empreendedora, 3.competência empreendedora, 4.orientação ao planejamento. Significância \*\* $p<0,01$ , \* $p<0,05$ .

## 7.2. Teste do Modelo de moderação

A Figura 4 ilustra as estimativas estandardizadas dos parâmetros quer do modelo de medidas (pesos fatoriais) quer do modelo estrutural de moderação. As variáveis do modelo explicam 70% da variância da intenção empreendedora ( $R^2=0,70$ ). O modelo proposto apresenta um bom ajustamento aos dados:  $\chi^2(gf=0,50; N=2.771) = 550,827$   $ps < 0,001$ ;  $\chi^2/gf=11,0$ ;  $GFI=0,971$ ;  $CFI=0,981$ ;  $PCFI = 0,629$  e  $RMSEA (IC 90\%) = 0,060 (0,056-0,065)$ .

Observou-se que ao se considerarem em separado, somente a competência empreendedora ( $\beta=0,19, SE=0,015, p < 0,001$ ) e a atitude empreendedora ( $\beta=0,82, SE=0,014, p < 0,001$ ) influenciam a intenção empreendedora de universitários. A orientação ao planejamento não influenciou a intenção ( $\beta=-0,01, SE= 0,018, p > 0,001$ ).

No que tange ao efeito de interação, observa-se que somente a interação entre competência empreendedora e atitude empreendedora ( $\beta=0,043, SE=0,06, p < 0,001$ ) prediz a intenção empreendedora, o que não ocorreu entre orientação ao planejamento e atitude ( $\beta = -0,004, p = 0,682$ ).

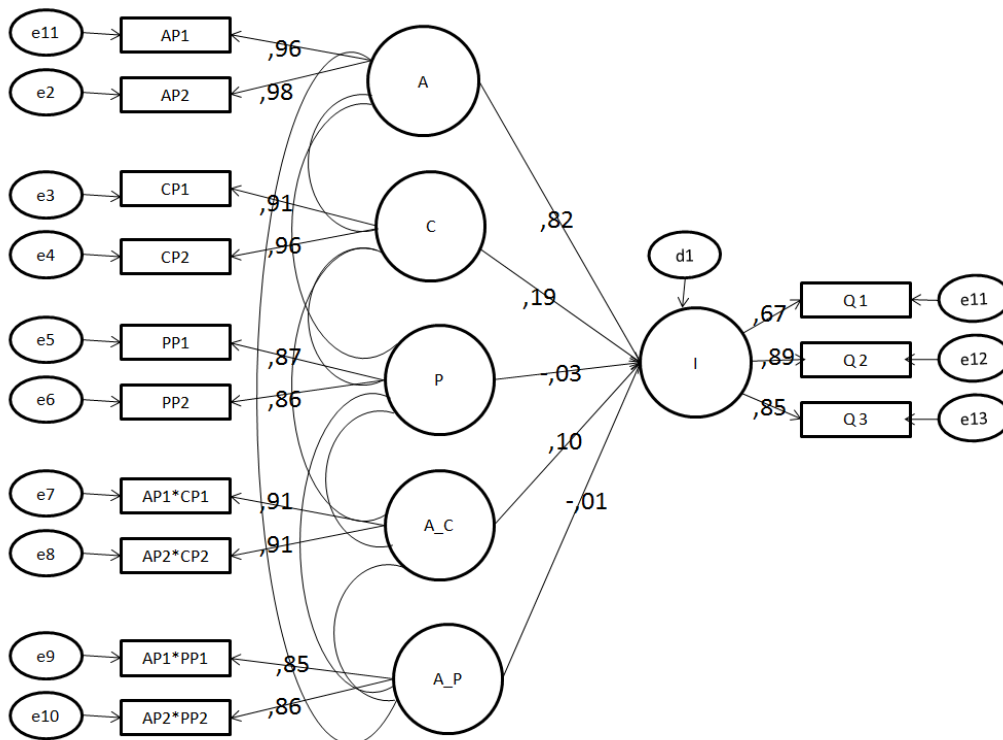


Figura 4. Modelo de moderação

Fonte: Dados da pesquisa. Elaboração própria

**Nota:** A=Atitude; C=Competência empreendedora; P=Orientação ao planejamento; A\_C=Interação entre atitude empreendedora e competência empreendedora; A\_P=Interação entre atitude empreendedora e orientação ao planejamento; I=Intenção empreendedora; AP1\_c=Parcela 1 de atitude; AP2\_c=Parcela 2 de atitude; CP1\_c=Parcela 1 de competência;



CP2\_c= Parcela 2 de competência; PPI\_c=Parcela 1 de orientação ao planejamento; PP2\_c=Parcela 2 de orientação ao planejamento; Q6.1a\_1, Q6.1a\_3 e Q6.1a\_6= itens de intenção empreendedora.

A Figura 5 ilustra o efeito da atitude empreendedora na intenção empreendedora em indivíduos com alta e baixa competência. Observa-se que para ambos os grupos (alta ou baixa competência) quanto mais forte é a atitude, maior é a intenção empreendedora. Esta relação, no entanto, é mais forte nos estudantes que se declaram mais competentes, corroborando a hipótese 1, segundo a qual a relação entre atitude e intenção seria mais forte entre os universitários que se percebem mais competentes.

No que tange à hipótese 2, que predizia haver moderação da orientação para o planejamento de modo que entre universitários que se declarassem mais planejados, a relação entre atitude e intenção empreendedora seria mais forte, os resultados indicam que não houve interação significativa entre atitude empreendedora e orientação ao planejamento, sendo portanto, refutada.

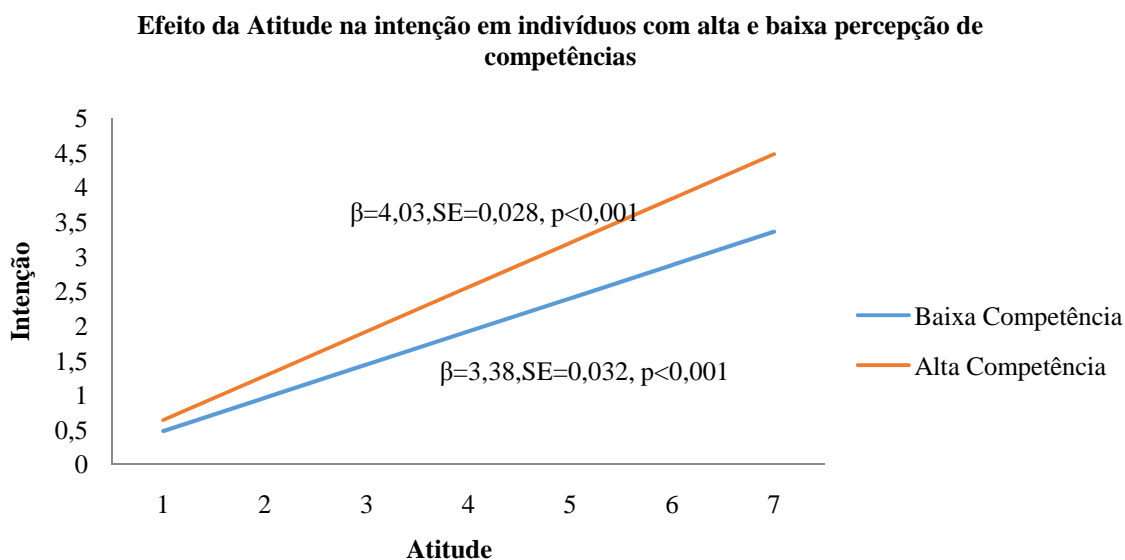


Figura 5. Efeito da Atitude na intenção em indivíduos com alta e baixa percepção de competências

Fonte: Dados da pesquisa. Elaboração própria.

## 8. Discussão e direções futuras

O teste do modelo reafirmou o poder de predição das atitudes empreendedoras positivas na intenção de empreender dos estudantes, corroborando o que já vem sendo identificado na literatura (Ajzen, 1991; Paço *et al.*, 2015; Testa & Frasccheri, 2015). Esse resultado permite inferir que as avaliações dos estudantes universitários sobre a carreira

empreendedora parecem contribuir para suas metas, padrões de pensamento, sentimentos e comportamentos. A literatura sinaliza que a atitude positiva para o empreendedorismo pode estar associada à busca de realização pessoal, segurança, diversão, liberdade, autonomia e flexibilidade, independência financeira e mudança social (eg., Albarracin *et al.*, 2005; Liñán & Rodríguez, 2004). O desejo desses jovens pelo autoemprego tem aumentado em todo o mundo, como aponta a pesquisa mundial Guesss (Sieger *et al.*, 2014) e decorre também de influências sociais positivas e negativas. As negativas são as condições de trabalho pouco estimulantes nas organizações (ex. não colocar em prática os conhecimentos adquiridos ao longo da formação ou perda do emprego formal). As positivas perpassam pela educação empreendedora, como contato com disciplinas, exposição a *cases* de sucesso e envolvimento em *start-ups* via estágios ou consultoria empresarial (ex. empresas juniores) (Souitaris *et al.*, 2007).

Salienta-se, no entanto, que o papel da educação não é o de apenas desenvolver e fortalecer atitudes positivas para com o empreendedorismo, mas transmitir conhecimento teórico e prático, pois se reconhece que começar um negócio exige mais esforço e dedicação para vencer desafios que ser contratado por uma organização que já mantém uma estrutura e dinâmica estabelecidas (Watchravesringkan *et al.*, 2013).

O teste do modelo também revelou que a autopercepção de competências empreendedoras dos estudantes prediz a sua intenção de empreender e fortalece a relação entre atitude e intenção, convergindo com a pesquisa de Linan (2008), a qual constatou o efeito positivo da autopercepção de competências empreendedoras de universitários nas atitudes para empreender. Identificaram-se efeitos moderadores da percepção de competência, pois estudantes que se percebem mais competentes apresentam maior disposição atitudinal para se envolver com o empreendedorismo do que os que se percebem menos competentes. Isto pode ser explicado porque os primeiros parecem acreditar mais em suas capacidades e são mais autoconfiantes (Bandura, 1993; Armstrong, 2014). Os que se consideram menos competentes tendem a evitar situações desafiadoras e se envolverem em tarefas que podem colocar em xeque as suas capacidades (Valentini, 2007). Porém, esse quadro pode ser reversível, se as instituições levarem em conta estes aspectos em suas estratégias de ensino e de suporte aos estudantes, por exemplo, levá-los a realizar contatos com empreendedores locais a fim de conhecer o processo de criação de negócios, atribuir-lhes tarefas com grau adequado de dificuldade, evitar todas as formas de comparação social, entre outras (Bzuneck, 2011).

As competências que os estudantes deste estudo acreditam possuir associam-se a aspectos cognitivos (ex. identificar novas oportunidades de negócio, aplicar a criatividade pessoal) e comportamentais (ex. montar uma rede de relações profissionais, ser líder e comunicador), reforçando a tese de que podem ser aprendidas (Zampier & Takahashi, 2011) e influenciadas por fatores afetivos, motivacionais e atitudinais (Cooley, 1990; McClelland; 1987; Mansfield *et al.*, 1987). Embora a literatura sinalize que os estudantes podem ter expectativas não realistas sobre suas próprias competências (Valentini, 2007) e que o teste de competência se faz na ação (Man *et al.*, 2008), reconhece-se que a avaliação pessoal sobre suas capacidades é bastante contributiva para compreender o desempenho empreendedor, especialmente quando envolve percepção de autoeficácia (Lizote *et al.*, 2013).

Um dos aspectos a serem destacados no estudo é que os estudantes se percebem competentes mesmo diante de um cenário incipiente de educação empreendedora no País, o que reafirma a importância de um ensino em empreendedorismo mais apoiador. Apesar de este estudo focar o contexto acadêmico, por ser uma via promissora de educação empreendedora (Frese & Gielnik, 2014), defende-se a necessidade de aprendizagem empreendedora em todos os níveis sociais.

Neste estudo, a orientação ao planejamento, tal como foi medida (p. ex. “gosto de planejar cada passo das coisas que faço”; “acho que as coisas dão mais certo quando são planejadas previamente”), não se mostrou preditora da intenção empreendedora de universitários como ocorreu com as atitudes e as competências. Não obstante evidências empíricas afirmarem (eg., Armstrong, 2014; Botha & Robertson, 2014) que o planejamento atenua os riscos, no contexto brasileiro atual de crise econômica, o resultado deste estudo sugere que ações planejadas precisam ser continuamente revistas, tornando pouco produtivo investimento em projeções futuras. Esse achado converge com Rouch, Frese e Sonnentag (2000), Gruber (2007) e Ferreira *et al.* (2017), os quais identificaram que em contextos dinâmicos e incertos o planejamento futuro requer flexibilidade, lançando mão de experimentação e soluções rápidas.

Esse resultado também coloca em destaque o planejamento baseado na lógica da efetividade, mais do que a de causalção descrita por Sarasvathy (2001), tendo em vista que a segunda depende mais de um ambiente estável em que se possa analisar detalhadamente as informações e prever o futuro com mais segurança. A lógica da efetividade apoia-se mais em fatores contingenciais e de curto prazo e a instabilidade institucional brasileira aumenta a incerteza que cerca novos negócios e diminui a capacidade de predição do futuro. O resultado também gera discussões críticas para as proposições de Faia, Rosa e Machado (2014) para

quem a combinação de planejamento prévio com a experimentação sugere melhores resultados e atenua riscos ao negócio.

Uma educação empreendedora pautada no desenvolvimento de competências contribuiria substancialmente para aumentar a atitude positiva em relação ao empreendedorismo, mas é oportuno destacar que não é qualquer educação empreendedora ou apenas a oferta de disciplina de plano de negócios que cumpre papel tão complexo. De acordo com Hashimoto (2013), Lima *et al.* (2015) e Salusse e Andreassi (2016) há a necessidade de um novo paradigma na educação empreendedora brasileira em que os professores utilizem mais amplamente as abordagens vivenciais e dinâmicas, e proponham atividades que desafiem os estudantes com o uso de simulações, de laboratórios, de práticas e de testes. Uma educação empreendedora mais crítica poderia também contribuir para desmistificar o romantismo que muitas vezes cerca a escolha pelo empreendedorismo, conforme assinala Chais *et al.* (2015). Estudo futuro pode testar a eficácia dos programas de educação empreendedora, comparando intenções de carreira dos estudantes de graduação antes e após a participação nos referidos programas.

Em síntese, o estudo descrito neste artigo contribui para fomentar reflexões sobre o papel de variáveis individuais e contextuais na intenção empreendedora, permitindo gerar insumos para políticas de educação empreendedora no âmbito universitário. Os resultados apontam para o papel das competências empreendedoras no fortalecimento dos efeitos das atitudes positivas na intenção empreendedora, o que certamente se soma a outras evidências da importância do contexto no desenvolvimento de capacidades que tornam mais atrativa a carreira empreendedora.

## **9. Implicações práticas e Limitações**

As tarefas e os desafios que os empreendedores enfrentam durante o processo de criação do negócio são numerosos. Estudos com amostras de universitários visam contribuir para compreender as complexas relações entre fatores individuais e contextuais que podem estimular o desenvolvimento de ações empreendedoras futuras. A educação empreendedora tem um papel importante de criar um ambiente promotor da atitude favorável ao empreendedorismo e do desenvolvimento de competências entre estudantes universitários.

Um dos desafios atuais é capacitar professores para atuarem como formadores de atitudes e competências empreendedoras. Há estudantes que demonstram interesse pelo empreendedorismo, possuem potencial criativo e muitas ideias do que poderia ou deveria ser

feito, mas não têm o conhecimento e as habilidades necessárias para viabilizar o seu negócio. Os professores poderiam contribuir nesse processo, ajudando-os a perceberem seu potencial e orientá-los como colocar em prática. Isto não significa ignorar, conforme assinalam Parreira *et al.* (2015), que algumas competências somente serão adquiridas na experiência do dia a dia, pela história de sucessos e fracassos, observação de outros empreendedores e por meio de outras fontes de relacionamento.

Por finalizar destacam-se algumas limitações do estudo. Uma delas se refere ao escopo das medidas. Admite-se que os construtos planejamento e competências empreendedoras foram medidos apenas em alguns de seus aspectos. A orientação ao planejamento ficou restrita à concepção de orientação futura da carreira e à perspectiva de causação, em que se prioriza a formulação detalhada de planos. Faltou medir, por exemplo, aspectos relacionados à perspectiva da efetividade, em que se levam em conta planos dinâmicos e redefinidos a partir do contexto. As competências empreendedoras foram medidas levando em conta apenas questões técnicas e de inovação. Outra limitação é a medida de ambos os construtos por autorrelato, em que envolve a subjetividade dos atores.

## **ESTUDO 4**

**Da intenção à ação empreendedora: estudo qualitativo de trajetórias de  
Egressos de empresas juniores**

## **Da intenção à ação empreendedora: estudo qualitativo de trajetórias de egressos de empresas juniores**

### **Resumo**

O objetivo deste estudo foi avançar na compreensão dos antecedentes individuais e contextuais do empreendedorismo na trajetória de carreira de empreendedores egressos de empresas juniores. Utilizou-se entrevista semiestruturada em uma amostra de 15 empreendedores de ambos os sexos e de diversas formações e tipos de negócios. Os conteúdos coletados foram submetidos à análise de conteúdo temático categorial das narrativas individuais. Evidenciou-se, entre outros aspectos, que a experiência em empresas juniores ajuda no desenvolvimento de atitudes favoráveis ao empreendedorismo, apesar de motivações múltiplas para empreender, e que o ensino universitário é avaliado criticamente por oferecer poucas e qualificadas oportunidades de formação empreendedora. Ademais, não foram identificadas trajetórias diferenciadas para homens e mulheres empreendedoras. Por fim, formulou-se um modelo compreensivo simplificado de relações entre intenção e ação empreendedoras, com base nas trajetórias analisadas, o qual contribui para orientar ações educacionais empreendedoras no contexto universitário e testar relações entre variáveis individuais e contextuais em futuros estudos sobre antecedentes da carreira empreendedora.

**Palavras-Chave:** Empreendedorismo, Intenção de carreira empreendedora, Antecedentes individuais e contextuais; Egressos de empresas juniores; Trajetória de carreira.

## **From intention to entrepreneurial action: a qualitative study of the trajectories of young entrepreneurs**

### **Abstract**

The objective of this study was to advance the understanding of individual and contextual antecedents of entrepreneurship in the career trajectory of junior entrepreneurs. A semi-structured interview was used in a sample of 15 entrepreneurs of both sexes and of different formations and types of business. The collected contents were submitted to the thematic content analysis of the individual narratives. It has been shown, among other aspects, that the experience in junior companies helps in the development of attitudes favorable to entrepreneurship, despite multiple motivations to undertake, and that university education is critically evaluated for offering few and qualified entrepreneurial training opportunities. In addition, no differentiated trajectories were identified for entrepreneurial men and women. Finally, a simplified model of relationships between entrepreneurial intention and action was formulated, based on the trajectories analyzed, which contributes to guide entrepreneurial educational actions in the university context and to test relationships between individual and contextual variables in future studies on entrepreneurial career antecedents.

**Keywords:** Entrepreneurship, Entrepreneurial career intention, Individual and contextual antecedents; Graduates of junior companies; Career trajectory.

## 1. Introdução

Trajetórias de empreendedores revelam sentidos e significados abordados pelas teorias e concretizados nas práticas empreendedoras. As motivações para empreender, o contexto familiar como suporte ou pressão social nas escolhas de carreira e as experiências universitárias, que favorecem a educação empreendedora, a construção de redes de relacionamento e o desenvolvimento de competências empreendedoras, podem ser exemplarmente ilustradas pelas trajetórias de jovens egressos de empresas juniores (EJs).

Inicialmente localizadas na França e depois espalhando-se pelo mundo, empresas juniores se caracterizam por um tipo de formação empreendedora no ambiente universitário, que, ao viabilizar o diálogo entre teoria (conteúdos acadêmicos) e prática, favorece o desenvolvimento de comportamentos empreendedores em estudantes universitários (Campos, 2015; Ferreira & Freitas, 2013). Por contemplar motivações, desenvolver competências e atitudes positivas, e contribuir na construção de redes sociais, a formação empreendedora exerce importante papel na trajetória de estudantes (Bae, Qian, Miao, & Fiet, 2014).

As motivações, em especial, concorrem para o desenvolvimento de atitudes e as metas direcionam comportamentos, fazendo o elo entre a intenção (propensão a agir) e a ação concreta (Edelman & Yli-Renko, 2010). Todavia, como argumentam Krueger e Carsrud (1993), já no início da década de 1990, há um hiato entre a intenção e a ação empreendedora, sugerindo que, por exemplo, variáveis contextuais podem compor o conjunto de fatores de explicação da intenção empreendedora, complementarmente aos atributos pessoais (Linan & Fayolle, 2015).

O estudo de Peticca-Harris e McKenna (2013) utilizou entrevista narrativa para situar a trajetória de carreira de uma gestora de recursos humanos, concluindo pela relevância das interações entre aspectos contextuais, experiências e características pessoais para dar sentido a essa trajetória. O estudo de Van Maanen (2015), por sua vez, fez uso de narrativa pessoal de sua própria trajetória como docente, por meio de um estudo etnográfico, destacando as contribuições para a compreensão de como se constroem as carreiras de pesquisadores-docentes levando em conta os vínculos organizacionais. Tais exemplos sinalizam que o estudo de trajetórias profissionais pode favorecer uma visão abrangente e contextual da carreira empreendedora contemporânea, enriquecendo investigações sobre o tema e ampliando a compreensão da dinamicidade do fenômeno.

O relato de trajetórias de carreira pelo narrador viabiliza sua tomada de consciência sobre como interpreta os acontecimentos de sua vida, além de dar acesso ao entrevistador a



esses sentidos e significados atribuídos retrospectivamente. Esta compreensão permite inferências sobre motivações, atitudes, expectativas e traços pessoais (antecedentes individuais), e também do impacto das interações do ator com o entorno social e grupos de influência (antecedentes contextuais) (Closs & Oliveira, 2015).

