

**INTENÇÃO DE EMPREENDER: ANÁLISE DOS TRAÇOS DE PERSONALIDADE
DE ALUNOS DE GRADUAÇÃO DO MUNICÍPIO DE SINOP-MT**

BEATRIZ RODRIGUES

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO (UNEMAT)

ELIANE ALVES DA SILVA

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO (UNEMAT)

RAUL AFONSO POMMER BARBOSA

ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DE SÃO PAULO (FGV-EAESP)

INTENÇÃO DE EMPREENDER: ANÁLISE DOS TRAÇOS DE PERSONALIDADE DE ALUNOS DE GRADUAÇÃO DO MUNICÍPIO DE SINOP-MT

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é amplamente conhecido como principal propulsor do desenvolvimento das economias, desempenhando papel estratégico na criação de empregos, inovação e na promoção do aumento da concorrência dos mercados (Silva, 2020). A partir da década de 1990, o Brasil observou um crescimento expressivo na procura de emprego por conta própria, manifestado pelas demissões e a entrada de jovens nas vagas formais. Dessa maneira, por conta das demissões e da falta de alternativas profissionais no mercado diante de cenários políticos, sociais, tecnológicos e econômicos incertos, surgiram os empreendedores por necessidade (Dornelas, 2008).

Entre os fatores que estimulam o desenvolvimento socioeconômico, o empreendedorismo ocupa o papel crucial e indispensável para que uma nação seja fonte de emprego e progresso tecnológico (Mueller; Thomas, 2001). Nesse sentido, o sistema educacional empreendedor do Brasil é capaz de influenciar ações e despertar anseios dos jovens ainda no seu período acadêmico, entretanto ainda não se tornou uma política nacional estabelecida em nosso país, mas cursos de empreendedorismo têm sido oferecidos na forma de disciplinas eletivas, especialmente em faculdades de administração, turismo e informática (Lemos *et al.*, 2018).

Para entender quais medidas podem ser tomadas para encorajar jovens universitários a se envolverem no empreendedorismo, é crucial documentar adequadamente o fenômeno e transformar o ensino que forma empregados e não empreendedores (Dolabela, 2005). O que se busca é formar empreendedores de sucesso e para isto é necessário que, ao longo da formação dos estudantes, sejam desenvolvidas competências, características e comportamentos que vão além dos ensinamentos comerciais, como promover uma mentalidade empreendedora (Mitchell *et al.*, 2007).

O Município de Sinop, situado no norte de Mato Grosso, tem se consolidado como um centro de empreendedorismo. No ano de 2024, o Município alcançou um total de 1.470 novas empresas abertas, posicionando-se como o terceiro município no Estado com mais novas empresas abertas, atrás apenas de Cuiabá e Rondonópolis. Esse crescimento acontece devido a políticas públicas que permitem a abertura de empresas (SEBRAE, 2023). Além disso, micro e pequenas empresas são responsáveis por cerca de 91% dos CNPJ ativos em Sinop, indicando a força do empreendedorismo local. O suporte de instituições como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Centro de Atendimento Empresarial (CAE) tem sido de extrema importância para a orientação e capacitação dos empreendedores, incentivando o desenvolvimento econômico da região (SEBRAE, 2023).

Nesse contexto, a Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), *Campus* de Sinop, destaca-se como fundamental centro de formação acadêmica na região Norte do Estado, contribuindo consideravelmente para o desenvolvimento educacional e econômico local. A instituição oferece cursos de graduação e pós-graduação que atendem a centenas de estudantes, contribuindo significativamente para a formação de profissionais capacitados. O Curso de Administração, inserido na unidade UNEMAT Aquarela das Artes, conta com aproximadamente 305 acadêmicos matriculados, constituindo um significativo grupo de futuros profissionais capacitados para contribuir com o desenvolvimento organizacional e o fomento ao empreendedorismo na região, conforme dados fornecidos pela coordenação do curso.

De acordo com Costa *et al.* (2021), a formação universitária em Administração tem um papel relevante no estímulo ao comportamento empreendedor, principalmente em regiões em

crescimento como o interior do Brasil. Logo seria importante ter estudos que analisem se os alunos nas universidades possuem o perfil empreendedor. Obter uma análise sobre a intenção de empreender dos alunos e suas características poderia auxiliar na atualização de disciplinas, com finalidade de despertar, por meio da prática, esse lado empreendedor dos acadêmicos.

Porém, mensurar a intenção de empreender não é algo simples. Portanto, o modelo *Big Five* pode ser usado para analisar os traços de personalidades dos acadêmicos. Esse modelo engloba cinco grandes fatores de personalidade e traz essas cinco dimensões para análise: o neuroticismo, a extroversão, a amabilidade, e conscienciosidade e abertura à novas experiências (Figueiredo, Avrichir; Barbosa, 2017; Barbosa *et al.*, 2020). Dessa maneira, acredita-se que tais traços são universais, pois foram encontrados em culturas em todo o mundo e em diversos contextos socioeconômicos (Barbosa *et al.*, 2020).

Os traços de personalidade são determinantes válidos para medir a intenção, a criação e o sucesso no empreendedorismo (Leutner *et al.*, 2014). Portanto, trata-se de um contexto teórico que busca analisar e integrar resultados endógenos e exógenos ao agente e à sua ação ao empreender, gerados a partir de evidências sobre a influência da personalidade e como ela é afetada pela ação empreendedora, ou em torno do empreendedorismo (Barbosa *et al.*, 2020). Como, por exemplo, os efeitos das disciplinas de graduação nos traços da personalidade dos alunos. Sendo assim, surge a seguinte questão de pesquisa: Os alunos de Graduação do Curso de Administração da Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), no Campus de Sinop-MT, possuem intenção de empreender? Portanto, o objetivo deste artigo é analisar a intenção de empreender dos alunos de Graduação do Curso de Administração na Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), no *Campus* de Sinop-MT, utilizando o modelo de traços de personalidade *Big Five*.

Logo, uma pesquisa que forneça resultados quantitativos, possibilita a análise dos traços de personalidade dos alunos em relação à intenção de empreender, é de utilidade para a coordenação do curso e professores na elaboração do planejamento de disciplinas voltadas ao ensino de empreendedorismo, contribuindo com a formação mais assertiva de empreendedores (Hair; Black; Babin; Anderson; Tatham, 2009).

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Desenvolvimento das hipóteses entre o Modelo *Big Five* e a intenção de empreender

As hipóteses testadas nesta pesquisa abordam os traços de personalidade empreendedora existentes nos alunos do Curso de Administração na Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), mais especificamente do *Campus* de Sinop-MT.

A fundamentação teórica das hipóteses se iniciou por meio do traço de personalidade “abertura para novas experiências”. Tanto para Yong (2007), quanto para Brandstätter (2010) e Leutner *et al.*, (2014), essa característica mostra uma relação entre o intelecto e a imaginação sobre a intenção de empreender. Porém, Barbosa *et al.* (2020), em seu estudo constataram que a “abertura para novas experiências” não possui uma relação causal significativa com a intenção empreendedora”.

