

---- EARLY VIEW ----

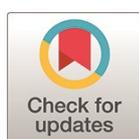
**EMPREENDER OU NÃO EMPREENDER, EIS A QUESTÃO?  
ANÁLISE DO PERFIL DE INTENÇÃO EMPREENDEDORA  
DE FUNCIONÁRIOS DE *STARTUPS* E DE EMPRESAS DE TECNOLOGIA  
DA INFORMAÇÃO NO RIO GRANDE DO SUL**

**Juliana Ribeiro da Rosa** 

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, RS, Brazil  
[julianardarosa@gmail.com](mailto:julianardarosa@gmail.com)

**Carolina Freddo Fleck** 

Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), Santana do Livramento, RS, Brazil  
[carolinafleck@unipampa.edu.br](mailto:carolinafleck@unipampa.edu.br)



## RESUMO

**Objetivo:** investigar o perfil de intenção empreendedora de funcionários de *startups* e de empresas de pequeno porte do segmento de tecnologia, no Estado do Rio Grande do Sul.

**Método:** caracterizado como descritivo, o trabalho utiliza a abordagem quantitativa, por meio do método *survey*. O instrumento de coleta de dados foi o questionário, baseado no modelo de Kristiansen e Indarti (2004).

**Resultados:** mais de 60% dos respondentes manifestaram a intenção de empreender, visto que o empreendedor é percebido como um profissional desejado no mercado de trabalho.

**Contribuições teóricas:** para os estudos de intenção empreendedora no Brasil, principalmente por oportunizar uma visão fora da esfera das instituições de ensino superior – cenário que abarca grande parte das pesquisas publicadas.

**Originalidade:** o levantamento dos dados sobre *startups* e empresas de pequeno porte do segmento de tecnologia, no estado do Rio Grande de Sul, indicou um pequeno número de funcionários envolvidos com as operações desses negócios, porém com um percentual acentuado quanto ao interesse em empreender.

**Contribuições para a gestão:** o artigo contribui para o avanço da gestão de *startups* e da área de tecnologia do Rio Grande do Sul, pois identifica que um trabalho de incentivo e de desenvolvimento de habilidades pode gerar parcerias em novos negócios dentro das próprias *startups*, gerando crescimento e potencial competitivo.

**Palavras-chave:** Intenção empreendedora; *Startups*; Empresas de TI.



<https://doi.org/10.14211/ibiesb.e1899>

Submetido em 13/Abr/2020, Aceito em 18/Ago/2021, Available online 31/Dez/2021  
Editor Associado: Prof. Dr. Eduardo Pinto Vilas Boas



# UNDERTAKING A BUSINESS OR NOT? WHICH IS THE BEST OPTION? ANALYSIS OF THE ENTREPRENEURIAL INTENTION PROFILE OF EMPLOYEES OF STARTUPS AND INFORMATION TECHNOLOGY COMPANIES IN RIO GRANDE DO SUL

## ABSTRACT

**Purpose:** to investigate the entrepreneurial intention profile of the employees of startups and small companies in the technology segment of the State of Rio Grande do Sul, when they working to an organization.

**Methodology:** descriptive research, using a quantitative approach, using the survey method. The data collection instrument was the questionnaire, based on the model by Kristiansen & Indarti (2004).

**Findings:** the results demonstrate that more than 60% of the respondents intend to undertake, especially when perceiving themselves as a desired professional in the job market.

**Theoretical contributions:** the study contributes theoretically to studies of entrepreneurial intent in Brazil, mainly because it provides a view outside the sphere of higher education institutions, the setting for most of the studies already published.

**Originality:** when conducting a survey of data on Startups and Small Companies in the Technology segment, in the State of Rio Grande de Sul, it was found a small number of employees involved in the operations of these businesses, but with a good percentage interested in undertaking.

**Contributions to management:** the study contributes to the advance of management in the sectors of startups and the technology area of Rio Grande do Sul, by identifying that incentive work and skills development can generate new business partnerships within the startups themselves, generating growth and competitive potential.

**Keywords:** Entrepreneurial intention; Startups; IT companies.

## 1. INTRODUÇÃO

O cenário de abertura e de fechamento de empresas é dinâmico, principalmente porque está diretamente relacionado às movimentações da economia no mundo. Ao mesmo tempo em que uma pessoa pode olhar para os indicadores e se tornar pessimista sobre a possibilidade de crescimento econômico e de criação de novos negócios; outra poderá ter ideias otimistas. Isso se dá porque não existe uma fórmula indicativa do melhor momento para abrir um novo negócio, e os indivíduos, em geral, costumam analisar diversos fatores antes de empreender (Fontenele, Brasil, & Souza, 2015).

Mesmo que o início da atividade empresarial possa partir de um comportamento planejado, Fontenele *et al.* (2015) acreditam que a intenção é a variável capaz de denotar situações reais no processo de decisão. Ou seja, quem não desenvolve um planejamento adequado para abrir um negócio pode também ter sucesso em médio e longo prazo, a depender da sua intenção, e do apego à ideia de construir um empreendimento e de o levar adiante.

Sendo assim, é possível entender que a ação empreendedora é intencional e envolve fatores motivadores de um comportamento, conforme a intensidade do esforço e o desejo de empreender. Desse modo, quanto mais viável e desejável for a oportunidade percebida pelo indivíduo, mais forte será a sua intenção de agir (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2009).

Novas ideias e o reconhecimento de oportunidades emergentes precisam, contudo, ser percebidos. Para tanto, os princípios básicos de cognição humana devem estar ativos. O processo de empreendedorismo,



então, pode estar correlacionado à experiência do indivíduo em determinada área, haja vista sua maior probabilidade de identificação de oportunidades (Baron & Shane, 2007).

Na literatura, há diferentes posicionamentos acerca dos motivos que levam o indivíduo a criar seu empreendimento (Levie & Autio, 2007; Souza & Lopez Junior, 2011; Vale, Corrêa, & Reis, 2014). De acordo com o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2019, 30,2% dos brasileiros que não são empreendedores gostariam de abrir um negócio nos próximos três anos; e os que estavam há pouco tempo no mercado, demonstraram como motivações para iniciar um negócio: ganhar a vida, em razão de os empregos estarem escassos (88,4%); fazer diferença no mundo (51,4%); construir riqueza (36,9%); e continuar uma tradição familiar (26,6%). Tais percentuais evidenciam que um novo empreendimento dificilmente surgirá, se não houver intenção.

No contexto intencional, as trajetórias profissionais e pessoais parecem estar diretamente vinculadas ao processo de tomada de decisão. Assim, investigar a percepção do indivíduo sobre elas é relevante para entender a importância dada tanto às organizações, na sua formação profissional, quanto aos fatores associados ao vínculo empresarial, que podem estruturar seus projetos futuros de vida – em especial, o de se tornar empreendedor. Em suma, é importante observar como os aspectos da trajetória profissional e pessoal interferem no desenvolvimento da intenção de empreender.

Deixar a carreira e/ou alterar o estilo de vida não é uma decisão simples (Hisrich, 1990), especialmente quando se trata do movimento para formar uma nova empresa. Mas, e se a pessoa já trabalha em um setor cujas características são a inovação e a criação de negócios? Seria mais fácil empreender, estando em um ramo estruturado pela constante formação de novos negócios? E no caso das empresas associadas também à tecnologia?

Empresas de tecnologia e *startups*, situadas em ambientes que buscam a todo momento a inovação, têm alcançado representatividade na economia brasileira. No Brasil, apenas entre 2017 e 2018, a abertura de *startups* aumentou 68,77%, de acordo com dados da Associação Brasileira de *Startups* (Abstartups, 2021). Em 2019, só o Rio Grande do Sul contava com 918 delas, sendo o Top 4 em número de empresas dessa categoria abertas. Em 2019, havia 12.727 *startups* brasileiras (Abstartups, 2021).

Estariam, então, mais propensas ao empreendedorismo as pessoas que trabalham nesse setor? A partir desse questionamento e dos anteriormente apontados, a fim de verificar o interesse dos indivíduos em ter seu próprio negócio, de mensurar as características e de compreender a trajetória profissional dessa população, esta pesquisa teve como objetivo **investigar a existência da intenção empreendedora em funcionários de *startups* e de empresas de pequeno porte de tecnologia da informação no Estado do Rio Grande do Sul.**

Compreender questões relacionadas ao conceito de intenção empreendedora é algo fundamental ao avanço das pesquisas de empreendedorismo, podendo o ambiente acadêmico contribuir com o fornecimento de dados sobre onde e como os novos negócios podem se alicerçar.