Tudo isso reforça a importância de estudos qualitativos como via de acesso às percepções das trajetórias de carreira de jovens empreendedores. Assim, o principal objetivo do estudo qualitativo cujos resultados são descritos neste artigo foi o de analisar a trajetória de jovens empreendedores egressos de empresas juniores para compreender melhor os antecedentes individuais e contextuais do empreendedorismo referenciados na literatura da área.

O estudo relatado neste artigo explora conceitos abordados pela Teoria do Comportamento Planejado (TCP) desenvolvida por Ajzen (1991), um referencial teórico amplamente utilizado em estudos de intenções empreendedoras (Engle et al., 2010); foge à regra ao realizar uma análise qualitativa que pode trazer novas evidências de antecedentes individuais e contextuais da decisão de empreender (Burg & Romme, 2014), visto que a maioria dos estudos que investiga antecedentes do empreendedorismo usa métodos quantitativos (Kautonen, Van Gelderen, & Fink, 2015), e, ao propor um modelo teórico compreensivo, pode vir a fortalecer a teoria e orientar ações educacionais empreendedoras no contexto universitário. As duas subseções a seguir apresentam os principais fatores individuais e contextuais considerados como preditores do empreendedorismo incluídos no roteiro de entrevista.

## **2. Fatores individuais explicativos da trajetória empreendedora: motivação, atitude, propensão ao risco e planejamento do negócio**

O estudo de Vale, Corrêa e Reis (2014) concluiu que os motivos para empreender ultrapassam o dualismo oportunidade-necessidade, ou seja, a criação e/ou descoberta de oportunidades (Kirzner, 1979; Shane & Venkataraman, 2000) e também o medo do desemprego, especialmente em países em desenvolvimento (GEM, 2015). Tal assertiva é consistente com a visão de que intenção de carreira empreendedora é fenômeno multidimensional e multicausal, sofrendo influência de vários fatores de origem pessoal e contextual. A investigação desses fatores tem sido objeto de uma infinidade de pesquisas, cujos resultados ampliam o conhecimento sobre os fatores antecedentes da ação empreendedora.

Um dos preditores mais importantes da ação empreendedora é a necessidade de realização (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2012; McClelland, 1965; Sivarajah & Achchuthan, 2013), ou seja, a busca de autonomia, de desenvolvimento pessoal e profissional e de assunção de responsabilidades. Outro forte preditor do empreendedorismo é a atitude para com a carreira empreendedora, o que faz com que o potencial empreendedora avalie positivamente e se engaje em comportamentos nesta direção, ou a avalie criticamente, redirecionando os seus esforços (Ajzen, 1991; Gartner, 1985; Linan & Fayolle, 2015; Loiola, Gondim, Pereira, & Ferreira, 2016; Shane, 2012).

Além da atitude em relação ao empreendedorismo, outras variáveis do nível individual contribuem para transformar a intenção em ação empreendedora. A percepção de controle (*locus* interno de controle) sobre o sucesso futuro do empreendimento é uma delas. E a experiência passada tem um papel importante neste processo. O saber adquirido ao lidar com as oportunidades e também com obstáculos e impedimentos, aumenta a capacidade de o jovem lidar com questões que envolvem controle do risco (Ajzen, 1991).

A propensão a correr risco como um traço pessoal (Karabulut, 2016) também é considerada um motivador para a criação do próprio negócio (Parreira, Pereira, & Brito, 2011). Empreendedores propensos ao risco tendem a colocar em prática suas ideias mesmo diante de cenários incertos. Os cautelosos, por sua vez, são mais parcimoniosos e avaliam melhor o ambiente antes de tomarem decisões. Os estudos de Ferreira, Loiola e Gondim (2017) e de Chandler, Detienne, Mckelvie e Mumford (2011) evidenciaram que os universitários brasileiros são cautelosos ao investirem recursos, contrariando o padrão geral dos empreendedores brasileiros (GEM, 2015).

O investimento em planos de negócio auxilia os empreendedores a prever riscos, facilita análises sistemáticas com base em múltiplas variáveis e ajuda a compreender melhor a relação entre a intenção, ação e desempenho empreendedor (Botha & Robertson, 2014). Entretanto, o valor atribuído ao plano de negócios depende do contexto (Delmar & Shane, 2003). Onde há elevados níveis de incerteza e volatilidade nos ambientes das *start-ups*, há necessidade de redefinição constante de ações e estratégias para que se acompanhem as mudanças socioeconômicas (Ferreira et al., 2017). Sendo assim, a atividade empreendedora requer tanto planejamento prévio (planejamento como causa) quanto ajustado às circunstâncias (planejamento como efeito ou consequência) (Faia, Rosa, & Machado, 2014; Sarasvathy, 2001).

Alguns estudos sugerem, adicionalmente, que competências empreendedoras podem diferir entre os gêneros (e.g., Shinnar, Giacomini, & Janssen, 2012; Sánchez-Escobedo,

Fernández-Portillo, Díaz-Casero, & Hernández-Mogollón, 2016), o que pode estar relacionado com o contexto de socialização de homens e mulheres em que se cultiva o estereótipo social do homem empreendedor (Gupta, Turban, & Bhawe, 2008; Sweida & Reichard, 2013). No entanto, as mulheres desenvolvem mais competências relacionais e de organização (Mitchelmore & Rowley, 2013), sendo menos propensas a correrem riscos (Dawson & Henley, 2015). Elas também fazem mais uso dos laços proximais para obter informações e suporte social (Vale, Serafim, & Teodosio, 2011). Os homens tendem a ser mais objetivos e técnicos (e.g., Souza, 2005).

As evidências de pesquisas empíricas relatadas nesta seção orientam a formulação das seguintes questões: Quais as motivações dos empreendedores pesquisados ao criar seu negócio? Como esses empreendedores avaliam sua carreira empreendedora? Há similaridades em termos de motivações, atitudes e comportamentos entre tais empreendedores, ainda que pertencentes a gêneros distintos?

### **3. Fatores contextuais explicativos da trajetória empreendedora: ambiente familiar, redes de relacionamentos, educação empreendedora**

A valorização do empreendedorismo para os grupos sociais de referência do estudante universitário (familiares, amigos, colegas de universidade, etc.) funciona como uma norma social a ser seguida, levando-o a adotar comportamentos empreendedores (Ajzen, 2011). A influência e suporte social e/ou material da família (e.g., Engle et al., 2010; Gupta, Turban, & Bhawe, 2008; Linan, Urbano, & Guerrero, 2011), e ainda do ambiente de educação empreendedora (e.g., Lima, Lopes, Nassif, & Silva, 2015; Mushtaquet al., 2011; Salusse & Andreassi, 2016) já se encontram documentados na literatura.

Os estudos em ambiente universitário apontam ademais que a rede de relações criadas pelo estudante influencia e apoia social ou materialmente mais a sua opção de carreira do que a oferta de disciplinas sobre o tema (Kacperczyk, 2013; Lima, et al., 2015). A experiência prática em empresas juniores contribui na construção da rede de relações, promovendo o contato do estudante com outros empreendedores que servem de modelos de referência (Varamaki, Joensuu, Tornikoski, & Viljamaa, 2015; Salusse & Andreassi, 2016).

As empresas juniores possibilitam inclusive o intercâmbio entre mercado, sociedade e universidade, servindo como espaços de experimentação para o desenvolvimento de competências de gerir negócios ou atuar como consultor (Campos, 2015). Essa possibilidade de aprendizagem prática alinha-se às indicações da literatura de que os empreendedores

aprendem por meio da experiência prática, dos erros e acertos e dos relacionamentos com outras pessoas (Zampier & Takahashi, 2011). O contexto da experiência em empresas juniores faz com que os estudantes aprendam a criar e lidar com as oportunidades e as pessoas, além de aprimorar competências técnicas (eg., organização, planejamento, etc.) e de domínio conceitual (Man, 2001).

Em consonância com a revisão do estado de campo empreendida nesta seção, emergem as seguintes questões: como a experiência de empreendedorismo no contexto de formação universitária contribui na avaliação da trajetória de empreendedores egressos de empresas juniores? De que modo os contextos familiar e universitário favorecem o desenvolvimento de competências empreendedoras?

## **4. Método**

### *4.1. Participantes*

Participaram do estudo 15 egressos de Empresas Juniores que abriram seus negócios. Nove eram do sexo masculino; a idade média foi de 28 anos e o tempo médio de abertura da empresa foi de dois anos, embora em um dos casos a empresa já funcione há 12 anos. As formações universitárias foram: administração (8), psicologia (1), comunicação social (1), engenharia agrônoma (1), engenharia sanitária e ambiental (2), engenharia ambiental (1) e engenharia civil (1).

### *4.2. Instrumento de coleta de dados*

Utilizou-se de um roteiro de entrevista organizado em temas para abordar aspectos da trajetória dos participantes que pudessem vir a responder às questões propostas, conforme descrito na Tabela 9.

Tabela 9

Temas abordados na entrevista

Temas	Objetivos
	Nível individual
Motivações empreendedoras	<i>Explorar o tipo de motivação para criar o negócio</i>
Atitude empreendedora	<i>Explorar a avaliação da carreira empreendedora.</i>
Percepção de controle	<i>Explorar a percepção de riscos relativos ao negócio.</i>
Planejamento do negócio	<i>Explorar o quanto houve de investimento em planejamento do negócio</i>
	Nível contextual
Educação empreendedora	<i>Explorar o papel da universidade no processo de abertura do negócio</i>
Norma subjetiva	<i>Explorar o apoio e incentivo da família, da rede de amigos e de colegas de universidade na criação do negócio.</i>
Competências empreendedoras	<i>Explorar a autoavaliação de competências empreendedoras e diferença de gênero.</i>

#### 4.3.Procedimento de coleta de dados

Empresas juniores e Associações Estudantis da região de Salvador (BA) e entorno receberam por e-mail e telefone um convite para indicar estudantes egressos que se tornaram empreendedores abrindo suas próprias empresas. Em respeito aos princípios éticos, a adesão à pesquisa era voluntária, tendo essas organizações apenas apoiado a iniciativa. Aos empreendedores que aceitaram participar da pesquisa lhes foi enviado o termo de consentimento livre e esclarecido, além de assegurar-lhes anonimato. As entrevistas, com duração média de 50 minutos cada, foram realizadas pessoalmente em suas respectivas empresas e por meio de videoconferência, tendo sido gravadas.

#### 4.4.Procedimento de análise de dados

As entrevistas foram transcritas (Hammersley, 2010) e submetidas a um sistema de categorias temáticas previamente elaboradas (Bardin, 2009; Gondim & Bendassolli, 2014), com base em teorias e evidências empíricas dos antecedentes individuais e contextuais da carreira empreendedora. A categorização prévia é a fase de organização e classificação do *corpus* em um conjunto de unidades de registro significativas; sendo uma forma de ordenar,

com base em critérios, todo o material codificado (Gondim & Bendassoli, 2014). A Tabela 10 apresenta o sistema categorial.

*Tabela 10*

Categorias temáticas do *corpus*

<b>Temas</b>	<b>Definição das categorias</b>
Motivações empreendedoras	<p><b>Motivo de realização (MR)</b> – motivos relacionados à realização, ao aperfeiçoamento, à busca de autonomia, de desenvolvimento pessoal e profissional e de assunção de responsabilidades. Pessoas com motivos de realização preferem o desafio de trabalhar num problema e aceitar a responsabilidade pessoal pelo seu sucesso ou fracasso. Querem vencer obstáculos, mas querem sentir que seu sucesso é resultado de suas próprias ações (McClelland, 1965).</p> <p><b>Motivo de necessidade (MN)</b>- motivos relacionados à falta de alternativas e urgência em suprir carências pessoais e econômicas (GEM, 2015).</p> <p><b>Motivo de oportunidade (MO)</b> - inicia-se um novo negócio, mesmo quando há alternativas de emprego. Há identificação/descoberta/criação e exploração de novos nichos de mercado (GEM, 2015; Shane &amp; Venkataraman, 2000).</p>
Atitude empreendedora	<p><b>Atratividade (AT)</b> – avaliação afetiva positiva em relação ao ato de empreender (Ajzen, 1991)</p> <p><b>Senso crítico (SC)</b> - avaliação afetiva negativa de alguns aspectos do empreendedorismo (Ajzen, 1991)</p>
Percepção de controle	<p><b>Propensão ao risco (PR)</b>– O indivíduo arrisca-se mais nos negócios, sem temer (GEM, 2015), ou seja, aceita ter menos controle sobre o entorno</p> <p><b>Cauteloso ao risco (CR)</b> - O indivíduo procura avaliar melhor os riscos potenciais (Baron &amp; Ensley, 2006), tendo mais necessidade de sentir controle sobre o entorno.</p>
Planejamento do negócio	<p><b>Planejamento circunstancial (PC)</b>– ausência de um planejamento de negócios formalmente elaborado, corrigindo passos durante o processo (Saravathy,2001). Planejamento como consequência ou efeito do curso das ações empreendedoras.</p> <p><b>Planejamento formal (PF)</b>– elaboração de um plano de negócios mais detalhado que orienta as ações empreendedoras (Saravathy, 2001). Planejamento como causa, o primeiro passo para vislumbrar o sucesso do negócio.</p>
<b>Nível contextual</b>	
Educação empreendedora	<p><b>Experiência Prática (EP)</b>– exercício de atividades empresariais durante o processo de formação, orientadas para a atividade empreendedora (Brasil Junior, 2014.)</p> <p><b>Rede de Relacionamento (RR)</b>- construção de redes sociais estratégias no</p>

	<i>desenvolvimento de ações empreendedorase sobrevivência no mercado (Kacperczyk, 2013)</i>
Norma subjetiva	<b>Suporte financeiro e material (SF)</b> – <i>Ajuda financeira e de serviços para concretizar o negócio (Mushtaq et al., 2011)</i> <b>Suporte social (SS)</b> – <i>Suporte de redes de amigos e da família com experiências de empreendedorismo (Linan, Urbano, &amp; Guerrero, 2011).</i>
Competências empreendedoras	<b>Competência de Oportunidade (OP)</b> – <i>capacidade de identificar tendências do mercado e novidades (Man, 2001; Shane &amp; Venkataraman, 2000)</i> <b>Competência de Organização (OR)</b> – <i>capacidade de liderança, planejamento, delegação e controle (Man, 2001)</i> <b>Competência de Relacionamento (RL)</b> – <i>capacidade de gerir conflitos e de se comunicar (Man, 2001)</i>
Competências empreendedoras e sexo	<b>Sexo Feminino (AA)</b> – <i>as ações empreendedoras femininas são caracterizadas por sua capacidade analítica e detalhista (Mitchelmore &amp; Rowlew, 2013).</i> <b>Sexo Masculino (AB)</b> – <i>as ações empreendedoras masculinas são caracterizadas por sua capacidade de objetividade, praticidade e maior preparo para lidar com os problemas diários nos negócios (Souza, 2005).</i>

Font  
e:

Elaboração própria com base em Ajzen (1991), Brasil Junior (2014), Kacperczyk (2013), Linan, Urbano e Guerrero (2011), Man (2001), Mitchelmore e Rowlew (2013), Mushtaq et al. (2011)e Souza (2005).

As transcrições de cada um dos 15 casos foram lidas mais de uma vez buscando codificar palavras e frases que permitissem aloca-las na categorização temática prévia. O sistema categorial prévio revelou-se adequado para a codificação das respostas, embora em alguns temas tenham surgido novas características que são oportunamente mencionadas na seção de resultados.

## 5. Resultados e Discussões

Os resultados estão organizados em quatro partes. Na primeira são relatados sinteticamente cada um dos casos, buscando caracterizar os contextos e compreender as trajetórias dos participantes do estudo. Em seguida, são detalhados os resultados gerais dos 15 casos e feita uma discussão a partir de cada um dos temas investigados na entrevista. Na terceira parte procura-se interpretar as trajetórias dos entrevistados à luz dos temas estudados e, por último, é apresentado um modelo teórico compreensivo que relaciona intenção e ação empreendedora com base em trajetórias de egressos de empresas juniores, o que poderá contribuir no teste empírico de relações entre variáveis individuais e contextuais em futuros

estudos sobre os antecedentes da carreira empreendedora, além de subsidiar políticas de educação empreendedora.

### ***Síntese dos relatos sobre os tópicos da entrevista por participante***

A síntese de cada caso traz informações sobre motivação para empreender, avaliação da carreira empreendedora, aspectos contextuais de suporte ao engajamento ao empreendedorismo (normas subjetivas, educação empreendedora), avaliação de riscos, investimento em planejamento, competências empreendedoras que cada um dos participantes acredita possuir, e finaliza com a percepção das diferenças de gênero na manifestação destas competências.

#### ***Caso 1 – Empreendedor, 42 anos, administrador; negócio: consultoria***

Motivado a trabalhar em sua área de formação para ter mais liberdade de criação, considera a carreira permeada por muitos desafios (estruturais, políticos). Obteve apoio socioemocional dos pais, mais do que dos colegas de universidade. O contato com o empreendedorismo foi via EJ, já no final do curso. Sempre foi controlado financeiramente, embora não tenha feito análise de riscos e plano de negócios. As competências que foram aprendidas no contexto de formação se relacionam à liderança, organização e assunção de riscos. Acredita que diferenças de gênero não influenciam o êxito do negócio, mas salienta que os homens são mais agressivos e que as mulheres possuem uma capacidade analítica melhor do mercado.

#### ***Caso 2 – Empreendedor, 28 anos, administrador; negócio: Casa de Carnes***

Motivou-se a gerir o negócio da família após a morte de seu pai e por falta de opção atrativa em sua cidade. O que mais lhe atraiu foi a qualidade de vida e a realização profissional. Obteve apoio da mãe e da irmã, mas recebeu pouca influência de colegas. O papel da universidade foi proporcionar estágios e participação na EJ no último ano. Costuma não arriscar sem analisar o cenário e se considera bastante racional quanto ao uso de recursos. O planejamento é feito no dia a dia e acredita que suas competências se referem à capacidade de organização. Quanto ao gênero, acredita que a mulher é mais disciplinada do que o homem.

#### ***Caso 3 – Empreendedora, 26 anos, administradora; negócio: Estética***

Motivou-se principalmente por gostar de estar à frente das coisas, de criar e de ter liberdade, com grande responsabilidade. A rede de amigos foi importante para ajudá-la a lidar com a diversidade, mas a sua família foi indiferente. A universidade aflorou a sua faceta de líder, identificada desde a época da escola. Frequentou somente uma disciplina de



empreendedorismo. Não planejou e nem avaliou os riscos do negócio sistematicamente. Afirma ser persistente e controladora e, embora relativize, acredita que os homens são mais práticos.

***Caso 4 – Empreendedor, 27 anos, psicólogo; negócio: Consultoria***

Motivou-se a ler sobre empreendedorismo quando não sabia o que fazer da vida, já que considera o mercado de trabalho na sua área bastante restrito. Apesar de considerar um campo incerto, acredita na liberdade de colocar em prática o que se pensa. Poucos amigos incentivaram. Obteve apoio financeiro da mãe para os cursos de aperfeiçoamento. Afirma que além da EJ, não houve outra preparação no seu curso. O planejamento que fez foi informal e circunstancial, com base nos recursos que possuía. Acredita possuir competência de relacionamento e não vê diferença de gênero, mas afirma que ainda há preconceitos com as mulheres empreendedoras.

***Caso 5 – Empreendedor, 33 anos, administrador; negócio: Consultoria***

Seus motivos principais foram oportunidade financeira, qualidade de vida e realização profissional, mesmo reconhecendo haver grande responsabilidade e desafios tributários. Teve muito apoio dos pais, mas pouco dos colegas. Sempre esteve envolvido na EJ, onde se interessou por consultoria e desenvolveu uma rede de relações sociais. As duas disciplinas de empreendedorismo que teve na graduação influenciaram menos na sua decisão do que o ambiente externo. Desenvolveu uma planilha de custos e avaliou os riscos. Acredita ser planejado, mesmo informalmente, ao antecipar situações. Quanto ao gênero, afirma que o empreendedorismo tem sido repensado mais pelas mulheres do que pelos homens.

***Caso 6 – Empreendedora, 34 anos, comunicóloga; negócio: Produtos Fitness***

Motivou-se a abrir o negócio quando soube da possibilidade de demissão do marido. Acredita que se sente livre para pôr em prática as suas ideias, mesmo considerando a alta responsabilidade. Obteve apoio financeiro e emocional da família. Os amigos ajudaram na construção da marca. A participação na EJ a ajudou em sua formação pessoal. Não fez planejamento formal, mas uma avaliação do segmento que escolheu e dos valores em dinheiro para começar. Acredita ser uma pessoa muito criativa. Considera que os homens são mais práticos e técnicos e as mulheres mais detalhistas, flexíveis e emotivas.

***Caso 7 – Empreendedor, 27 anos, administrador, negócio: Consultoria***

A motivação decorreu da descoberta de uma oportunidade ao final da graduação, quando fez um plano de negócios formal que se mostrou viável. Percebe a carreira como promotora de liberdade, embora reconheça ser um negócio incerto por depender muito de si mesmo. O apoio dos pais foi indiferente, mas dos amigos foi 100%, pois os sócios eram seus

colegas. A experiência na EJ foi a que mais se aproximou do empreendedorismo dentro da universidade. Acredita ser uma pessoa persistente e com fé e não percebe diferença de gênero quanto às competências empreendedoras.