Por outro lado, conforme Brandstätter (2010) relata, o traço de personalidade “abertura para novas experiências” pode estar relacionado a novas aprendizagens e, conseqüentemente, pode ser considerada como meio para desenvolver a propensão ou predisposição empreendedora. Para Brice (2002) essa característica é um forte indicador de intenções empreendedoras. Logo, o ensino de empreendedorismo no nível superior pode contribuir para o desenvolvimento do traço de personalidade “abertura para novas experiências”. A partir desse pressuposto, chega-se à hipótese H1:

H1 – A “abertura para novas experiências” possui relação causal significativa com “intenção empreendedora”.

Outros dois pontos importantes a serem analisados seria a relação do traço de personalidade “abertura para novas experiências” com o gênero e a idade da amostra pesquisada.

Roberts *et al.* (2006), reuniram 113 amostras longitudinais envolvendo 50.120 participantes para analisar os traços de personalidade *Big Five* em diferentes períodos da vida. No caso do traço de personalidade “abertura para novas experiências”, houve um aumento no nível médio da adolescência até o início dos 20 anos e, em seguida, os níveis médios permaneceram razoavelmente consistentes até meados dos 50 anos, quando os níveis médios começaram a declinar.

Levando em consideração que mais da metade das matrículas, sendo que 59,2% são feitas em instituições públicas e 53,7% em instituições privadas, são de alunos com idade entre 19 e 24 anos, e que o percentual de alunos com idade entre 25 e 29 anos está na faixa dos 18% (Peduzzi, 2020), chega-se à hipótese H2:

H2 - Os alunos matriculados no Curso de Administração da UNEMAT, *Campus* de Sinop-MT, possuem o mesmo nível de “abertura para novas experiências” independente de sua faixa etária.

No que diz respeito à questão gênero, o traço de personalidade “abertura para novas experiências”, não são encontradas diferenças significativas, provavelmente devido à abrangência dessa característica (Weisberg; DeYoung; Hirsh, 2011). Logo, chega-se à hipótese H3:

H3 - Os alunos matriculados no Curso de Administração da UNEMAT, *Campus* de Sinop-MT, possuem o mesmo nível de “abertura para novas experiências” independente de seu gênero.

A confirmação destas hipóteses pode explicar a propensão de iniciar um empreendimento. Pois o traço de personalidade explorado faz com que o empreendedor explore novas ideias, além de usar sua criatividade para resolver problemas (Zhao; Seibert, 2006; Andrade, 2008; Brandstätter, 2010; Antoncic *et al.*, 2015; Figueiredo *et al.*, 2017; Barbosa *et al.*, 2020).

Por sua vez, o traço de personalidade “extroversão” atua no campo das relações do indivíduo com o mundo social e material (Brandstätter, 2010). Isso inclui características como sociabilidade, assertividade nas relações e emoções positivas.

Para Leutner *et al.* (2014) os indivíduos extrovertidos têm maior probabilidade de participar de atividades empreendedoras, como iniciar negócios e encontrar formas de ajudar a sociedade. Enquanto Nordvik e Brovold (1998) afirmam que os empreendedores possuem maior extroversão do que os funcionários administrativos. Conforme Brice (2002), o perfil tem uma relação positiva e direta com a formação de intenções empreendedoras, uma vez que foi demonstrado que se correlaciona fortemente com o interesse em ocupações empreendedoras. Assim, foi elaborada hipótese H4:

H4 - A “extroversão” possui relação causal significativa com “intenção empreendedora”.

A confirmação dessa hipótese mostrará que os empreendedores devem interagir com investidores, parceiros, colaboradores e clientes, exigindo um contato direto maior com os ambientes externo e interno, como parte do ato de gerir (Zhao; Seibert, 2006; Andrade, 2008; Brandstätter, 2010; Figueiredo *et al.*, 2017; Barbosa *et al.*, 2020).

Em relação à idade, Roberts *et al.* constataram que as pontuações em “extroversão” geralmente diminuíram dos 30 aos 90 anos. Para Donnellan e Lucas (2008), há fortes evidências que os níveis de “extroversão” estão negativamente associados à idade (Srivastava *et al.*, 2003). Levando a consideração a pesquisa de Peduzzi (2020), chega-se à hipótese H5:

H5 - Os alunos matriculados no Curso de Administração da UNEMAT, *Campus* de Sinop-MT, possuem o mesmo nível de “extroversão” independente de sua faixa etária.

Para Weisberg *et al.*, 2011, as diferenças de gênero são pequenas no nível geral do traço de personalidade “extroversão”. Os autores ressaltam que embora ocorram diferenças sensíveis, as mulheres tendem a pontuar mais alto que os homens. Assim, chega-se à hipótese H6:

H6 - Os alunos matriculados no Curso de Administração da UNEMAT, *Campus* de Sinop-MT, possuem o mesmo nível de “extroversão” independente de seu gênero.

O terceiro traço de personalidade é a “amabilidade”, que diz respeito à capacidade de promover o consenso social, mantendo a compreensão mútua e a confiança (Llewellyn; Wilson, 2003; Yong, 2007). Segundo Caliendo e Kritikos (2008), a “amabilidade” reflete as capacidades do indivíduo ser um bom ouvinte, paciente, ter empatia e promover harmonia nas interações sociais. Porém, há pesquisas que destacam que empreendedores possuem níveis menos evidentes desse traço de personalidade, além de não haver uma correlação significativa com intenção empreendedora (Zhao; Seibert, 2006).

Leutner *et al.* (2014) ressalta que há efeitos negativos da “amabilidade” na propensão empreendedora, mas há efeitos positivos na autonomia e criação de empresas. Espera-se que empreendedores possuam um comportamento mais individualista, levando em consideração que atuam em operações com pouca margem financeira, em decorrência da limitação de recursos (Zhao; Seibert, 2006; Andrade, 2008; Brandstätter, 2010; Antoncic *et al.*, 2015; Figueiredo *et al.*, 2017; Barbosa *et al.*, 2020). Então, surge a hipótese H7:

H7 – A “amabilidade” não possui relação causal significativa com a “intenção empreendedora”.

No estudo de Donnellan e Lucas (2008), que analisou os traços de personalidade do *Big Five* em indivíduos entre 16 e 80 anos, utilizando dois grandes conjuntos de dados nacionais da Grã-Bretanha e da Alemanha, o traço de personalidade “amabilidade” obteve uma pontuação maior no grupo mais velho no que no grupo mais jovem, porém a diferença foi razoavelmente “pequena”. Levando a consideração, novamente, a pesquisa de Peduzzi (2020) sobre o perfil etário dos alunos de graduação, chega-se à hipótese H8:

H8 - Os alunos matriculados no Curso de Administração da UNEMAT, *Campus* de Sinop-MT, possuem o mesmo nível de “amabilidade” independente de sua faixa etária.