A escolha de pessoas vinculadas às empresas do ramo de tecnologia e de *startups* como objeto de pesquisa se deu por considerar que, nesse ambiente permeado de inovação, compreender o espaço da intenção empreendedora pode ser impactante para funcionários e proprietários (que podem ter alguns de seus colaboradores como parceiros futuros do negócio).

Além disso, a busca na base de dados SPELL<sup>1</sup>, envolvendo artigos sobre intenção empreendedora, publicados nos últimos cinco anos (2017 a 2021), não detectou nenhum associado às *startups*, demonstrando uma lacuna de pesquisa a ser preenchida.

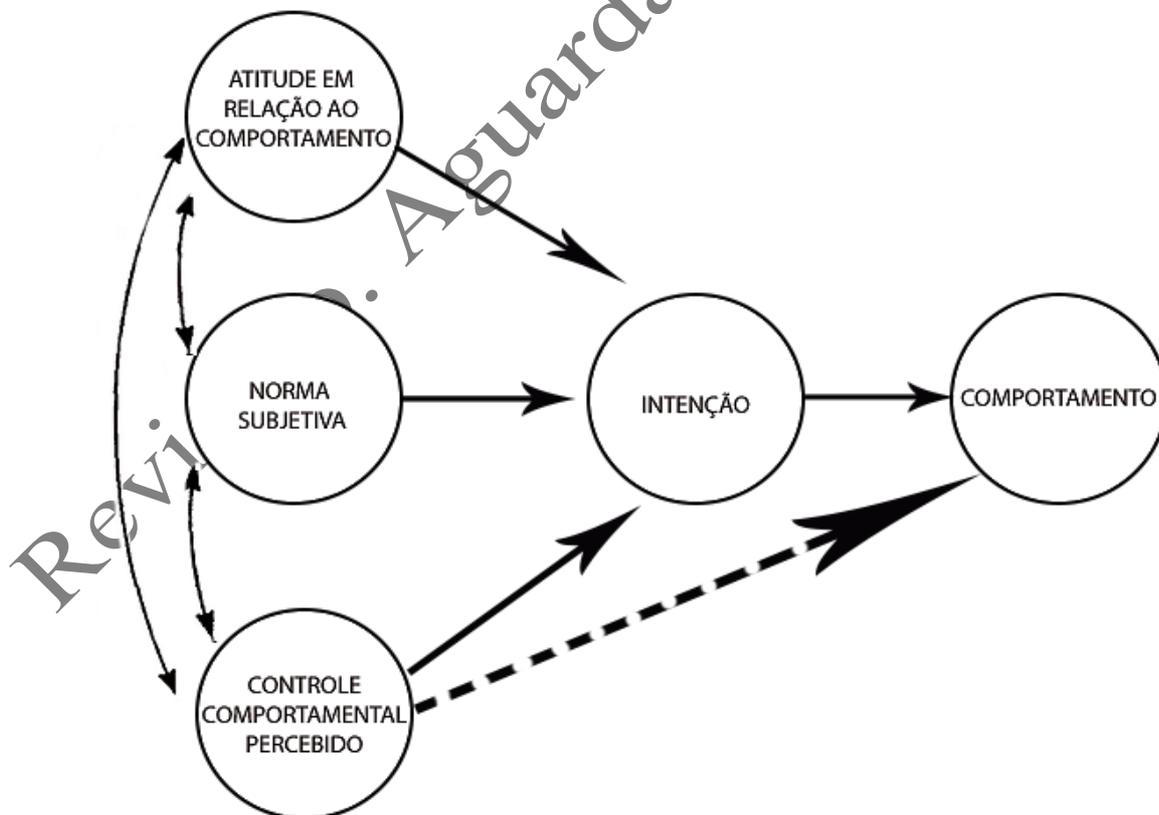
## 2. INTENÇÃO EMPREENDEDORA

O empreendedor tem um papel crítico no desenvolvimento econômico, já que: (a) é responsável por fomentar as inovações do mercado; (b) gera, com seu empreendimento, um novo movimento na economia, estabelecendo novas posições de mercado, conforme a lógica da “destruição criativa” (Schumpeter, 1982); (c) preenche lacunas (gap-fillers); e (d) tem capacidade de entrada no mercado diferenciada dos demais agentes econômicos (Leibenstein, 1968).

A literatura indica que o processo de empreendedorismo e a experiência do indivíduo em determinada área estão correlacionados, havendo, com isso, maior probabilidade de identificação de oportunidades. Nesse sentido, o conhecimento adquirido possibilita criar algo novo (produto, serviço e/ou um empreendimento). Esse processo, em geral, ocorre por meio de um estímulo, que pode ser: um evento específico, uma informação concedida por outra pessoa, uma experiência recente, ou a mera observação do entorno (Baron & Shane, 2007).

Presumivelmente, as habilidades do empreendedor acabam sendo vinculadas ao seu treinamento e à vontade de agir, além de, em parte, resultarem da experiência ligada à formação empreendedora e aos recursos disponíveis (Littunen, 2000). Tais fatores, por sua vez, podem estar associados ao que o indivíduo espera da vida, aproximando-o ou o afastando do empreendedorismo. Trata-se, portanto, da intenção empreendedora – tema que desperta o interesse do ambiente acadêmico para compreender como as novas empresas “nascem”.

Conceitualmente, de acordo com Sousa, Fontenele, Silva, e Sousa Filho (2019), há duas correntes de pesquisa na temática da intenção empreendedora: uma originária da psicologia social, com uma das bases na Teoria do Comportamento Planejado (TCP), de Ajzen (1991); e outra, advinda de pesquisas específicas de empreendedorismo, sendo uma das suas principais referências a Teoria das Intenções Empreendedoras (TIE), de Shapero e Sokol (1982).



**Figura 1**

Modelo da teoria do comportamento planejado

Fonte: Ajzen (1991), com tradução das autoras (2021).



<https://doi.org/10.14211/ibiesb.e1899>

Submetido em 13/Abr/2020, Aceito em 18/Ago/2021, Available online 31/Dez/2021

Editor Associado: Prof. Dr. Eduardo Pinto Vilas Boas



Da Silva Sousa, Fontenele, Silva e Sousa Filho (2019) mapearam as principais publicações internacionais sobre o tema, demonstrando que, além do avanço da temática estar concentrado na última década, os estudos associados à psicologia social (como o descrito neste artigo) foram os que mais se desenvolveram. Isso se deu, sobretudo, a partir da teoria do comportamento planejado (Theory of Planned Behavior) de Ajzen (1991), segundo a qual a intenção do indivíduo parte e é diretamente influenciada por de três variáveis distintas e conceitualmente separadas (Figura 1): a atitude em relação ao comportamento, a norma subjetiva e o controle percebido.

O modelo teórico do comportamento planejado (TCP) pressupõe que as intenções são formadas pelas crenças dos indivíduos, divididas por Ajzen e Fishbein (2005), em um avanço dos esforços sobre os argumentos da TCP, em normativas, de controle e comportamentais, culminando na intenção e no comportamento para empreender, haja vista seu impacto direto nas atitudes do indivíduo. As crenças normativas impactam as normas subjetivas, que indicam a intenção e, por consequência, o comportamento; as de controle, quando percebidas pelo indivíduo, associam-se diretamente à intenção, que é, dessa maneira, fruto indireto do controle do comportamento.

O modelo defendido por Ajzen e Fishbein (2005) demonstra algumas premissas, como: (a) a intenção precede o comportamento real; (b) ela é determinada pela atitude propriamente dita, a partir da norma subjetiva e do controle comportamental percebido; (c) os determinantes diretos do comportamento são baseados nas crenças normativas e de controle; e (d) as crenças comportamentais, normativas e de controle podem variar, conforme uma série de fatores contextuais anteriores.

De acordo com Ajzen e Fishbein (2005), esses fatores contextuais apresentam três dimensões: (1) a individual, que abrange fatores, como personalidade, humor, emoção, inteligência, valores, estereótipos, atitudes gerais e experiência; (2) a social, que engloba educação, idade, gênero, renda, religião, raça, etnicidade e cultura; e (3) a informacional, que incorpora conhecimento, mídia e intervenção.

