

Proposta de construtos da intenção empreendedora: um estudo a partir da teoria do comportamento planejado

Vanessa de Fátima Silva Primo¹

Kassyo Augusto Lima de Sousa²

Paulo Roberto Campelo Fonseca e Fonseca³

Resumo: O curso de administração por intermédio da sua matriz curricular, que visa gerar competências e habilidades de gestão nos seus egressos, dentre elas, a de empreender, pode gerar uma motivação ou intenção empreendedora, que se traduz no comportamento dos egressos orientado para a abertura de negócios. Dessa forma, o objetivo deste estudo é levantar quais são os preditores da intenção empreendedora de acadêmicos de Administração de uma IES privada em São Luís do Maranhão de acordo com a Teoria do Comportamento Planejado, uma derivação da Teoria da Ação Racional. Para alcançar esse objetivo, foi feito um estudo de caso em uma IES privada onde participaram 101 estudantes do 1º ao 8º período do curso de Administração. Para as análises estatísticas deste artigo utilizou-se o software IBM SPSS Statistics, sendo realizados os cálculos de frequência relativa e o teste de correlação entre as variáveis com a indicação do p-valor para identificação da significância estatística. Os resultados indicam que a variável motivacional (motivos de engajamento, carreira empreendedora, norma subjetiva e ambiente universitário) se relaciona mais fortemente com a intenção empreendedora, ou seja, quanto mais positivo são os motivos dos estudantes em relação ao empreendedorismo, mais forte é a sua intenção de seguir essa carreira.

Palavras-chave: Teoria do Comportamento Planejado; Intenção Empreendedora; Comportamento Empreendedor.

Proposal of entrepreneurial intent constructs: a study from the theory of planned behavior

Abstract: The administration course through its curriculum, which aims to generate management skills and abilities in its graduates, including an entrepreneur, can generate entrepreneurial motivation or intention, which translates into the behavior of graduates oriented towards opening a business. Thus, the aim of this study is to raise the predictors of the entrepreneurial intention of Business Administration students from a private HEI in São Luís do Maranhão, according to the Theory of Planned Behavior, a derivation of the Theory of Rational Action. To achieve this goal, a case study was carried out in a private HEI where 102 students from the 1st to the 8th period of the administration course participated. For statistical analysis, SPSS was used, relative frequency calculations and the correlation test between variables were performed, indicating the p-value to identify statistical significance. The results indicate that the motivational variable (engagement motives, entrepreneurial career, standard criterion and

1 Bacharel em Administração na Universidade CEUMA (UniCeuma). Integrante do Grupo de Pesquisa em Administração e Sociedade (GPADS). Endereço Postal: Rua Josué Montelo, nº 01, Renascença II. São Luís/ MA. E-mail: vanessaprimo91@gmail.com

2 Especialista em Estatística pela Universidade Estadual do Maranhão (UEMA). Bacharel em Administração na Universidade CEUMA (uniCeuma). Integrante do Grupo de Pesquisa em Administração e Sociedade (GPADS).

3 Mestre em Desenvolvimento Socioeconômico pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Graduado em Administração pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Professor e Coordenador do Curso de Administração da Universidade CEUMA (UniCeuma).

university environment) is more strongly related to entrepreneurial intention, that is, the more positive the students' motives in relation to entrepreneurship, the stronger his intention to pursue that career.

Keywords: Theory of Planned Behavior; Entrepreneurial Intention; Entrepreneurial Behavior.

1 Introdução

A Intenção Empreendedora (IE) é definida como uma condição espiritual em que o indivíduo deve ter a atenção direcionada para a criação de uma empresa, ou seja, uma projeção individual de ações e metas a serem elaboradas para se desenvolver um negócio (LIMA *et al*, 2014). O estudo sobre o tema está baseado na Teoria do Comportamento Planejado que é uma derivação da Teoria da Ação Racional, e as duas possuem pontos de vistas com relação aos indivíduos que tomam decisões sobre seguir uma carreira, pois se relacionam às características de natureza contextual e aos aspectos motivacionais e atitudinais. São perspectivas que englobam importância na literatura, porém raros são os estudos que exploram a utilidade de fatores pessoais e contextuais concomitantemente.

A crença de que o empreendedorismo tem sido considerado fator preponderante para o desenvolvimento socioeconômico de um país, tem levado pesquisadores a investigarem a intenção empreendedora como procedimento específico de um indivíduo. O estudo afirma que essa intenção acontece pós-comportamento do empreendedor, ou seja, prediz a origem ou ampliação do negócio. Na teoria, ela é apontada como um dos sustentáculos que se relacionam às possibilidades tangíveis de empreender como é notado nos grandes estudos e que elevam a IE como gatilhos em diversos fenômenos sociais. No entanto a compreensão da Intenção Empreendedora é diversificada e engloba características dos empreendedores, tais como suas necessidades e costumes (LOIOLA *et al*, 2016).

Tendo em vista a relevância do tema questionado nesse estudo, manifesta-se a seguinte pergunta para a pesquisa: qual a influência dos fatores motivacionais e comportamentais na intenção empreendedora de universitários do curso de Administração de uma IES privada? Tal indagação há de diligenciar tanto uma arguição bibliográfica quanto a aplicação de métodos de observação ou exaustão de referências capazes de anuir que a temática sondada alcança o objetivo da pesquisa que é levantar quais são os preditores da intenção empreendedora de acadêmicos de administração segundo a Teoria do Comportamento Planejado na Universidade CEUMA.

Para expor as decorrências do estudo realizado, ele está ordenado da seguinte maneira: primeira parte introdutória; segunda parte explicitação do referencial teórico apontando os principais preditores da intenção empreendedora abordando construtos de percepções contextuais distais, proximais e construtos de percepções individuais, analisando-se as médias de contexto e fatores motivacionais que contribuem para a intenção empreendedora; terceira parte, a metodologia para explanar os detalhes do estudo dedutivo realizado em uma IES privada; quarta parte, apresentação dos resultados do estudo; e, por fim, na quinta parte, serão mostradas as principais conclusões desta pesquisa. As referências do material citado que fundamentam o assunto complementando o artigo foram retiradas de estudiosos, como Ajzen, (1981, 1985, 1988, 1991), Ajzen e Fishbein (1970,1980), Fishbein e Ajzen (1974, 1975, 1977, 2010) e McClelland (1965).