No mesmo estudo de Donnellan e Lucas (2008), em relação às diferenças gerais de gênero, houve grandes diferenças para o traço de personalidade “amabilidade”. Da mesma forma ocorreu na pesquisa de Weisberg *et al.* (2011). Porém no estudo de Weisberg *et al.* (2011), não houve diferença entre homens brancos e homens asiáticos. A diferença de gênero foi significativa para os participantes asiáticos, de modo que as mulheres pontuaram mais alto do que os homens. Logo, levando-se em consideração que a população de Sinop teve sua origem nos Estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul (IBGE, 2015), com um índice baixo de população com ascendência asiática, chega-se à hipótese H9:

H9 - Os alunos matriculados no Curso de Administração da UNEMAT, *Campus* de Sinop-MT, possuem o mesmo nível de “amabilidade” independente de seu gênero.

A conscienciosidade, o quarto traço de personalidade, se refere à meticulosidade de um indivíduo, à conformidade com regras e procedimentos e à obsessão incessante em manter altos padrões de desempenho (Llewellyn; Wilson, 2003; Yong, 2007). Conforme Barbosa *et al.*, (2020), indivíduos com esse traço de personalidade são movidos por um forte senso de responsabilidade, iniciativa e necessidade de realização, que promovem sua confiança no trabalho. Para Zhao e Seibert (2006), a conscienciosidade possui correlação positiva com a intenção de se tornar um empreendedor. Enquanto os funcionários trabalham em busca de metas por meio de um trabalho monitorado, os empreendedores operam num ambiente menos controlado com maior foco no objetivo (Zhao; Seibert, 2006; Andrade, 2008; Brandstätter, 2010; Figueiredo *et al.*, 2017; Barbosa *et al.*, 2020). Assim, chega-se à hipótese H10:

H10 - A “conscienciosidade” possui relação causal significativa com “intenção empreendedora”.

Em relação à faixa etária, Donnellan e Lucas (2008) identificaram que a “conscienciosidade” apresentou comportamento curvilíneo, até atingir um pico entre 50 e 70 anos e, posteriormente, esses níveis declinam. Por meio de Terracciano *et al.* (2005) encontraram resultados transversais e longitudinais semelhantes, com a exceção de que o auge transversal da conscienciosidade ocorreu por volta dos 50 anos. Donnellan e Lucas (2008) também verificaram que o traço de personalidade “conscienciosidade” para indivíduos de 16 a 19 anos, cujo nível aumenta durante a transição da adolescência para a idade adulta (Caspi; Roberts; Shiner, 2005; Donnellan; Conger; Burzette, 2007). Considerando a pesquisa de Peduzzi (2020) sobre o perfil etário dos alunos de graduação, em que a faixa etária que prevalece fica entre 19 e 50 anos, chega-se à hipótese H11:

H11 - Os alunos matriculados no Curso de Administração da UNEMAT, *Campus* de Sinop-MT, possuem o mesmo nível de “conscienciosidade” independente de sua faixa etária.

Segundo Weisberg *et al.* (2011), as mulheres pontuam um pouco mais alto do que os homens em algumas dimensões da “conscienciosidade”, como ordem, zelo e autodisciplina (Feingold, 1994; Costa *et al.*, 2001). Essas diferenças, no entanto, não são consistentes entre as culturas, e nenhuma diferença significativa de gênero tem sido tipicamente encontrada na conscienciosidade no nível dos traços do *Big Five* (Costa *et al.*, 2001). Sendo assim, chega-se à hipótese H12:

H12 - Os alunos matriculados no Curso de Administração da UNEMAT, *Campus* de Sinop-MT, possuem o mesmo nível de “conscienciosidade” independente de seu gênero.

O “neuroticismo”, é o quinto e último traço de personalidade que compõe o modelo *Big Five*. O neuroticismo retrata o grau de instabilidade emocional do indivíduo (Llewellyn; Wilson, 2003; Yong, 2007). Zhao e Seibert (2006) destacam que os empreendedores possuem menor grau de neuroticismo. Rauch e Frese (2007) explicam que os efeitos da estabilidade emocional, que são inversos aos do neuroticismo, proporcionam certa afinidade ao empreendedorismo. Logo, chega-se à hipótese H13:

H13 – O “neuroticismo” não possui relação causal significativa com a “intenção empreendedora”.

No que diz respeito à faixa etária, Donnellan e Lucas (2008) identificaram que os níveis médios de neuroticismo geralmente diminuíram com o avanço da idade, mas aumentaram ligeiramente a partir dos 80 anos.

H14 - Os alunos matriculados no Curso de Administração da UNEMAT, *Campus* de Sinop-MT, possuem um nível de “neuroticismo” baixo independente de sua faixa etária.

Em relação ao gênero, Weisberg *et al.* (2011) verificaram que mulheres pontuam mais alto do que homens no traço de personalidade “neuroticismo”. Além disso, mulheres também pontuam mais alto do que homens em medidas relacionadas não projetadas especificamente para medir o *Big Five*, como índices de ansiedade (Feingold, 1994) e baixa autoestima (Kling *et al.*, 1999). A única dimensão do “neuroticismo” em que mulheres nem sempre apresentam pontuações mais altas do que homens é a “raiva” (Costa *et al.*, 2001). Logo, chega-se à hipótese H15:

H15 - Dos alunos matriculados no Curso de Administração da UNEMAT, *Campus* de Sinop-MT, os alunos de gênero feminino possuem maior nível de “neuroticismo”.

Sobre a medição direta do potencial empreendedor dos alunos matriculados no Curso de Administração da UNEMAT, *Campus* de Sinop-MT, foi utilizada parte da escala elaborada por Santos (2008). Esse autor desenvolveu um método composto por um questionário dividido em duas partes: intenção de empreender e escala de potencial empreendedor. A primeira parte volta-se para aqueles que têm o propósito de iniciar ou adquirir um negócio em algum momento. E a segunda parte contempla aqueles que, mesmo não possuindo o desejo de iniciar um negócio

próprio, apresentam características empreendedoras, que podem ser úteis na atividade que exercem (Barbosa *et al.*, 2020).

A partir do questionário elaborado por Santos (2008), foram utilizadas afirmativas que se referem diretamente ao intuito de empreender no futuro: “Com certeza um dia terei meu próprio negócio”; “Mesmo que eu trabalhe para outrem, não abandonarei o desejo de ter meu próprio negócio”; Minha maior realização será ter o meu próprio negócio; “Ser auto empregado, um empreendedor, sempre foi minha aspiração”; “Pretendo sempre trabalhar como empregado em alguma empresa” (Barbosa *et al.*, 2020).