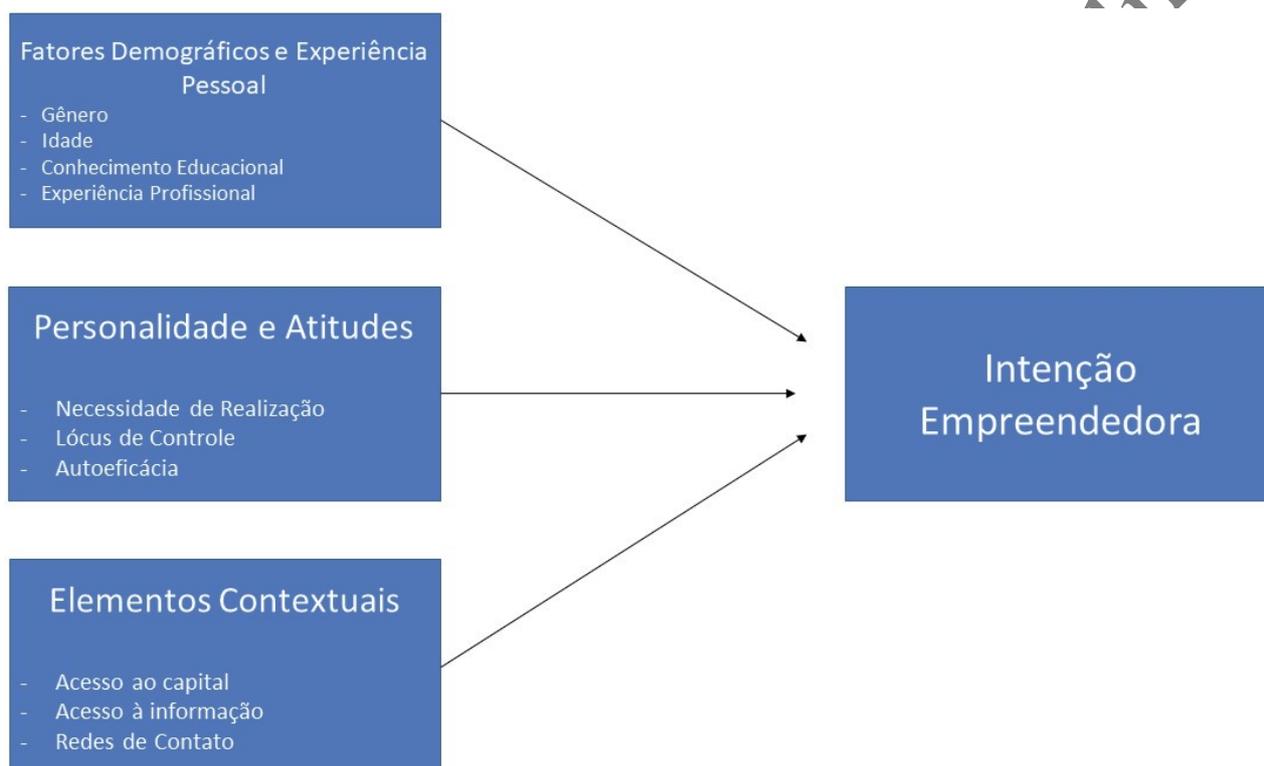
Para Ajzen e Fishbein (2005), as crenças apresentadas pelo indivíduo, presentes na dimensão individual, não precisam necessariamente ser verídicas, e podem ser imprecisas, tendenciosas e irracionais. Entretanto, uma vez estabelecido, esse conjunto de crenças fornece a base cognitiva para as atitudes, as normas sociais percebidas e as intenções assumidas de forma consistente e razoável.

Oliveira, Vieira, Laguía, Mariano e Soares (2016) dizem que a intenção empreendedora depende da combinação de valores pessoais e de fatores sociais, visto que a atitude face ao comportamento, apresentada no modelo de Ajzen, refere-se ao grau em que o indivíduo avalia positiva ou negativamente um comportamento.

Embora o público mais usual da análise da intenção empreendedora, desde o início das pesquisas sobre o tema, em publicações internacionais e nacionais (Krueger & Carsrud, 1993; Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000; Nascimento, Dantas, Santos, Veras, & Costa Junior, 2010; Scherer, Adams, Carley, & Wiebe, 1989; Zain, Akram, & Ghani, 2010), seja formado por estudantes universitários, o aporte teórico dessa temática é relevante também para contextualizar o ambiente organizacional.

Corroborando o uso desse público como de interesse nessas pesquisas, dos 23 estudos publicados sobre o assunto, entre os anos de 2017 e 2021, na plataforma SPELL, quatro analisavam estudantes universitários (Barral, Ribeiro, & Canevar, 2018; Lopes, Bresciani, Johann, Moura, Almeida, & Teixeira, 2020; Paiva, Lima, & Rebouças, 2021; Paiva, Lima, Rebouças, Ferreira, & Fontenele, 2018). Os outros 19 estudos, que envolviam o mesmo público, tratavam de temas variados, sendo os contemplados em mais de uma publicação: religião (Paiva, Lima, & Silva, 2020; Sousa, Paiva, Santos, Rebouças, & Fontenele, 2020); revisão da literatura e aplicabilidade de modelo (Martins, Santos, & Silveira, 2019; Sousa et al., 2019; Souza, Silveira, & Nascimento, 2018); e sustentabilidade e inovação (Paiva et al., 2018; Silveira, Nascimento & Riboldi, 2018). Os 12 artigos restantes não evidenciaram os grupos pesquisados ou as temáticas particulares associadas à intenção empreendedora.

Entre a temática, também estão estudos dedicados a apresentar modelos de mensuração da intenção empreendedora, por meio de escalas. Um deles é o de Kristiansen e Indarti (2004) – utilizado nesta pesquisa –, estruturado (Figura 2) a partir de cinco elementos teóricos, e que resultou na organização de três construtos principais: (1) fatores demográficos e experiência pessoal – gênero, idade, experiência profissional e conhecimentos educacionais; (2) personalidade e atitudes – necessidade de realização do indivíduo, locus de controle (sensação de controle que uma pessoa tem sobre a sua vida, e a percepção de sucesso ou fracasso das suas iniciativas pessoais) e autoeficácia (percepção sobre a capacidade de iniciar um negócio); e (3) elementos contextuais – características ambientais, capacidade de perceber pontos importantes para os empreendimentos iniciantes, acesso ao capital determinante para o início do empreendimento, disponibilidade de informações (que pode ser indispensável aos contatos sociais).



**Figura 2**

Modelo consolidado por Kristiansen e Indarti

**Fonte:** Kristiansen e Indarti (2004, p. 63), tradução das autoras (2021).

Na literatura, entende-se que o segundo e o terceiro construtos abordam aspectos mais subjetivos sobre a intenção empreendedora. No caso do segundo, a necessidade de realização, de acordo com Santos, Minuzzi, Lezana e Grybovski (2009), refere-se à superação de obstáculos, à capacidade de se sobressair e de manter um elevado padrão de desempenho. São indivíduos que estabelecem altos padrões pessoais e buscam os atingir de todas as maneiras; que procuram ocupar cargos com status mais altos nas organizações; e que possuem expectativas maiores, preferindo ser donos do próprio negócio.

Também do segundo construto, o locus de controle, conforme Kaufmann, Welsh e Bushmarin (1995), consiste na crença do indivíduo em como ele alcança os resultados almejados. Nesse caso, há duas percepções distintas: uma interna, pela qual ele acredita que é por intermédio de aptidões, esforços ou habilidades; e outra externa, em que forças exteriores controlam os resultados. O comportamento



empreendedor surgirá se o locus de controle interno aparecer de forma positiva, e o externo apresentar uma associação negativa (Maciel & Camargo, 2010).

A autoeficácia (ainda do segundo construto), traduzida por alguns autores como eficácia própria, relaciona a percepção do indivíduo quanto à sua capacidade de realizar determinado trabalho ou tarefa. De acordo com Hisrich et al. (2009), pessoas com alta autoeficácia pensam e se comportam de maneira distinta daqueles que têm autoeficácia baixa: a alta autoeficácia influencia a iniciativa e a persistência do indivíduo, fazendo com que o seu desempenho melhore; a baixa autoeficácia, em contrapartida, reduz o desempenho e o esforço nas tarefas – pontos relevantes para apontar o empreendedorismo.

Para compreender a formação do empreendedor, a busca de informações é outra característica importante, já que descreve o sistema de apoio, tanto pessoal quanto profissional, que auxilia o empreendedor a realizar a sua atividade. Ela pode ser incorporada nas redes de relacionamentos interpessoais, do terceiro construto (elementos contextuais) (Hisrich et al., 2009).