***Caso 8 – Empreendedor, 23 anos, administrador; negócio:Autopeças***

Motivou-se a assumir os negócios da família por ocasião do falecimento do pai. Não crê que a carreira se restrinja à abertura de um novo negócio, mas ao desenvolvimento pessoal dentro de uma empresa criada por familiares. Obteve incentivo da família e dos amigos e a EJ foi o único contato que teve com o empreendedorismo na universidade. Não fez planejamento prévio, pois assumiu o negócio da família, mas afirma estar acompanhando o mercado e acredita possuir competência técnica e proatividade. Afirma que as mulheres são mais “jeitosas”, a depender do tipo de negócio, mas todos são capazes; depende de perfil.

***Caso 9 – Empreendedor, 23 anos, engenheiro civil; negócio: Eventos***

A grande motivação era tirar algo do papel, fazer acontecer. Avalia haver alto nível de estresse na carreira de empreendedor, que exige uma boa administração do tempo. O apoio do pai, que é empreendedor, foi fundamental. Afirma que a universidade e o corpo docente ainda não despertaram para o empreendedorismo, utilizando métodos repetitivos. A rede de amigos proporcionada pela EJ foi essencial. Fez pesquisa de mercado informalmente e avaliação de recursos necessários. Considera-se proativo e visionário e não vê distinção de competências em relação ao gênero, havendo, entretanto, características distintas de cada um.

***Caso 10 – Empreendedor, 25 anos, engenheiro agrônomo; negócio:Estacionamento***

Motivado para melhorar o negócio da família, devido ao estado de saúde do pai, decidiu se aproximar mais do negócio, ocasião em que também fundava a EJ. Considera uma carreira com mais facilidade de firmar parcerias com os bancos, embora reconheça o risco de endividamento. O contato com o empreendedorismo na universidade foi via EJ. O tio o ajudou, pois não tinha experiência com a natureza do negócio; não fez planejamento e nem avaliou riscos. Gosta de resolver problemas e não acredita que haja diferença de gênero em relação às competências empreendedoras.

***Caso 11 – Empreendedora, 25 anos, engenheira sanitária; negócio:Consultoria***

Seu motivo principal era estar à frente das coisas e fazer o que gostava. Considera ser uma carreira flexível, mesmo tendo que enfrentar preconceitos pela idade e pelo sexo, pois afirma ser vítima de um machismo intrínseco à sociedade. Os colegas achavam interessante a iniciativa, mas alegavam não ter coragem de arriscar. A partir do contato com a EJ e com a empresa do pai viu que era possível. Fez plano de negócios e afirma ser organizada, de fácil

relacionamento e com perfil de liderança. Para conduzir o negócio com êxito afirma não haver diferença de gênero nas competências empreendedoras.

***Caso 12 – Empreendedor, 25 anos, engenheiro sanitária; negócio: Consultoria***

Motivou-se ao perceber que o mercado estava se expandindo muito e tinha o interesse de ser dono do próprio negócio, apesar de sinalizar que é uma área incerta. Afirma que a faculdade em nada o incentivou a abrir a empresa, embora tenha participado de EJ desde a sua criação até sair da universidade. Obteve ajuda financeira e incentivo da família; e os amigos indicavam projetos. Não fez planejamento e não sabe quais competências empreendedoras possui

***Caso 13 – Empreendedor, 23 anos, administrador; negócio: Eventos***

Seu gosto por ambientes onde não existe muita hierarquia e se é mais livre para criar motivou-o a ser empreendedor. É a carreira que sempre quis e acha que não é para todo mundo. A família o apoiou 100% financeira e emocionalmente, assim como a rede de amigos que criou na EJ, onde conheceu os dois sócios. Fez análises superficiais, mas guiou-se pelo *feeling* do negócio. Acredita ser resolutivo, criativo e visionário. Acredita ainda que as mulheres têm uma capacidade de execução diária superior à dos homens, que possuem talvez mais calma para lidar com os problemas.

***Caso 14 – Empreendedora, 27 anos, engenheira ambiental; negócio: Consultoria***

Motivada pela dificuldade de encontrar trabalho, avalia a carreira como uma alternativa. Ouviu muitos "nãos", mas os colegas ajudaram a divulgar o negócio. Não fez disciplinas relacionadas ao empreendedorismo e avalia que nem a universidade sabia lidar e o que fazer com a EJ. Fez plano de negócios e acredita possuir competências de oportunidade e de relacionamento. Afirma que o homem tem mais vantagem perante a sociedade, embora acredite que a diferença de competência é do indivíduo e não do gênero.

***Caso 15 – Empreendedora, 27 anos, administradora; negócio: Produtos para casamento***

Expressar-se criativamente e encontrar significado no trabalho foram os motivos principais para abraçar a carreira empreendedora. É uma carreira que exige muita resistência aos altos e baixos. A família não entende a sua opção por ganhar dinheiro fazendo o que ama. É com a rede de amigos que conversa, cuja amizade fez na EJ, principal fonte de aprendizado durante a faculdade. Não planejou no início do negócio, mas sentiu a necessidade no dia a dia. Acredita ser persistente e criativa e pensa que todos têm internamente energias masculinas e femininas, embora afirme que as mulheres são mais sutis, empáticas e criativas e que os homens são mais pragmáticos.

### ***5.1.Detalhamento dos resultados gerais e discussão por tema da entrevista***

Nesta parte serão apresentados e discutidos os resultados gerais por tema abordado no roteiro de entrevista.

**Motivação empreendedora:** Todas as três motivações previamente categorizadas se manifestaram nas trajetórias dos jovens. Motivos de realização (MR) pessoal/profissional manifestaram-se em oito casos, como se pode observar na fala do empreendedor do caso 15: *“foi encontrar significado no trabalho. Comecei a sentir muita vontade de me expressar criativamente, de colocar meus talentos a serviço do mundo”*. Motivos de necessidade (MN) se manifestaram em quatro casos, a exemplo do 14: *“a empresa nasceu disso, da dificuldade de encontrar trabalho; as empresas pedem experiência”*. Motivos de oportunidade (MO) foram manifestados em quatro casos, a exemplo do 5: *“descobri uma oportunidade de mercado mesclada ao meu estilo de vida”*. Em alguns casos, os motivos se manifestaram simultaneamente, como aconteceu no caso 1: *“os motivos foram oportunidade de mercado e fatores coincidentes. Na verdade oportunidade e necessidade se aliaram, e querer ter liberdade maior de poder gerenciar o próprio caminho e poder trabalhar na área de formação”*.

Um dos motivos não previamente categorizado foi o da sucessão familiar, em função de falecimento de quem conduzia o negócio anteriormente (casos 2, 7, 8 e 10). Como também identificado na pesquisa de Vale et al. (2014), é um motivo que não é comumente abordado em literatura prévia, mas possui muita importância. Como será visto mais adiante, a família é um forte modelo de referência para os empreendedores.

A análise dos motivos de empreender dos 15 casos permite inferir que os motivos são múltiplos superando um pouco a crença de que motivos de necessidade e oportunidade sejam excludentes (Vale et al., 2014). Em uma trajetória, por exemplo, observou-se que o motivo de realização associou-se à qualidade de vida e à independência financeira: *“ter uma receita, mesmo que instável, mas que eu tivesse qualidade de vida, fazer os meus próprios horários e ter independência”*(caso5).

Ainda que os resultados sinalizem que a autorrealização seja proeminente nos casos estudados, trazendo evidências adicionais para os estudos de McClelland (1965), estudos recentes indicam não haver um perfil ideal de traços e de fatores motivacionais que levam os indivíduos a empreender (Parreira et al., 2011). Ademais, os resultados deste estudo evidenciam um perfil distinto da maioria dos empreendedores brasileiros descritos no GEM (2015), que aponta que em países em desenvolvimento se empreende mais por necessidade.

Acredita-se que por terem tido aprendizagem empreendedora nas empresas juniores, os sujeitos desta pesquisa conseguem desenvolver competências que o fazem visualizar a carreira como uma alternativa de colocar em prática o que aprenderam na universidade (Zampier & Takahashi, 2011). Estudos futuros poderiam vir a aprofundar esses resultados, comparando as motivações de pós-juniores e empreendedores que não passaram por essa experiência.

**Atitude empreendedora:** As categorias atratividade (AT) e senso crítico (SC) se manifestaram em todos os casos, por exemplo: “*é uma carreira desafiadora, mas se superar, tudo prospera*” (caso10); “*acho que não é pra todo mundo, você tem de ter muito estômago, você tem de ter muita paciência pra ver seus amigos na carreira pública ganhando muito mais que você, mas nada paga você ter todos os dias um novo acontecimento, um novo desafio, parecendo que você tá vivendo, sabe, você não espera um ano para ver uma coisa boa acontecer*”(caso 13).

Isoladamente, a categoria atratividade (AT) pela carreira empreendedora esteve relacionada à “*melhor decisão a ser tomada*” (caso 01), “*mais liberdade*”(caso 11), “*qualidade de vida, realização profissional*”(caso 05), “*independência emocional e psicológica, criatividade*”(caso 06), “*controle de horário*”(caso 03) e “*carreira emocionante*”(caso 15). A categoria senso crítico (SC) relacionou-se à: “*complexidade da carga tributária e burocracia*” (casos 01, 02, 05) “*alta responsabilidade*”(caso 06), “*instabilidade econômica*”(caso 04), “*muita pressão*”(caso 09), “*insegurança financeira*”(caso 07).

Em sintonia com os estudos de Loiola et al., (2016) e de Linan e Fayolle (2015), que afirmam ser a atitude um forte preditor da intenção empreender, as trajetórias dos casos estudados sugere que a atitude positiva antecedeu a ação empreendedora, embora encontrem-se presentes também atitudes criticistas. Ou seja, a ação empreendedora dos pós-juniores, não é antecedida somente por aspectos positivos. Aspectos críticos como obstáculos e desafios ajudam na tomada de decisão e moldam as ações na prática empreendedora, trazendo evidências da teoria do comportamento planejado de Ajzen (1991). Os resultados trazem evidências de haver diferenças nas atitudes entre quem opta pela carreira empreendedora e quem não o faz, conforme apontado por Gartner (1985) e Shane (2012). No entanto, esta distinção é expressa na formação de atitudes híbridas em que a forte avaliação positiva da carreira empreendedora não anula as atitudes críticas, que fortalecem o engajamento mais maduro.

**Normas subjetivas:** A categoria suporte social (SS) se manifestou em 12 casos, especialmente por parte da família, como mostram os casos 02 e 04: *“Tive apoio tanto da minha irmã, quanto da minha mãe”*; *“não encontrei nenhuma resistência por parte dos meus pais”*. Entretanto, o apoio dos amigos e colegas de faculdade foi mínimo, sobretudo em função de preferirem carreira pública ou trabalhar em empresas privadas, como se pode observar nos casos 03 e 05: *“Que nada, vai fazer concurso público, esse negócio de abrir empresa não dá dinheiro não”*; *“Ninguém acreditava. Eu os convidava para irem a meu escritório e ao chegarem lá, que viam a mesa, o computador, os livros, perguntavam: ‘e cadê a empresa’ rs”*. A categoria suporte financeiro e material (SF) se manifestou em cinco casos em relação à ajuda financeira da família e à ajuda material de amigos (ex. construção de marca), a exemplo dos casos 12 e 14: *“Obtive ajuda financeira e de incentivo de minha família”*; *“Os colegas da universidade fizeram a logomarca, o site”*.

Há uma forte influência da família com tradição empreendedora na carreira das gerações subsequentes. Mais da metade dos empreendedores participantes deste estudo possui família empreendedora, o que sugere que a experiência na empresa júnior legitima a disposição atitudinal despertada por meio desses modelos proximais, como afirma o empreendedor do caso 14: *“sem dúvida o espelho dentro de casa faz diferença”*. Isso converge com as pesquisas de Gupta et al. (2008), que exploram essa influência e fortalecem a norma social empreendedora, especialmente entre famílias e amigos que iniciaram seus negócios e foram exitosos. Por outro lado, as crenças normativas por parte dos colegas universitários não se mostraram significantes, ratificando os resultados de Engle et al. (2010) e de Linan, Urbano e Guerrero (2011), em que em regiões menos desenvolvidas, o apoio social é advindo de relações mais proximais, como a família e não de um ambiente social mais amplo, onde todos podem se beneficiar dele.

**Educação empreendedora:** As categorias experiência prática (EP) e rede de relações (RR) se manifestaram simultaneamente em oito casos, ou seja, a participação na empresa júnior viabilizou a construção de relações, como mostram os casos 12 e 15: *“É com esta rede que eu converso, faço brainstorms, busco ideias e insumos para me auxiliar na formatação do negócio”*; *“foi na EJ que conheci meus dois sócios, foi minha principal fonte de aprendizado durante a faculdade, onde pude vivenciar na prática como era gerenciar uma empresa e me embasar em relação às questões técnicas para estruturação do negócio. O incentivo e o empoderamento para empreender vieram muito mais da EJ”*. A categoria experiência prática EP isoladamente se manifestou em sete casos, mas a rede de relações sociais (RR) se manifestou sempre acompanhada da EP. Não houve outras evidências do

papel da universidade/faculdade no estímulo ao empreendedorismo (Lima et al., 2015; Kacperczyk, 2013). O contato com disciplinas relacionadas não foi proveitoso, como se pode observar no caso 15: *“Eu tive uma disciplina relacionada a empreendedorismo e foi horrível, não me ajudou em nada, desculpe a sinceridade, mas realmente foi muito ruim, foi tipo assim, o básico do básico, enfim, foi péssimo”*. A importância do preparo do corpo docente mostrou-se fundamental, como afirma a empreendedora do caso 03: *“o professor nesse momento é um divisor de águas na disciplina, porque ele passa a ideia segundo a concepção dele; se ele tem relação com o empreendedorismo, didática e conteúdo são diferentes de quem não tem esse contato”*.

Esse resultado encontra eco nos estudos de Salusse e Andreassi (2016) e no estudo de Ferreira et al. (2017), que criticam o ensino em empreendedorismo nas universidades por sua pouca ênfase em metodologias vivenciais e dinâmicas que desafiem os estudantes pelo uso de simulações, laboratórios experimentais, práticas e de testes, estimulando o senso crítico e favorecendo o amadurecimento pela escolha de carreira empreendedora (Varamaki et al., 2015).

**Planejamento:** A categoria planejamento circunstancial (PC) se manifestou em 11 casos, a exemplo dos casos 02 e 03: *“A fase para chegar até aqui não foi bem planejada, foi uma sensação de acasos, por incrível que pareça não fiz plano de negócio para esse negócio”*; *“Planejamento em si eu não fiz antes de tocar o negócio, mas fui mudando aos poucos, e na época, que eu não tinha experiência, ficou mais complicado ainda. Então não registrei nada em papel. O negócio já andava, não tive disciplina de parar pra fazer”*. O planejamento formal (PF) se manifestou em quatro casos, como se pode observar nos casos 05 e 07: *“Passei 4 anos maturando a ideia”*; *“Tudo que fizemos foi com base em um plano de negócios (PN) antes mesmo de tá iniciando o processo. Ficamos de 6 meses a 1 ano fazendo o PN, todas as etapas”*. Porém houve casos em que planejamento formal (PF) e circunstancial (PC) se manifestaram simultaneamente, como nos casos 11 e 14: *“Sentamos para dividir as tarefas, a visão, a missão, os objetivos, minha sócia fez um curso sobre PN que a faculdade ofereceu, e foi o que nos ajudou também. Ele não está completo, mas tem alguns rabiscos sim”*; *“Eu já fiz o PN voltado a minha empresa, mas quando se trata de serviço não é tão fácil mensurar a parte financeira, como no caso de produto, por isso não consegui finalizar essa parte financeira do plano”*.

A parte formal dos planos estava mais associada às finanças, mesmo os empreendedores entendendo a importância e conhecendo o plano de negócio. Esse achado converge com os resultados do estudo de Ferreira et al. (sd), em que o planejamento não

surgiu como um preditor da intenção de empreender, e com o que propõem Faia et al. (2013), em que em contextos dinâmicos, como é o caso do Brasil, as ações de planejamento são redefinidas constantemente. O caso 13 ilustra este achado: *“a gente queria começar e se a gente ficasse muito tempo planejando teria sido pior”*. Essa fala também corrobora a abordagem do planejamento como consequência ou efeito (*effectuation*) (Saravasthy, 2001), em que o mercado é o guia para o empreendedor e não é estável no Brasil, dificultando a sistematização de planos em longo prazo.

**Percepção de controle (avaliação de riscos):** A categoria propensão ao risco (PR) se manifestou em oito casos e a categoria cauteloso ao risco, em sete. Exemplos de propensão ao risco: *“vamos abraçar, se der certo deu, se não der, aí a gente vê o que faz depois”* (caso 01); *“eu imaginei que seria uma boa, mas não analisei riscos de forma sistemática, eu não analisei concorrentes, eu não fiz pesquisas de mercado”* (caso 3); *“estou disposta a assumir esse risco para tentar realizar o que acredito”* (caso 15). Exemplos de cautela ao risco: *Eu nunca pedi dinheiro em banco, sempre tive capital de giro para pagar as contas* (caso 04); *“eu tinha uma planilha de quanto dinheiro eu precisaria, de quanto tempo eu precisaria para ter o retorno e tinha um plano B caso as coisas dessem errado.”* (caso 05).

Houve relativo equilíbrio nas manifestações das duas categorias. Supõe-se que o contato com a empresa júnior e a formação de redes de relações dentro e fora do ambiente acadêmico propiciam aos empreendedores maior percepção de viabilidade do negócio (Ferreira & Freitas, 2013), mas também oferecem informações e conhecimentos acerca do mercado, que podem deixá-los temerosos em arriscar. Embora Stewart Jr. e Roth (2001) afirmem que empreendedores são mais propensos ao risco que não empreendedores e o GEM (2015) afirme haver um perfil geral mais arriscado dos empreendedores brasileiros, este resultado relativiza este perfil, sinalizando para uma propensão ao risco moderada. Estudo futuro pode aprofundar estes achados, analisando a avaliação de riscos entre egressos de empresas juniores e empreendedores que não passaram por esta experiência.

**Competências empreendedoras:** As três categorias previstas no sistema categorial se manifestaram nos casos estudados, embora outras tenham emergido. A competência de organização (OR) manifestou-se em cinco casos, a exemplo dos casos 02, 03 e 11: *“tenho capacidade de liderança, definir tarefas, organização”*; *“Sou muito controladora”*; *“Sou muito realista, tenho pés no chão. Mas eu consigo fazer a gestão financeira razoavelmente bem”*. A categoria competência de oportunidade (OP) também se manifestou em cinco casos, por exemplo: *“consigo visualizar oportunidades e criar oportunidades”* (caso 09); *“Percebemos que o mercado está expandindo muito”* (caso 07); *“Descobri uma*



*oportunidade no mercado*” (caso 05). A categoria competência de relacionamento (RL) se manifestou em três casos, por exemplo, no caso 04: *“Me relaciono fácil com as pessoas”*.

Houve variedade nos relatos, inclusive alguns não souberam responder quais competências possuíam, como o empreendedor do caso 12: *“não sei dizer, nunca estudei empreendedorismo”*. Algumas competências apresentaram-se simultaneamente em um mesmo caso, por exemplo: *“saber lidar com pessoas, de planejamento, de organização”* (caso 01). As competências de persistência e assunção de riscos emergiram nos relatos, embora não tenham sido previstas inicialmente, por exemplo: *“saber correr riscos calculados”* (caso 01); *“persistência, fé, crença espiritual, capacidade de acreditar no que está fazendo”* (caso 07). Esses resultados contribuem com as discussões seminais e recentes acerca das diversas tipologias de competências empreendedoras (Campos, 2011; Man, 2000; Michelmore & Rowley, 2010). As mais disseminadas são as de Man (2000), que descreve seis tipos de competências (de oportunidade, estratégicas, conceituais, organizacionais/administrativas, de comprometimento e relacionais). Outras tipologias de competências não diferenciam habilidades, capacidades e características (Michelmore & Rowley, 2010), mostrando um panorama ainda marcado por inconclusões e imaturidade teórica. A pesquisa de Campos (2015) mostrou que as competências empreendedoras de pós-juniões não necessariamente estão enquadradas em tipologias previamente definidas (e.g., análise estratégica, domínio do negócio, inovação).

**Competências empreendedoras e sexo:** As categorias referentes ao sexo masculino (atributos de objetividade - AB) e ao sexo feminino (atributo analítico - AA) foram evidenciadas em todos os casos de modo semelhante, ou seja, a maioria dos empreendedores acredita haver características vinculadas ao sexo, mas além de serem vistas de modo muito positivo, não interferem no êxito do negócio, por exemplo: *“Eu sinceramente acho que hoje tanto homens quanto mulheres têm competências, apesar de achar que existe uma distinção de características peculiares ao sexo; os homens são mais desleixados, as mulheres são mais organizadas”* (caso 09). O que se observou, no entanto, foi a crença, especialmente por parte das mulheres, de que sofrem preconceitos, como mostra a fala da empreendedora do caso 11: *“Quando eu vou negociar um serviço com homens, à primeira vista eles não me dão crédito, porque eu sou mulher, e segundo, a minha fisionomia é de uma pessoa mais jovem do que eu sou. Já passei por situações de me perguntarem se eu era maior de idade, se eu tinha o registro no conselho regional profissional, se eu podia assinar os documentos, rsrsrs, se agente não tinha um colega que assumia o trabalho. Em relação às habilidades de conduzir o negócio acho que não há diferença”*. Quanto às diferenças específicas de cada sexo, as

categorias se confirmam na maioria dos casos, por exemplo: “*as mulheres têm uma capacidade de execução diária superior à dos homens, são de certa forma mais focadas e conseguem executar melhor. Talvez o homem tenha a seu favor mais calma para lidar com os problemas, pra conseguir ter estômago pra lidar com certas coisas*” (caso 06).