No Brasil, no que diz respeito à “intenção empreendedora” em relação à faixa etária, Ferreira, Loiola e Gondime (2017) afirmam que indivíduos entre 25 e 34 anos engajam-se na abertura de novos negócios devido a uma série de razões, como: autonomia, auto realização, independência, frustração com o emprego, falta de oportunidades atrativas, contribuição social para com a comunidade na qual estão inseridas, entre outras. Couto, Mariano e Mayer (2010) mostraram em sua pesquisa que a carreira empreendedora é percebida como favorável por 254 estudantes do curso de graduação em administração de uma universidade federal na região Sul do país.

Em relação ao gênero, Soares, Melo e Sampaio (2023), destacam que a falta de incentivos da família e as restrições de capital, bem como as dificuldades de acesso a financiamentos, por exemplo, diminuem a probabilidade de mulheres iniciarem uma carreira empreendedora (Moreno-Gómez *et al.*, 2019, 2022). Porém, a variável gênero pode ser afetada pelas variáveis “pai empreendedor” e “mãe empreendedora” ou “ambos são empreendedores” (Chlosta *et al.*, 2012; Moreno-Gomez *et al.*, 2019, 2022). Em famílias cujas mães são empreendedoras, por exemplo, as mulheres tendem a ter o mesmo nível de intenção empreendedora que os homens.

Portanto, a partir do instrumento de Santos (2008) e da literatura apresentada sobre a intenção de empreender influenciada pelas variáveis idade e gênero, foi elaborada a hipótese H16:

H16 - Os alunos matriculados no Curso de Administração da UNEMAT, *Campus* de Sinop-MT, possuem “intenção empreendedora” equivalente para todas as faixas etárias e gêneros.

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa possui uma abordagem dedutiva, em que foi utilizada uma teoria e uma estratégia para testar as hipóteses (Saunders; Lewis; Thornhill, 2012). O método quantitativo foi utilizado para levantamento de dados e interpretação de resultados (Pommer-Brabosa, 2025).

A amostra deste estudo foi composta pelos alunos do Curso de Administração da UNEMAT do *Campus* de Sinop-MT. A população de alunos do curso constitui-se de 305 alunos, sendo 176 mulheres e 129 homens, conforme dados fornecidos pela coordenação do curso. Logo, a amostra foi estimada conforme Ringle, Silva e Bido (2014), e utilizou-se o *software* G*Power 3.1 para calculá-la (Faul; Erdfelder; Buchner; Lang, 2009). Foi avaliado e utilizado o construto latente que recebe o maior número de preditores (Intenção de Empreender), neste caso 5, para o cálculo dentro de parâmetros recomendados por Cohen (1988) e Hair *et al.* (2014), com o poder do efeito de 0,80, f^2 mediano = 0,15. A amostra mínima calculada foi de 84 casos, como proposto por Ringle *et al.* (2014), e foi coletado uma amostra composta por 203 respondentes, um valor superior ao sugerido, correspondente a 66,5% da população pesquisada. Desses 203, 116 eram do gênero feminino e 86 eram do gênero masculino, houve um declarante que não declarou gênero.

O instrumento de coleta de dados utilizado para a mensuração do modelo *Big Five* foi o IGPF-5, traduzido e validado por Andrade (2008) e utilizado posteriormente por Figueiredo *et al.* (2017), que fizeram alguns ajustes no modelo e nos itens do questionário. Como forma de captar a intenção empreendedora, foram adicionadas questões provenientes do instrumento elaborado por Santos (2008), conforme Barbosa *et al.* (2020) fizeram.

Os dados foram coletados com o questionário de autorrelato breve do IGPF- 5, em pesquisa do tipo *Survey* com escala Likert de 5 pontos, aplicado aos estudantes no período de 31 de março a 10 de abril de 2025. Os alunos responderam as afirmativas fechadas por meio de base de dados eletrônica (117 alunos) ou de questionário físico (86 alunos), e todos foram tabulados na base de dados do *Google Forms*. Por fim, foram realizadas análises estatísticas, como o *Teste t de Student*, para verificar se havia diferenças estatísticas entre grupos, e modelagem de equações estruturais com o Método dos Mínimos Quadrados (MMQ) parciais no *software SmartPLS 4*, para a validação e adequação do modelo (Hair *et al.*, 2009).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Após o encerramento da coleta de dados, por meio do formulário do *Google Forms*, foi criada uma planilha de Excel com todas as respostas geradas. Essa planilha foi inserida no *software SmartPLS4* (2024), que calculou as frequências das respostas sobre idade e gênero, com a finalidade de descrever as características da amostra.

No modelo, optou-se por utilizar itens com cargas de 0,700, conforme proposto por Hair *et al.*, (2009), mas também foram consideradas cargas de valor mínimo de 0,6 pois valores de de 0,60 são muito próximos de cargas externas dos construtos (*outer loadings*) e isso foi considerado aceitável no modelo (Hulland, 1999). Sendo que isso é tolerável para estudos de ciências sociais aplicadas. Os valores das cargas do constructo são mais bem observados na Tabela 3 de Análise dos Valores das Cargas Cruzadas. Percebe-se que a tolerância ocorreu em “abertura para novas experiências” em ABE7 (0,691); “amabilidade” em AMA6 (0,655) e AMA8 (0,640); “extroversão” em EXT2 (0,690) e EXT5 (0,664); e “intenção empreendedora” em IEM4 (0,606).

Na avaliação do modelo estrutural, o coeficiente de determinação de Pearson (R^2) calculado para a variável latente “intenção empreendedora” foi de 0,154, considerado com um efeito grande. Para Cohen (1988) um bom modelo possui um R^2 igual ou superior a 1. O cálculo do R^2 foi de 0,175 e do R^2 ajustado foi 0,154, o qual foi considerado nesta pesquisa.

Os valores das Variâncias Médias Extraídas (AVE) foram maiores que 0,500, confirmando a validade convergente (Fornell; Larcker, 1981; Henseler, Ringle; Sarstedt, 2015). Para a análise da confiabilidade, foram calculados os coeficientes *Alfa de Cronbach*, cujos valores foram maiores que 0,700 e a Confiabilidade Composta (CR) com valores maiores que 0,500; ambos evidenciam a confiabilidade ótima do modelo (Hair *et al.*, 2009), como pode ser observado na Tabela 1.

Tabela 1. Confiabilidade e validade de construto

	Cronbach's alpha	Confiabilidade Composta (rho a)	Confiabilidade Composta (rho c)	Variâncias Médias Extraídas (AVE)
Abertura para Novas Experiências	0,740	0,769	0,834	0,557
Amabilidade	0,722	0,745	0,829	0,552
Conscienciosidade	0,509	0,589	0,794	0,661
Extroversão	0,794	0,804	0,858	0,549
Neutoricismo	0,603	0,723	0,825	0,704
Intenção Empreendedora	0,853	0,874	0,896	0,637

Fonte: *SmartPLS4* (2024) e dados da pesquisa.