### 3. METODOLOGIA

Este trabalho é caracterizado como descritivo, com abordagem quantitativa e utilização do método survey. Como instrumento de coleta de dados, optou-se por um questionário, dividido em três blocos, com questões: (1) propostas por Kristiansen e Indarti (2004); (2) referentes aos dados sociodemográficos; e (3) sobre a trajetória ocupacional do indivíduo até o emprego atual, e se havia interesse em empreender. A resposta afirmativa, nessa última questão, direcionava o respondente a uma pergunta, com campo aberto, sobre as razões impeditivas para ele iniciar um negócio próprio.

Com a intenção de mapear o perfil associado à intenção empreendedora de cada respondente, o bloco com as questões do modelo de intenção empreendedora, proposto por Kristiansen e Indarti (2004), tinha 15 perguntas, distribuídas em três dimensões: fatores demográficos e experiência pessoal; personalidade e atitudes; e elementos contextuais.

A estrutura seguiu a escala Likert de 7 pontos, sendo: 1, a representação da discordância total sobre a afirmativa; e 7, a concordância total. Vale ressaltar que a escala Likert ímpar se difere da Likert par por possibilitar ao respondente a anulação do seu posicionamento quanto à afirmativa proposta. Para tanto, ao escolher 4, há a condição de neutralidade, isto é, não há concordância ou discordância em relação à declaração. Assim como, no momento da tradução, é necessário reescrever as afirmativas, de forma a ficarem compreensíveis no novo idioma, a pontuação da escala também pode ser revista, para contemplar melhor os objetivos da pesquisa proposta. Sendo assim, apesar de a escala ter sido validada pelos pesquisadores com 7 pontos, para este artigo, as autoras optaram por sua adaptação para 6 pontos, eliminando o ponto de neutralidade de resposta, e forçando o respondente a se posicionar quanto às afirmativas. A literatura aponta que a escolha por uma escala ímpar ou par cabe aos pesquisadores, dada a necessidade de forçar ou não o respondente a se posicionar (Hair Jr., Babin, Money, & Samoel, 2005; Dalmoro & Vieira, 2013), o que respalda teoricamente a decisão tomada, muito embora o contexto da pesquisa, por si só, já justifique a escolha.

O cenário empresarial das startups e de empresas de tecnologia é dinâmico e formado por muitas pessoas jovens (conforme comprovam os dados da pesquisa), sendo parte delas ingressante no mercado de trabalho, o que torna relevante a obrigatoriedade do posicionamento em questões, como a satisfação com o emprego atual, e o interesse em deixar a empresa para empreender. Daí a opção pela escala Likert com 6 pontos, para evitar respostas neutras, que gerariam questionamentos dentro da organização, e impossibilitariam a mensuração adequada do nível de intenção empreendedora; e até mesmo resultados médios, pois o ponto médio, em uma escala ímpar, denota indiferença, e não um grau médio de intenção empreendedora, como na escala par. Sendo assim, para a interpretação das

médias da intenção empreendedora, foram utilizados os seguintes parâmetros: de 1 a 2,5 – baixa intenção; de 2,5 a 4,5 – intenção mediana; e de 4,5 a 6 – alta intenção.

Para a análise dos dados, foram utilizadas as seguintes técnicas: (a) estatística descritiva, que permitiu o detalhamento das informações pessoais dos pesquisados e a obtenção da média no construto de intenção empreendedora, indicando o perfil dos respondentes; (b) testes de hipóteses, como o teste t, para a avaliação das relações entre as médias e as características pessoais; e (c) a análise de variância (Anova), dada a necessidade de testar dois ou mais grupos, buscando a identificação da diferença do comportamento (perfil de intenção empreendedora), em relação aos demais dados da pesquisa, conforme as médias obtidas.

Os respondentes eram funcionários de startups e/ou empresas de pequeno porte de tecnologia de informação. A escolha por esse grupo se deu em razão da existência da relação que aproxima inovação e empreendedorismo nessas organizações. Sua estrutura é potencialmente dinâmica, seja no comércio, seja na indústria, podendo estar a intenção empreendedora implícita no comportamento de quem trabalha nesse segmento. Ademais, trata-se de um grupo pouco explorado, quanto à temática da intenção empreendedora; e, como já foi mencionado antes, nos últimos cinco anos (2017 a 2021), nenhum artigo, publicado na base de dados SPELL, associou tal temática às startups.

A amostra inicial contava com 191 questionários respondidos, sendo 66, de startups; e 125, de empresas de tecnologia de informação.

Neste artigo, entende-se startup como empresa de caráter inovador, que desenvolve “suas inovações em condições de incerteza que requerem experimentos e validações constantes, inclusive mediante comercialização experimental provisória, antes de procederem à comercialização plena e à obtenção de receita” (Lei Complementar nº 167, de 24 de abril de 2019). Mesmo que nem todas as startups sejam da área da tecnologia, são empresas diretamente ligadas à inovação e à dinâmica de desenvolvimento de atividades. Por isso e para possibilitar maior número de respondentes, uma vez que a maioria das startups conta com poucos funcionários e, muitas vezes, apenas com os sócios-proprietários, que já são empreendedores, os dois tipos de organização foram pesquisados juntos.

A técnica de amostragem intencional não probabilística foi utilizada, conforme Hair Jr. et al. (2005), porque as pesquisadoras precisaram escolher os respondentes a partir da proximidade e da possibilidade de acesso da população-alvo. Nesse sentido, para a obtenção dos dados e do contato com a startups, todos os parques tecnológicos do estado do Rio Grande do Sul e a Associação Gaúcha de Startups foram acessados, para serem intermediários; já as empresas de tecnologia foram contatadas diretamente, uma a uma. Ressalta-se que houve grande empenho na busca pela proporcionalidade de respondentes nas regiões do estado Rio Grande do Sul, localizando empresas com atividades afins nas áreas de tecnologia e tecnologia da informação (TI). Para tanto, foram contatadas organizações já estudadas, outras pesquisadas no Google e, em algumas localidades, buscou-se os APL (Arranjos Produtivos Locais). Destes, todavia, apenas a Trino Polo de Caxias do Sul deu atenção, auxílio e participou da pesquisa.

Dos 191 questionários respondidos, 12 foram excluídos, porque: estavam preenchidos inadequadamente ou indicavam o cargo de empreendedor ou de sócio-proprietário – não constituindo o público-alvo da pesquisa, isto é, enquadravam-se como empreendedores; totalizando, assim, 179 questionários válidos.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta seção, os resultados e as discussões estão apresentados, na seguinte ordem: dados sociodemográficos dos respondentes; resultados descritivos do questionário aplicado; e testes estatísticos realizados.



Os respondentes da pesquisa são predominantemente do sexo masculino (106), o que equivale a 58,9%. As mulheres (73) representaram 41,1%. Quanto à idade, eles têm, em média, 29 anos, mas variam entre 17 e 62 anos. No que diz respeito ao estado civil, 56,98% são solteiros; 39,10% estão em uma união estável ou são casados; e apenas 4% são divorciados ou viúvos. Os cargos estão descritos a seguir (Tabela 1), enfatizando que sócios-proprietários, nas organizações pesquisadas, não estão entre os que desempenham funções administrativas e de gestão.

Cargos	F	%
Administrativos (auxiliares administrativos ou financeiros)	24	14,54
Analistas de: suporte, processos, testes, sistemas, e TI	24	14,54
Desenvolvedores de(a): software, Web, sistemas, sistemas Web	26	15,76
Gestores (diretor de arte, geral, de gestão de pessoas; gerente de: projetos, segurança, tecnologia, operações, sistemas; gestor técnico)	26	15,76
Responsável pelo banco de dados	2	1,22
Suporte técnico ou técnico de suporte	13	7,88
Programadores de sistemas ou da Web	21	12,73
Estagiários	9	5,45
Demais cargos (projetistas, testadores, líderes de desenvolvimento, inspetores de qualidade)	20	12,12
<b>Total</b>	<b>165</b>	<b>100</b>

**Tabela 1**

Descritivo dos cargos

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Quanto ao nível de escolaridade, os participantes da pesquisa detêm um alto grau da instrução, com 89,38% tendo como escolaridade mínima o Ensino Médio completo, com Ensino Superior em andamento; e 5% cursaram ou cursam ensino técnico após o término da Educação Básica.

Sobre filhos, 78,21% dos respondentes não tinham, contra 21,79% que mencionaram pelo menos um. Dos 179 respondentes, 46,37% são os responsáveis principais pela renda da família; e 53,63% contribuem parcialmente com ela.

Quando questionados quanto a trajetória profissional, a porcentagem com maior abrangência aponta que quase 70% dos respondentes têm vínculo de até 3 anos com a organização na qual trabalham. Os que possuem mais de 10 anos fazem parte de quatro empresas, sendo três localizadas no interior do estado e apenas uma na região metropolitana.

Ao examinar o tempo de trabalho do indivíduo no mercado, observou-se a concentração de 52,52% com até dez anos de experiência profissional, sendo 24,59% com até cinco anos, e 27,93%, de seis a dez anos – achado coerente, a se considerar a média de idade dos respondentes (29 anos). Os demais respondentes (47,48%) ficaram tinham de 11 a 15 anos (18,99%), 16 a 20 anos (10,61%), e mais de 20 anos (17,88%).

Quanto a ter negócio próprio, 81% afirmaram sempre trabalhar para terceiros; e 34 indivíduos (19%) tiveram essa experiência. Entre as justificativas para o abandono do negócio foram distintas: questões financeiras (baixo retorno, dificuldade de estabilizar o negócio); e falta de conhecimento específico do negócio e de experiência na área. Oito indivíduos continuam administrando um negócio paralelamente à atividade profissional.

Ao tratar da vontade de empreender, 61,45% dos respondentes admitem ter intenção, futuramente; e 38,55% afirmaram não ter. Os dados encontrados na pesquisa, contrariam os dados do GEM (2019), na qual apenas 38,7% dos indivíduos que não empreendem têm a intenção de iniciar um negócio próprio.

Ainda sobre o motivo impeditivo para iniciar um negócio próprio, as respostas variaram, sendo a falta de capital financeiro (53,63%) a mais representativa (Tabela 2). A falta de acesso a recursos financeiros

é corroborada pelos dados apresentados no GEM (2017), com 58,6% dos empreendedores mencionando esse elemento limitante, inclusive, para manter o negócio. Esse fator perpassa a projeção apenas no que tange ao início do negócio, pois o percentual não varia muito entre os empreendedores nascentes (60,2%), os novos (60,0%) e os já estabelecidos (57,6%), o que demonstra se tratar de uma barreira persistente para o empreendedorismo no Brasil (GEM, 2017).

Os especialistas do GEM (2019), apontam também como fatores que restringem o desenvolvimento do empreendedorismo, a burocracia e a carga tributária (políticas governamentais) (47,8%); e o acesso a recursos financeiros (34,3%), que englobam as taxas de juros cobradas pelos bancos para o crédito produtivo necessário ao início e operação do negócio, a exigência de garantias para o financiamento, e o excesso de procedimentos burocráticos. Esse problema é enfatizado pela população estudada, para a qual a facilidade de acesso ao crédito (45,7%) constituiria um estímulo para empreender.

---

<b>Capital e Conhecimento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ “Valor inicial e experiência”.</li><li>▪ “Colação de grau/capital”.</li><li>▪ “Experiência, capital de giro, fluxo de caixa, modelo de negócio”.</li><li>▪ “Tempo, conhecimento e dinheiro”.</li><li>▪ “Falta de: experiência, ideias, capital”.</li><li>▪ “Conhecimento e dinheiro”.</li><li>▪ “Não tenho condições financeiras, e pretendo concluir minha graduação para após focar mais e gerir o meu próprio negócio”.</li><li>▪ “Competência, cacife, comodismo”.</li><li>▪ “Já pensei, em outra área, mas primeiro preciso de uma graduação para, posteriormente, pensar nisso”; “Necessito de mais conhecimento e aprendizado”.</li><li>▪ “Experiência e capacidade psicológica”.</li></ul>
<b>Capital e Coragem</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ “Falta de dinheiro, medo de falhar e boas companhias”.</li><li>▪ “Receio”.</li><li>▪ “Coragem”.</li><li>▪ “Receio do novo, de sair do certo para o incerto”.</li><li>▪ “Medo de errar”.</li><li>▪ “O que me impede é o risco de investir, de não dar certo o negócio, pela crise em que o país se encontra e a ‘dificuldade’ financeira das pessoas com o poder aquisitivo, ou seja, a atual conjuntura econômica que estamos vivendo”.</li></ul>
<b>Capital e Dinheiro</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ “Equipe e dinheiro”.</li></ul>
<b>Capital e Mercado</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ “O mercado já está saturado com tantas agências de comunicação digitais; impostos são elevados demais para abrir um negócio próprio; falta capital para investir em um negócio próprio; empresas que não querem investir em comunicação”.</li><li>▪ “Escolha correta do tipo de negócio”, ou “o ramo e local seguro”.</li><li>▪ “Algo inovador, ligado à tecnologia, pensando no futuro próximo”.</li><li>▪ “Buscar um diferencial na área de atuação em que pretendo empreender”.</li></ul>
<b>Capital e Tempo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ “Tempo e capital”.</li><li>▪ “Tempo e dinheiro” (x2).</li><li>▪ “Tempo, dinheiro e ânimo”.</li><li>▪ “Tempo para pensar na formação do meu negócio”.</li><li>▪ “Tempo e falta de ideais práticas”.</li></ul>
<b>Capital e Planejamento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ “Planejamento e dinheiro”.</li><li>▪ “Apenas empreenderia na minha área de atuação, e não o faria sozinho. aguardo parcerias e mais experiências futuras. Acho que não vale a pena empreender sem planejamento inicial, e não acredito valer a pena investir no Brasil, tanto no presente quanto no futuro próximo”.</li></ul>

---



<b>Capital</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ “Gostaria de empreender com capital próprio. Desse modo, o planejamento financeiro para o empreendimento precisa ser um pouco mais conservador. Além disso, considero-me, talvez, em oposição à média – mais competente, uma pessoa mais capaz de operacionalizar ideias (tanto em marketing quanto em finanças e tecnologia). Noto que as pessoas geralmente têm várias ideias, mas não sabem muito bem como as tirar do papel. Gostaria de ter mais contato com os criadores de ideias, para que pudessem entrar como parceiros”.</li> <li>▪ “Uma ideia original e viável no mercado atual, dentro das minhas limitações financeiras”.</li> <li>▪ “No momento, falta-me capital de giro; preciso juntar dinheiro, pois gostaria de iniciar (aos poucos) um negócio próprio, em uma área distante da que atuo”.</li> <li>▪ “Mas sim, minha ideia de um futuro próximo é ser somente empreendedor, para ter mais tempo para minha família. Acho que tenho condições e possuo um bom espírito de liderança”.</li> <li>▪ “Compromissos financeiros (gastos fixos) já estabelecidos, que seriam difíceis de manter em um primeiro momento, como empreendedor”.</li> <li>▪ “Medo de empreender pela questão financeira, tempo de retorno e investimento inicial”.</li> <li>▪ “Capital para investimento, insegurança quanto ao retorno”.</li> <li>▪ “Capital e finalizar o desenho do projeto da ideia”.</li> </ul>
----------------	--

**Tabela 2**

Descritivo dos impedimentos para empreender

Fonte: Elaborada pelas autoras (2021)

Na Tabela 3 estão as estatísticas descritivas alcançadas em todas as afirmativas do construto intenção empreendedora, podendo se observar que, de maneira geral, os valores se aproximam da concordância plena.