Os depoimentos trazem um quadro ainda comum na sociedade (Gupta et al., 2008). Ainda há predominância do sexo masculino no empreendedorismo, embora o número de pessoas do sexo feminino tenha se elevado nos últimos anos, como mostra o GEM (2015), o que é bastante positivo. Porém, as competências empreendedoras não parecem diferir entre os sexos, apesar de a pesquisa de Shinnar, Giacomini e Janssen (2012) revelar que as mulheres norte-americanas declaram possuírem menos competências empreendedoras que os homens. Como bem refletem Sweida e Reichard (2013), as pessoas pensam e agem de forma diferente quando elas se tornam conscientes de um estereótipo. Com isso, as mulheres com potencial empreendedor são conscientes, mesmo implicitamente, das características masculinas associadas a ser um empreendedor, em função de o estereótipo masculino do empreendedorismo estar enraizado na sociedade. Sem dúvida essa ativação do estereótipo masculino empreendedor influencia negativamente como as mulheres pensam e realizam as tarefas relacionadas ao empreendedorismo. Pesquisas futuras merecem investigar melhor as diferenças de sexo em relação a características empreendedoras, como sugerem Sánchez-Escobedo et al. (2016).

## ***5.2. Trajetórias situadas***

A Tabela 11 situa a trajetória dos casos estudados nas categorias temáticas. O primeiro ponto a se destacar é que todas as trajetórias revelaram a importância da experiência prática na aprendizagem empreendedora, mais do que a rede de relacionamentos. Embora não tenham sido explorados os motivos que os levaram a ingressar na empresa júnior, é provável que a atitude positiva para com o empreendedorismo tenha orientado este engajamento, haja vista o destaque dado ao suporte advindo do contexto familiar proximal. A atitude positiva se fortalece na experiência prática, sendo acompanhada por um senso crítico que aumenta a consciência dos riscos, impedimentos e obstáculos, que demandam persistência para alcançar objetivos. Observa-se que a atitude de senso crítico relativiza a tendência à propensão ao risco, considerada central no perfil do empreendedor. As trajetórias, no entanto, revelam tanto propensão ao risco quanto cautela, o que sugere que a fase e o tipo de negócio podem fazer

com que o senso crítico prevaleça. O mesmo relativismo parece ocorrer em relação ao planejamento.

A análise das trajetórias coloca em xeque a crença de que o planejamento formal do negócio deveria preceder sua criação (planejamento como causa). Embora algumas trajetórias sinalizem ter feito planejamento prévio, observa-se a forte presença do planejamento circunstancial, sinalizando que a dinamicidade do negócio requer flexibilidade na tomada de decisão, o que faz com que os planos iniciais sejam revistos à luz das ocorrências (planejamento como consequência).

A força do suporte social, e a menor importância dada ao suporte financeiro, marca as trajetórias de carreira e isto independente dos motivos que levaram os jovens a criarem o seu negócio ou assumir os negócios da família. Em outras palavras, as crenças positivas sobre o empreendedorismo no entorno social dos jovens oferecem um ambiente favorável para o desenvolvimento de carreiras empreendedoras.

Por último, as competências de organização e de oportunidades aparecem de modo mais expressivo no relato dos empreendedores, quando comparadas às competências de relacionamento, o que sugere que domínios técnicos se destacam nestas trajetórias. Domínios cognitivos e atitudinais também aparecem no rol das competências adquiridas. A criatividade, a proatividade, a capacidade de resolver problemas, liderança, visão de futuro e a persistência estão entre tais domínios.

Tabela 11

Trajetórias situadas

	<b>Motivos</b>	<b>Atitude</b>	<b>Norma subjéitiva</b>	<b>Educação empreendedora</b>	<b>Planejamento</b>	<b>Percepção de controle</b>	<b>Competência de empreendedora</b>
<b>Caso 1</b>	MR/MO/MN	AT/SC	SS	EP	PC	PR	OR
<b>Caso 2</b>	MR/falecimento do pai*	AT/SC	SS	EP	PC	CR	OR
<b>Caso 3</b>	MR	AT/SC	SS	RR/EP	PC	PR	OR/persistente*
<b>Caso 4</b>	MN	AT/SC	SF	EP	PC	PR	RL
<b>Caso 5</b>	MO/MR	AT/SC	SS	EP/RR	PF	CR	OR/OP
<b>Caso 6</b>	MN	AT/SC	SF/SS	EP/RR	PC	CR	Criativa*
<b>Caso 7</b>	MO	AT/SC	SS	EP/RR	PF	CR	OP/Persistente*
<b>Caso 8</b>	Falecimento do pai*	AT/SC	SS	EP/RR	PC	PR	Proativo*
<b>Caso 9</b>	MR	AT/SC	SS	EP/RR	PC	CR	OP/Visionário*
<b>Caso 10</b>	Estado de saúde do pai*	AT/SC	SS	EP	PC	PR	Resolver problemas*
<b>Caso 11</b>	MR	AT/SC	SS	EP	PF	CR	OR/RL
<b>Caso 12</b>	MO	AT/SC	SF	EP	PC	PR	Não sabe
<b>Caso 13</b>	MR	AT/SC	SF/SS	EP/RR	PC	PR	OP/criativo*
<b>Caso 14</b>	MN	AT/SC	SF	EP	PF	CR	OP/RL
<b>Caso 15</b>	MR	AT/SC	SS	EP/RR	PC	PR	Persistente/criativa*

Fonte:Dados da Pesquisa. Elaboração própria.

Nota: \*motivos e competências não categorizados previamente. MR: Motivo de realização/ MN: Motivo de necessidade/ MO: Motivo de oportunidade/ AT: Atratividade/ SC:Senso crítico/ SS: Suporte social/ SF: Suporte financeiro e material/ EP: Experiência prática/ RR: Rede de relações/ PC: Planejamento circunstancial/ PF: Planejamento formal/ PR: Propensão ao risco/ CR: Cauteloso ao risco/ OR: Competência de organização/RL: Competência de relacionamento/ OP: Competência de oportunidade

### 5.3. Proposição de um modelo compreensivo de trajetórias de egressos de empresas juniores

Para finalizar procurou-se formular um modelo compreensivo simplificado de relações entre variáveis investigadas com base nas trajetórias dos 15 casos analisados. A Figura 6 ilustra estas relações.

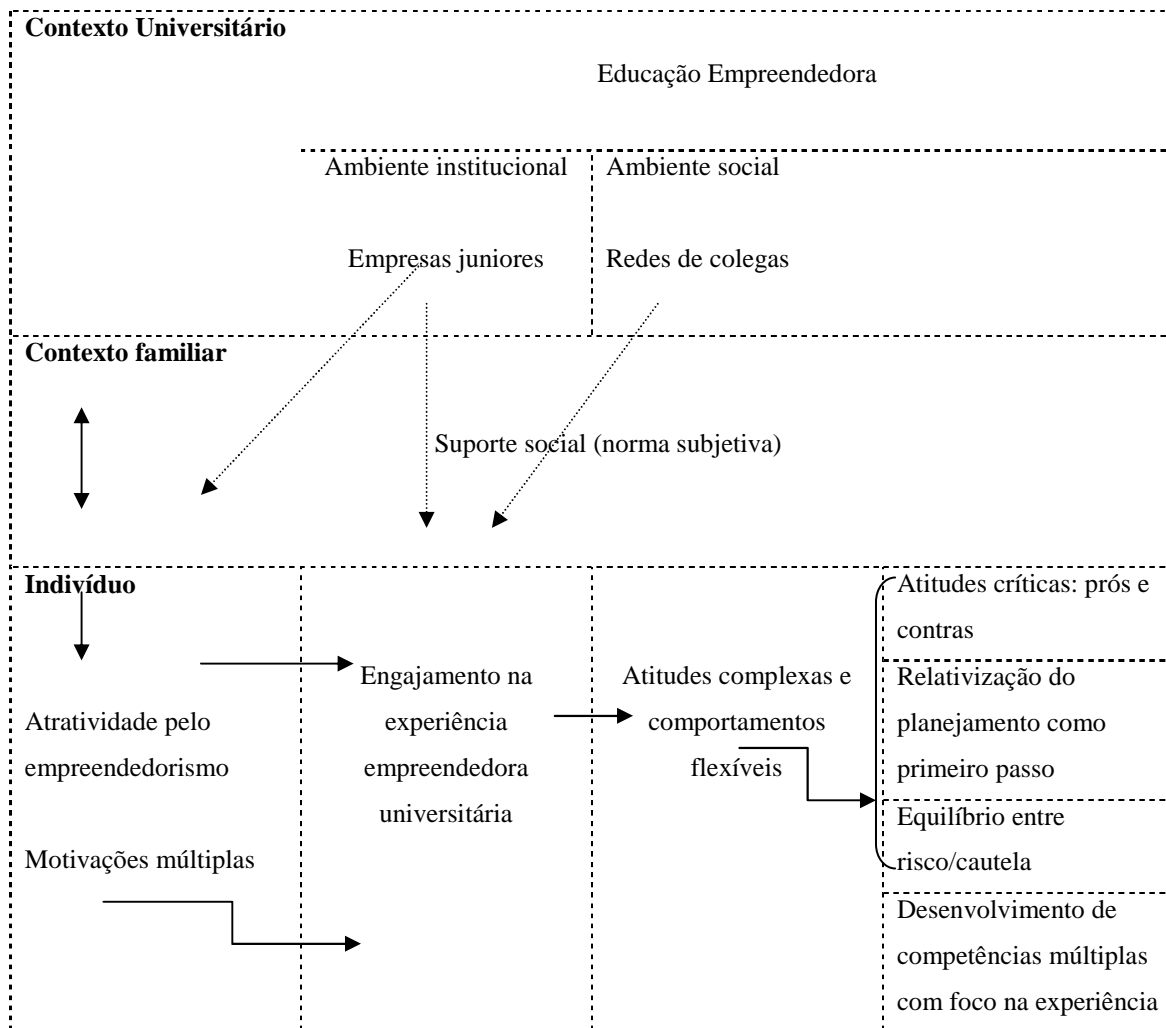


Figura 6: Modelo teórico compreensivo das trajetórias de empreendedores egressos de empresas juniores

Fonte: Elaboração própria.

O modelo sinaliza que as motivações para empreender são de natureza diversa, desde as mais vinculadas à busca de realização pessoal até as que têm relação com a identificação de oportunidades e as circunstâncias e necessidades da vida, como a morte do progenitor. Estas motivações podem tornar o jovem mais atento às variáveis contextuais que oferecem

oportunidades de se engajar em aprendizagens que envolvem o empreendedorismo, como as que têm lugar no ambiente universitário. Esta capacidade de identificar e aproveitar tais oportunidades, ainda que escassas, tendo em vista as críticas feitas ao ambiente universitário, também parece estar positivamente associada a um ambiente familiar que valoriza a autonomia, a independência e oferece suporte social para os riscos de aventurar-se em atividades empreendedoras.

Quando as motivações e a atratividade pelas escassas oportunidades oferecidas pela universidade se transformam em ação, com o jovem se engajando em uma experiência empreendedora no ambiente de formação universitária, algumas mudanças ocorrem. A aprendizagem em um ambiente seguro de formação libera o jovem para pensamentos mais flexíveis, podendo avaliar melhor os prós e os contras, além de refletir criticamente sobre a importância do planejamento prévio e da tomada de decisão, que sempre envolve risco. A experiência contribui também para relativizar as perdas e insucessos, exercitando a atitude de persistência e abrindo portas para a criatividade. Em outras palavras, a experiência abre portas para ousar e poder errar.

O desenvolvimento de competências técnicas para empreender é consequência da qualidade da experiência que cada jovem pode extrair de sua prática. Neste caso há diferenças individuais. A rede de relacionamentos apesar de ser parte do ambiente universitário, a rigor se destaca menos na trajetória do empreendedor do que o desenvolvimento de competências relacionadas ao domínio técnico.

Em síntese, o modelo compreensivo proposto oferece uma visualização do modo como variáveis individuais e contextuais podem contribuir para transformar a intenção em ação empreendedora. Embora represente graficamente as relações entre variáveis inferidas a partir das trajetórias de somente 15 casos de jovens empreendedores egressos de empresas juniores, o modelo gera insumos sobre os ajustes entre indivíduo e ambiente implicados na construção de uma carreira empreendedora.

## **6. Conclusões**

A primeira questão indagava sobre as motivações que os levavam a criar o negócio. Apesar de o motivo de realização ser proeminente, os resultados apontam múltiplas motivações que se manifestam simultaneamente, a exemplo de oportunidade e necessidade, e busca de qualidade de vida e condução do negócio em função de falecimento de progenitores.

A segunda questão procurou explorar como os empreendedores avaliam a carreira empreendedora. Os resultados mostram um cenário onde se avalia positivamente a carreira empreendedora mesmo reconhecendo a sua face complexa, que envolve desde os aspectos burocrático-legais à assunção de responsabilidades, relativizando, assim, a tendência à propensão ao risco, que neste estudo foi moderada.

A terceira questão indagava se haveria similaridades em termos de motivações, atitudes e comportamentos entre tais empreendedores, ainda que pertencentes a gêneros distintos. Neste caso o que se pode concluir é que apesar de motivações variadas a experiência em empresas juniores ajuda no desenvolvimento de atitudes, pensamentos e comportamentos mais flexíveis que permitem aos jovens enfrentar as vicissitudes do ato de empreender. Embora reconheçam haver diferenças entre homens e mulheres empreendedoras, sinalizando haver incorporação de estereótipos sociais, não foram identificadas trajetórias diferenciadas para homens e mulheres empreendedoras neste estudo.

A quarta questão foi avaliar se a experiência de empreendedorismo no contexto de formação universitária poderia contribuir na avaliação da trajetória de empreendedores egressos de empresas juniores. Os resultados sinalizam que o ensino universitário é avaliado criticamente por oferecer poucas e qualificadas oportunidades de formação empreendedora. No entanto, qualquer oferta de oportunidade durante o período de formação torna-se atrativa aos jovens que manifestam motivações empreendedoras, especialmente quando a família é vista como fonte de suporte emocional para esta escolha. Depreende-se daí a importância de a universidade se preparar melhor para proporcionar um ambiente empreendedor mais atrativo ao estudante.

A quinta questão formulada procurou explorar de que modo o contexto familiar e universitário teriam sido favoráveis ao desenvolvimento de competências empreendedoras. Os resultados sugerem que embora a família possa vir a oferecer modelos empreendedores, seu principal papel é no suporte social, estimulando o jovem a arriscar-se em novos caminhos. A universidade por sua vez contribui de modo indireto para o desenvolvimento de competências ao criar espaços para que a experiência empreendedora possa ser praticada. O desenvolvimento de competências empreendedoras seria consequência da qualidade desta experiência, que inclui a rede de relações sociais construída, capaz de manter-se ativa para além dos limites da universidade. A universidade parece contribuir pouco em termos de aprendizagem formal pela via de oferta de disciplinas voltadas para o empreendedorismo.

## **7. Limitações**

Duas limitações de ordem metodológica se apresentam de modo mais visível. A primeira decorre do reconhecimento de que entrevistas qualitativas baseiam-se na subjetividade dos atores, impondo limites à generalização dos resultados. Em outras palavras, entrevistas qualitativas permitem se aproximar e apreender melhor a complexidade de fenômenos dinâmicos à luz da percepção subjetiva e experiências afetivas dos atores sociais, mas carregam em si muitos vieses subjetivos.

A segunda limitação se relaciona com a anterior e decorre da composição amostral. Tendo em vista que os participantes deste estudo foram selecionados de modo não aleatório, não se pode afirmar que as trajetórias destes jovens empreendedores egressos de empresas juniores representem esta categoria social.

## **8. Contribuições teórico-práticas**

A teoria do comportamento planejado desenvolvida por Ajzen (1991) como uma extensão da teoria da ação racionalizada tem tido muita influência na compreensão das relações entre intenção e comportamentos empreendedores. Um das proposições desta teoria é que a percepção de controle das circunstâncias em que ocorre o comportamento poderia explicar de que modo a intenção se transforma em ação. As atitudes positivas e as normas subjetivas que funcionam como pressão social, ao criar expectativas sociais são duas outras variáveis importantes do modelo. Os resultados da análise das trajetórias dos 15 empreendedores deste estudo trazem evidências empíricas de que as normas subjetivas auxiliam na motivação e na orientação da atenção de jovens para identificar escassas oportunidades de aprendizagem empreendedora no contexto universitário, favorecendo o engajamento destes jovens em experiências que diminuem a distância entre a intenção e o comportamento. As atitudes e a capacidade de lidar com riscos e com as adversidades do ambiente são experimentadas no cotidiano das atividades empreendedoras, durante o processo de formação.

Do ponto de vista prático, os resultados e o modelo compreensivo proposto podem vir a subsidiar ações de formação empreendedora no contexto universitário, especialmente aquelas direcionadas a potencializar a experiência em empresas juniores. Apesar de ser um movimento desencadeado por iniciativa dos estudantes universitários, a gestão universitária pode vir a oferecer maior suporte material e de recursos humanos que potencializem tais aprendizados e o desenvolvimento de múltiplas competências.



## CONCLUSÕES GERAIS

A presente tese buscou analisar os antecedentes individuais e contextuais da intenção e da ação empreendedora de estudantes universitários, por meio de três questões de pesquisa: Que antecedentes individuais e contextuais contribuem para explicar a intenção de carreira empreendedora de universitários? Haveria diferenças nessas variáveis entre estudantes que pretendem iniciar o seu negócio e aqueles que já o iniciaram? A experiência empreendedora ainda no processo de formação universitária poderia ajudar a compreender os antecedentes individuais e contextuais da carreira empreendedora de egressos em empresas juniores?

Essas questões foram respondidas mediante a realização de quatro estudos: uma revisão sistemática da literatura e três estudos empíricos. Os estudos 1 e 3 responderam à primeira questão, ao identificarem os preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora de universitários (estudo 1) e ao analisarem a força da relação entre atitude empreendedora e intenção empreendedora na presença de dois moderadores (competência empreendedora e orientação ao planejamento) através de modelagem de equações estruturais (estudo 3). O estudo 2 respondeu à segunda questão, ao comparar as variáveis individuais motivações, manejo de risco e planejamento de negócio entre estudantes que pretendiam iniciar o negócio e os que já o possuíam. E o quarto estudo respondeu à terceira questão, ao avançar na compreensão dos antecedentes individuais e contextuais na carreira de egressos de empresas juniores.

A seguir integram-se os resultados encontrados nesses diferentes estudos desenvolvidos, realizando reflexões sobre as principais contribuições de cada um, que servem como ponto de partida para a proposição de estudos futuros que deem continuidade às investigações aqui iniciadas.

### ***Integração dos Resultados Encontrados***

O estudo 1 propiciou a análise dos efeitos dos preditores individuais e contextuais da IE de universitários nas culturas estudadas em todo o mundo. Os traços pessoais se referiram mais aos traços de personalidade, tais como conscienciosidade, abertura à experiência, extroversão, tolerância ao estresse, propensão ao risco, bem como orientação empreendedora (predisposição à carreira). As motivações empreendedoras foram mais relacionadas à realização pessoal, variando, contudo, entre culturas coletivistas e individualistas, assim como o locus de controle interno e a norma subjetiva. Em culturas mais individualistas, como nos

Estados Unidos, o lócus de controle interno é maior e as motivações são direcionadas à independência. Em culturas mais coletivistas, como na Índia, a norma subjetiva é maior e as motivações se direcionam para a ascensão social. Já o efeito da atitude positiva e da percepção de controle parece ser generalizado entre as culturas estudadas, levando os estudantes a sentirem atratividade pela carreira. Os estudantes parecem ter uma propensão moderada ao risco, como também foi constatado nos estudos 2 e 4, talvez por ainda estarem no processo de formação, pela instabilidade econômica de alguns países, como o Brasil, ou ainda pelo ambiente universitário não estar oferecendo experiências que ensinem a lidar melhor com os riscos.

Os estudantes que possuem autoeficácia e percepção de controle acreditam possuir alta capacidade para empreender e essa crença também é influenciada pela sua criatividade, que, por sua vez, é aperfeiçoada entre estudantes que freqüentam cursos de empreendedorismo. Já a percepção de barreiras, não surpreendentemente, é maior em países menos desenvolvidos. As barreiras legais, institucionais, financeiras e educacionais são as mais frequentemente evidenciadas. No Brasil, por exemplo, a carga tributária é vista como uma forte ameaça à sobrevivência dos pequenos negócios, fazendo com que os empreendedores iniciais temam ao querer expandir a sua empresa. Essa constatação encontra eco nas falas dos pós juniores do estudo 4.

A família dos estudantes é a sua principal referência no empreendedorismo, mais que a sua rede de amigos e o seu ambiente universitário, achado também evidenciado no estudo 4. Quando a família do estudante possui experiência com o empreendedorismo, a sua intenção pela carreira é maior, mesmo que não encontre suporte financeiro, pois o apoio sociemocional dos pais repercutiu significativamente em suas decisões. Sobre o ambiente universitário, os resultados variam entre países, pois a educação empreendedora tem efeitos distintos a depender dos valores culturais vigentes no país, do modo como a educação empreendedora é colocada em prática e do nível de desenvolvimento do país e de suas instituições de apoio ao empreendedorismo. Na Noruega, por exemplo, a educação empreendedora não prediz a IE dos estudantes, em função de seu mercado laboral ser bem estruturado e oferecer rendimentos regulares considerados excelentes. No Brasil, todavia, apesar de os estudantes demandarem um ambiente universitário mais propício ao empreendedorismo, a educação empreendedora da forma como está sendo oferecida parece não está cumprindo o seu papel.

A IE no momento da conclusão do curso universitário parece não ser suficiente para iniciar um negócio, pois o jovem potencial empreendedor necessita adquirir certa experiência

relevante antes de iniciar um negócio, como a experiência em empresas juniores, participação de workshops, de jogos empresariais, de incubadoras de empresas, de competições, etc. Acredita-se que as relações entre IE e educação empreendedora merecem ser mais bem exploradas no Brasil, onde o empreendedorismo tem sido muito enfatizado como alternativa viável e promissora à instabilidade do mercado de trabalho, por exemplo, através de um estudo longitudinal que mensure a IE do estudante antes e após a sua participação em ações empreendedoras no ambiente universitário (ex. disciplinas, empresas juniores, seminários, etc.).