2 Referencial Teórico

Para que o propósito do presente artigo seja alcançado, é imprescindível que se perfaça uma interpretação a respeito das teorias e artigos existentes com a intenção de dar amparo técnico-científico a esta pesquisa. Neste sentido, é solicitado uma abordagem às seguintes asserções: Teoria do Comportamento Planejado; Intenção Empreendedora; e Comportamento Empreendedor que se constata ser o caminho para a arguição do problema suscitado neste artigo.

2.1 Teoria da Ação Racional e a Teoria da Ação Planejada

Dentro do estudo do empreendedorismo identificam-se fatores que inspiram o comportamento empreendedor e podem ser divididos em duas categorias, a saber: características pessoais e contextuais. A primeira foca nos desenvolvimentos de instrumentos para a orientação empreendedora relacionada aos aspectos da psicologia, enquanto a segunda tem a ver com diferenças regionais, educação empreendedora, culturas, capital social, etc. Outros estudos afirmam que esses fatores podem ser de caráter individual, social e ambiental: individuais focam na personalidade empreendedora, os ambientais analisam as características contextuais para alcançar oportunidades de carreias, e os sociais tratam de experiências de vida. Esse estudo irá tratar dos fatores pessoais ou individuais (CHING *et al.*, 2015).

A predição da intenção de carreira empreendedora é um estudo fomentado por dois grandes modelos. O primeiro é o de Krueger-Shapero que se baseia em crenças do empreendedorismo e tem como fator resultante três elementos: o afeto, a análise de oportunidades e o comportamento orientado para objetivos, ou seja, o desejo de se autoempregar, a viabilidade de acontecimentos e a propensão para agir nessa direção. O segundo modelo é a Teoria do Comportamento Planejado, que é a derivação da Teoria da Ação Racional, como explicam Loiola *et al.* (2016).

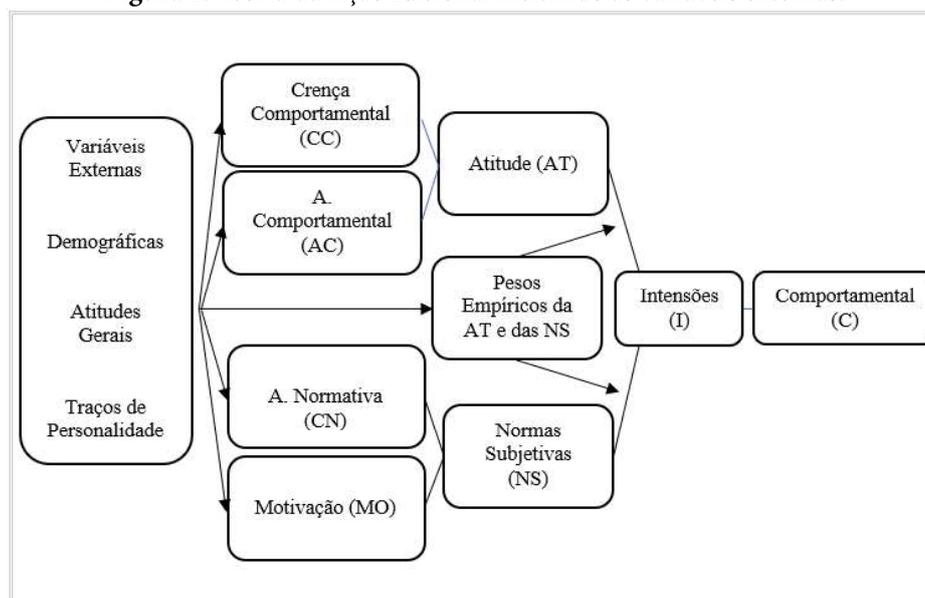
Martins *et al.* (2014) afirmam que, quando um indivíduo realiza uma ação, necessariamente se espera dele uma preparação. O simples ato de ir ao cinema, por exemplo, precisa de uma programação quanto à compra do ingresso, ao horário e ao modo como se vai até o local, entre outros fatores. Esses detalhes se relacionam às intenções que antecedem as ações. Também existem atividades cotidianas, que depois de certo tempo, por serem várias vezes repetidas, são feitas automaticamente e possuem planejamentos inconscientes, como escovar os dentes e dirigir um carro. Nesse caso, as ações são dominadas pelas intenções. A Teoria da Ação Racional (TAR) foi desenvolvida em meados de 1960 por Fishbein com a contribuição de Ajzen e outros estudiosos. A proposta desse modelo só obtém sucesso quando são aplicados aos comportamentos nos quais o indivíduo exerce de fato a ação do querer.

Para a adoção de alguns comportamentos, essa teoria roga que devem ser feitas uma análise racional das informações existentes e uma introdução sobre os principais fatores, as atitudes e as normas subjetivas. Portanto essas subjetividades são crenças do indivíduo em relação ao que as pessoas esperam dele, e essas expectativas motivarão seu comportamento, enquanto as atitudes são influenciadas pelas crenças e referem-se às consequências da adoção de um comportamento e às avaliações das consequências esperadas, como afirmam Roazzi *et al.* (2014).

A TAR afirma que os indivíduos são sensatos em suas atitudes, e a predição do comportamento é o composto principal para o alcance dos objetivos dessa teoria com a ressalva de que este comportamento é resultado de escolhas e da precisão na intenção de realizá-lo por parte de um indivíduo. Sousa *et al.* (2018) explicam que a TAR prediz a intenção comportamental diante de situações e vem sendo aplicada para identificar as características que a determinam, ou seja, a determinação da intenção comportamental do indivíduo se baseia em duas funções básicas: as atitudes e a norma subjetiva. Sousa *et al.* afirmam que “o modelo TAR, utiliza cinco construtos na predição do comportamento: as crenças comportamentais, a atitude, as crenças normativas, a norma subjetiva e a intenção comportamental”.