Nº	Afirmativas	Média	Desvio-padrão	Moda
1	“Em relação ao meu trabalho e/ou meus estudos, eu me saio muito bem nas tarefas consideradas muito difíceis”.	4,76	0,90	5
2	“Tento intensamente melhorar em relação ao que já realizei no passado”.	<b>5,24</b>	0,99	6
3	“Busco responsabilidades adicionais nos trabalhos que me dão para fazer”.	5,02	0,96	5
4	“Tento atuar mais do que os(as) meus(minhas) colegas”.	4,18	1,16	4
5	“Acredito que empenho e trabalho intenso geralmente levam ao sucesso”.	<b>5,09</b>	1,01	6
6	“Se eu não tiver sucesso em uma atividade/tarefa, eu tendo a desistir”.	2,06	1,24	1
7	“Eu, com certeza, não acredito em sorte”.	3,80	1,54	3
8	“Eu tenho as habilidades de liderança que são necessárias para me tornar um(a) empreendedor(a)”	4,10	1,27	4
9	“Eu tenho maturidade mental (psicológica) para começar a ser um(a) empreendedor(a)”	4,19	1,35	5
10	“Eu tenho acesso a capital para começar a ser um(a) empreendedor(a)”.	<b>2,52</b>	1,55	1
11	“Eu tenho uma boa rede de contatos sociais que pode ser utilizada quando eu decidir me tornar um(a) empreendedor(a)”.	3,54	1,57	4
12	“Eu tenho acesso a informações de apoio para começar a ser um(a) empreendedor(a)”.	3,89	1,61	4
13	“Eu quero seguir carreira como empreendedor(a)”.	3,91	1,74	5
14	“Eu quero seguir carreira como empregado(a) em uma empresa/organização”.	3,53	1,67	4
15	“Eu prefiro ser um(a) empreendedor(a) do que empregado(a) em uma empresa/organização”.	3,96	1,70	4

**Tabela 3**

Análise descritiva das afirmativas de intenção empreendedora

Fonte: Elaborada pelas autoras (2021).

Os itens expostos que apresentaram maior média foram: “tento intensamente melhorar em relação ao que já realizei no passado” e “acredito que empenho e trabalho intenso geralmente levam ao sucesso” (média de 5,24 e 5,09, respectivamente). A primeira afirmativa faz parte das características associadas

à necessidade de realização; e a segunda ao locus de controle, e ambas representam a percepção dos indivíduos de que o esforço, as aptidões e as habilidades são pontos atingidos gradualmente, ao longo do tempo/experiência.

Em contrapartida, o grupo de afirmações que apresentou o menor valor de média (2,52) corresponde à “busca de informação”; e a afirmativa “eu tenho acesso a capital para começar a ser um(a) empreendedor(a)” foi a que atingiu a menor média entre os respondentes. Desse modo, na percepção dos indivíduos, eles não têm acesso ao capital para iniciar seu negócio – ponto que já havia sido evidenciado como maior impedimento para investir em um empreendimento próprio, nas respostas qualitativas dos respondentes. Isso demonstra que, para a população estudada, o capital interfere diretamente na reflexão sobre o empreendedorismo – característica que vai ao encontro, também, do que é apresentado pelo GEM (2019).

As médias alcançadas pelos respondentes, ao avaliar as dimensões mensuradas pelo instrumento de intenção empreendedora, estão apontadas na Tabela 4.

Construto	Dimensão	Média	Interpretação
Personalidade e atitudes	Necessidade de realização	4,79	Alto
	Locus de controle	3,65	Mediano superior
	Autoeficácia	4,15	Mediano superior
Elementos contextuais	Busca por informação	3,32	Mediano inferior
	Intenção empreendedora	3,80	Mediano superior

**Tabela 4**

Média nas dimensões da intenção empreendedora

Fonte: Elaborada pelas autoras (2021).

A dimensão com média alta (mais de 4,50) foi “necessidade de realização” (4,79), representando que, embora características de superação nas atividades propostas sejam exibidas, tanto na organização em que atuam como em sua história de vida, quando se trata do empreendedorismo, é inconcebível não citar a vontade de realização pessoal – ponto este indicado, inclusive, como determinante, em estudos anteriores (Hisrich et al., 2009; McClelland, 1961).

Das demais dimensões apresentadas, pode-se observar (Tabela 1) que há identificação mediana superior dos respondentes quanto às capacidades de perceber: (a) “que suas ações interferem nos resultados das suas atividades (locus de controle)”; e (b) “habilidades de liderança e maturidade em si mesmos(as) para empreender (autoeficácia)”, bem como (c) a vontade de “seguir a carreira como empreendedor, em vez de funcionário” (intenção empreendedora). Tudo isso, mesmo perante menores estrutura de capital, rede de contatos e acesso a informações, para iniciar o empreendimento, como demonstra a menor média alcançada (“busca de informação”).

Para aprofundar a compreensão do comportamento dos respondentes quanto à real intenção em empreender, e avaliar se suas características pessoais e profissionais interferem, de alguma forma, nessa intenção, foram realizados o teste estatístico t e o Anova.

Os fatores idade, escolaridade e estado civil não apresentaram significância nas dimensões da escala de intenção empreendedora, indicando que tais fatores não interferem na vontade do indivíduo de empreender.

Outro fator testado – por meio de um comparativo de médias entre dois grupos, o da capital e o das outras cidades do estado – que não demonstrou diferença de percepção dos indivíduos, foi a localidade da residência, mesmo que as oportunidades se diferenciem de uma região para outra.



No que diz respeito ao sexo dos respondentes, os testes não apresentaram resultados significativos. Nesse sentido, vale observar as seguintes diferenças: (a) a logarítmica, em comparação com outros estudos, como o de Zhang, Duysters e Cloudt (2014), na China, em que as mulheres demonstraram ter menor intenção empreendedora do que os homens, apesar da mesma educação para o empreendedorismo; e (b) a de média por sexo, em quesitos de autoeficácia, como indicam os estudos de Nikou, Brännback, Carsrud e Brush (2019).

Apenas dois fatores pessoais dos respondentes apresentaram diferença de média, na análise da estrutura de intenção empreendedora, no que tange ao locus de controle: se os pesquisados são responsáveis pela renda (Sig. 0,027) e se têm filhos (Sig. 0,002) (Tabela 5).

Dimensão	Responsável pela renda?		Possui filhos?			
	Sig.	Não	Sim	Sig.	Não	Sim
Locus de controle	0,027	3,54	3,77	0,002	3,56	3,96
Intenção empreendedora geral	0,045	3,90	4,07			

**Tabela 5**

Média nas dimensões da intenção empreendedora

Fonte: Elaborada pelas autoras (2021).

Todos os pesquisados acreditam que o trabalho e, por conseguinte, o sustento próprio e/ou da família são impactados diretamente pela execução das suas atividades, o que pode levar ao sucesso ou ao fracasso. De acordo com o teste estatístico anterior (Tabela 5), verificou-se que a responsabilidade pelo locus de controle é ainda maior quando os indivíduos têm filhos.

Em consonância a isso, Kaufmann et al. (1995) descrevem o locus de controle como parte da condição para o indivíduo se empenhar em fazer as coisas de maneira mais eficiente, com fins de alcançar seus objetivos, pois acredita que isso está relacionado exclusivamente à sua atitude pessoal. O compromisso em manter um filho ou ser responsável pela renda familiar, portanto, amplia a reflexão de cuidado.

O índice de intenção empreendedora geral também apresentou Sig. representativo diante da avaliação do perfil dos responsáveis pela renda familiar (0,045) (Tabela 5), cuja intenção empreendedora é maior do que para aqueles sem essa obrigação.

A análise de relação entre o tempo de trabalho e a intenção empreendedora visou identificar se a experiência interferia em algum fator relevante para a abertura de negócio. Para tanto, os respondentes foram divididos em cinco grupos: os que tinham até cinco anos no mercado de trabalho; de seis a dez anos; de 11 a 15 anos; de 16 a 20 anos; e mais de 20 anos. Como resultado, exibiram dissemelhança as dimensões “busca por informação”(0,001) e “índice geral da intenção empreendedora” do indivíduo (0,057) (Tabela 6).

É interessante observar que, segundo esses resultados (Tabela 6), e os valores encontrados com o teste Tukey (Tabela 7), os indivíduos com até dez anos de atuação no mercado de trabalho, ou com mais de 20 anos, consideram-se menos estruturados na dimensão “busca de informação”; os com 11 a 15 anos, mostraram-se neutros; contudo, os com 16 a 20 anos, sobretudo pelas indicações do teste Tukey, que envolvem o capital inicial, a rede de contatos e as informações de apoio iniciais para iniciar um empreendimento, sentem-se mais estruturados.

Esse comportamento foi exibido tanto para a dimensão “busca de informação” quanto para “média da intenção empreendedora total”, distinguindo-se apenas na estrutura geral da intenção empreendedora, sendo a menor média atendida somente na faixa de seis a dez anos de trabalho. Isso pode indicar que

a percepção do indivíduo, ao iniciar a sua carreira, interfere menos (do que nos demais tempos de trabalho), quando ele apresenta características para empreender.

É interessante notar, também, que, para os participantes da pesquisa, a experiência adquirida no decorrer do tempo impacta mais a avaliação das intenções em ter um negócio próprio. Entretanto, depois de um tempo maior no mercado de trabalho, como para quem tem mais de 20 anos de experiência, a avaliação é dada de forma contrária: apesar de ter maior vivência e conhecimento sobre as tarefas executadas e o mercado, ele pondera mais essa condição.