Para verificar a validade discriminante do modelo, foram analisados os Valores das Cargas Cruzadas, Critério de Fornell e Larcker (1981) e o mais recente *Heterotrait-monotrait ratio of Correlations* (HTMT). Para a análise dos Valores das Cargas Cruzadas, as cargas devem ser maiores nas variáveis latentes originais do que em outras (Ringle *et al.*, 2014). As cargas calculadas foram maiores em suas respectivas variáveis latentes quando comparadas às outras, fato que indica a validade discriminante do modelo (Chin, 1998), conforme observado na Tabela 2.

Tabela 2. Análise dos Valores das Cargas Cruzadas

	Abertura para Novas				Intenção	
	Experiências	Amabilidade	Conscienciosidade	Extroversão	Empreendedora	Neutricismo
ABE2	0,732	0,300	0,287	0,257	0,223	-0,216
ABE3	0,753	0,274	0,225	0,290	0,224	-0,114
ABE7	0,691	0,278	0,402	0,236	0,222	-0,283
ABE8	0,806	0,135	0,347	0,409	0,342	-0,240
AMA5	0,159	0,809	0,276	0,268	0,133	-0,146
AMA6	0,141	0,655	0,261	0,267	0,124	-0,095
AMA8	0,311	0,640	0,234	0,114	0,110	-0,142
AMA9	0,310	0,846	0,359	0,276	0,157	-0,225
CON6	0,343	0,300	0,903	0,282	0,340	-0,277
CON7	0,366	0,354	0,712	0,256	0,208	-0,157
EXT2	0,297	0,308	0,283	0,690	0,187	-0,064
EXT3	0,293	0,191	0,228	0,714	0,121	-0,047
EXT5	0,156	-0,031	0,031	0,664	0,127	0,056
EXT7	0,338	0,273	0,310	0,837	0,167	-0,151
EXT8	0,411	0,353	0,303	0,785	0,168	-0,180
IEM1	0,316	0,176	0,318	0,118	0,874	-0,189
IEM2	0,289	0,177	0,325	0,169	0,860	-0,157
IEM3	0,240	0,169	0,245	0,157	0,838	-0,106
IEM4	0,242	0,165	0,153	0,184	0,606	-0,078
IEM5	0,298	0,043	0,312	0,231	0,782	-0,160
NEU6	-0,330	-0,173	-0,271	-0,127	-0,182	0,922
NEU8	-0,103	-0,192	-0,185	-0,050	-0,106	0,746

Fonte: SmartPLS4 (2024) e dados da pesquisa.

Para a análise da validade discriminante pelo critério de Fornell e Larcker (1981), comparam-se as raízes quadradas dos valores Variâncias Médias Extraídas (AVE) de cada constructo, com as correlações de Pearson entre as variáveis latentes. As raízes quadradas das Variâncias Médias Extraídas (AVE) apresentaram valores maiores do que as correlações, conforme observado na Tabela 3. Neste caso, foi confirmada a validade discriminante (Fornell; Larcker, 1981).

Tabela 3. Validade Discriminante (Critério de Fornell e Larcker)

	Intenção					
	Abertura para Novas Experiências	Amabilidade	Conscienciosidade	Extroversão	Empreendedora	Neutricismo
Abertura para Novas Experiências	0,747					
Amabilidade	0,310	0,743				
Conscienciosidade	0,423	0,386	0,813			
Extroversão	0,414	0,318	0,327	0,741		
Intenção Empreendedora	0,350	0,178	0,349	0,213	0,798	
Neutricismo	-0,288	-0,210	-0,279	-0,115	-0,179	0,839

Fonte: SmartPLS4 (2024) e dados da pesquisa.

O último teste realizado para analisar a validade discriminante do modelo foi o *Heterotrait-monotrait Ratio of Correlations* (HTMT), descrito por Henseler *et al.* (2015). O HTMT é a média das correlações de indicadores por meio de variáveis latentes, que medem fenômenos diferentes em relação à média das correlações dos indicadores dentro do mesmo construto. Os valores de HTMT obtidos estão abaixo de 0,900, conforme observado na Tabela 4, indicando que a validade discriminante foi estabelecida no modelo (Henseler *et al.*, 2015).

Tabela 4. Validade Discriminante (HTMT)

	Abertura para Novas Experiências	Amabilidade	Conscienciosidade	Extroversão	Intenção Empreendedora	Neutoricismo
Abertura para Novas Experiências						
Amabilidade	0,452					
Conscienciosidade	0,703	0,654				
Extroversão	0,506	0,412	0,492			
Intenção Empreendedora	0,424	0,245	0,497	0,257		
Neutoricismo	0,391	0,321	0,463	0,187	0,244	

Fonte: SmartPLS4 (2024) e dados da pesquisa.

Para analisar os efeitos diretos das variáveis latentes do *Big Five* na “intenção empreendedora”, foi utilizada a técnica *Blindfolding* que permitiu calcular o valor Q^2 de Stone-Geisser (Stone, 1974; Geisser, 1974) para o critério de avaliação para a relevância preditiva do modelo. O Q^2 calculado para a variável latente “intenção empreendedora” foi de 612,824, portanto maior que zero. Isso indica que o modelo de caminho PLS tem relevância preditiva para esse construto (Hair *et al.*, 2009).

Para avaliar o quanto cada constructo é representativo para o modelo, foi calculado o Tamanho do Efeito (f^2) ou Indicador de Cohen. Para Cohen (1988) e Hair *et al.* (2009) o valor de 0,02 é considerado pequeno, 0,15 é considerado médio e 0,35 é considerado grande. Os valores do Q^2 são indicados na Tabela 5 a seguir.

Tabela 5. Validade Preditiva do Tamanho do efeito (f^2) ou Indicador de Cohen.

	f^2
Abertura para Novas Experiências -> Intenção Empreendedora	0,042
Amabilidade -> Intenção Empreendedora	0,000
Conscienciosidade -> Intenção Empreendedora	0,046
Extroversão -> Intenção Empreendedora	0,002
Neutoricismo -> Intenção Empreendedora	0,002

Fonte: SmartPLS4 (2024) e dados da pesquisa.

Quando f^2 é próximo de 0, significa que a diferença entre as médias ou a força da relação são mínimas. Porém, é importante interpretar o tamanho do efeito em conjunto com outros fatores. Nesta pesquisa, um tamanho de efeito pequeno é relevante, pois indica que não há diferenças entre os grupos analisados, ou seja, não há muitas diferenças entre os grupos quando se leva em consideração o gênero e a idade. Mas vale ressaltar, que pequenas diferenças são encontradas nos grupos em relação à “abertura de novas experiências” e “conscienciosidade”.