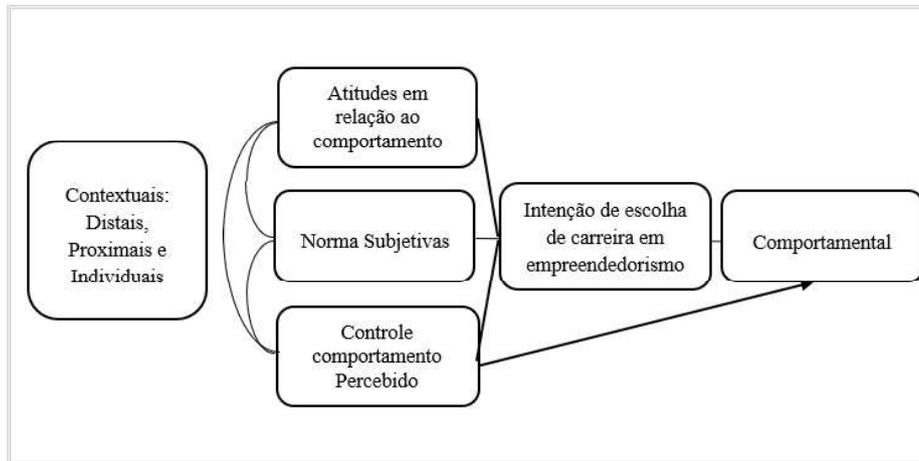
Seguindo o mesmo raciocínio, Martins *et al.* (2014) preconizam que a TAR utiliza ao menos dois construtos para obter o controle volitivo na prevenção do comportamento do indivíduo, não deixando de lado que a motivação da intenção possa ser alterada e mudando assim o curso da ação. O tempo, as crenças salientes e as novas informações podem influenciar na mudança de intenções, porém é importante ressaltar que, segundo a TAR, as características demográficas, por exemplo, não exercem grande influência como pode ser contextualizada na Figura 1.

Figura 1: Teoria da Ação Racional incluindo as variáveis externas.



Fonte: Adaptado de Martins *et al.* (2014, p. 111).

Oliveira (2016, p. 188) determina que o modelo da Teoria da Ação Planejada é o mais utilizado no estudo da intenção empreendedora por ser amplamente visto em diversas áreas com o intuito de prever diferentes tipos de intenções comportamentais. Esse autor afirma que “a TAP assenta na premissa de que a intenção depende da influência de três componentes: atitudes, a norma subjetiva, e o controle comportamental percebido”, porém esses componentes podem ter um peso diferente variando a sua importância em função dos comportamentos e das situações, e a aplicação da TCP no contexto da educação superior em empreendedorismo é sintetizada esquematicamente na figura 2.

Figura 2: Teoria do Comportamento Planejado.

Fonte: Adaptado do Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2013-2014 de Lima et al. (2014, p. 9).

Lima *et al.* (2014) explicam que os componentes representados na Figura 2 são descritos da seguinte forma: as atitudes em relação ao comportamento estão relacionadas a ideia de empreender sendo que essas atitudes podem ser favoráveis ou não; as normas subjetivas, favoráveis ou não, estão relacionadas à percepção da pressão social; e o controle comportamental percebido se relaciona à facilidade ou não na manifestação de um comportamento pontuando as deficiências e obstáculos. Portanto esses componentes se relacionam à noção de um indivíduo para empreender por meio do seu controle de comportamento.

2.2 Intenção Empreendedora

Krüger (2019, p. 620) define que o termo intenção vem do “latim medieval, *intentio*, originário do árabe *maʿnā*, que remete a significado ou pensamento”, ou seja, a palavra intenção significa “aquilo que uma pessoa espera que aconteça, vontade; o que se pretende fazer, propósito; o que se almeja; o que se busca; desejo”. Portanto a intenção de criar um empreendimento está relacionada com o comportamento empreendedor que é alimentado pela vontade, pelo desejo e pela possibilidade de constituir um negócio.

Silveira *et al.* (2016, p. 2) concomitantemente afirmam que a intenção empreendedora se origina do comportamento empreendedor de uma pessoa e está ligada ao compromisso de o indivíduo abrir uma empresa não só para obter conhecimento, tais como o ambiente e a cultura, mas também em alcançar motivação para conquistar uma carreira empresarial. Neste sentido, “a intenção empreendedora caracteriza-se por definir uma ação para atingir um objetivo, quanto maior a intenção de executar um determinado comportamento, maior é a probabilidade do seu desempenho eficaz”.

Pesquisas e discussões com a temática intenção empreendedora foram ganhando visibilidade e relevância desde as duas últimas décadas do século XX, ou seja, a intenção empreendedora tem sido reconhecida por pesquisadores dentro do campo de estudo do empreendedorismo. Inicialmente, os aspectos comportamentais do empreendedorismo vêm da TAR e a TCP. Paiva *et al.* (2018, p. 734) afirmam que “essas teorias caracterizam-se por serem modelos teóricos dominantes que explicam a intenção empreendedora à luz da Psicologia Comportamental. Portanto a TCP é usada para explicar comportamentos”.

Martins *et al.* (2018) concomitantemente destacam que os grandes estudos sobre a intenção empreendedora foram traçados por artigos semanais de Shapero e pesquisas de Ajzen. A estrutura da intenção empreendedora surgiu de modelos baseados em conceitos sociológicos e psicológicos com uma literatura que evidencia características pessoais e intenções comportamentais de um indivíduo. Tais modelos se concentraram principalmente na TCP de Ajzen.

Silva (2017, p. 9) admite que o comportamento do indivíduo é determinado por sua intenção comportamental e que surgiu na psicologia social a partir dos estudos de Ajzen e Fishbein com a criação da TRA, um modelo que relaciona as crenças, atitudes, normas, intenções e comportamentos dos indivíduos. Essa teoria é resumida pela seguinte equação, ilustrada na figura 1: Intenção empreendedora comportamental = Atitude + Normas Subjetivas. Ao longo dos anos, o próprio Ajzen evoluiu seu estudo da TRA para que a TCP incluísse um novo elemento nessa teoria, conforme ilustra a Figura 2, “gerando o modelo no qual a intenção comportamental só pode encontrar expressão no comportamento se o comportamento em questão estiver sob controle da força de vontade”.

Cavazos-Arroyo *et al.* (2017, p. 182) afirmam que os “empreendedores sociais devem ter atributos pessoais particulares que refletem a determinação de mudar a sociedade como um todo”. O certo é exaltar mais os valores na intenção empreendedora para que haja um aumento no desenvolvimento de novos modelos sobre esse tema e se obtenha mais conhecimentos.

Ferreira *et al.* (2017) explicam que no Brasil pessoas entre 24 a 35 anos abraçam a ideia de empreender em novos negócios por diversas razões, como falta de oportunidade, autonomia, independência, autorrealização, frustrações no emprego, entre outras, porém esse processo ocorre sem reflexões. Esse fato pode estar relacionado com o ensino do empreendedorismo nas instituições que ainda se encontram em fase embrionária.

Para a previsão do comportamento é de vital importância compreender a intenção empreendedora. Osorio *et al.* (2015) preconizam que as intenções são um importante preditor do comportamento planejado subsequente, uma vez que a decisão de se tornar empreendedor pode ser considerada voluntária e consciente. Portanto, dentro do processo de desenvolvimento de uma carreira empreendedora, a TCP estipula a asserção de que qualquer comportamento requer certo nível de planejamento, e isso pode ser previsto pelo desejo de adotar um comportamento motivado ou planejado. “A intenção é uma medida do quão disposta está uma pessoa a fazer algo ou o quanto estaria planejando para colocar algo em prática, coisas que variam segundo fatores motivacionais e não motivacionais, como oportunidades, recursos e habilidades”, como afirmam Lima *et al.* (2014, p. 9).

2.3 Comportamento Empreendedor

Ao longo dos anos, o mundo tem passado por transformações de curtas fases, com maior relevância e importância no século XX, o período das maiores invenções modernizando o estilo de vida do ser humano. À frente dessas inovações, existem indivíduos com características próprias e visionárias que buscam e querem algo diferente, além de empreenderem e fazerem acontecer. Ter o comportamento empreendedor é buscar ser diferente, possuir motivação própria, ser apaixonado pelo que faz e querer

sempre admiração e reconhecimento. Portanto, uma vez que os empreendedores estão revolucionando o mundo, seu comportamento e o próprio processo empreendedor devem ser estudados, como aponta Dornelas (2019).

Grandes autores preconizam que o empreendedorismo está relacionado ao negócio e à oportunidade, ou seja, desenvolver um comportamento empreendedor em que exploram-se, descobrem-se e avaliam-se as oportunidades para criações inovadoras. Esse comportamento está anexo à visão *Schumpeteriana*⁴, na qual temos abordagem dos aspectos de reconhecimento e exploração de oportunidades, como afirmam Nakao *et al.*, (2018).

Na mesma linha de pensamento, Mazon *et al.* (2019, p. 26) enfatizam que o empreendedorismo é uma cadeira de “destruição criativa” em que os produtos ou técnicas de produção atuais devem ser destruídos e trocados por novos. Consequentemente, o empreendedor deve exercer práticas inovadoras e assumir riscos com a ruptura permanente dos protótipos estabelecidos.

Corroborando essa linha de pensamento, Souza *et al.* (2016) identificam que estudos recentes pelo mundo vêm analisando o “perfil empreendedor” sob a perspectiva do indivíduo, ou seja, uma cadeia de fatores comportamentais típicos do sujeito que o tornam empreendedor. Deste modo, ter empreendedorismo é criar algo novo com agregação de valores, enfrentando riscos, restrições e desafios na busca de resultados e lucros modificando a realidade em oportunidades.

Grandes pesquisas sobre o empreendedorismo têm focado na figura do empreendedor e são originalizadas de dois pontos de análise, a determinação de comportamentos próprios entre indivíduos empreendedores e o compromisso de que a intenção empreendedora não corresponde somente à iniciação de um negócio, mas aos traços contextuais ou motivacionais, como explicam Sousa *et al.* (2017).

Barlach (2014) concomitantemente precisa que, dentro dos estudos sobre o comportamento empreendedor, certificam-se várias menções às pesquisas de David McClelland nas décadas de 1960 e 1970 com seus estudos sobre a motivação humana e inúmeros experimentos na busca de conseguir entender a necessidade de realização que ele afirma ser a base do comportamento empreendedor. Portanto pesquisadores tanto do passado como do presente baseiam-se em conceitos introduzidos por McClelland na referenciação de seus estudos.

Para McClelland, os empreendedores demonstram características motivacionais distintas que se acentuam da necessidade de realização. Isso faz com que o indivíduo busque por objetivos que compreendem tarefas fatigantes, não se resumindo apenas em obter gratificações como dinheiro e prestígios. “É nesta perspectiva que se destaca a importância de promover um estímulo ao desenvolvimento de atributos inerentes ao comportamento empreendedor durante a formação universitária, sem distinção de áreas de formação”, como descrevem Krüger *et al.* (2019, p. 602).

4 Desenvolvida pelo economista austríaco Joseph Schumpeter a teoria da “Destruição Criativa”, é habilidade que os empreendedores têm de criar novos produtos que revolucionam mudanças na economia.

3 Metodologia

Este artigo utilizou o método dedutivo, uma vez que, ao estudar os conceitos do modelo de comportamento planejado que poderiam explicar as atitudes dos alunos de graduação, foi necessário realizar um levantamento dos construtos apresentados por Ajzen, o que resultou na utilização do seu modelo de questionário com algumas adaptações.

Quanto à abordagem, esta pesquisa se caracterizou como quantitativa, pois mensurou através de estatística descritiva as dimensões que mais tiveram concordância com base na escala likert: Discordo Totalmente; Discordo em Parte; Neutro; Concordo em Parte e Concordo Totalmente. Para Lakatos (2017) a metodologia quantitativa, vale-se da coleta de dados para testar hipóteses, com base na medição numérica e na análise estatística, para estabelecer padrões e comprovar teorias. Para as análises estatísticas deste artigo utilizou-se o software *IBM SPSS Statistics*. Para as análises estatísticas deste artigo utilizou-se o software *IBM SPSS Statistics*, sendo realizados os cálculos de frequência relativa e o teste de correlação entre as variáveis com a indicação do p-valor para identificação da significância estatística.

Quanto à natureza, este artigo adotou uma pesquisa aplicada, já que foi direcionada a discentes do curso de administração de uma Universidade Privada do Estado do Maranhão, a saber, a Universidade CEUMA. Quanto ao objetivo, utilizou-se o método descritivo por descrever e relatar os preditores da Intenção Empreendedora de acadêmicos do curso de Administração da Universidade CEUMA. O método descritivo, diz respeito à descrição das características de determinado grupo, fenômeno, ou as relações entre variáveis (GIL, 2017).

O procedimento utilizado para se chegar aos resultados da pesquisa foi um levantamento com discentes do curso de administração de uma IES privada do 1º ao 8º período. Para tanto, utilizou-se um formulário eletrônico, criado no Forms da Microsoft, o qual foi enviado via aplicativo do WhatsApp entre abril e junho de 2020 para os grupos de turmas, que possuíam um universo de 865 alunos, dos quais obteve-se uma amostra de 101 respondentes. Cabe-se ressaltar que, utilizou-se de 17 afirmações que foram construídas pelo autor com base nas dimensões contextual e motivacional da Teoria do Comportamento Planejado a partir do Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2013-2014 de Lima *et al.* (2014) e da pesquisa de Loiola *et al.* (2016), como pode ser visto na tabela 3.

Tabela 3: Dimensões utilizadas na pesquisa

NÍVEIS	CONSTRUTO	AFIRMAÇÕES
PESSOAIS	Nível pessoal	Sexo; Idade; Formação até a Universidade; Período do Curso; Trabalha; Tipo de trabalho; Remuneração mensal.
CONTEXTUAL (DISTAIS)	Ambiente Universitário (Dois itens sobre atmosfera e clima universitário favorável ao empreendedorismo).	1. A atmosfera de minha instituição de ensino me inspira a criar ideias para novos negócios. 2. Em minha instituição de ensino, os estudantes são estimulados a envolverem-se em atividades empreendedoras.
	Educação Empreendedora (Dois itens de aperfeiçoamento de habilidades para identificar oportunidades, iniciar o negócio e desenvolver redes oportunidades a partir de disciplinas cursadas).	3. Sou capaz de controlar o processo de criação de um novo negócio. 4. Conheço todos os detalhes práticos para começar um negócio.
CONTEXTUAL (PROXIMAIS)	Contato com Disciplinas De Empreendedorismo (Uma questão sobre intensidade de contato com disciplinas em empreendedorismo).	5. A disciplina de empreendedorismo aperfeiçoou minhas habilidades de gestão capacitando-me para iniciar um negócio.
	Experiência Familiar (Uma questão sobre experiência paterna e materna em empreendedorismo).	6. Meus parentes mais próximos possuem empreendimento.
	Norma Subjetiva (Um item sobre apoio social de pais, irmão, amigos e colegas à decisão de ser empreendedor).	7. Meus parentes mais próximos aprovariam minha decisão de começar um novo negócio.
MOTIVACIONAL (INDIVIDUAIS)	Motivos Engajamento Carreira Empreendedora (Dois itens sobre motivos de poder, de criatividade e de realização pessoal na escolha da carreira empreendedora).	8. Minha meta profissional é tornar-me empreendedor(a). 9. Estou determinado(a) a criar uma empresa no futuro.
	Percepção de Risco (Dois itens sobre nível de consciência do risco de abrir o próprio negócio).	10. Considero que começar meu próprio negócio é algo muito arriscado. 11. Eu acredito que ser dono(a) do próprio negócio é algo de muito risco.
	Controle Percebido (Dois itens sobre percepção, controle e carreira empreendedora).	12. Começar um negócio próprio e mantê-lo seria fácil para mim. 13. Seria muito difícil para mim desenvolver uma ideia de um novo negócio.
	Atitude Empreendedora (Dois itens sobre nível de identificação pessoal com a abertura do próprio negócio).	14. Uma carreira como empreendedor não é atraente para mim. 15. Se eu tivesse oportunidade e recursos, eu adoraria começar um novo negócio próprio.
	Intenções Escolha de Carreira (Três itens sobre o quanto a carreira de empreendedor está nos projetos de vida dos universitários).	16. Estou preparado para fazer qualquer coisa para ser um empreendedor. 17. Tenho sérias dúvidas sobre começar um negócio próprio em algum dia.

Fonte: Adaptado de Loiola *et al.* (2016, p.26-27).

4 Análise e Discussão dos Resultados

O resultado é composto pela análise de 101 respostas válidas. Das 101 respostas, 7% dos alunos são menores de 18 anos, 43% estão entre 18 e 24 anos, 37% na faixa etária de 25 a 34 anos, e os outros 13% apresentam idade entre 35 e 54 anos. Em relação ao sexo, 59% dos respondentes são mulheres e 41%, homens.

Dentro da análise dos resultados, estimaram-se os efeitos dos preditores contextuais e motivacionais nas três dimensões propostas. O resultado expressa 65% das respostas devotadas a variável de engajamento com carreira empreendedora, 53% da norma subjetiva e 42,5% do ambiente universitário (Tabela 4). Os melhores preditores dos motivos de engajamento carreira empreendedora são os “Minha meta profissional é tornar-me empreendedor” e “Estou determinado a criar uma empresa no futuro”. “Meta profissional é tornar-me empreendedor” e “Estou determinado a criar uma empresa no futuro” são preditores motivacionais. O preditor da norma subjetiva é “Meus parentes mais próximos aprovariam minha decisão de começar um novo negócio” que está ligado ao construto contextual proximal. Já os preditores da atmosfera de “Minha instituição de ensino me inspira a criar ideias para novos negócios” e “Em minha instituição de ensino, os estudantes são estimulados a envolverem-se em atividades empreendedoras” são construtos distais. Percebe-se que a variável motivacional segue tendo efeito positivo sobre os construtos proximais e distais.

Tabela 4: Resultado da pesquisa

CONSTRUTO		AFIRMAÇÕES	A	B	C	D	E
DISTAIS	Ambiente Universitário	1 - A atmosfera de minha instituição de ensino me inspira a criar ideias para novos negócios.	2,0%	0,0%	17,0%	40,0%	41,0%
		2 - Em minha instituição de ensino, os estudantes são estimulados a envolverem-se em atividades empreendedoras.	2,0%	4,0%	16,0%	34,0%	44,0%
		TOTAL	2,0%	2,0%	16,5%	37,0%	42,5%
	Educação Empreendedora	3 - Sou capaz de controlar o processo de criação de um novo negócio.	1,0%	1,0%	29,0%	43,0%	26,0%
		4 - Conheço todos os detalhes práticos para começar um negócio.	6,0%	10,0%	20,0%	45,0%	19,0%
		TOTAL	3,5%	5,5%	24,5%	44,0%	22,5%
PROXIMAIS	Contato com Disciplinas De Empreendedorismo	5 - A disciplina de empreendedorismo aperfeiçoou minhas habilidades de gestão, capacitando-me para iniciar um negócio.	1,0%	0,0%	30,0%	30,0%	39,0%
	Experiência Familiar	6 - Meus parentes mais próximos possuem empreendimento.	8,0%	7,0%	26,0%	20,0%	39,0%
	Norma Subjetiva	7 - Meus parentes mais próximos aprovariam minha decisão de começar um novo negócio.	2,0%	1,0%	22,0%	22,0%	53,0%

CONSTRUTO		AFIRMAÇÕES	A	B	C	D	E
MOTIVACIONAIS	Motivos Engajamento Carreira Empreendedora	8 - Minha meta profissional é tornar-me empreendedor(a).	3,0%	1,0%	13,0%	18,0%	65,0%
		9 - Estou determinado(a) a criar uma empresa no futuro.	3,0%	1,0%	10,0%	21,0%	65,0%
		TOTAL	3,0%	1,0%	11,5%	19,5%	65,0%
	Percepção de Risco	10 - Considero que começar meu próprio negócio é algo muito arriscado.	5,0%	15,0%	13,0%	38,0%	29,0%
		11 - Eu acredito que ser dono(a) do próprio negócio é algo de muito risco.	8,0%	14,0%	16,0%	40,0%	22,0%
		TOTAL	6,5%	14,5%	14,5%	39,0%	25,5%
	Controle Percebido	12 - Começar um negócio próprio e mantê-lo seria fácil para mim.	9,0%	21,0%	21,0%	37,0%	12,0%
		13 - Seria muito difícil para mim desenvolver uma ideia de um novo negócio.	17,0%	21,0%	24,0%	27,0%	11,0%
		TOTAL	13,0%	21,0%	22,5%	32,0%	11,5%
	Atitude Empreendedora	14 - Uma carreira como empreendedor não é atraente para mim.	57,0%	17,0%	10,0%	8,0%	8,0%
		15 - Se eu tivesse oportunidade e recursos, eu adoraria começar um novo negócio próprio.	2,0%	2,0%	9,0%	15,0%	72,0%
		TOTAL	29,5%	9,5%	9,5%	11,5%	40,0%
	Intenções Escolha de Carreira	16 - Estou preparado para fazer qualquer coisa para ser um empreendedor.	4,0%	9,0%	17,0%	30,0%	40,0%
		17 - Tenho sérias dúvidas sobre começar um negócio próprio em algum dia.	32,0%	10,0%	14,0%	27,0%	17,0%
		TOTAL	18,0%	9,5%	15,5%	28,5%	28,5%

Nota: A – Discordo totalmente; B – Discordo em parte; C – Neutro; D – Concordo em parte; E – Concordo totalmente.

Os resultados encontrados nessa pesquisa mostraram como a melhor preditora da intenção empreendedora o construto “motivos de engajamento da carreira empreendedora” (tabela 4). Embora a Teoria da Ação Planejada reafirme a importância do controle percebido no aumento da intenção empreendedora, a forte correlação obtida entre motivos e intenção na amostra deste estudo fez com que a opção fosse testar o poder mediador dos motivos de engajamentos. A norma subjetiva e o ambiente universitário foram incluídos para controlar o seu efeito por serem variáveis positivas associadas com a intenção empreendedora.

Tabela 5: Apresentação dos resultados

Construtos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Intenções Escolhas de Carreira	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. Ambiente Universitário	0,265**	1	-	-	-	-	-	-	-	-

Construtos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. Educação Empreendedora	0,266**	0,361**	1	-	-	-	-	-	-	-
4. Contato com Disciplina de Empreendedorismo	0,229*	0,467**	0,521**		-	-	-	-	-	-
5. Experiência Familiar	0,090	0,129	0,141	0,347**	1	-	-	-	-	-
6. Norma Subjetiva	0,227*	0,179	0,165	0,138	0,387**	1	-	-	-	-
7. Motivos de Engajamento Carreira Empreendedora	0,572**	0,270**	0,290**	0,252*	0,120	0,302**	1	-	-	-
8. Percepção de Risco	-0,266**	0,051	0,002	-0,109	-0,065	-0,008	0,088	1	-	-
9. Atitude Empreendedora	0,609**	0,237*	0,243*	0,256*	0,035	0,265**	0,618**	-0,076	1	-
10. Controle Percebido	0,138	0,044	0,136	0,089	0,042	0,236*	0,011	-0,168	0,007	1
** Correlação significativa ao nível de 0,01 * Correlação significativa ao nível de 0,05										

Fonte: Dos autores (2020).

De modo geral, os resultados (tabela 5) se demonstraram com correlações fracas e moderadas entre as variáveis. Porém, pode-se verificar níveis de significância (p-valor) de 1% e 5%. O valor de p indica se o coeficiente de correlação é significativamente diferente de 0; um coeficiente de 0, indica que não existe uma relação linear. Desta forma, os resultados encontrados apresentam algumas relações positivas entre variáveis que são significativas e serão discutidas a seguir.

Pode-se destacar os principais resultados entre as relações dos construtos. Destaca-se a correlação moderada e significativa encontrada entre Motivos de Engajamento Carreira Empreendedora e Atitude Empreendedora com um valor de 0,618 e significativa ao nível de 1%. Este resultado indica que a variável motivacional (motivos de engajamento carreira empreendedora) se relaciona mais fortemente com a atitude empreendedora, ou seja, quanto mais positivo são os motivos dos estudantes em relação ao empreendedorismo, mais presentes são as suas atitudes para seguir essa carreira.

Nessa mesma linha, observa-se que a Atitude Empreendedora e Intenções Escolhas de Carreira possuem correlação de 0,609 e significativa ao nível de 1%. Desta forma, pode-se inferir que à medida que aumentam as atitudes em relação ao comportamento empreendedor há um indicativo de que aumenta-se a intenção de escolha de carreira em empreendedorismo.

Destaca-se as relações entre as variáveis Motivos de Engajamento Carreira Empreendedora e Intenções Escolhas de Carreira (0,572) significativas ao nível de 1%. A variável motivacional desse estudo está associada à intenção empreendedora, fortalecendo a tese de que fatores motivacionais ajudam a explicar a intenção empreendedora, como Ajzen (1981, 1985, 1988, (1991), Ajzen & Fishbein (1970, 1980), Fishbein & Ajzen (1974, 1975, 1977, 2010) e David C. McClelland (1965). Ao contrário dos estudos empíricos que

sinalizam que a inclusão da percepção de controle, de atitudes e de normas subjetivas aumenta o poder de explicação da intenção empreendedora (p. ex., Ajzen, 2011; Heidemann *et al.*, 2011), isso não ocorreu neste estudo (normas subjetivas e intenção empreendedora com fraca correlação de 0,227). Os motivos de engajamento respondem pela maior parte da explicação.

Por fim, apresenta-se os resultados da correlação entre o Contato com Disciplina de Empreendedorismo e Educação Empreendedora com 0,521 e com 1% de significância. Essa relação pode demonstrar que à medida que são aperfeiçoadas as habilidades de gestão e capacitação no ambiente universitário, pode-se aumentar o processo de criativo e questões práticas para começar um negócio.

5 Considerações Finais

O presente estudo teve como objetivo investigar a intenção empreendedora dos discentes em Administração da Universidade CEUMA (UniCEUMA) e os fatores motivacionais e contextuais que influenciam o comportamento empreendedor. Para isso, foi utilizado um modelo de pesquisa baseada em um questionário de Intenção Empreendedora adaptado de Loiola *et al.* (2016, p.26-27) de acordo com a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) proposta por Ajzen (1991). Entre as contribuições da pesquisa, encontra-se a proposição de evidências de validade e funcionamento dos itens para a intenção empreendedora, a qual consolida o instrumento como alternativa viável para sua mensuração no contexto e amostra empregados no estudo.

A análise do construto Motivos Engajamento Carreira Empreendedora que se refere ao grau do indivíduo em uma avaliação pessoal negativa ou positiva sobre ser um empreendedor apresentou dados satisfatórios, já que obteve o maior percentual de concordância da pesquisa, o que demonstra que os acadêmicos de administração da IES privada estudada possuem uma motivação orientada para a abertura de empreendimentos, tendo sua escolha pela formação em administração orientada para ao final ter competência para empreender.

A Norma Subjetiva também apresentou resultado positivo, e isso mostra que as pessoas que são referências para os alunos participantes aprovaram a sua decisão de empreender, ou seja, os acadêmicos de administração da IES privada estudada, possuem no seu convívio social, atores que influenciam e orientam o seu comportamento a colocar em prática as suas ideias concernentes a negócios.

Os resultados do construto, Ambiente Universitário, denotam que a atmosfera da instituição de ensino é inspiradora e auxilia na criação de ideias para novos negócios, o que estimula os discentes a envolverem-se em atividades empreendedoras mesmo com os resultados próximos a média, apresentou resultado positivo. Esse fator requer certa atenção, pois está diretamente associado ao modelo de ensino e incentivo ao empreendedorismo adotado pelo o curso e pela Universidade. Neste sentido, é que se evidencia a correlação entre o Contato com a Disciplina de Empreendedorismo e a Educação Empreendedora com 0,521 e com 1% de significância. Para este estudo, essa relação pode demonstrar que à medida que são aperfeiçoadas as habilidades de gestão e capacitação no ambiente universitário, pode-se aumentar o processo de criativo e questões práticas para começar um negócio.

Por fim, o estudo oferece evidências coerentes com a Teoria da Ação Planejada, haja vista que os resultados, principalmente das variáveis mais expressivas, tais como, motivos engajamento carreira empreendedora e norma subjetiva, inferem que os estudantes possuem uma intenção empreendedora forjada na influência de outros atores e variáveis. Neste sentido, pode-se citar o próprio curso de administração, mas ressalta-se também o papel fundamental dos motivos na predição da intenção de escolha do empreendedorismo pelo discente da Universidade CEUMA, o que está mais em conformidade com a teoria da ação racional. Sendo assim, os resultados apontam que existe tanto a presença da Teoria da Ação Racional, como da Teoria da Ação Planejada no que tange a explicação do fenômeno da intenção empreendedora dos discentes do Curso de Administração da Universidade CEUMA.

Referências

- BARLACH, L. Comportamento empreendedor: um estudo empírico baseado no referencial de McClelland. **ReCaPe Revista de Carreiras e Pessoas**, v. 4, n. 3, p. 272-280, 2014. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/ReCaPe/article/view/21837>. Acesso em: 22 nov. 2019.
- CAVAZOS-ARROYO, J.; PUENTE-DÍAZ, R.; AGARWAL, N.; Análise de alguns antecedentes da intenção empreendedora social entre os residentes do México. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 19, n. 64, p. 180-199, 2017. Disponível em: http://www.scielo.br/readcube/epdf.php?doi=10.7819/rbgn.v19i64.3129&pid=S1806-48922017000200180&pdf_path=rbgn/v19n64/1806-4892-rbgn-19-64-00180.pdf&lang=pt. Acesso em: 22 nov. 2019.
- CHING, H. Y.; KITAHARA, J. R; Propensão a empreender: uma investigação quantitativa baseada nas características empreendedoras de alunos do curso de administração. **Revista de Ciências da Administração**, v. 17, n. 43, p. 99-111, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/37235>. Acesso em: 07 nov. 2019.
- CORTEZ, P.A. & V., H.M.S. Intenção empreendedora na universidade. **P. M. Latinoamericana en línea Ciências Psicológicas**, v. 13, n. 1, p. 134 – 149, 2019. Disponível em: <http://www.scielo.edu.uy/pdf/cp/v13n1/1688-4221-cp-13-01-134.pdf>. Acesso em: 22 nov. 2019.
- DORNELAS, J. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. – 7. ed. – São Paulo: Empreende, 2018. 288 p.
- FERREIRA, A. S. M.; LOIOLA, E.; GONDIM, S. M. G. Preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora entre universitários: revisão de literatura. **Cadernos EBAPe.BR**, v. 15, n. 2, p. 292-308, 2017. Disponível em: http://www.scielo.br/readcube/epdf.php?doi=10.1590/1679-395159595&pid=S1679-39512017000200292&pdf_path=cebape/v15n2/1679-3951-cebape-15-02-00292.pdf&lang=pt. Acesso em: 22 nov. 2019.
- GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. – 6. ed. – São Paulo: Atlas, 2008.
- KRÜGER C.; MINELLO, I. F. Afinal, o que é intenção empreendedora? Uma revisão sistemática da pesquisa científica. **Rev. Empreendedorismo, Gestão e Negócios**, v. 8, n. 8, p. 618-644, 2019. Disponível em: <http://www.fatece.edu.br/arquivos/arquivos%20revistas/empreendedorismo/volume8/Cristiane%20Kr%C3%BCger;%20Italo%20Fernando%20Minello.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2019.
- KRÜGER, C.; MACIEL, J. da S.; MINELLO, I. F.; COLETTO, C. O comportamento empreendedor no ensino profissional e tecnológico. **Id on Line Rev. Mult. Psic.**, v.13, n. 44, p. 601-619, 2019. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/1619/0>. Acesso em: 21 nov. 2019.
- LAKATOS, E. M. **Metodologia Científica**. – 7. ed. – São Paulo: Atlas, 2017.
- LIMA, E.; NASSIF, V. M. J.; LOPES, R. M. A.; SILVA, D. Educação Superior em Empreendedorismo e Intenções

- Empreendedoras dos Estudantes – Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2013-2014. **Caderno de pesquisa**, n. 2014-03. São Paulo: Grupo APOE, 2014. Disponível em: http://www.guesssurvey.org/resources/nat_2013/cp-2014-03-relatorio-estudo-guesss-brasil-2013-2014.pdf. Acesso em: 21 nov. 2019.
- LOIOLA, E.; GONDIM, S. M. G. PEREIRA, C. R. FERREIRA, A. S. M. Ação planejada e intenção empreendedora entre universitários: Analisando preditores e mediadores. **Revista Psicologia: Organizações e Trabalho**, v. 16, n. 1, p. 22-35, 2016. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Cicero_Roberto_Pereira/publication/297608577_Acao_planejada_e_intencao_empreendedora_entre_universitarios_Analisando_preditores_e_mediadores/links/5716028008aed2dd5cfc6037/Acao-planejada-e-intencao-empreendedora-entre-universitarios-Analisando-preditores-e-mediadores.pdf. Acesso em: 07 nov. 2019.
- MARTINS, E. C. B.; SERRALVO, F. A.; JOÃO, B. do N. Teoria do comportamento planejado: uma aplicação no mercado educacional superior. **Gestão & Regionalidade**, v. 30, n. 88, p. 107-122, 2014 Disponível em: http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_gestao/article/view/2292. Acesso em: 07 nov. 2019.
- MARTINS, F. S.; SANTOS, E. B. A.; SILVEIRA, A. Intenção Empreendedora: Categorização, Classificação de Construtos e Proposição de Modelo. **BBR. Brazilian Business Review**, v. 16, n. 1, p. 46-62, 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.15728/bbr.2019.16.1.4>. Acesso em: 21 nov. 2019.
- MAZON, F. S.; SEIBEL, J. A.; PAGLIARI, L.; BORDIN, M. O Enfoque do Empreendedorismo nos Cursos de Administração do Estado de Santa Catarina. **Ágora: R. Divulg. Cient.**, v. 24, p. 23-43, 2019. Disponível em: <http://www.periodicos.unc.br/index.php/agora/article/view/1697>. Acesso em: 24 nov. 2019.
- NAKAO, A. N.; LEITE, L. E. da C.; CUNHA, J. A. C. da. Uma análise qualitativa da intenção empreendedora e do comportamento empreendedor no período de 2011 a 2015. **REMIPE - Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec**, v. 4, n. 2, p. 271-295, 2018. Disponível em: <http://remipe.fatecosasco.edu.br/index.php/remipe/article/view/100/103>. Acesso em: 22 nov. 2019.
- OLIVEIRA; B. M. da F.; VIEIRA, D. A.; LAGUÍA, A.; MORIANO, J. A.; SOARES, V. J. S. Intenção empreendedora em estudantes universitários: adaptação e validação de uma escala (QIE). **Avaliação Psicológica**, v. 15, n. 2, p. 187-196, 2016. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/avp/v15n2/v15n2a08.pdf>. Acesso em: 07 nov. 2019.
- OSORIO, F. F.; ROLDÁN, J. C. L. Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición. **Cuad. admon.ser.orgam**, v. 28, n. 51, p. 103-131, 2015. Disponível em: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-35922015000200005&lang=pt. Acesso em: 22 nov. 2019.
- PAIVA, L. E. B.; LIMA, T. C. B. de; REBOUÇAS, S. M. D. P.; FERREIRA, E. M. D. M.; FPNTENELE, R. E. S. Influência da sustentabilidade e da inovação na intenção empreendedora de universitários brasileiros e portugueses. **Cad. EBAPE. BR**, v. 16, n. 4, p. 732-747, 2018. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512018000400732&lang=pt. Acesso em: 22 nov. 2019.
- ROAZZI, A.; ALMEIDA, N. D.; NASCIMENTO, A. M. do; SOUZA, B. C. de; SOUZA, M. G. T. C. de; ROAZZI, M. M. Da Teoria da Ação Racional à Teoria da Ação Planejada: Modelos para explicar e prever o comportamento. **Revista AMazônica**, LAPESAM/GMPEPE/UFAM/CNPq/EDUA, v. 13, n. 1, p. 175-208, 2014. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/274698176_Da_Teoria_da_Acao_Racional_a_Teoria_da_Acao_Planejada_Modelos_para_explicar_e_predizer_o_comportamento_From_Theory_of_Reasoned_Action_to_the_Theory_of_Planned_Action_Models_to_explain_and_predict_the_. Acesso em: 21 nov. 2019.
- ROLDÃO, T.; MONTE-MOR, D. S.; TARDIN, N. A influência da recessão econômica na intenção de empreender: uma análise *cross-country* baseada na crise do *subprime*. **O&S - Organizações & Sociedade**, v. 25, n. 85, p. 320-338, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/osoc/a/WN5cnkBjsDzS5HWKwhkXz/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 22 nov. 2019.

SILVA, A. L. da C.; VIEIRA, P. R. da C. Teoria do comportamento planejado - testando a influência da expectativa de desempenho na intenção de jogar on-line. **Revista de Gestão e Tecnológica**, v. 7, n. 4, p. 07-20, 2017. Disponível em: <http://navus.sc.senac.br/index.php/navus/article/view/544/pdf>. Acesso em: 21 nov. 2019.

SILVEIRA, A.; SILVENTE, G. A.; FERREIRA, C. C. Intenção Empreendedora: Fatores E Abordagens Atuais (janeiro De 2013 A janeiro De 2016). In: XIX SEMEAD Seminários em Administração. Nov. de 2016. São Paulo. Anais eletrônicos... São Paulo: Semead, 2016. Disponível em: <https://login.semead.com.br/19semead/anais/arquivos/836.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2019.

SOUSA, M. M. de; ALMEIDA, T. da C. F.; ANDRADE, S. S. da C.; GOUVEIA, B. de L. A.; OLIVEIRA, S. H. dos S. Teoria da ação racional e suas características em pesquisas na enfermagem. **Enfermería Global - EG. Rev. Eletrônica trimestral**, v. 17, n. 3, p. 575-612, 2018. Disponível em: <https://revistas.um.es/eglobal/article/view/305911>. Acesso em: 21 nov. 2019.

SOUZA, G. H. S. de; COELHO, J. A. P. de M.; ESTEVES, G. G. L.; LIMA, N. C.; SANTOS, P. da C. F. dos. Inventário de Barreiras e Facilitadores ao Empreendedorismo: Construção e Validação de um Instrumento. **REAd. Revista Eletrônica de Administração**, v. 22, n. 3, p. 381-412, 2016. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-23112016000300381&lng=pt&tlng=pt. Acesso em: 24 nov. 2019.

SOUZA, G. H. S. de; SANTOS, P. da C. F. dos; LIMA, N. C.; CRUZ, N. J. T. da; LEZANA, Á. G. Rojas; COELHO, J. A. P. de M. Escala de Potencial Empreendedor: evidências de validade fatorial confirmatória, estrutura dimensional e eficácia preditiva. **Gestão & Produção**, v. 24, n. 2, p. 324-337, 2017. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-530X2017000200324&lang=pt. Acesso em: 24 nov. 2019.

Submetido em: 07.10.2021

Aceito em: 28.03.2022