O estudo 2 mostrou que estudantes que desejam empreender em até um ano se mostram mais motivados que os que possuem negócio há cinco anos. As motivações que mais se distanciam são as sociais e financeiras. Enquanto os potenciais idealizam um mundo melhor com o seu negócio, os experientes se voltam para o retorno financeiro do negócio. Acredita-se que a experiência diária com o negócio faz com que o experiente desloque o foco do ideal social para a sobrevivência do negócio, pois muitas situações desafiadoras ainda não foram vivenciadas pelo potencial empreendedor, apesar de não justificar o afastamento da responsabilidade social do experiente. A principal motivação para a carreira empreendedora entre os dois grupos é a gerencial, ou seja, colocar em prática as habilidades pessoais e capacidades de gerir o próprio negócio, que é também um motivo de realização pessoal, como também encontrado nos estudos 1 e 4.

Em relação à criação do negócio, os empreendedores potenciais e experientes diferem também em relação ao planejamento. Os potenciais investem mais em planejamento, talvez por terem mais tempo de realizar as etapas do plano de negócio (*causation*) sem estarem envolvidos simultaneamente com a condução do negócio. Os experientes, por sua vez, parecem direcionar seus esforços para a experimentação (*effectuation*), que é o aproveitamento de oportunidades de mercado sem necessariamente recorrer ao método tradicional de planejamento. Esse tipo de abordagem é mais adequado em mercados instáveis, como o do Brasil, onde as mudanças são muito rápidas e, às vezes, radicais. Então, à medida que os experientes estão envolvidos em seus negócios, as práticas são baseadas em suas experiências passadas que deram certo e em métodos intuitivos e também criativos, e os planos sistemáticos são feitos ao longo do processo. O planejamento é imprescindível a qualquer negócio, mas o que se leva em conta aqui é a realização ou não de planos de longo prazo e de projeções futuras. Neste sentido, o contexto brasileiro se mostra mais favorável à utilização conjunta das abordagens da causa e do efeito, como também foi constatado no

estudo 3. Como discutido no estudo 1, em relação ao manejo de risco, ambos os grupos se mostram cautelosos no emprego de recursos.

Este estudo contribui para a teoria das motivações, pois amplia os tradicionais motivos de oportunidade e necessidade e também mostra que não são necessariamente excludentes, e para as teorias do planejamento como causa ou como efeito da realização do negócio, à medida que se encontram elementos em seus resultados que sugerem que ambas as lógicas de planejamento são complementares.

O estudo 3 reafirmou o poder preditivo das atitudes empreendedoras positivas na intenção de empreender dos estudantes. Também revelou que estudantes que se percebem mais competentes apresentam maior atratividade pela carreira empreendedora do que os que se percebem menos competentes, talvez por acreditarem mais em suas capacidades e serem autoconfiantes. Mesmo no grupo que se considera menos competente a força da atitude na intenção aumenta, porém em menor proporção quando comparada ao grupo que se considera mais competente. As instituições de ensino podem contribuir para ajudar aos estudantes que se percebem menos competentes a acreditarem mais em suas capacidades, talvez levando em conta estes aspectos em suas estratégias de ensino e de suporte aos estudantes, por exemplo, levá-los a realizar contatos com empreendedores locais a fim de conhecer o processo de criação de negócios, atribuir-lhes tarefas com grau adequado de dificuldade, evitar todas as formas de comparação social, entre outras.

No que se refere à orientação ao planejamento, como discutido anteriormente no estudo 2, no contexto brasileiro o resultado do estudo sugere que o exercício da atividade empreendedora exige que as ações planejadas sejam continuamente revistas, tendo em vista a dinamicidade do negócio e as inúmeras variáveis que interferem no seu funcionamento. A visão crítica sobre o papel do planejamento no empreendedorismo pode ser constatada em todos os três estudos empíricos (2, 3 e 4). Essa constatação coloca em destaque o planejamento baseado na lógica da consequência (planejamento como resultado do funcionamento do negócio na prática), mais do que o da causa (planejamento prévio), tendo em vista que a segunda depende mais de um ambiente estável em que se possam analisar detalhadamente as informações e prever o futuro com mais segurança.

Sugere-se um novo paradigma nas ações empreendedoras do contexto universitário brasileiro em que os professores utilizem mais amplamente as abordagens vivenciais e dinâmicas, e proponham atividades que desafiem os estudantes com o uso de simulações, de laboratórios, de práticas e de testes. Essa formação contribuirá também para desmistificar o

romantismo que muitas vezes cerca a escolha pelo empreendedorismo. Estudo futuro poderia testar a eficácia das abordagens *causation* e *effectuation* nos negócios dos estudantes.

Por fim, o estudo 4 ratifica os achados dos estudos anteriores e discute mais profundamente cada antecedente individual e contextual da carreira empreendedora na trajetória de egressos de empresas juniores. Apesar de não ter sido possível saber o porquê do engajamento dos estudantes na experiência da empresa júnior, infere-se que a família teve uma forte influência, pois mais da metade tinha pais empreendedores. Apesar de o motivo de realização ter sido proeminente, múltiplas motivações se manifestaram simultaneamente (eg., qualidade de vida, oportunidade, necessidade, sucessão familiar), o que vai ao encontro do resultado do estudo 2, em que houve variedade de motivações (eg., sociais, financeiras, gerenciais) que levariam/levaram os estudantes a empreenderem. O estudo também apontou que a carreira empreendedora é avaliada positivamente, mesmo reconhecendo os seus desafios, o que faz com que a tendência à propensão ao risco seja moderada, como constatarem os estudos desta tese. Ademais, conclui-se que a experiência em empresas juniores ajuda no desenvolvimento de atitudes pró e contra à carreira, pensamentos e comportamentos mais flexíveis que permitem aos jovens enfrentar os desafios do ato de empreender, tais como avaliar o planejamento como causa ou como efeito e ser cauteloso ou propenso ao risco.

No tocante à diferença entre homens e mulheres, os empreendedores deste estudo admitem a existência de estereótipos sociais, mas não consideram haver diferenças em termos de competências empreendedoras. O estudo revela ainda que o ensino universitário é avaliado criticamente por oferecer poucas e qualificadas oportunidades de formação empreendedora, ratificando as discussões do conjunto de estudos que compõem esta tese.

Como já mencionado, o principal papel da família é no suporte social, estimulando o jovem a arriscar-se em novos caminhos, aspecto pouco encontrado entre os colegas. A universidade, por sua vez, parece contribuir pouco em termos de aprendizagem formal pela via de oferta de disciplinas voltadas para o empreendedorismo.

As contribuições teórico-práticas deste estudo, a partir do modelo compreensivo proposto, podem subsidiar ações de formação empreendedora no contexto universitário, especialmente aquelas direcionadas a potencializar a experiência em empresas juniores. Apesar de ser um movimento desencadeado por iniciativa dos estudantes universitários, a gestão universitária pode vir a oferecer maior suporte material e de recursos humanos que potencializem tais aprendizados e o desenvolvimento de múltiplas competências

## REFERÊNCIAS

Achchuthan, S., & Nimalathasan, B. (2012) Level of entrepreneurial intention of the management undergraduates in the University of Jaffna, Sri Lanka: scholars and undergraduates' perspective. *South Asian Academic Research Journals*, v. 2, n. 10, p. 24-42.

Ajzen, I. (1991) The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, v. 50, n. 2, p. 179-211.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). The influence of attitudes on behavior. In D. Albarracín, B. T. Johnson & M. P. Zanna (Eds.), *The handbook of attitudes* (pp. 173-221). Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Akmaliah, Z. P., & Hisyamuddin, H.(2009) Choice of self employment intentions among secondary school students. *The Journal of International Social Research*, v. 2, n. 9, p. 540-549.

Albarracin, D., Johnson, B. T., Zanna, M., & Kumkale, G. (2005). Attitude: Introduction and scope. In D. Albarracin, B.T. Johnson & M. Zanna (Eds.), *Handbook of attitudes*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Almeida, G. O. (2013). Valores, atitudes e intenção empreendedora: um estudo com universitários brasileiros e cabo-verdianos / Gustavo de Oliveira Almeida. – 2013. 400 f. Tese (doutorado) - *Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas*, Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa.

Almeida, F. S., & Teixeira, R. M. (2014). Influência da família e das redes sociais na criação de negócios por jovens empreendedores. *Pretexto*, 15 (2), 110–128. [http://www.fumec.br/revistas/pretexto/article/view/1944/Artigo\\_7\\_V\\_15\\_n2\\_2014](http://www.fumec.br/revistas/pretexto/article/view/1944/Artigo_7_V_15_n2_2014).

Alvim, S., & Loiola, E. (2010). Construção e Validação de Escala de Impacto em Profundidade: o Caso do Empretec. *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho*, 10 (1), 37-51.

Arbuckle, J. L. (2010). *IBM SPSS Amos 19 user's guide*. Chicago: IBM.

Armstrong, C. E. (2014) I meant to do that! Manipulating entrepreneurial intentions through the power of simple plans. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, v. 21, n. 4, p. 638-652.

Aschuler, A.S. (1967). *The achievement motivation development project: A summary and review*. Center for Research and Development on Education Differences. Harvard University, Cambridge, MA.

Azoulay, P., & Shane, S. (2001). Entrepreneurs, contracts, and the failure of young firms. *Management Sci.* 47, 337–358. doi:10.1287/mnsc.47.3.337.9771

Bardin, L.(2009). *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Martins Fontes.

Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014) The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: a meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 38, n. 2, p. 217-254.

Bandura, A. (1993). Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning. *Educational Psychologist*, 28(2), 117-148.

Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2012). Entrepreneurial behavior: Impact of motivation factors on decision to create a new venture. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 18, 132-138. doi:10.1016/S1135-2523(12)70003-5.

Barnir, A., Watson, W. E., & Hutchins, H. M. (2011) Mediation and moderated mediation in the relationship among role models, self-efficacy, entrepreneurial career intention, and gender. *Journal of Applied Social Psychology*, v. 41, n. 2, p. 270-297.

Baron, R.A., & Ensley, M. D. (2006). Opportunity Recognition as the Detection of Meaningful Patterns: Evidence from Comparisons of Novice and Experienced Entrepreneurs.

*Management Science*, 52 (9), 2006, 1331–1344. doi:<http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.1060.0538>.

Beal, S. J. (2011). *The development of future orientation: Underpinnings and related concepts*. Doctoral dissertation, Dept. of Psychology, University of Nebraska, Lincoln.

Bell, J. R. (2008). Utilization of Problem-Based Learning in an Entrepreneurship Business Planning Course. *New England Journal of Entrepreneurship*. 1(6), 1-9.

Beyda, T. T., & Casado, R. U. (2011). Relações de trabalho no mundo corporativo: possível antecedente do empreendedorismo? *Cad. EBAPE.BR*; 9(4); 1066-1084.

Bhandari, N. C. (2012) Relationship between students' gender, their own employment, their parents' employment, and the students' intention for entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, v. 15, p. 133-144.

Bird, B. (1998) Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. *Academy of Management Review*, v. 13, n. 3, p. 442-453.

Bird, B. (1995). Towards a theory of entrepreneurial competency. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 2(1), 51-72.

Braga, F. (2012). Empreender é Correr Riscos Calculados. *Revista on line Rede Gestão*. Disponível em <http://www.informazione4.com.br/cms/opencms/desafio21/artigos/gestao/planejamento/0088.html>. Acesso em 06/01/2015

Brandstätter, H. (2011) Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and Individual Differences* 51, 222–230, 2011.

Brasil Júnior (2014). *Relatório Nacional Censo e Identidade 2010*. <http://file:///C:/Users/elziane/Downloads/Censo%20&%20Identidade%202014%20-%20VF.pdf>. Acesso em 17/11/2016.



Brinckmann, J., Grichnik, D., & Kapsa, D. (2010). Should Entrepreneurs Plan or Just Storm the Castle? A Meta-analysis on Contextual Factors Impacting the Business Planning–performance Relationship in Small Firms. *Journal of Business Venturing*, 25, 24–40. doi: 10.1016/j.jbusvent.2008.10.007.

Bornstein, D. (2004). *How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*. Oxford University Press: Penguin Books.

Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Pragg, M. V., & Verheul, I. (2012) Entrepreneurship and role models. *Journal of Economic Psychology*, v. 33, n. 2, p. 410-424.

Botha, M., & Robertson, C.L. (2014). Potential entrepreneurs` assessment of opportunities through the rendering of a business plan. *South Africa Journal of Economy and Management Sciences*. 17 (3), 249-265 <http://www.scielo.org.za/pdf/sajems/v17n3/02.pdf>

Bourdieu, P. (1983). A “juventude” é apenas uma palavra. In: *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero.

Burg, E. V., & Romme, A. G. L. (2014) Creating the Future Together: Toward a Framework for Research Synthesis in Entrepreneurship. *ETP*, Baylor University, 38(2), 369-397. doi:10.1111/etap.12092.

Bzuneck, J. A. (2011). As Crenças de auto-eficácia e seu papel na motivação do aluno. Em Boruchovitch, E., & Bzuneck, J. A. (Org.). *A motivação do aluno: Contribuições da Psicologia Contemporânea* (pp. 116-133). Petrópolis: Editora Vozes.

Campos, E. B. D. (2015). *Competências Empreendedoras: uma Avaliação no Contexto de Empresas Juniores Brasileiras*. Tese de Doutorado, Universidade de Brasília, Brasília, DF, Brasil.

Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R., & Carland, J. A. (1984). Differentiating small business owners from entrepreneurs, *Academy of Management Review*, 9(2), 354-359. doi: 10.5465/AMR.1984.4277721

Carland, J.W., Carland, J.A., & Pearce, J.W. (1995). Risk taking propensity among entrepreneurs, small business owners, and managers. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 7(1): 15-23. Disponível em <http://www.freepatentsonline.com/article/Academy-Entrepreneurship-Journal/208883298.html>

Carr, J. C., & Sequeira, J. M. (2007) Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: a theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*, v. 60, n. 10, p. 1090-1098.

Carvalho, P. M. R., & González, L. (2006) Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. *Comportamento Organizacional e Gestão*, v. 12, n. 1, p. 43-65.

Carvalho, A. O. (2009). Empreendedorismo além do Plano de Negócio. *Rev. adm. contemp.*, 13(4), 702-703.doi:<http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552005000400013>.

Chais, C., Machado, C. P., Scopel, A. M., & Boher, C. (2015). Universidade empreendedora: a ótica dos empresários sobre o posicionamento empreendedor da universidade na contribuição para o desenvolvimento regional. *Revista GUAL*, Florianópolis, 8(4), 57-76.

Chandler, G. N., Detienne, D. R., Mckelvie, A., & Mumford, T. V. (2011). Causation and effectuation processes: a validation study. *Journal of Business Venturing*, 26(1), 375-390. doi: 10.1016/j.jbusvent.2009.10.006

Closs, L. Q., & Oliveira, S. R. (2015). História de Vida e Trajetórias Profissionais: Estudo com Executivos Brasileiros *RAC*, 19(4), 525-543.doi:<http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac20151951>.

Cohen, J. (1998). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. 2<sup>a</sup> ed. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum.

Cooley, L. (1990). *Entrepreneurship Training and the Strengthening of Entrepreneurial Performance*. Final Report. Washington: USAID, 1990.

Corrêa, V. S., & Vale, G. M. V. (2014). Redes sociais, perfil empreendedor e trajetórias *R.Adm., São Paulo*, 49(1), 77-88.doi:10.5700/rausp1132.

Couto, C. L. P., Mariano, S. R. H., & Mayer, V. F. (2010) Medição da intenção empreendedora no contexto brasileiro: desafios da aplicação de um modelo internacional. In: Encontro Da Anpad, 34., 2010, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro:Anpad

Davey, T., Plewa, C., & Struwig, M. (2011) Entrepreneurship perceptions and career intentions of international students.*Education + Training*, v. 53, n. 5, p. 335-352.

Davidsson, P. (1995) Determinants of entrepreneurial intentions.Disponível em: <[http://eprints.qut.edu.au/2076/1/RENT\\_IX.pdf](http://eprints.qut.edu.au/2076/1/RENT_IX.pdf)>. Acesso em: 10 mar. 2012.

Dawson, C., & Henley, A. (2015) Gender, Risk, and Venture Creation Intentions. *Journal of Small Business Management* 53(2), 501–515.doi:<http://ftp.iza.org/dp6947.pdf>.

Delmar, F., & Shane, S. (2003). Does business planning facilitate the development of new ventures? *Strategic Management Journal*, 24, 1165-1185.doi: 10.1002/smj.349.

Dinis, A., Paço, A., Ferreira, J., Raposo, M., &Gouveia, R.R. (2013) Psychological characteristics and entrepreneurial intentions among secondary students.*Education + Training*, v. 55, n. 8/9, p. 763-780.

Edelman, L., &Yli-Renko, H. (2010) The Impact of environment and entrepreneurial perceptions on venturecreation efforts: Bridging the discovery and creation views of entrepreneurship. *ETP*, 34(5), 833-856.doi:10.1111/j.1540-6520.2010.00395.x.

Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo - EGEPE – Passo Fundo – RS: 2016. Disponível em: <http://www.egepe.org.br/2016/index.php>. Acesso em 13/06/16

Engle, R.L., Dimitriadi, N., Gavidia, J.V., Schlaegel, C., Delanoe, S., Alvarado, I., ... Wolff, B. (2010). Entrepreneurial intent: A twelve-country evaluation of Ajzen's model of planned behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16(1), 35-57

Faia, V. S., Rosa, M. A. G., & Machado, H. P. V. (2014). Alerta Empreendedor e as Abordagens Causation e Effectuation sobre Empreendedorismo. *RAC*, Rio de Janeiro, 18 (2), 196-216.

Fariás, L., & Montero, M. (2005). De la transcripción y otros aspectos artesanales de la investigación cualitativa. *International Journal of Qualitative Methods*, 4(1), 1-14. doi: [http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/4\\_1/pdf/fariasmontero.pdf](http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/4_1/pdf/fariasmontero.pdf)

Faury, T. P., & Carvalho, M. M. (2013). Corporate venture capital: geração e acompanhamento de oportunidades de investimento em empresas inovadoras. *Prod.*, 23(4), 735-750.

Ferreira, E. R. A., & Freitas, A. A. F. (2013) Propensão empreendedora entre estudantes participantes de empresas juniores. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v.2, n.3, 2013.

Ferreira, M. P., Miranda, R., Reis, N. R., Pinto, C. F., & Serra, F. R. (2014). Pesquisa em empreendedorismo no principal periódico internacional: um estudo bibliométrico das publicações no *journal of business venturing* entre 1987 e 2010. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 3,1, 56-83.

Ferreira, A. S. M., Loiola, E., & Gondim, S. M. G. (2017). Preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora entre universitários: uma revisão de literatura. *Cadernos Ebape*, no prelo.

Ferreira, A. S. M., Loiola, E., & Gondim, S.M. G. (2016). Produção Científica em Empreendedorismo no Brasil: Uma revisão de literatura. XL Enanpad 2016: Costa do Sauípe, Bahia, 25 a 28/09/2016.

Ferreira, A. S. M., Loiola, E., & Gondim, S. M. G. (2017). Motivations, business planning, and risk management: entrepreneurship among university students. *RAI*, no prelo. <http://dx.doi.org/10.1016/j.rai.2017.03.003>

Ferreira, A. S. M., Loiola, E., Gondim, S. M. G., & Pereira (submetido). Atitudes e intenção empreendedora de universitários: analisando o papel moderador de competências empreendedoras e da orientação ao planejamento. *BBR (Brazilian Business Review)*.

Fields, A. (2009). *Descobrendo a estatística utilizando o SPSS*. Porto Alegre: Artmed.

Fini R., Grimaldi, R., Marzocchi, G. L., & Sobrero, M. (2009)The foundation of entrepreneurial intention. *Academy of management Meeting*. Paper presented at summer Conference, Copenhagen Business School, Denmark, June, 17-19.

Fitzsimmons, J. R., & Douglas, E. J. (2005) Entrepreneurial attitudes and entrepreneurial intentions: a cross-cultural study of potential entrepreneurs in India, China, Thailand and Australia. In: Babson-Kauffman Entrepreneurial Research Conference, 2005, Wellesley. *Proceedings...* Wellesley, MA: [s.n].

Fontenele, R. E. S., Brasil, M. V. O., & Sousa, A. M. R. (2012) Determinantes da intenção empreendedora de discentes em um instituto de Ensino Superior. In: Simpósio De Gestão Da Inovação Tecnológica, 27.,2012, Salvador. *Anais...* Salvador: Anpad.

Forgas, J. P. (2004). *Feeling and Thinking: Affective Influences on Social Cognition*. Cambridge University Press: New York.

Franco, M., Haase, H., & Lautenschläger, A. (2010) Students' entrepreneurial intentions: an interregional comparison. *Education + Training*, v. 52, n. 4, p. 260-275.

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

Frese, M., & Gielnik, M.M. (2014). The Psychology of Entrepreneurship - *Annu. Rev. Organ. Psychol. Organ. Behav.* 1, 413–438.

Frese, M., Rousseau, D.M., & Wiklund, J. (2014). The Emergence of Evidence-Based Entrepreneurship. *ET&P*, 209-216. doi: 10.1111/etap.12094.

Frese, M. (2009). *Success and Failure of Microbusiness Owners in Africa: A Psychological Approach*. Westport, CT: Quorum/Greenwood.

Frese, M., Krauss, S. I., Keith, N., Escher, S., Grabarkiewicz, R., Luneng, S. T., Heers, C., Unger, J., & Friedrich, C. (2007). Business Owners' Action Planning and Its Relationship to Business Success in Three African Countries. *J Appl Psychol.* 92(6), 1481-1498.