Dimensão	Sig.
Necessidade de realização	0,664
Locus de controle	0,722
Autoeficácia	0,168
Busca por informação	0,001
Intenção empreendedora	0,289
Intenção empreendedora geral	0,057

**Tabela 7**

Teste Tukey – Médias obtidas com o tempo de trabalho

Fonte: Elaborada pelas autoras (2021).

Busca por informação		Intenção empreendedora	
Tempo de trabalho	Média	Tempo de trabalho	Média
De seis a dez anos	2,8980 A	De seis a dez anos	3,8531 A
Até cinco anos	3,3178 A	Até cinco anos	3,9411 AB
Mais de 20 anos	3,3854 A	Mais de 20 anos	4,0396 AB
De 11 a 15 anos	3,5000 AB	De 11 a 15 anos	4,0725 B
De 16 a 20 anos	4,1754 B	De 16 a 20 anos	4,2772 B

Para avaliar se a estrutura utilizada pelo estudo de Kristiansen e Indarti (2004) corresponde realmente às atitudes dos indivíduos com interesse em empreender futuramente, aplicou-se um teste t, a partir de uma pergunta direta sobre o assunto, obtendo os dados a seguir (Tabela 8).

Dimensão	Sig.	Z	Média (quer empreender)	Média (não quer empreender)
Necessidade de realização	0,368	2,449	4,82	4,71
Locus de controle	0,001	1,911	3,75	3,34
Autoeficácia	0,000	0,070	4,36	3,26
Busca por informação	0,003	0,012	3,40	2,80
Intenção empreendedora	0,000	0,920	4,05	3,24
Intenção empreendedora geral	0,000	0,975	4,11	3,57

**Tabela 8**

Resultado do teste t, sobre querer empreender e o construto intenção empreendedora

Fonte: Elaborada pelas autoras (2021).

Como é possível perceber (Tabela 8), o construto de intenção empreendedora proposto pelos autores consegue mensurar parte do comportamento do indivíduo na reflexão sobre empreender, já que apenas uma dimensão não apresentou significância no comparativo – a “necessidade de realização”, que é coerente, a se considerar que, independentemente de querer continuar vinculado a uma organização ou criar seu negócio, o indivíduo busca a realização pessoal.

Se faz parte da construção da identidade do indivíduo, como afirmam Magalhães e Bendassolli (2013), mais do que proporcionar um lugar ou um status social, o trabalho lhe permite organizar a narrativa



pessoal de quem ele é. Ou seja, independentemente da carreira escolhida para seguir, busca-se a realização pessoal com a atividade exercida, e ela pode ser alcançada tanto empreendendo quanto sendo funcionário de uma organização.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo buscou investigar a intenção empreendedora dos sujeitos ligados às startups e às empresas de tecnologia da informação de pequeno porte, no estado do Rio Grande do Sul, tendo em vista que a atividade de empreendedorismo se centraliza na figura do indivíduo empreendedor.

Perante as análises e as discussões ora apresentadas, percebe-se que, mais de 60% dos pesquisados têm intenção de empreender, mesmo vinculados a uma organização; mas a falta de capital para o iniciar o negócio é o maior impedimento. A abertura de um negócio decorre de um comportamento planejado, havendo a intenção e a compreensão de que, para “abrir mão” da ligação com a empresa a qual se está vinculado, alguns fatores precisam ser observados.

Entre as características particulares sobre a população estudada, nesse tipo de empresa, se comparada às de outros setores, houve o predomínio de pessoas: (a) com grau de instrução elevado, provavelmente pela complexidade do produto; e (b) na faixa etária de jovens adultos, o que impacta a responsabilidade de renda.

Se o indivíduo for responsável pela renda familiar e tiver filhos, em sua percepção, ele terá que executar as tarefas de forma exímia; e se sentirá mais preparado para empreender, quando ocupar a faixa dos 16 aos 20 anos de trabalho, devido à experiência adquirida.

Um dos pontos mais interessantes encontrados na pesquisa foi que a necessidade de realização – uma das dimensões especificadas do modelo de intenção empreendedora – não está associada apenas aos indivíduos que pretendem empreender, mas a todos os participantes, pois se trata da realização profissional e, por conseguinte, independentemente da carreira escolhida, é algo relevância na vida dos respondentes.

A pesquisa representou adequadamente a população estudada, com respostas de todas as regiões do Rio Grande do Sul, mesmo não tendo conseguido atingir, em sua totalidade, as cidades nas quais foi identificada a presença de startups e de empresas de tecnologia da informação. Nesse sentido, vale salientar que não houve intenção de generalizar os dados da população estudada, mas de centralizar um setor, e analisar o comportamento dos indivíduos ligados a uma organização, haja vista os estudos nacionais e internacionais avaliarem somente a perspectiva de estudantes, não de indivíduos com trajetórias profissionais já consolidadas.

Para o alcance pleno de seu objetivo, esta pesquisa teve, como limitação, a dificuldade de identificar, de entrar em contato, e de obter retorno da população específica. Muitos empreendedores procurados alegaram ser impossível parar as atividades laborais dos funcionários para o preenchimento dos questionários, sendo que os aspectos abordados não eram de interesse da empresa.

Como sugestões para estudos futuros, recomenda-se: (a) a aplicação dessa estrutura em outras organizações, para verificar se o comportamento dos indivíduos difere em cenários não associados à inovação e empreendedorismo; (b) sejam verificadas, nas pesquisas de intencionalidade de empreender, questões relativas ao conhecimento do indivíduo sobre investidores-anjos, de capital, e programas de auxílio financeiro para novos empreendimentos, a fim de observar se essa informação proporciona um impulso maior à criação de negócios.

## 6. REFERÊNCIAS

- Abstartups – Associação Brasileira de Startups. (2021). *Crescimento das Startups*. Recuperado de <https://abstartups.com.br/crescimento-das-startups/>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-t](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-t)
- 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*. New York: Psychology Press.
- Baron, R. A., & Shane, S. A. (2007). *Empreendedorismo: Uma visão do processo*. São Paulo: Thomson Learning.
- Barral, M. R. M., Ribeiro, F. G., & Canevar, M. D. (2018). Influence of the University Environment in the Entrepreneurial Intention in Public and Private Universities. *RAUSP Management Journal*, 53(1), 122-133. <https://doi.org/10.1016/j.rauspm.2017.12.009>
- Da Silva Sousa, E., Fontenele, R. E. S., Silva, Á. L. L., & de Sousa Filho, J. M. (2019). Mapeamento da produção científica internacional sobre intenção empreendedora. *Revista de Gestão e Secretariado*, 10(3), 114-139. <http://dx.doi.org/10.7769/gesec.v10i3.901>
- Dalmoro, M., & Vieira, K. M. (2013). Dilemas na construção de escalas Tipo Likert: o número de itens e a disposição influenciam nos resultados? *Revista gestão organizacional*, 6(3).
- Fontenele, R. E. S., Brasil, M. V. O., & Souza, A. M. R. (2015). Influência da intenção empreendedora de discentes em um Instituto de Ensino Superior. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 4(3), 147-176. <https://doi.org/10.14211/regepe.v4i3.191>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2019). *Empreendedorismo no Brasil 2019 – Relatório Executivo*. Recuperado de <http://www.ibqp.org.br/gem/download/>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2017). *Empreendedorismo no Brasil 2017 – Relatório Executivo*. Recuperado de <http://www.ibqp.org.br/gem/download/>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2015). *Empreendedorismo no Brasil 2015 – Relatório Executivo*. Recuperado de <http://www.ibqp.org.br/gem/download/>
- Hair Jr., J. F., Babin, B., Money, A. H., & Samoel, P. (2005). *Fundamentos de métodos de pesquisa em administração*. Porto Alegre: Bookman.
- Hisrich, R. D. (1990). Entrepreneurship/Intrapreneurship. *American Psychologist*, 45(2), 209-222. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.45.2.209>
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2009). *Empreendedorismo* (7a ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Kaufmann, P. J., Welsh, D. H. B., & Bushmarin, N. V. (1995). Locus of Control and Entrepreneurship in the Russian Republic. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(1), 43-56. <https://doi.org/10.1177/104225879502000103>
- Kristiansen, S., & Indarti, N. (2004). Entrepreneurship intention among Indonesian and Norwegian students. *Journal of Enterprising Culture*, 12(1), 55-78. <https://doi.org/10.1142/S021849580400004X>
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315-330. <https://doi.org/10.1080/08985629300000020>
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432. [https://doi.org/10.1016/s0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/s0883-9026(98)00033-0)
- Lei complementar nº 167, de 24 de abril de 2019. Dispõe sobre a Empresa Simples de Crédito (ESC) e altera a Lei nº 9.613, de 3 de março de 1998 (Lei de Lavagem de Dinheiro), a Lei nº 9.249, de 26 de dezembro de 1995, e a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 (Lei do Simples Nacional), para regulamentar a ESC e instituir o Inova Simples. Recuperado de [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/LCP/Lcp167.htm#art13](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp167.htm#art13)
- Leibenstein, H. (1968). Entrepreneurship and development. *The American Economic Review*, 50(2), 72-83. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/1831799>
- Levie, J., & Autio, E. (2007). Entrepreneurial framework conditions and national-level entrepreneurial activity: seven-year panel study. *Proceedings of the Global Entrepreneurship Research Conference*, George Mason University, Washington, D.C., USA, 3.
- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6(6), 295-310. <https://doi.org/10.1108/13552550010362741>