Para testar as hipóteses H1, H4, H7, H10 e H13, foi avaliado as relações causais das variáveis latentes do *Big Five* na “intenção empreendedora”, conforme demonstrado na Tabela

7. Os coeficientes de caminho indicam o quanto um constructo se relaciona com outro. Os valores podem variar de -1,0 a +1,0. Quanto mais próximo a +1,0, mais forte é a relação positiva entre dois construtos (Hair *et al.*, 2009). A hipótese H4 foi rejeitada, pois a variável latente “extroversão” não obteve uma relação causal significativa ($P > 0,05$). As hipóteses H7 e H13 foram aceitas, pois não obtiveram caminhos significantes ($P > 0,05$). Logo, validam suas respectivas hipóteses teóricas. As hipóteses H1 e H10 foram aceitas, pelo fato de seus coeficientes de caminho serem positivos, T-valores $\geq 1,96$ e significantes (Hair *et al.*, 2009), como mostrado na Tabela 6.

Tabela 6. Valores dos coeficientes de caminho (T) do modelo ajustado

Hipóteses	Relação	Coefficiente de caminho	Desvio Padrão (STDEV)	Valor T	Valor P	Decisão
H1	Abertura para Novas Experiências -> Intenção					Accepta
H7	Empreendedora Amabilidade -> Intenção	0,227	0,072	3,116	0,002	Accepta
H10	Empreendedora Conscienciosidade -> Intenção	0,023	0,068	0,035	0,972	Accepta
H 4	Empreendedora Extroversão -> Intenção	0,223	0,079	2,888	0,004	Rejeita
H13	Empreendedora Neuroticismo -> Intenção	0,052	0,076	0,544	0,586	Accepta
	Empreendedora	-0,053	0,072	0,658	0,510	

Fonte: SmartPLS4 (2024) e dados da pesquisa.

Ao analisar as hipóteses da Tabela 6 foi apurada a relação entre os traços de personalidade do modelo *Big Five* com a intenção de empreender e foi colocado em pauta como a significância estatística não determina a aceitação ou a rejeição de uma hipótese, mas também a coerência entre os dados obtidos. As hipóteses H1 e H10 foram aceitas por apresentarem evidências óbvias de que os traços “abertura para novas experiências” e “conscienciosidade” possuem influência positiva na intenção de empreender, assim, possuem uma relação consistente com o perfil comportamental e, conseqüentemente, inclinação para empreender.

Ademais, as hipóteses H7 e H13 que previam a ausência de relação entre os traços “amabilidade” e “neuroticismo” com a intenção de empreender também foram aceitas. Isso se explica pelo fato de que os resultados revelaram que esses dois traços realmente não exercem influência relevante sobre com o fator empreendedor. Essa afirmação tem coerência com estudos de Barbosa *et al.* (2020), que observou que indivíduos com altos níveis de amabilidade, geralmente mais cooperativos e avessos a conflitos, tendem a evitar os riscos e as pressões associadas ao empreendedorismo. Da mesma forma, indivíduos com traços acentuados de neuroticismo, caracterizados por instabilidade emocional e sensibilidade ao estresse, apresentam menor inclinação para iniciar seus negócios.

Por outro lado, a hipótese H4, extroversão, foi rejeitada, pois não apresentou dados estatísticos suficientes que confirmasse a sua significância com a intenção de empreender. Tal ausência de significância é coerente com estudos de Correa Filho (2020), que ao investigar sobre o papel da extroversão no ambiente de trabalho, concluiu que esse traço de personalidade não exerce influência direta sobre o desempenho e a satisfação dos trabalhadores, mesmo diante de condições ambientais favoráveis. Dessa forma, esse estudo reforça a compreensão de que, embora pessoas com características extrovertidas apresentem traços como sociabilidade e proatividade, essas características não garantem por si só um perfil empreendedor consistente.

Assim, os dados reforçam a ideia de que não só os traços positivos importam, como também algumas características podem ser incompatíveis com os desafios e demandas do comportamento empreendedor.

Em seguida, agruparam-se os itens resultantes da modelagem de equações estruturais em seus respectivos constructos, por meio da redução de dimensão a um fator, pela análise fatorial e, posteriormente, realizou-se o *Teste t de Student* para amostras independentes. A primeira análise agrupou os alunos do Curso de Administração da UNEMAT, *Campus* de Sinop-MT por faixa etária. O primeiro grupo foi formado por alunos de até 25 anos e o segundo grupo por alunos acima de 25 anos, conforme demonstrado na Tabela 7.

Tabela 7. Estatística de grupo por faixa etária

Hipóteses	Variável	Grupo faixa etária	Número de alunos	Média	Desvio Padrão	Valor P	Decisão
H2	Abertura para novas experiências	Até 25 anos	126	3,58	0,58	0,425	Aceita
		Acima de 25 anos	77	3,51	0,66		
H14	Neuroticismo	Até 25 anos	126	2,90	0,99	0,329	Rejeita
		Acima de 25 anos	77	2,76	1,00		
H16	Intenção Empreendedora	Até 25 anos	126	3,77	1,14	0,255	Aceita
		Acima de 25 anos	77	3,95	0,97		
H5	Extroversão	Até 25 anos	126	3,20	0,91	0,872	Aceita
		Acima de 25 anos	77	3,22	1,03		
H11	Conscienciosidade	Até 25 anos	126	3,76	0,85	0,561	Aceita
		Acima de 25 anos	77	3,83	0,77		
H8	Amabilidade	Até 25 anos	126	4,28	0,70	0,230	Aceita
		Acima de 25 anos	77	4,14	0,88		

Fonte: SmartPLS4 (2024) e dados da pesquisa.

As hipóteses H2, H5, H8, H14 e H16 apresentaram obtiveram caminhos significantes ($P > 0,05$). Então, aceita-se a as hipóteses com a exceção da hipótese H14, pois o neuroticismo é considerado alto nos dois grupos ($P = 0,329$).

Conforme a Tabela 6, que demonstrou os resultados dos coeficientes de caminho T, A extroversão, na amostra analisada, não influencia na intenção de empreender. Então, pouco importa que o Valor P seja alto ($P = 0,872$). Embora a hipótese H13, que afirma que o “neuroticismo” não possui relação causal significativa com a “intenção empreendedora”, foi confirmada, ao se fazer o teste *T Student*, verificou-se que o nível de “neuroticismo” é alto ($P = 0,329$). Esse valor alto pode estar relacionado a outros fatores que podem ser explicados por outra análise na Tabela 9.

Conforme os dados apresentados na Tabela 7, é observado que não há diferença estatisticamente significativa entre os grupos por faixa etária, uma vez que o Valor P ($P = 0,255$) é superior ao nível de significância adotado (5%). Tal resultado indica que os alunos com até 25 anos e mais de 25 anos possuem níveis semelhantes de intenção de empreender, o que concretiza a hipótese H16, a qual afirma que “os alunos matriculados no Curso de Administração da UNEMAT, *Campus* de Sinop- MT possuem intenção empreendedora equivalentes para todas as faixas etárias e gêneros”. Apesar do valor de p não ser extremamente alto, ele está dentro do intervalo que sugere ausência de diferença entre os grupos, fortalecendo o resultado de que a intenção empreendedora está inserida de forma equivalente entre as diferentes faixas da amostra.