Gaiger, L. I. G. (2009). A associação econômica dos pobres como via de combate às desigualdades. *Cad. CRH*, 22(57), 563-580.

Gartner, W. B. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *The Academy of Management Review*, 10, 4, 696-706. doi: 10.5465/AMR.1985.4279094.

Gartner, W. B., & K. G. Shaver (2002). The Attributional Characteristics of Opportunities and Problems Described by Nascent Entrepreneurs in the PSED. Paper presented at the Babson College Kauffman Foundation Entrepreneurship Research Conference, Boulder, CO.

Gerba, D. T. (2012). The context of entrepreneurship education in Ethiopian universities. *Management Research Review*, v. 35, n. 3/4, p. 225-244.

Global Entrepreneurship Monitor – GEM. (2013). *Empreendedorismo no Brasil*. (Relatório de Pesquisa/2011). Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade.

Global Entrepreneurship Monitor – GEM. (2014) *Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo*. Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade.

Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2015). *Empreendedorismo no Brasil*. (Relatório Executivo) Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade.

Giacomin, O. Janssen, F., Pruett, M., Shinnar, R. S., Llopis, S., & Toney, B. (2011). Entrepreneurial intentions, motivations and barriers: differences among American, Asian and European students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, v. 7, p. 219-238.

Gielnik, M. M. et al. (2015) Action and action-regulation in entrepreneurship: evaluating a student training for promoting entrepreneurship. *Academy of Management Learning and Education*, v. 14, n. 1, p. 1-52.

Gomes, L. A. V., Salerno, M. S., Fleury, A. L., & Saraiva Jr. A. F. (2014). Inovação como transição: uma abordagem para o planejamento e desenvolvimento de spin-offs acadêmicos. *Prod.*; 00(ahead); 00-00.

Gondim, S. M. G., & Bendassoli, P. F. (2014) Uma Crítica Da Utilização Da Análise De Conteúdo Qualitativa Em Psicologia. *Psicologia em Estudo*, 19(2), 191-199. doi: <http://dx.doi.org/10.1590/1413-737220530002>.

Granovetter, M. (2005). The impact of social structure on economic. *Journal of Economic Perspectives*, 19 (1), 33-50. doi: 10.1257/0895330053147958.

Gruber, M. (2007) Uncovering the value of planning in new venture creation: A process and contingency perspective. *Journal of Business Venturing* 22, 782–807. doi:10.1016/j.jbusvent.2006.07.001.

Gupta, V. K., Turban, D. B., & Bhawe, N. M. (2008). The effect of gender stereotype activation on entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, 93(5), 1053–1061. doi: 10.1037/0021-9010.93.5.1053.

Gutiérrez, J. G, & Baquero, J.E.G. (2016) New cross-proposal entrepreneurship and innovation in educational programs in third level (tertiary) education. *Contaduría y Administración*.23p.

Hadi, C., Wekke, I. S., & Cahaya, A. (2015) Entrepreneurship and education: creating business awareness for students in East Java. *Indonesia Procedia: Social and Behavioral Sciences*, v. 177, p. 459-463.

Hammersley, M. (2010) Reproducing or constructing? Some questions about transcription in social research. *Qualitative Research*, 10(5),553–569.[doi:http://doi.org/10.1177/1468794110375230](http://doi.org/10.1177/1468794110375230)

Hashimoto, M. (2013). *Centros de empreendedorismo no Brasil*. São Paulo: Sebrae-SP. Disponível em: <[http://www.sebraesp.com.br/arquivos\\_site/biblioteca/guias\\_cartilhas/ebook\\_centro\\_empreendedorismo](http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/guias_cartilhas/ebook_centro_empreendedorismo)>. Acesso em 10/05/2016.

Hofstede, G. (2011) Dimensionalizing cultures: the Hofstede model in context. *Online Readings in Psychology and Culture*, v. 2, n. 1, p. 1-26.

Hooks, M. D. (2010) A comparison of novice and experienced entrepreneurs' attitudes toward achievement in business, business leadership, innovation in business, perceived personal control, and perceived self-esteem and how that relates to life satisfaction. Dowling College).ProQuest Dissertations and Theses, Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/757403453?accountid=10549>

Hunjra, A., I., Ahmad, H. M., Niazi, G. S. K., & Rehman, K. (2011). Planned behavior entrepreneurship and intention to create a new venture among young graduates. *Management & Marketing Challenge for the Knowledge Society*, v. 6, n. 3, p. 437-456.

Ireland, R. D., Webb, J. W., & Coombs, J. E. 2005. Theory and methodology in entrepreneurship research. In D. Ketchen & D. D. Bergh (Eds.), *Research methodology in strategy and management*, vol. 2: 1–32.



- Jain, R. K. (2011). Entrepreneurial Competencies: A Meta-analysis and Comprehensive Conceptualization for Future Research. *SAGE Publications*, 15(2),127–152.
- Jones P., & Colwill, A. Entrepreneurship education: an evaluation of the Young Enterprise Wales Initiative. *Education + Training*, v. 55, n. 8/9, p. 911-925, 2013.
- Jones, C. R., Kirkland, T., & Cunningham, W. A. (2013).Attitudes and emotion regulation. In J. J. Gross (Ed.), *Handbook of emotion regulation* (2nd ed.). Guilford Press.
- Kacperczyk, A. J. (2013). Social Influence and Entrepreneurship: The Effect of University Peers on Entrepreneurial Entry. *Organization Science*,24(3), 664-683.doi: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1961386>.
- Karabulut, A. T. (2016). Personality Traits on Entrepreneurial Intention *Procedia - Social and Behavioral Sciences*229, 12 – 21.doi: 10.1016/j.sbspro.2016.07.109.
- Katz, J.& Gartner, W.B. (1988). Properties of emerging organizations.*Academy of Management Review*, 13 (3), 429-441.
- Kautonen, T., & Palmroos, J. (2010).The impact of a necessity-based start-up on subsequent entrepreneurial satisfaction. *International Entrepreneur Management*,6, 285–300. doi: <http://ssrn.com/abstract=2271618>.
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Fink, M. (2015) Robustness of the Theory of Planned Behavior in Predicting Entrepreneurial Intentions and Actions. *ETP*, 39(3), 655-674.doi:10.1111/etap.12056.
- Kebaili, B., Al-Subyae, S. S., Al-Qahtni, F, & Belkhamza, Z. (2015) An exploratory study of entrepreneurship barriers: the case of Qatar. *Management and Sustainable Development*, v. 11, n. 3, p. 210-219.

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

Kristiansen, S., & Indarti, N. (2004) Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. *Journal of Enterprising Culture*, v. 12, n. 1, p. 55-78.

Krueger, N., & Carsrud, A. (1993). Entrepreneurship intentions: applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5, 316-323. doi: 10.1080/08985629300000020.

Kuyumjian, R., Souza, E. M., & Sant'anna, S. R. (2014). Uma análise a respeito do desenvolvimento local: o empreendedorismo social no Morro do Jaburu - Vitória (ES), Brasil. *Rev. Adm. Pública*, 48(6), 1503-1524.

Lean, J. (2012) Preparing for an uncertain future: the enterprising PhD student. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, v. 19, n. 3, p. 532-548.

Le Boterf, G. (2003). *Desenvolvendo a competência dos profissionais*. Porto Alegre: Artmed.

Leitch, C.M., Hill, F.M., & Harrison, R.T. (2010) The Philosophy and Practice of Interpretivist Research in Entrepreneurship Quality, Validation, and Trust. *Organizational Research Methods*, 13(1), 67-84. doi: 10.1177/1094428109339839.

Lima, E., Lopes, R. A., Nassif, V. M. J., & Silva, D. (2015). Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a Educação Superior em Empreendedorismo *RAC*, 19 (4), 419-439. doi.org/10.1590/1982-7849rac20151296.

Lima, E., Lopes, R. M., Nassif, V., & Silva, D. da (2015). Opportunities to improve entrepreneurship education: contributions considering Brazilian challenges. *Journal of Small Business Management*, 53 (4) doi: 10.1111/jsbm.12110.

Lima, E., Lopes, R. M. A., Nassif, V., & Silva, D. (2011). Intenções e Atividades Empreendedoras dos Estudantes Universitários – Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2011.

Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PMDA-UNINOVE. *Caderno de pesquisa*, n. 2011-01. São Paulo: UNINOVE.<http://www.guesssurvey.org/PDF/2011/finalissimo-Relatorio-GUESSSS-Brasil.pdf>.

Lima, E., Nassif, V. M. J., Lopes, R. M. A., & Silva, D. (2014). Educação Superior em Empreendedorismo e Intenções Empreendedoras dos Estudantes – Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2013-2014. Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PPGA-UNINOVE. *Caderno de pesquisa*, n. 2014-03. São Paulo: Grupo APOE.<http://www.guesssurvey.org/PDF/2013/cp-2014-03-relatorio-estudo-guesss-brasil-2013-2014.pdf>.

Lin, X., Carsrud, A., Jagoda, K., & Shen, W. (2013) Determinants of entrepreneurial intentions: applying Western model to the Sri Lanka context. *Journal of Enterprising Culture*, v. 21, n. 2, p. 153-174.

Liñán, F., & Fayolle, A. (2015) A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, v. 11, n. 4, p. 907-933.

Liñán, F. (2008) Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions? *International Entrepreneurship and Management Journal*, v. 4, n. 3, p. 257-272.

Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009) Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 33, n. 3, p. 593-617.

Liñán, F., Krueger, N., & Nabi, G. (2013) British and Spanish entrepreneurial intentions: a comparative study. *Revista de Economía Mundial*, v. 33, p. 73-103.

Liñán, F., & Rodríguez-Cohard, J. C. (2008) Temporal stability of entrepreneurial intentions: a longitudinal study. In: Congress Of The European Regional Science Association, 48., 2008, Liverpool *Proceedings...* Liverpool: [s.n].

Liñán, F., & Rodríguez, J.C. (2004). Entrepreneurial attitudes of Andalusian university students”, 44th *ERSA Conference*, Porto (Portugal), 25-29.

Liñán, F., & Santos, F. J. (2007) Does social capital affect entrepreneurial intentions? *International Advances in Economic Research*, v. 13, p. 443-453.

Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(3-4), 187-215. doi:<http://dx.doi.org/10.1080/08985620903233929>.

Little, T. D., Widaman, K. F., Shahar, G., & Cunningham, W. A. (2002). To Parcel or Not Parcel: Exploring the Question, Weighing the Merits. *Structural Equation Modeling*, 9(2), 151-173.

Lizote, S. A., Verdinelli, M. A., & Silveira, A. (2013). Relação entre autoeficácia e competências empreendedoras de gerentes com o desempenho das empresas instaladas em incubadoras tecnológicas de Santa Catarina, Brasil. Congresso de Gestão de Tecnologia Latino-Iberoamericano, 15. Anais. Porto: Altec, 2013. Disponível em: <[http://www.altec2013.org/pro-gramme\\_pdf/1156.pdf](http://www.altec2013.org/pro-gramme_pdf/1156.pdf)>

Loiola, E., Gondim, S. M. G., Pereira, C. R., & Ferreira, A. S. M. (2016) Ação planejada e intenção empreendedora entre universitários: analisando preditores e mediadores. *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho*, v. 16, n. 1, p. 22-35. doi: 10.17652/rpot/2016.1.706.

Maalu, J. K., Nzuve, S. M., & Magutu, P. O. (2010) A survey of personal goals and perceptions of entrepreneurial ability among students at the school of business, University Of Nairobi. *African Journal of Business & Management*, v. 1, p. 29-43.

Man, T. W. Y. (2001) *Entrepreneurial competencies and the performance of small and medium enterprises in the Hong Kong services sector*. Hong Kong: Polytechnic University.

Man, T. W. Y., Lau, T., & Snape, E. (2008). Entrepreneurial Competencies and the Performance of Small and Medium Enterprises: An Investigation through a Framework of Competitiveness. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 21(3), 690-708.

Mansfield, R. S., McClelland, D., Spencer, L. M., & Santiago, J. (1987). *The Identification and Assessment of Competencies and Other Personal Characteristics of Entrepreneurs in Developing Countries*. Final Report: Washington, DC. Disponível em: < [http://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/pdaav866.pdf](http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/pdaav866.pdf) >. 1987. Acesso em: 01/08/2016.

Manzi, V., D'Ottavio, S., Impellizzeri, F.M., Chaouachi, A., Chamari, K., & Castagna, C. (2010). Profile of weekly training load in elite male professional basketball players. *Journal of Strength and Condition Research*, Champaign, 24(5), 399-406.

Maroco, J. (2014). *Análise de Equações Estruturais. Fundamentos teóricos, software e aplicações*. Portugal: Report Number.

Marques, C.S., Ferreira, J.J., Gomes, D.N., & Rodrigues, R. (2012). Entrepreneurship education: How psychological, demographic and behavioural factors predict the entrepreneurial intention. *Education+ Training*, 54(8/9), 657-672.

Matlin, M. W. (2005). *Cognition*, 6<sup>a</sup>ed. New York: John Wiley and Sons,

McClelland, D.C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, New Jersey: Van Nostrand

McClelland, D.C. (1965). Toward a theory of motive acquisition. *American Psychologist*, 20, 321–333. <http://dx.doi.org/10.1037/h0022225>.

McClelland, D. C. (1987). Characteristics of Successful Entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, 21 (3), 219-233.

McMullan, E., & Kenworthy, T. P. (2014). *Creativity and Entrepreneurial Performance: A General Scientific Theory*. Springer: New York.

Mello, S. C. B.; Leão, A. L. M. S.; Paiva Júnior, F. G. (2006). Competências Empreendedoras de Dirigentes de Empresas Brasileiras de Médio e Grande Porte que Atuam em Serviços da Nova Economia. *RAC*, v.10, n.4, p.47-69.

Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2010). Entrepreneurial competencies: a literature review and development agenda", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16 (2), 92 -111.doi:http://dx.doi.org/10.1108/13552551011026995.

Moralista, R. B., & Delariarte, G. C. (2014) Entrepreneurship as a career choice: an analysis of entrepreneurial self-efficacy and intention of national High School senior students at the municipality of Calinog, Iloilo. *Asia Pacific Journal of Education, Arts and Sciences*, v. 1, n. 2, p. 12-15.

Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2012).Cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of Career Development*, v. 39, n. 2, p. 162-185.

Mortan, R. A., Ripoll, P., Carvalho, C., & Bernal, M. C. (2014). Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy.*Journal of Work and Organizational Psychology*, v. 30, p. 97-104.

Moutinho, K., & Roazzi, A. (2010). As teorias da ação racional e da ação planejada: Relações entre intenções e comportamentos. *Avaliação Psicológica*, 9(2), 279-287.

Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2000) Culture and entrepreneurial potential: a nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, v. 16, p. 51-75.

Mushtaq, H.A., Hunjra, A.I., Niazi, S.K., Rehman, K.,&Azam, R.I. (2011). Planned behavior entrepreneurship and intention to create a new venture among young graduates: *Management & Marketing Challenge for the Knowledge Society*, 6 (3), 437-456.

Nabi, G., & Liñán, F.(2013) Considering business start-up in recession time: the role of risk perception and economic context in shaping the entrepreneurial intent. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, v. 19, n. 6, p. 633-655.

Ngugi, J. K., Gakure, R. W., Waithaka, S. M., & Kiwara, A. N. (2012) Application Of Shapero's model in explaining entrepreneurial intentions among university students in Kenya. *International Journal of Business and Social Research*, v. 2, n. 4, p. 125-148.

Nieuwenhuizen, C., & Swanepoel, E. (2015) Comparison of the entrepreneurial intent of master's business students in developing countries: South Africa and Poland.*Acta Commercii*, v. 15, n. 1.

Nurmi, J.E. (1989). Development of orientation to the future during early adolescence: A four-year longitudinal study and two cross-sectional comparisons. *International Journal of Psychology*, 24(2), 195-214.

Olufunso, F. O. (2010) Graduate entrepreneurial intention in South Africa: motivations and obstacles. *International Journal of Business and Management*, v. 5, n. 9, p. 87-98.

Omoredede, A. (2013). Exploration of motivational drivers towards social entrepreneurship, *Social Enterprise Journal*, 10 (3), 239 – 267.doi:<http://dx.doi.org/10.1108/sej-03-2013-0014>.

Packham, G., Jones, P., Miller, C., Pickernell, D. & Thomas, B. (2010) Attitudes towards entrepreneurship education: a comparative analysis. *Education + Training*, v. 52, n. 8/9, p. 568-586.

Paço, A., Ferreira, J. M., Raposo, M., Rodrigues, R. G., & Dinis, A. (2015) Entrepreneurial intentions: is education enough? *International Entrepreneurship and Management Journal*, v. 11, p. 57-75.

Padachi, K. (2006). Trends in Working Capital Management and its Impact on Firms' Performance: An Analysis of Mauritian Small Manufacturing Firms. *International Review of Business Research Papers*, 2 (2), 45 -58.<https://www.researchgate.net/publication/238599541>.

Parreira, P. M, Pereira, F. C., Sena, C. A., Gomes, A. M., Marques, S. C., Melo, R. C.,... Salgueiro, A. (2015). Representações sociais do empreendedorismo: o papel da formação na aquisição de competências empreendedoras. *RIASE*, 1(3), 266 – 285.

Parreira, P., Pereira, F. C., & Brito, N.V.(2011). Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior. Edições Sílabo, 1ª Edição, Lisboa.

Peterman, N. E., & Kennedy, J. (2003) Enterprise education: influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 28, n. 2, p. 129-144.

Peticca-Harris, A., & McKenna, S. (2013). Identity struggle, professional development and career: a case study of a human resource professional. *Journal of Management Development*, 32(8), 823–835. doi:http://dx.doi.org/10.1108/JMD-08-2011-0100.

Pittaway, L., & Cope, J. (2007) Entrepreneurship education: a systematic review of the evidence. *International Small Business Journal*, v. 25, n. 5, p. 479-510.

Radu, M., & Loué, C. (2008) Motivational impact of role models as moderated by “ideal” vs. “ought self-guides” identifications. *Journal of Enterprising Culture*, v. 16, n. 4, p. 441-465, 2008.

Reynolds, P.D., Carter, N.M., Gartner, W.B., & Greene, P.G. (2004). The Prevalence of Nascent Entrepreneurs in the United States: Evidence from the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics. *Small Business Economics*, 23, 263-284. doi: 10.1023/b:sbej.0000032046.59790.45

Rocha, E. L. C., & Freitas, A. A. F. (2014). Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. *Rev. adm. contemp.*, 18(4), 465-486.



Rossoni, L., & Teixeira, R. M. (2008). A interação dos relacionamentos com os recursos e a legitimidade no processo de criação de uma organização social. *Cad. EBAPE.BR*, 6(4), 01-19.

Ruder, M., H. Bless (2003). Mood and the reliance on the ease of retrieval heuristic. *J. Personality Soc. Psych.*, 85, 20–32. doi: 10.1037/0022-3514.85.1.20.

Saeed, R., Nayyab, H. H., Rashied, H., Lodhi, R. N., Musawar, S., & Iqbal, A. (2013) Who is the most potential entrepreneur? A case of Pakistan. *Middle-East Journal of Scientific Research*, v. 17, n. 9, p. 1307-1315.

Salusse, M. A. Y., & Andreassi, T. (2016). O Ensino de Empreendedorismo com Fundamento na Teoria *Effectuation*. *RAC*, Rio de Janeiro, v. 20, n. 3, art. 3, pp. 305-27. doi:10.1590/1982-7849rac2016150025

Sánchez-Escobedo, M. C., Fernández-Portillo, A., Díaz-Casero, J. C., & Hernández-Mogollón, R. (2016). Research in entrepreneurship using GEM data. Approach to the state of affairs in gender studies. *European Journal of Management and Business Economics*, 25, 150-160. doi: 10.1016/j.redeen.2016.09.002.

Sandhu, M. S., Fahmi, S., & Riaz, S. S. (2011). Entrepreneurship barriers and entrepreneurial inclination among Malaysian postgraduate students. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, v. 17, n. 4, p. 428-449.

Santos, E. A., & Silva, C. E. (2012). Os modelos de plano de negócios e sua relevância para sustentabilidade das micro e pequenas empresas. *Revista Brasileira de Administração Científica*, 3(1), 37-62. doi:http://dx.doi.org/10.6008%2fess2179-684x.2012.001.0003.

Santos, S. C., Curral, L., & Caetano, A. (2010) Cognitive maps in early entrepreneurship stages From motivation to implementation. *Entrepreneurship and innovation*. 11(1), 29–44.

Sarasvathy, S.D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243-263. doi:10.5465/AMR.2001.4378020.

Sarasvathy, S. D. (2008). *Effectuation: Elements of entrepreneurial expertise*. Massachusetts, USA: Edward Elgar Publishing, Inc.

Schreiber, D., Bessi, V. G., Puffal, D. P., & Tondolo, V. A. G. (2013). Posicionamento estratégico de MPE'S com base na inovação através do modelo Hélice Tríplice. *REAd. Rev. eletrôn. adm.*, 19(3), 767-795.

Schumpeter J. A. (2002). Economic Theory and Entrepreneurial History. *Revista Brasileira de Inovação*, 1(2), 201-224.

Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005) The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, v. 11, n. 1, p. 42-57.

Serafim, M. C., & Feuerschütte, S. G. (2015). Movido pelo transcendente: a religiosidade como estímulo ao “espírito empreendedor”. *Cad. EBAPE.BR*, 13(1), 165-182.

Serafim, M. C., Martes, A. C., & Rodriguez, C. L. (2012). Segurando na mão de Deus": organizações religiosas e apoio ao empreendedorismo. *Rev. adm. empres.*, 52(2), 217-231.

Sesen, H. (2013) Personality or environment? A comprehensive study on the entrepreneurial intentions of university students. *Education + Training*, v. 55, n. 7, p. 624-640.

Şeşen, H., & Pruett, M. (2014). The impact of education, economy, and culture on entrepreneurial motives, barriers, and intentions: A comparative study of the United States and Turkey. *J. of Entrepreneurship*, 23 (2), 231-261.

Serviço Brasileiro De Apoio A Pequena Empresa - SEBRAE. (2012). *Os empresários e potenciais empresários no Brasil: Estudo comparativo. Série Estudos e Pesquisas*. Brasília: Distrito Federal.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE – Educação Empreendedora. Brasília, DF: 2015. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/sebrae-incentiva-jovens-ao-universo-do-empreendedorismo,7802d5b3e3add410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em 13/06/2016.

Shane, S. (2004<sup>a</sup>). *Academic Entrepreneurship: University Spinoffs and Wealth Creation*. Cheltenham, UK and Northampton, MA.: Elgar

Shane, S. (2004<sup>b</sup>). *Academic Entrepreneurship: University Spinoffs and Wealth Creation*. Edward Elgar, Cheltenham.

Shane, S. (2012). Reflections on the 2010 AMR Decade Award: Delivering on the promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management review*. 37(1), 10-20. doi:10.5465/amr.2011.0078.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

Shane, S., Kolvereid, L., & Westhead, P. (1991). An Exploratory Examination Of The Reasons Leading To New Firm Formation Across Country And Gender. *Journal Of Business Venturing*, 6, 431-446. doi: <http://ssrn.com/abstract=1505893>.

Shapiro, A. T. (1985). *The entrepreneurial event*. Ohio: College of Administrative Science, Ohio State University.

Shinnar, R., Pruett, M., & Toney, B. (2009). Entrepreneurship education: attitudes across campus. *Journal of Education for Business*, 84 (3), 151-8.

Shinnar, R. S., Giacomini, O., & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: the role of gender and culture. *ETP*, 36(3), 465–493. doi:10.1111/j.1540-6520.2012.00509.x.

Shook, C. L., Priem, R. L., & Mcgee, J. E. (2003) Venture creation and the enterprising individual: a review and synthesis. *Journal of Management*, v. 29, n. 3, p. 379-399

Smith, K., Williams, D., Yasin, N., & Pitchford, I. (2014) Enterprise skills and training needs of postgraduate research students. *Education + Training*, v. 56, n. 8/9, p. 745-763.

Smith, I. H., & Woodworth, W. P. (2012). Developing social entrepreneurs and social innovators: a social identity and self-efficacy approach. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 390–407. doi:10.5465/amle.2011.0016.

Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2014). *Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities*. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen.

Silva, M. A. O. M., Gomes, L. F. A. M., & Correia, M. F. (2009) Cultura e orientação empreendedora: Uma pesquisa comparativa entre empreendedores em incubadoras no Brasil e em Portugal. (RAC) *Revista Administração Contemporânea*, 13 (1), 57-71. doi: 10.1590/S1415-65552009000100005.

Sivarajah, K., & Achchuthan, S. (2013). Entrepreneurial Intention among Undergraduates: Review of Literature. *European Journal of Business and Management* 5 (5), 172 - 186. doi: <http://ssrn.com/abstract=2447320>.

Solesvik, M. (2007) *Attitudes towards future career choice*: Stavanger Center for Innovation Research. Stavanger: University of Stavanger.

Solesvik, M. (2012) Entrepreneurial motivations and intentions: investigating the role of education major. *Education and Training*, v. 55, n. 3, p. 253-271.

Soomro, B. A., & Shah, N. (2015) Developing attitudes and intentions among potential entrepreneurs. *Journal of Enterprise Information Management*, v. 28, n. 2, p. 304-322.

Souza, M. A. M., & Teixeira, R. M. (2013). Competências Empreendedoras em Franquias: estudo de multicasos em Sergipe. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 2 (2), 3-31.

Souza, C. F. (2005). *Competência Empreendedora dos Gestores de Negócios de Moda*. Autoria: Enanpad 2005. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2005-gpra-2782.pdf>. Acesso em 27/10/2016.

Souza, E.C. L., Lopes Jr., C. S., Bornia, A. C., & Alves, L. R. R. (2013). Atitude empreendedora: validação de um instrumento de medida com base no modelo de resposta gradual da teoria da resposta ao item. *RAM*, v.14, n.5, p.230-251.

Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do Entrepreneurship Programmes Raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing* 22 (1), 566–591.

Stewart Jr., W., H., & Roth, P. L. (2001). Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: A meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 145-153. doi: 10.1037/0021-9010.86.1.145

Stevenson, H. H., & Jarillo, J.C. (1990). A perspective of entrepreneurship: entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*. n. 11, p. 17–27.

Støren, L. A. (2014) Entrepreneurship in higher education. *Education + Training*, v. 56, n. 8/9, p. 795-813.

Sweida, G. L., & Reichard, R. J. (2013). Gender stereotyping effects on entrepreneurial self-efficacy and high-growth entrepreneurial intention. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(2), 296–313. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/14626001311326743>.

Testa, S., & Frasccheri, S. (2015) Learning by failing: what we can learn from un-successful entrepreneurship education. *The International Journal of Management Education*, v. 12, p.11-22.

Thompson, E. R. (2009) Individual entrepreneurial intent: construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory & Practice*, v. 33, n. 3, p. 669-694.

Thrikawala, S. (2011) The determinants of entrepreneurial intention among academics in Srilanka. In: International Conference On Economics And Finance Research, 4., 2011, Singapore. *Proceedings...* Singapore: [s.n].

Torraco, R. J. (2005) Writing integrative literature reviews: guidelines and examples. *Human Resource Development Review*, n. 4, p. 356-367.

Vale, G. M. V., & Guimarães, L. O. (2010). Redes Sociais Na Criação e Mortalidade de Empresas. *RAE*, 50, (3), 325-337,doi: 10.1590/s0034-75902010000300008

Vale, G. M. V., Corrêa, V. S., & Reis, R. F. (2014). Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade Versus Oportunidade? *RAC*, 18(3), 311-327. doi: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac20141612>.

Valencia, F. A. M., Restrepo, I. A. M., & Restrepo, J. M. V. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *pensamiento & gestión*, 36, 206-238.doi: <http://dx.doi.org/10.14482/pege.36.5571>.

Valentini, N. C. (2007). Competência Percebida: Considerações para promover a aprendizagem. Em: Krebs, R.J., & Ferreira Neto, C.A. *Tópicos em desenvolvimento motor na infância e adolescência*. Rio de Janeiro: Editora LECSU, p. 137-157.

Van Der Sluis, J., Van Praag, M., & Vijverberg, W. (2008) Education and entrepreneurship selection and performance: a review of the empirical literature. *Journal of Economic Surveys*, v. 22, n. 5, p. 795-841.

Van Maanen, J. (2015). The present of things past: ethnography and career studies. *Human Relations*, 68(1), 35-53. doi: 10.1177/0018726714552287.

Varamäki E., Joensuu S., Tornikoski, E., & Viljamaa, A. (2015). The Development of Entrepreneurial Potential among Higher Education Students, *Journal of small business and enterprise development*, 22(3), 563-589. doi:http://dx.doi.org/10.1108/JSBED-02-2012-0027.

Vilas Boas, E. P., & Santos, S. A. (2014). Empreendedorismo corporativo: estudo de casos múltiplos sobre as práticas promotoras em empresas atuantes no Brasil. *R.Adm.*, 49(2), 399-414.

Vygotsky, L. S. (1979). *Pensamento e Linguagem*. Trad. M. Resende. 42 ed. Lisboa: Ed. Antídoto.

Walter, S.G., & Heinrichs, S. (2015). Who becomes an entrepreneur? A 30-years-review of individual-level research. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(2), 225 – 248

Wang, X, & Jessup. (2014). A Review and Synthesis of Entrepreneurship Research: Towards an Integrative Model of Dependent Variables. *The Journal of Entrepreneurship*, 23(2), 163–199.

Wang, L., Prieto, L., Hinrichs, K. T., & Milling, H. A. (2012). A cross-cultural study of motivation for self-employment. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 18 (6), 649–672. doi:http://dx.doi.org/10.1108/13552551211268111

Watchravesringkan, K. T., Hodges, N. N., Yurshisin, J., Hegland, J., Karpova, E., Marcketti, S., & Yan, Ruoh-nan. (2013) Modeling entrepreneurial career intentions among undergraduates: an examination of the moderating role of entrepreneurial knowledge and skills. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, v. 41, n. 3, p. 325-342.

World Economic Forum – WEF. *Annual Meeting*. Disponível em: <https://www.weforum.org/events/world-economic-forum-annual-meeting-2015/>. Acesso em 18/06/2016.

Wu, S., & Wu, L. (2008) The impact of Higher Education on entrepreneurial intentions of university students in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, v. 15, n. 4, p. 752-774.

Zhao, H., Hills, G. E., & Siebert, S. E. (2005) The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, v. 90, n. 6, p. 1265-1272.

Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010) The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: a meta-analytic review. *Journal of Management*, v. 36, n. 2, p. 381-404.

Zampetakis, L. A., Kafetsios, K., Bouranta, N., & Moustakis, V.S. (2009) On the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial attitudes and intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, v. 15, n. 6, p. 595-618.

Zampetakis, L. A., Gostsi, M., Andriopoulos, C., & Moustakis, V.S. (2011) Creativity and entrepreneurial intention in young people: empirical insights from business school students. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, v. 12, n. 3, p. 189-199.

Zampier, M. A.; Takahashi, A. R. W. (2011). Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa. *Cadernos EBAPE.BR*, 9(1),564-585.

Zellweger, T., Sieger, P., & Halter, F. (2011) Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing*, v. 26, n. 5, p. 521-536.



## ANEXOS

### Anexo A – Instrumento GUESSS Brasil

*The following questions go to ALL students.*

1 Seus dados pessoais

1	Qual é sua idade?	_____ anos
2	Sexo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masculino</li> <li>• Feminino</li> </ul>
3	Estado civil <i>(apenas uma resposta)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solteiro(a)</li> <li>• Vivendo acompanhado(a)</li> <li>• Casado(a)</li> <li>• Divorciado(a)</li> </ul>
4	Nacionalidade	<i>Drop-down list from teams (incl. "other")</i>
5	Quantos irmãos ou irmãs você tem?	_____ irmãos(ãs)

*If answer to item 5 is larger than 0:*

X1	Quantos irmãos ou irmãs são mais velhos do que vocês?	_____ irmãos(ãs)
----	---	------------------

2 Seus estudos

1	Por favor, selecione sua instituição de ensino.	<i>Drop-down list provided by teams</i>
2	Em que nível de estudo você está? <i>(apenas uma resposta)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Graduação</li> <li>• Mestrado</li> <li>• Doutorado</li> <li>• Pós-doutorado</li> <li>• MBA / Especialização em nível de pós-graduação</li> </ul>
3	Qual é sua principal área de estudo? Por favor, escolha a mais apropriada. <i>(apenas uma resposta)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administração</li> <li>• Direito</li> <li>• Economia</li> <li>• Outra ciência social (incluindo educação)</li> <li>• Engenharia ou arquitetura</li> <li>• Matemática ou ciências naturais (exemplos: biologia, física, química, zoologia, geografia)</li> <li>• Ciência da computação / TI</li> <li>• Medicina ou ciências da saúde</li> <li>• Ciências agrárias, engenharia florestal ou nutrição</li> <li>• Linguística e estudos ligados à cultura (incluindo psicologia, filosofia e religião)</li> <li>• Artes, ciência da arte</li> <li>• Outra</li> </ul>
4	Você é um(a) estudante em intercâmbio?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sim</li> <li>• Não</li> </ul>
5	Como você classificaria seu desempenho acadêmico?	1=muito abaixo da média, 7=muito acima da média
6	Você tem um emprego, além de estudar?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sim</li> <li>• Não</li> </ul>

*If item 6 is answered with YES*

X1	Em média, quantas horas você trabalha por semana?	_____ horas
----	---	-------------

From OECD/CSO; Study fields from Destatis / adapted

### 3.Suas intenções de escolha de carreira

*Que carreira você pretende seguir logo depois de terminar seus estudos? E qual quer seguir 5 anos depois dos estudos? Apenas 1 resposta por coluna.*

	<b>Eu quero ser...</b>	<b>Logo após os estudos</b>	<b>5 anos depois</b>
	<i>Empregado(a) ...</i>		
1	...em uma pequena empresa (1-49 empregados)		
2	...em uma média empresa (50-249 empregados)		
3	...em uma grande empresa (250 ou mais empregados)		
4	...em uma organização sem fins lucrativos		
5	...em uma instituição de ensino superior (carreira acadêmica)		
6	...no serviço público		
	<i>ser meu próprio patrão – ser empreendedor(a)...</i>		
7	...ser independente, trabalhando no meu próprio negócio		
	<i>Sucessor(a)...</i>		
8	...em um negócio dos meus pais ou de familiares		
9	...em um negócio que não é ligado a minha família		
1	Outro / ainda não sei		

11	Você está atualmente tentando começar seu próprio negócio / ser seu próprio patrão?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sim</li> <li>• Não</li> </ul>
12	Você já tem seu próprio negócio / já é seu próprio patrão?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sim</li> <li>• Não</li> </ul>

### 4Motivos para escolher sua carreira

*Qual é o nível de importância dos seguintes fatores para sua decisão de carreira futura?*

*(1=Nada importante, 7=muito importante).*

1	Ter um trabalho desafiante
2	Ter um trabalho estimulante
3	Liberdade
4	Independência
5	Ser seu próprio patrão
6	Ter poder para tomar decisões
7	Ter autoridade
8	Realizar seu sonho
9	Criar algo
10	Tirar proveito de suas necessidades de criatividade

Souitaris et al. 2007, based on Kolvereid 1996

## 5.Sua instituição de ensino

### 5.1 Sua escolha

1	Qual foi a razão mais importante para você escolher a instituição de ensino em que estuda? (apenas uma resposta)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ela é próxima a minha cidade de origem</li> <li>• A atratividade da cidade ou de sua localização</li> <li>• Custos (mensalidades e custo de vida)</li> <li>• Grande reputação da instituição em geral</li> <li>• Grande reputação da instituição em empreendedorismo</li> <li>• Outra</li> </ul>
---	---	---

[http://www.admc.hct.ac.ae/hd1/english/graphs/choose\\_univ.pdf](http://www.admc.hct.ac.ae/hd1/english/graphs/choose_univ.pdf)

### 5.2 O ambiente de estudo

Por favor, indique até que ponto você concorda com as seguintes afirmações sobre o ambiente universitário (1=nada, 7=muito)

1	A atmosfera de minha instituição de ensino me inspira a criar ideias para novos negócios.
2	Há um clima favorável para se tornar empreendedor em minha instituição de ensino.
3	Em minha instituição de ensino, os estudantes são estimulados a se envolver em atividades empreendedoras.

Franke & Lüthje 2004; GUESSS 2011; Geissler, 2013

### 5.3 Sua aprendizagem na instituição de ensino

Por gentileza, indique até que ponto você concorda com as seguintes afirmações sobre seu avanço na aprendizagem ao longo dos seus estudos (1=nada, 7=muito).  
As disciplinas e atividades que eu fiz...

1	...ampliaram minha compreensão das atitudes, valores e motivações dos empreendedores.
2	... ampliaram minha compreensão das ações que alguém tem que realizar para iniciar um negócio.
3	...aperfeiçoaram minhas habilidades de gestão para iniciar um negócio.
4	... aperfeiçoaram minha habilidade para desenvolver redes de relação.
5	... aperfeiçoaram minha habilidade para identificar oportunidades.

Program learning (Souitaris et al. 2007)

Por favor, indique qual ou quais das frases seguintes aplicam-se a você.

1	Até agora, eu não fiz disciplina de empreendedorismo.
2	Eu fiz ao menos uma disciplina de empreendedorismo como optativa.
3	Eu fiz ao menos uma disciplina de empreendedorismo como parte obrigatória dos meus estudos.
4	Eu estou estudando em um curso especificamente de empreendedorismo.

If options 2-4 are ticked:

X1	Qual porcentagem do seu tempo total de estudo você dedicou a disciplinas de empreendedorismo?	___ %
----	---	-------

**Active founders who answered item 12 of question 3 with YES now jump to question 7!**

## 6. Você e o empreendedorismo

### 6.1 Pensamentos em geral

Por gentileza, indique até que ponto você concorda com as seguintes afirmações (1=discordo completamente, 7=concordo completamente). **Empreendedor é aquele que quer ter seu próprio negócio.**

*NOTA: um negócio ou empresa pode ser um consultório dentário, uma pequena clínica médica, um escritório de advocacia, um escritório de contabilidade, um serviço de home care, entre outros.*

1	Estou pronto(a) a fazer qualquer coisa para ser um empreendedor.
2	Minha meta profissional é me tornar empreendedor(a).
3	Eu farei todo esforço necessário para iniciar e desenvolver meu próprio negócio.
4	Estou determinado(a) a criar uma empresa no futuro.
5	Eu tenho pensado seriamente em criar uma empresa.
6	Eu tenho a forte intenção de criar uma empresa algum dia.
7	Para mim, ser empreendedor(a) traria mais vantagens do que desvantagens.
8	Uma carreira de empreendedor(a) é algo atraente para mim.
9	Se eu tivesse a oportunidade e os recursos, eu me tornaria empreendedor(a).
10	Ser empreender(a) traria grande satisfação para mim.
11	Entre várias opções, eu preferiria me tornar empreendedor(a).

Linan & Chen 2009 (intention plus attitude, 6:5)

1	Normalmente, eu consigo defender meus próprios interesses.
2	Quando faço planos, eu tenho quase certeza de que os farei dar certo.
3	Eu posso determinar bem o que acontecerá em minha vida.
4	Para mim, ser meu próprio patrão seria muito fácil.
5	Se eu quisesse, eu poderia facilmente seguir uma carreira como meu próprio patrão.
6	Como meu próprio patrão, eu teria total controle da situação.
7	Se eu me tornasse meu próprio patrão, as chances de sucesso seriam muito altas.

Levenson 1973 (first 3), Souitaris et al. 2007 (last 4): internal locus of control and PBC

#### 6.2A reação do seu ambiente

*Se você fosse seguir uma carreira como empreendedor (tendo seu próprio negócio), como reagiriam as pessoas do seu ambiente? (1=muito negativamente, 7=muito positivamente)*

1	Seus pais e irmãos
2	Seus amigos
3	Seus colegas estudantes

Linan & Chen, 2009

#### 6.3Suas habilidades

*Por favor, indique seu nível de competência na realização das seguintes tarefas.*

*(1=competência muito baixa, 7=competência muito alta)*

1	Identificar novas oportunidades de negócio
2	Criar novos produtos e serviços
3	Aplicar minha criatividade pessoal
4	Administrar a inovação em uma empresa
5	Ser líder e comunicador(a)
6	Montar uma rede de relações profissionais
7	Comercializar uma nova ideia ou desenvolvimento
8	Administrar um negócio com sucesso

Zhao et al. 2005; P. Weber; Forbes 2005/Chen 1998; creativity: George & Zhou 2001; Linan 2008; Denoble 1999; Kickul et al. 2009

#### 6.4 Você e os riscos

Por favor, indique seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1=discordo completamente, 7=concordo completamente).

1	Considero que começar meu próprio negócio é algo muito arriscado.
2	Acho perigoso administrar meu próprio negócio.
3	Eu acredito que ser dono(a) do próprio negócio é algo de muito risco.
4	Eu, de modo geral, sou uma pessoa muito bem preparada para enfrentar riscos.

Last item: adapted from Dohmen et al. 2011; first three: Pennings & Wansink 2004

#### 7 As experiências de sua família

1	Seus pais são patrões de si mesmos atualmente / têm seu próprio negócio?	Não/Sim, pai / Sim, mãe / Sim, ambos
2	Eles são sócios majoritários em uma empresa?	Não/Sim, pai / Sim, mãe / Sim, ambos
3	Você tem outros membros de sua família (irmãos, avós, etc.) que são patrões de si mesmos e/ou sócios majoritários em uma empresa privada?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sim</li> <li>• Não</li> </ul>
4	Você tem amigos próximos que são patrões de si mesmos e/ou sócios majoritários em uma empresa privada?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sim</li> <li>• Não</li> </ul>

#### 8 O país em que você vive

Por favor, indique seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1=discordo completamente, 7=concordo completamente).

1	Em minha sociedade, os filhos ficam orgulhosos das realizações individuais de seus pais.
2	Em minha sociedade, os pais ficam orgulhosos das realizações individuais de seus filhos.
3	Em minha sociedade, os pais idosos geralmente vivem em casa com os filhos.
4	Em minha sociedade, os filhos geralmente vivem em casa com os pais até se casarem.
5	Em minha sociedade, ser ordeiro e ser coerente são coisas enfatizadas, mesmo que isso prejudique a experimentação e a geração de inovações.
6	Em minha sociedade, a maioria das pessoas leva uma vida muito estruturada, com poucos imprevistos.
7	Em minha sociedade, requisitos sociais e instruções são explicados em detalhe para que os cidadãos saibam o que se espera que façam.
8	Em minha sociedade, classe social e posição na hierarquia dão privilégios especiais.

Para as questões que seguem, duas respostas contrárias são dadas. Nenhuma é mais correta que a outra. Por favor, indique com qual resposta você concorda mais (1=primeira resposta, 7=segunda resposta).

9	Minha sociedade tem regras e leis para cobrir:	<i>Quase todas as situações</i>	<i>Muito poucas situações</i>
10	Em minha sociedade, o poder de influência de uma pessoa é baseado principalmente em:	<i>Habilidade e contribuição da pessoa para a sociedade</i>	<i>Autoridade vinda da posição ocupada pela pessoa</i>
11	Em minha sociedade, espera-se que os seguidores:	<i>Obedeçam aos líderes sem questioná-los</i>	<i>Questionem os líderes quando discordarem dele</i>
12	Em minha sociedade, o poder é:	<i>Concentrado no topo</i>	<i>Compartilhado na sociedade</i>

See GLOBE; IGC=1-4, UA=5-7, PD=8, UA=9, PD=10-12

**For nascent entrepreneurs only (item 11 in question 3 answered with YES)**

9 Sobre o planejamento de seu próprio negócio

NOTA: um negócio ou empresa pode ser um consultório dentário, uma pequena clínica médica, um escritório de advocacia, um escritório de contabilidade, um serviço de home care, entre outros.

1	Em quantos meses você fundará sua própria empresa?	___ meses
2	Quão novo é o produto ou serviço que sua empresa vai oferecer ao mercado (em comparação com o que já é oferecido)?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Novo para todos os clientes</li> <li>• Novo para a maioria dos clientes</li> <li>• Novo para a minoria dos clientes</li> <li>• Nem um pouco novo</li> </ul>
3	Quantos por cento do seu tempo médio de trabalho semanal você planeja investir em sua empresa?	___ %

9.10 setor de atividade

Em que setor de atividade sua empresa atuará? Por gentileza, escolha a opção mais apropriada.

1	Tecnologia da informação (TI) / Comunicações
2	Comércio (atacado ou varejo)
3	Consultoria (em direito, impostos, administração, recursos humanos)
4	Propaganda / Marketing / Design
5	Educação / Treinamento
6	Turismo / Gastronomia
7	Serviços de saúde
8	Outros serviços (incluindo finanças, seguro, etc.)
9	Arquitetura / Engenharia
10	Construção / Fabricação
11	Outros

Based on NACE

**9.2 Como o negócio será criado?**

1	Qual será aproximadamente sua parte da propriedade do negócio?	%
2	De quanto dinheiro você precisa para começar o negócio (aproximadamente)?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reais</li> <li>• Ainda não sei</li> </ul>
3	Quanto colocará do seu próprio dinheiro pessoal neste investimento (aproximadamente)?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• %</li> <li>• Ainda não sei</li> </ul>
4	Com quantos sócios você planeja criar o negócio?	0   1   2   3 >3

*If item 2 is answered with 1 or more*

X1	Quantos sócios são mulheres?	
X2	Quantos sócios têm a mesma formação passada que você (por exemplo: o mesmo campo de estudo)?	
	<i>Por favor, quantos dos seus sócios você conheceu nos seguintes contextos?</i>	
X3	Na universidade / instituição de ensino superior	
X4	Círculo de amigos fora dos estudos universitários	

X5	Rede de contatos profissionais	
X6	Família (por exemplo: esposa, irmãos)	

See GUESSES 2011, Chandler et al. 2005, Ruef et al. 2003

### 9.3Suas atividades

*Por favor, indique qual ou quais das seguintes atividades você já realizou para criar seu próprio negócio (é possível escolher mais de uma resposta).*

1	Discutiu a ideia do produto ou do negócio com clientes potenciais
2	Coletou informações sobre mercados ou concorrentes
3	Escreveu um plano de negócios
4	Começou o desenvolvimento do produto ou serviço
5	Iniciou os esforços de marketing ou de promoção
6	Comprou material, equipamento ou maquinário para o negócio
7	Tentou obter capital de terceiros
8	Solicitou um registro de patente, direitos autorais ou marca
9	Fez o registro da empresa
10	Vendeu produtos ou serviços
11	Nada dos itens acima foi feito ainda

GEM/PSED

### 9.4Apoio

*Até que ponto seus pais o(a) apóiam na obtenção de capital inicial com os seguintes tipos de auxílio? (1=nem um pouco, 7=muito)*

1	Materiais (equipamento, instalações)
2	Contatos e redes de relação
3	Conhecimento e conselho
4	Geração de ideias / avaliação
5	Recursos financeiros (por exemplo: capital social e financiamento)

Walter et al. 2013

### 9.5O processo de criação do negócio

*As afirmações a seguir referem-se ao processo de criação do seu negócio. Por favor, indique seu nível de concordância com cada uma delas. (1=discordo completamente, 7=concordo completamente)*

1	Eu estabeleço e planejo estratégias de negócios.
2	Eu pesquiso e seleciono mercados-alvo e faço análises da concorrência.
3	Eu estabeleço e planejo esforços de produção e de marketing.
4	O produto/serviço planejado é substancialmente diferente do que imaginei inicialmente.
5	Estou tentando diferentes abordagens até encontrar um modelo de negócios que funciona.
6	Eu sou cuidadoso para não investir mais recursos do que poderia perder.
7	Eu sou cuidadoso para não arriscar mais dinheiro do que eu aceito perder.
8	Eu deixo os negócios evoluírem à medida que as oportunidades surgem.
9	Eu adapto o que estou fazendo aos recursos que tenho.
10	Eu sou flexível e aproveito as oportunidades à medida que elas surgem.

Based on Chandler et al. 2009

### 9.6Motivações e metas

*Por favor, indique seu nível de concordância com as seguintes afirmações. Eu vou criar meu próprio negócio para... (1=discordo completamente, 7=concordo completamente)*

1	... fazer dinheiro e ficar rico.
2	... avançar na minha carreira no mundo dos negócios.
3	... resolver um problema específico para um grupo de pessoas com as quais eu me identifico muito (por exemplo: amigos, colegas, comunidade, clube).
4	... desempenhar um papel pró-ativo moldando atividades de um grupo de pessoas com as quais eu me identifico muito (por exemplo: amigos, colegas, comunidade, clube).
5	... resolver um problema social que as empresas privadas normalmente não conseguem tratar (por exemplo: injustiça social, proteção do meio ambiente).
6	... desempenhar um papel pró-ativo mudando o jeito de o mundo funcionar.

*Como criador(a) de um negócio, será muito importante para mim...*  
(1=discordo completamente, 7=concordo completamente)

1	... tocar meu negócio com base em sólidas práticas de gestão.
2	... ter analisado completamente as possibilidades financeiras para meu negócio.
3	... oferecer um produto/serviço que é útil para um grupo de pessoas com as quais eu me identifico muito (por exemplo: amigos, colegas, comunidade, clube).
4	... ser capaz de expressar aos meus clientes que eu compartilho fundamentalmente os mesmos valores, interesses e modo de entender as coisas que eles.
5	... ser um cidadão altamente responsável por nosso mundo.
6	... tornar o mundo um lugar melhor (por exemplo, buscando gerar justiça social, protegendo o meio ambiente).

*Quando eu estiver administrando meu negócio, será muito importante para mim...*  
(1=discordo completamente, 7=concordo completamente)

1	... ter um forte foco no que meu negócio pode conseguir fazer face à concorrência.
2	... estabelecer uma forte vantagem competitiva e ter um desempenho significativamente superior ao dos outros negócios da mesma área de atividade.
3	... ter um forte foco no grupo de pessoas com as quais eu me identifico muito (por exemplo: amigos, colegas, comunidade, clube).
4	... apoiar e fazer avançar o grupo de pessoas com as quais eu me identifico muito (por exemplo: amigos, colegas, comunidade, clube).
5	... ter um forte foco no que meu negócio pode conseguir para a sociedade em geral.
6	... convencer outros de que negócios privados realmente são aptos a tratar do tipo de desafio social de que meu negócio trata (por exemplo, justiça social, proteção do meio ambiente).

*These questions are for active founders (item 12 in question 3 answered with YES)*

10 Sobre seus negócios

10.1 Informações gerais

1	Quando você fundou seu próprio negócio?	Ano	Mês
2	Quantos empregados você tem atualmente? (Calcular pelo equivalente à jornada semanal completa de 40h., ou seja, 2 empregados de 20h de jornada = 1 empregado de jornada completa, etc.)		
3	Quantos empregados você planeja ter em 5 anos?		
4	Quantas horas semanais (em média) você trabalha em seus negócios?	____ horas	



### 10.2O setor de atividade

*Em qual setor de atividade seus negócios atuam mais?*

1	Tecnologia da informação (TI) / Comunicações
2	Comércio (atacado ou varejo)
3	Consultoria (em direito, impostos, administração, recursos humanos)
4	Propaganda / Marketing / Design
5	Educação / Treinamento
6	Turismo / Gastronomia
7	Serviços de saúde
8	Outros serviços (incluindo finanças, seguro, etc.)
9	Arquitetura / Engenharia
10	Construção / Fabricação
11	Outros

Based on NACE

### 10.3Detalhes sobre a criação dos negócios

1	De quantos por cento é sua parte na propriedade da empresa?	%
2	Com quantos sócios você fundou sua empresa?	0   1 2   3 >3
If item 2 is answered with 1 or more		
X1	Quantos membros da equipe de sócios fundadores são mulheres?	
X2	Quantos membros da equipe de sócios fundadores têm a mesma formação passada que você (por exemplo: o mesmo campo de estudo)?	
	<i>Por favor, indique quantos membros da equipe de sócios fundadores você conheceu nos seguintes contextos.</i>	
X3	Minha instituição de ensino superior	
X4	Círculo de amigos fora da minha instituição de ensino superior	
X5	Rede de relações profissionais	
X6	Família (esposa/marido, irmãos)	

See GUESSS 2011, Chandler et al. 2005, Ruef et al. 2003

### 10.4Desempenho

*Como você avaliaria o desempenho do seu negócio, desde o estabelecimento dele, comparado com o de seus concorrentes quanto às seguintes dimensões? (1=pior, 7=melhor)*

1	Crescimento das vendas
2	Crescimento da fatia de mercado
3	Crescimento dos lucros
4	Criação de empregos
5	Capacidade de inovação

Dess & Robertson 1984, Eddleston et al. 2008

### 10.5O processo de criação do negócio

*As questões a seguir tratam do processo com o qual você criou seu negócio. Por favor, indique seu nível de concordância com as seguintes afirmações. (1=discordo completamente, 7=concordo completamente)*

1	Eu projetei e planejei estratégias de negócios.
2	Eu pesquisei e selecionei mercados-alvo e fiz significativas análises da concorrência.

3	Eu projetei e planejei esforços de produção e de marketing.
4	O produto ou serviço que eu vendo agora é substancialmente diferente daquele inicialmente imaginado.
5	Eu experimentei diferentes abordagens até encontrar um modelo de negócio que funcionasse.
6	Eu fui cuidadoso(a) para não empregar no negócio mais recursos do que eu teria condições de perder.
7	Eu fui cuidadoso(a) para não arriscar mais dinheiro do que eu estava disposto a perder.
8	Eu deixei os negócios evoluírem à medida que as oportunidades apareciam.
9	Eu adaptei o que eu estava fazendo aos recursos que nós tínhamos.
10	Eu fui flexível e aproveitei as oportunidades à medida que elas apareceram.

Based on Chandler et al. 2009

#### 10.6 Apoio

Até que ponto seus pais o(a) apoiaram no processo de criação do seu negócio com os seguintes tipos de apoio? (1=nem um pouco, 7=muitíssimo)

1	Materiais (equipamento, instalações)
2	Contatos e redes de relação
3	Conhecimento e conselho
4	Geração de ideias / avaliação
5	Recursos financeiros (por exemplo: capital social e financiamento)

Walter et al. 2013

#### 10.7 Motivações e metas

Por favor, indique seu nível de concordância com as seguintes afirmações.

Eu criei meu próprio negócio para... (1=discordo completamente, 7=concordo completamente)

1	... fazer dinheiro e ficar rico.
2	... avançar na minha carreira no mundo dos negócios.
3	... resolver um problema específico para um grupo de pessoas com as quais eu me identifico muito (por exemplo: amigos, colegas, comunidade, clube).
4	... desempenhar um papel pró-ativo moldando atividades de um grupo de pessoas com as quais eu me identifico muito (por exemplo: amigos, colegas, comunidade, clube).
5	... resolver um problema social que as empresas privadas normalmente não conseguem tratar (por exemplo: injustiça social, proteção do meio ambiente).
6	... desempenhar um papel pró-ativo mudando o jeito de o mundo funcionar.

Como criador(a) de um negócio, é muito importante para mim...

(1=discordo completamente, 7=concordo completamente)

1	... tocar meu negócio com base em sólidas práticas de gestão.
2	... ter analisado completamente as possibilidades financeiras para meu negócio.
3	... oferecer um produto/serviço que é útil para um grupo de pessoas com as quais eu me identifico muito (por exemplo: amigos, colegas, comunidade, clube).
4	... ser capaz de expressar aos meus clientes que eu compartilho fundamentalmente os mesmos valores, interesses e modo de entender as coisas que eles.
5	... ser um cidadão altamente responsável por nosso mundo.

6	... tornar o mundo um lugar melhor (por exemplo, buscando gerar justiça social, protegendo o meio ambiente).
---	--

<i>Quando estou administrando meu negócio, é muito importante para mim...</i> (1=discordo completamente, 7=concordo completamente)	
1	... ter um forte foco no que meu negócio pode conseguir fazer face à concorrência.
2	... estabelecer uma forte vantagem competitiva e ter um desempenho significativamente superior ao dos outros negócios da mesma área de atividade.
3	... ter um forte foco no grupo de pessoas com as quais eu me identifico muito (por exemplo: amigos, colegas, comunidade, clube).
4	... apoiar e fazer avançar o grupo de pessoas com as quais eu me identifico muito (por exemplo: amigos, colegas, comunidade, clube).
5	... ter um forte foco no que meu negócio pode conseguir fazer para a sociedade em geral
6	... convencer outros de que negócios privados realmente são aptos a tratar do tipo de desafio social de que meu negócio trata (por exemplo, justiça social, proteção do meio ambiente).
<i>If parents are self-employed and/or majority owners of a firm (items 1/2 in question 7):</i>	

11 Sobre os negócios de seus pais (empresa familiar)

NOTA: um negócio ou empresa pode ser um consultório dentário, uma pequena clínica médica, um escritório de advocacia, um escritório de contabilidade, um serviço de home care, entre outros.

11.1 General information

1	Quantos negócios seus pais possuem? (Se forem mais de um, por favor, descreva a maior empresa nos itens seguintes.)	___ empresas
2	Há quantos anos seus pais são donos do negócio?	___ anos
3	O criador do negócio é um membro da família?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sim</li> <li>• Não</li> </ul>
4	Seus pais estão envolvidos nas atividades operacionais do negócio?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sim</li> <li>• Não</li> </ul>
5	Seu pai ou sua mãe é o principal dirigente do negócio?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sim</li> <li>• Não</li> </ul>
6	Qual porcentagem do negócio pertence a sua família? ___ %	
7	Número total de empregados (Calcular pelo equivalente à jornada ___ empregados semanal completa de 40h., ou seja, 2 empregados de 20h de jornada = 1 empregado de jornada completa, etc.)	
8	Qual é sua porcentagem pessoal da propriedade do negócio? ___ %	
9	Você tem trabalhado nos negócios de sua família? •Sim	•Não

*If item 9 is answered with yes:*

X1	Que idade você tinha quando trabalhou pela primeira vez no negócio ___ anos dos seus pais?	
X2	Somando tudo, quantos meses faz que você trabalha nos negócios dos ___ meses seus pais?	
11.2 O setor de atividade		

*Em qual setor de atividade os negócios de seus pais atuam mais?*

1	Tecnologia da informação (TI) / Comunicações
2	Comércio (atacado ou varejo)
3	Consultoria (em direito, impostos, administração, recursos humanos)
4	Propaganda / Marketing / Design
5	Educação / Treinamento

6	Turismo / Gastronomia
7	Serviços de saúde
8	Outros serviços (incluindo finanças, seguro, etc.)
9	Arquitetura / Engenharia
10	Construção / Fabricação
11	Outros

Based on NACE

### 11.3 Desempenho

*Como você avaliaria o desempenho dos negócios de seus pais comparados com os dos concorrentes nos últimos três anos quanto às seguintes dimensões? (1=pior, 7=melhor)*

1	Crescimento das vendas
2	Crescimento da fatia de mercado
3	Crescimento dos lucros
4	Criação de empregos
5	Capacidade de inovação

Dess & Robertson 1984, Eddleston et al. 2008

### 11.4 Sua relação com os negócios da família

*Por favor, indique seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1=discordo completamente, 7=concordo completamente).*

1	Eu me sinto emocionalmente ligado aos negócios dos meus pais.
2	Eu associo principalmente emoções / sentimentos positivos aos negócios dos meus pais.
3	Tradição e história desempenham um papel muito importante nos negócios de minha família.
4	Nós temos o objetivo maior de manter os negócios nas mãos da família no longo prazo.
5	Eu tenho um grande entendimento do desempenho (financeiro) dos negócios de minha família.

See GUESSS 2011

### 11.5 Sobre a possibilidade de ser sucessor(a)

*Por favor, indique seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1=discordo completamente, 7=concordo completamente).*

*NOTA: um negócio ou empresa pode ser um consultório dentário, uma pequena clínica médica, um escritório de advocacia, um escritório de contabilidade, um serviço de home care, entre outros.*

1	Estou pronto(a) a fazer qualquer coisa para adquirir a empresa dos meus pais.
2	Meu objetivo profissional é me tornar sucessor(a) na empresa dos meus pais.
3	Eu farei todo esforço para me tornar um sucessor(a) na empresa dos meus pais.
4	Estou determinado(a) a me tornar sucessor(a) na empresa dos meus pais no futuro.
5	Pensei muito seriamente em adquirir a empresa dos meus pais.
6	Eu tenho a forte intenção de, um dia, me tornar sucessor(a) na empresa dos meus pais.
7	Ser sucessor(a), para mim, tem mais vantagens do que desvantagens.
8	Uma carreira como sucessor(a) é atraente para mim.
9	Se eu tivesse a oportunidade e os recursos, eu me tornaria sucessor(a) na empresa dos meus pais.
10	Ser sucessor(a) envolveria grande satisfação para mim.
11	Entre várias opções, eu preferiria ser sucessor(a) na empresa dos meus pais.

Adapted from Linan & Chen 2009 (intention plus attitude, 6:5)

11.6O possível processo de sucessão

1	Seus pais continuarão sendo donos de um porcentual dos negócios?	Sim, _%	Não
2	Imaginando-se que alguém de fora de sua família tivesse que pagar R\$ 100,00 por toda a parte da empresa que pertence a sua família, quanto você teria que pagar?		
3	Em quantos anos a sucessão poderia ocorrer?		

*For all students*

12Questões específicas para o Brasil

*Por gentileza, informe a frequência de ocorrência para cada item a seguir*

*(1=nunca, 2=raramente, 3=pouco, 4=às vezes, 5=frequentemente, 6=muito frequentemente, 7=sempre).*

1	Eu persisto em tarefas chatas se eu sei que podem me ajudar a progredir no futuro.
2	Eu penso sobre como as coisas podem ser no futuro.
3	Faço listas de coisas que eu tenho a fazer.
4	Antes de tomar uma decisão, peso os prós e contras.
5	Sacrifico a minha felicidade agora para poder conquistar o que quero no futuro.
6	Prefiro economizar para imprevistos em vez de gastar em divertimento agora.
7	Consigo visualizar a minha vida para daqui a dez anos.
8	Gosto de planejar cada passo das coisas que faço.
9	Penso no dia de amanhã.
10	Acho que as coisas dão mais certo quando são planejadas previamente.

Beal, S. J. (2011). The development of future orientation: Underpinnings and related concepts. Doctoral dissertation, Dept. of Psychology, University of Nebraska, Lincoln.

12.1Sobre a educação de seus pais

*Por favor, marque uma das opções de resposta a seguir.*

**Meu pai:**

1	Não completou o ensino médio (segundo grau).
2	Tem o ensino médio (segundo grau) completo.
3	Frequentou um curso superior.
4	Formou-se em um curso superior.
5	Começou uma pós-graduação.
6	Tem mestrado ou doutorado completo.

Beal 2011.

**Minha mãe:**

1	Não completou o ensino médio (segundo grau).
2	Tem o ensino médio (segundo grau) completo.
3	Frequentou um curso superior.
4	Formou-se em um curso superior.

5	Começou uma pós-graduação.
6	Tem mestrado ou doutorado completo.

Beal 2011.

### 12.2 Renda familiar

*Por favor, marque uma das opções de resposta a seguir.*

*Eu fui criado em uma família de renda...*

1	... baixa ou modesta.
2	... média ou moderada.
3	... alta.

Beal 2011.

### 13 Seção final

1	Você respondeu o questionário do Estudo GUESSS Brasil em 2011?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sim</li> <li>• Não</li> </ul>
2	Por favor, informe seu e-mail se quiser concorrer a prêmios do Estudo GUESSS Brasil e/ou deseja receber informações sobre os resultados do estudo.	_____

Obschonka et al., 2010

## Anexo B – Roteiro da entrevista do Estudo 4

Motivações	Conte-me como foi sua experiência de criar o seu próprio negócio
	Conte-me quais foram suas motivações e interesses
Normas subjetivas.	Você considera que obteve apoio de sua família na criação de seu negócio? Se sim, de que modo?
	Você considera que a sua rede de amigos e colegas de faculdade contribuiu na realização de seu negócio? Se sim, de que modo?
Educação empreendedora	Conte-me qual foi o papel da universidade/faculdade no processo de abertura de sua empresa
	Você teve contato com disciplinas relacionadas ao empreendedorismo durante a graduação? Se sim, pela sua experiência, o contato com essas disciplinas ajuda na intenção de seguir carreira empreendedor?
Planejamento	Conte-me o quanto você investiu no planejamento de seu negócio antes de abri-lo. Utilizou instrumentos de planejamento? Se sim, como lhe ajudaram?
	Você faz projeções de sua empresa para o futuro? Em caso afirmativo, como?
Percepção de controle	Você considera que avaliou adequadamente os riscos? Em caso afirmativo, de que modo?
Atitude	Conte-me como você avalia a carreira empreendedora
Competência empreendedora	Conte-me que competências o qualificam como um empreendedor
	Pela sua experiência, acredita que haja diferenças entre homens ou mulheres no que se refere às competências/habilidades empreendedoras?