- Lopes, L. F. D., Bresciani, S. A. T., Johann, D. A., Moura, G. L., Almeida, D. M., & Teixeira, C. S. (2020). Modeling Entrepreneurial Intent as a Predictor of Frugal Innovation in University Students. *Revista de Administração da UFSM*, 13(3), 643-663. <https://doi.org/10.5902/1983465943879>
- Maciel, C. de O., & Camargo, C. (2010). Locus de controle, comportamento empreendedor e desempenho de pequenas empresas. *RAM – Revista de Administração Mackenzie*, 11(2), 168-188. <https://doi.org/10.1590/s1678-69712010000200008>
- Magalhães, M. O., & Bendassolli, P. F. (2013). Desenvolvimento de carreira nas organizações. In L. O. Borges, & L. Mourão (Orgs.), *O trabalho e as organizações: modos de atuação a partir da Psicologia* (pp. 433-464). Porto Alegre: Artmed.
- Martins, F. S., Santos, E. B. A., & Silveira, A. (2019). Intenção Empreendedora: Categorização, Classificação de Construtos e Proposição de Modelo. *Brazilian Business Review*, 16(1), 46-62. <https://doi.org/10.15728/bbr.2019.16.1.4>
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving society*. Princeton: Van Nostrand.
- Nascimento, T. C., Dantas, A. B., Santos, P. C. F., Veras, M., & Costa Junior, A. G. (2010). A metodologia de Kristiansen e Indarti para identificar intenção empreendedora em estudantes de ensino superior: comparando resultados obtidos na Noruega, Indonésia e Alagoas. *Revista de Negócios*, 15(3), 67-86. <https://doi.org/10.7867/1980-4431.2010v15n3p67-86>
- Nikou, S., Brännback, M., Carsrud, A. L., & Brush, C. G. (2019). Entrepreneurial intentions and gender: pathways to start-up. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 11(3), 348-372. <https://doi.org/10.1108/IJGE-04-2019-0088>
- Oliveira, B. M. F., Vieira, D. A., Laguía, A., Mariano, J. A., & Soares, V. J. S. (2016). Intenção empreendedora em estudantes universitários: adaptação e validação de uma escala (QIE). *Avaliação Psicológica*. 15(2), 187-196. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/3350/335047428008.pdf>
- Paiva, L. E. B., Lima, T. C. B., & Rebouças, S. M. D. P. (2021). Intenção Empreendedora entre Universitários Brasileiros e Portugueses. *Reuna*, 26(1), 43-61. Recuperado de <https://revistas.una.br/reuna/article/view/1201/805>
- Paiva, L. E. B., Lima, T. C. B., Rebouças, S. M. D. P., Ferreira, E. M. D. M., & Fontenele, R. E. S. (2018). Influência da Sustentabilidade e da Inovação na Intenção Empreendedora de Universitários Brasileiros e Portugueses. *Cadernos EBAPE.BR*, 16(4), 732-747. <https://doi.org/10.1590/1679-395167527>
- Paiva, L. E. B., Lima, T. C. B., & Silva, D. (2020). Comportamento Planejado e Crenças Religiosas como Antecedentes da Intenção Empreendedora: Um Estudo com Universitários. *Revista de Administração Mackenzie*, 21(2), 1-29. <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMG200022>
- Santos, P. C. F., Minuzzi, J., Lezana, A. G. R., & Grybovski, D. (2009). Intenção empreendedora: um estudo com empretecos catarinenses. *Revista de estudos em administração*, 9(19), 7-16.
- Scherer, R. F., Adams, J. S., Carley, S. S., & Wiebe, F. A. (1989). Role Model Performance Effects on Development of Entrepreneurial Career Preference. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(3), 53-72. <https://doi.org/10.1177/104225878901300306>
- Shapero, A., & Sokol, L. (1987). Social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Champaign: Prentice-Hall.
- Schumpeter, J. A. (1982). *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. São Paulo: Abril Cultural.
- Silveira, A., Nascimento, S., & Riboldi, L. (2018). Sustentabilidade e Intenção Empreendedora: Estudo com Discentes do Curso de Administração da Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc). *Revista de Gestão e Secretariado*, 9(2), 179-204. <https://doi.org/10.7769/gesec.v9i2.769>
- Sousa, E. S., Fontenele, R. E. S., Silva, L. L., & Sousa Filho, J. M. (2019). Mapeamento da Produção Científica Internacional sobre Intenção Empreendedora. *Revista de Gestão e Secretariado*, 10(3), 114-139. <https://doi.org/10.7769/gesec.v10i3.901>
- Sousa, E. S., Paiva, L. E. B., Santos, A. R., Rebouças, S. M. D. P., & Fontenele, R. E. S. (2020). A Influência das Crenças Religiosas na Intenção Empreendedora: Uma Análise sob a Perspectiva da Teoria do Comportamento Planejado. *Cadernos EBAPE.BR*, 18(1), 200-215. Recuperado de <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cadernosebape/article/view/75893>

- Souza, E. C. L., & Lopez Jr, G. S. (2011). Empreendedorismo e Desenvolvimento: uma relação em aberto. *RAI – Revista de Administração e Inovação*, 8(3), 120-140. <https://doi.org/10.5773/rai.v8i3.785>
- Souza, R. D. S., Silveira, A., & Nascimento, S. (2018). Ampliando a Mensuração da Intenção Empreendedora. *Revista de Administração Faces Journal*, 17(2), 74-93. <https://doi.org/10.7769/gesec.v12i1.1150>
- Vale, G. M. V., Corrêa, V. S. C., & Reis, R. F. (2014). Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? *Revista de Administração Contemporânea*. 18(3), 311-327. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20141612>
- Zain, Z. M., Akram, A. M., & Ghani, E. K. (2010). L'esprit d'entreprise chez les étudiants en commerce malaisiens. *Canadian Social Science*, 6(3), 34-44. <https://doi.org/10.3968/j.css.1923669720100603.004>
- Zhang, Y., Duysters, G., & Cloudt, M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International entrepreneurship and management journal*, 10(3), 623-641. <https://doi.org/10.1007/s11365-012-0246-z>

i

[http://www.spell.org.br/documentos/resultadobusca/?eou%5B%5D=&tipo\\_busca=avancado&campo%5B%5D=TITULO&texto%5B%5D=inten%C3%A7%C3%A3o+empreendedora&eou%5B%5D=E&campo%5B%5D=RESUMO&texto%5B%5D=&eou%5B%5D=E&campo%5B%5D=TITULO&texto%5B%5D=&mes\\_inicio=1&ano\\_inicio=2017&mes\\_fim=&ano\\_fim=&busca\\_tipo\\_documento%5B%5D=6](http://www.spell.org.br/documentos/resultadobusca/?eou%5B%5D=&tipo_busca=avancado&campo%5B%5D=TITULO&texto%5B%5D=inten%C3%A7%C3%A3o+empreendedora&eou%5B%5D=E&campo%5B%5D=RESUMO&texto%5B%5D=&eou%5B%5D=E&campo%5B%5D=TITULO&texto%5B%5D=&mes_inicio=1&ano_inicio=2017&mes_fim=&ano_fim=&busca_tipo_documento%5B%5D=6)