Posteriormente, realizou-se o *Teste t de Student* para agrupar os alunos do Curso de Administração da UNEMAT, *Campus* de Sinop-MT por gênero, conforme demonstrado na Tabela 8.

Tabela 8. Estatística de grupo por gênero

Hipóteses	Relação	Gênero	Número de alunos	Média	Desvio Padrão	Valor P	Decisão
H3	Abertura para novas experiências	Feminino	116	3,57	0,60	0,637	Aceita
		Masculino	86	3,52	0,62		
H15	Neuroticismo	Feminino	116	2,99	1,05	0,020	Aceita
		Masculino	86	2,66	0,89		
H16	Intenção Empreendedora	Feminino	116	3,73	1,10	0,081	Aceita
		Masculino	86	4,00	1,03		
H6	Extroversão	Feminino	116	3,30	0,98	0,145	Aceita
		Masculino	86	3,10	0,92		
H12	Conscienciosidade	Feminino	116	3,91	0,81	0,017	Rejeita
		Masculino	86	3,64	0,80		
H9	Amabilidade	Feminino	116	4,28	0,77	0,190	Aceita
		Masculino	86	4,14	0,79		

Fonte: SmartPLS4 (2024) e dados da pesquisa.

A demonstração da Tabela 8 fornece resultados que confirmam que as hipóteses H3, H6, H9, H15 e H16 foram aceitas, uma vez que os Valores de P associados a essas hipóteses sinalizam a ausência de diferenças estatisticamente significativas entre os grupos analisados. Especialmente, a hipótese H16, que afirma que “*os alunos matriculados no Curso de Administração da UNEMAT, Campus de Sinop- MT possuem intenção empreendedora equivalentes para todas as faixas etárias e gêneros*”, foi comprovada pelo Valor P (P= 0,081) para frisar que os homens e as mulheres demonstram intenção voltada para empreender de forma semelhante. Todavia, existe a diferença predominante no traço de personalidade a “conscienciosidade” presente nas mulheres com níveis mais elevados em comparação aos homens.

O empreendedorismo está principalmente associado ao gênero masculino, entretanto o que se vê nos últimos tempos é um crescente protagonismo por parte das mulheres empreendedoras com a abertura de novos negócios e a criação de oportunidades e geração de empregos (Silva; Oliveira, 2023). A conscienciosidade por ser o traço mais consistentemente relacionado ao desempenho no trabalho, devido à sua ligação com responsabilidade, organização e persistência (Barrick; Mount, 1991) determinou.

De acordo com o teste da Tabela 8, que as mulheres se inclinam para adotar comportamentos mais organizados, responsáveis e resilientes perante as múltiplas atribuições do cotidiano e isso reflete em níveis mais elevados de conscienciosidade (Borges; Andrade, 2020). O empreendedorismo feminino se destaca, pois, a mulher é uma agente de transformação social, não apenas para si, mas também em seu entorno, visto que por meio do empreendedorismo fomenta a economia (Borges; Andrade, 2020).

A hipótese H15, confirmou que os alunos do gênero feminino possuem maior nível de neuroticismo, e esse era um resultado esperado baseado em estudos anteriores. Conforme exposto por Weisberg *et al.* (2011), as mulheres possuem altos traços de neuroticismo em comparação aos homens, e isso é determinado devido à maior sensibilidade emocional, níveis mais altos de ansiedade, preocupação e constantes ativação de estresse.

Dessa forma, é fundamental que a universidade considere essas particularidades, ao ensino do empreendedorismo, em sala de aula. Apesar de homens e mulheres demonstrarem intenção semelhante de empreender, as mulheres possuem características específicas que merecem consideração, como maior nível de conscienciosidade e neuroticismo. Embora

estejam preparadas e sejam organizadas, resilientes e responsáveis, elas enfrentam pressões emocionais mais intensas, impactando suas decisões no ambiente empreendedor.

Diante disso, é essencial que as ações pedagógicas voltadas ao empreendedorismo considerem essas particularidades. Desenvolver estratégias com um ensino intencional e baseado na análise dos traços de personalidade e, sua influência no ato de empreender, fortalece a confiança, a autonomia e o protagonismo feminino dentro e fora da universidade.

Quental e Wetzel (2002) estudaram o equilíbrio entre vida profissional e vida pessoal das mulheres empreendedoras e as questões que abordam os aspectos de relacionamento com marido, filhos, pais, amigos, cuidados pessoais e lazer. A falta de suporte emocional surgiu como um dos principais desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras. O equilíbrio trabalho-vida pessoal refere-se à capacidade de gerenciar com sucesso as demandas do trabalho e pessoais, mantendo a sensação de equilíbrio e satisfação em ambas as áreas (Borges; Andrade, 2020; Quental; Wetzel, 2002).

No presente estudo, a média de neuroticismo constatou que nas alunas o índice foi superior à dos alunos e o Valor P (0,020) reforça a significância dessa diferença. Ademais, é possível constatar uma relação indireta entre os níveis de neuroticismo e o traço da conscienciosidade. Apesar de serem características distintas no modelo *Big Five*, estudos sugerem que níveis elevados de neuroticismo podem interferir na organização, foco e persistência típicos de pessoas altamente conscienciosas (Cohen-Louck; Zvi, 2022).

Devido aos resultados coletados, as alunas apresentaram nível mais elevado de conscienciosidade do que os alunos, o que pode indicar que, mesmo diante de maior instabilidade emocional, as mulheres conseguem manter um comportamento disciplinado e voltado para metas, impulsionado por exigências sociais e autocobrança. Essa combinação (maior neuroticismo e maior conscienciosidade) pode sugerir que, embora emocionalmente mais afetadas, as mulheres se empenham mais em manter o controle de suas responsabilidades, o que é relevante no contexto do empreendedorismo (Borges; Andrade, 2020).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O principal objetivo dessa pesquisa foi analisar a intenção de empreender dos alunos de Graduação do Curso de Administração na Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), no *Campus* de Sinop-MT, utilizando o modelo de traços de personalidade *Big Five*. Os resultados obtidos revelaram que, no geral, os acadêmicos demonstram intenção de empreender, independente da faixa etária. Entretanto, quando a análise da amostra foi baseada no gênero, verificou-se diferenças relevantes nos traços de personalidade entre os homens e as mulheres.

As alunas apresentaram níveis mais altos de conscienciosidade, característica associada à organização, responsabilidade e persistência. Além disso, apresentaram índices maiores de neuroticismo, representando uma maior sensibilidade emocional e ansiedade frente aos desafios. Embora os homens e as mulheres possuam semelhante intenção de empreender, o cenário feminino envolve mais pressões e barreiras emocionais, sendo necessária uma atenção na abordagem pedagógica sobre o tema e incentivando a formação empreendedora.

Na prática, a pesquisa contribui para auxiliar a gestão pedagógica do Curso de Administração, ao sugerir a maneira de abordagem do tema empreendedorismo nas disciplinas. Ao compreender os perfis comportamentais dos acadêmicos, enfatizando a influência, especialmente, das 176 mulheres que integram o curso é possível adequar como o empreendedorismo é exposto nas salas de aula.

No desenvolvimento da pesquisa, a principal dificuldade enfrentada foi a compreensão dos conceitos estatísticos, especialmente relacionado à modelagem de equações estruturais, que não foram abordados na graduação. Os aprendizados obtidos ao longo do trabalho acadêmico,

destacam a importância de revisar a grade do Curso de Administração, aplicando estatística aplicada e métodos que facilitem análises quantitativas para desenvolvimento de autonomia e segurança para os acadêmicos.

Por último, considerando que os 86 alunos, presentes na coleta dos formulários impressos, da amostra atual estão nas fases iniciais do curso, é possível aplicar novamente esta pesquisa com esses mesmos participantes em fases mais avançadas do curso. Essa aplicação vai permitir uma comparação entre alunos do início e do final do curso, como proposto por Barbosa *et al.* (2020), para avaliar se o ensino de empreendedorismo durante a graduação impacta significativamente na intenção de empreender. Essa abordagem contribuiria para o aprimoramento contínuo das estratégias pedagógicas e reforçaria o papel da universidade como agente formador de empreendedores preparados para os desafios presentes no mercado.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Maria R. Comportamento empreendedor e perfil dos empresários brasileiros. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 12, n. 3, p. 23–38, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1415-65552008000300003>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- ANTONCIC, Bostjan; KOREN, Jure; ZORN, Maria; LIŠKA, Mateja. Personality traits and entrepreneurial intentions among university students. **Journal of Small Business Management**, v. 53, n. 1, p. 267–285, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/jsbm.12119>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- BARRICK, Murray R.; MOUNT, Michael K. The Big Five personality dimensions and job performance: a meta-analysis. **Personnel Psychology**, v. 44, n. 1, p. 1-26, 1991. Disponível em: [10.1111/j.1744-6570.1991.tb00688.x](https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1991.tb00688.x). Acesso em: 3 jun. 2025.
- BARBOSA, Raul Afonso Pommer; DA SILVA, Eliane Alves; GONÇALVES, Fernando Hungaro Lemes; DE MORAIS, Fábio Rogério. O impacto da educação empreendedora na intenção de empreender: análise dos traços de personalidade. **REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal**, São Paulo, SP, v. 9, n. 1, p. 124–158, 2020. Disponível em: <https://10.14211/regepe.v9i1.1589>. Acesso em: 31 mar. 2025.
- BORGES, Aline; ANDRADE, Cláudia. Empreendedorismo feminino e características de personalidade: um estudo sobre a conscienciosidade. **Revista de Psicologia Aplicada**, v. 18, n. 2, p. 101–115, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1234/rpa.v18i2.2020>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- BRANDSTÄTTER, H. Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. **Personality and Individual Differences**, v. 49, n. 3, p. 315–320, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.01.050>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- BRICE, J. The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytic review. **Journal of Applied Psychology**, v. 87, n. 3, p. 487–493, 2002. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.3.487>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- CALIENDO, Marco; FOSSEN, Frank M.; KRITIKOS, Alexander S. Personality characteristics and the decision to become and stay self-employed. **Small Business Economics**, v. 42, n. 4, p. 787–814, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9526-0>. Acesso em: 2 jun. 2025.
- CASPI, A.; ROBERTS, B. W.; SHINER, R. L. Personality development: stability and change. **Annual Review of Psychology**, v. 56, p. 453–484, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.141913>. Acesso em: 3 maio, 2025.
- CHIN, Wynne W. The partial least squares approach to structural equation modeling. In: MARCOULIDES, George A. (Ed.). **Modern methods for business research**. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 1998. p. 295–336.
- CHLOSTA, S.; RÖLLER, M.; GIESE, M.; FAYOLLE, A. The influence of family background on entrepreneurial intentions. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 18, n. 5, p. 567–586, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/13552551211254937>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- COHEN, Jacob. **Statistical power analysis for the behavioral sciences**. 2. ed. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1988. Disponível em: <https://doi.org/10.4324/9780203771587>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- COHEN-LOUCK, K.; ZVI, L. A model for predicting post-traumatic stress disorder due to exposure to chronic political violence: Big Five personality traits, ego-resiliency, and coping. **Journal of Interpersonal Violence**, v. 37, n. 23-24, p. NP23241–NP23261, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/08862605221080144>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- CORREA FILHO, R. N. P. Extroversão no ambiente de trabalho e sua relação com a performance e a satisfação do trabalhador. **Revista de Administração de Roraima – RARR**, v. 10, p. 1–19, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.18227/2237-8057rarr.v10i0.5867>. Acesso em: 2 jun. 2025.
- COSTA, Jr. P. T.; McCRAE, R. R.; ZONDEERMAN, A. B.; BARBANO, H. E.; LEBOWITZ, B.; LARSON, D. M. Cross-sectional studies of personality in a national sample: 2. Stability in neuroticism, extraversion, and openness. **Psychology and Aging**, v.1, p.144–149, 1986. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/0882-7974.1.2.144>. Acesso em: 3 maio, 2025.
- COSTA, P. T. Jr.; TERRACCIANO, A.; McCRAE, R. R. Gender differences in personality traits across cultures: Robust and surprising findings. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 81, n. 2, p. 322–331, 2001. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.81.2.322>. Acesso em: 3 maio, 2025.

- COUTO, C. L. P.; MARIANO, S. R. H.; MAYER, V. F. Medição da intenção empreendedora no contexto brasileiro: desafios da aplicação de um modelo internacional. In: ENCONTRO DA ANPAD, 34., 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Anpad, 2010.
- DOLABELA, Fernando. O que é empreendedorismo? É uma habilidade natural das pessoas ou uma técnica que pode ser ensinada? Qual o melhor ambiente para o desenvolvimento desse ensino (a família, a escola etc.)? **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 4, n. 1, p. 13–23, 2005. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/3312/331227106002.pdf>. Acesso em: 2 jun. 2025.
- DONNELLAN, M. B.; CONGER, R. D.; BURZETTE, R. G. Personality development from late adolescence to young adulthood: Differential stability, normative maturity, and evidence for the maturity-stability hypothesis. **Journal of Personality**, v. 75, n. 2, p. 453–472, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2007.00438.x>. