

## **O QUE LEVA OS BRASILEIROS À INTENÇÃO DE EMPREENDER?**

**ULISSES DIEGO PINTO DA SILVA**  
FUCAPE BUSINESS SCHOOL (SÃO LUIS/MA)

**SÉRGIO AUGUSTO PEREIRA BASTOS**  
FACULDADE FUCAPE (FUCAPE)

Agradecimento à órgão de fomento:  
N/A

### O QUE LEVA OS BRASILEIROS À INTENÇÃO DE EMPREENDER?

#### **Introdução**

O avanço tecnológico e a abertura de mercados fizeram com que países vissem no empreendedorismo o caminho para impulsionar a inovação, o crescimento econômico e a criação de emprego (Kautonen, Gelderen, & Fink 2015; Ozaralli & Rivenburgh, 2016; Sumathi, Ahamed, & Karthikeyan, 2018). A intenção empreendedora por si só não garante a ação de empreender, é necessário entender como ocorrem, nos indivíduos, as relações para construção do modelo cognitivo para a tomada de decisão de empreender (Mamun, Nawi, Mohiuddin, Shamsudin, & Fazal, 2017).

#### **Problema de Pesquisa e Objetivo**

Esta pesquisa pretendeu cobrir lacunas nos modelos de influência sobre a intenção empreendedora (Esfandiar et al., 2019; Wang, Wang, & Chen, 2017; Schlaegel & Koenig, 2014), abordando o cenário brasileiro. Sendo assim, o objetivo desta pesquisa foi identificar fatores que levam os brasileiros à intenção empreendedora.

#### **Fundamentação Teórica**

A Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991; Ajzen & Fishbein, 2000) é utilizada para estudos das relações de comportamento e atitude, ou seja, trata da intenção do indivíduo em envolver-se em algum comportamento resultante de três construções. Já no modelo de Shaper e Sokol (1982), o Evento Empresarial de Shapero (EES), existem três antecedentes críticos, variáveis exógenas, para se criar uma intenção empreendedora. O empreendedorismo uma busca de oportunidades, variando por indivíduo em seus desejos e habilidades (Stevenson e Jarillo, 1990; Esfandiar, et al, 2019).

#### **Metodologia**

A pesquisa foi quantitativa e descritiva, com amostra não aleatória por conveniência, portanto não probabilístico e por acessibilidade. Os dados foram analisados abrangendo a caracterização da amostra, estatística descritiva, regressão linear múltipla, teste de hipóteses e a anova. O programa utilizado para rodar os dados foi o software Stata versão 15.1. O questionário foi submetido a pré-teste, ajustado e aplicado eletronicamente restaram pós pergunta de controle 338 respostas válidas.

#### **Análise dos Resultados**

Os resultados indicam que a atitude em relação ao empreendedorismo, o controle comportamental percebido e o desejo de sucesso impactam positivamente a intenção empreendedora. Todavia, não houve significância na relação da percepção das políticas de apoio governamental com a intenção empreendedora. Adicionalmente, questões socioculturais, demográficas e econômicas afetam a intenção empreendedora, alertando para a importância do desenvolvimento de programas, políticas públicas, currículos escolares e espaços de formação e experiências para incitação da prática empreendedora.

#### **Conclusão**

Os resultados indicaram que a principal variável atrelada à intenção empreendedora dos brasileiros é a atitude em relação ao empreendedorismo. Ressalte-se que esta atitude é formada por princípios, valores e experiências do indivíduo no decorrer de sua vida. A pesquisa também ressaltou uma falta de relação significativa entre as políticas de apoio governamental e a intenção empreendedora. Isso quer dizer que o indivíduo brasileiro não considera o governo um incentivador para o empreendedorismo. Sendo assim, o próprio indivíduo torna-se responsável pelo desenrolar de suas ações empreendedoras.

#### **Referências Bibliográficas**

Ajzen, I., & Fishbein, M. (2000). Attitudes and the attitude-behavior relation: reasoned and automatic processes. *European Review of Social Psychology*, 11(1), 1-33. Esfandiar, K., Sharifi-Tehrani, M., Pratt, S., & Altinay, L. (2019). Understanding entrepreneurial intentions: a developed integrated structural model approach. *Journal of Business Research*, 94, 172-182. Mamun, A., Nawi, N., Mohiuddin, M., Shamsudin, S., & Fazal, A. (2017). Entrepreneurial intention and startup preparation: a study among business students in Malaysia. *Journal of Education for Business*, 92(6), 296-314.

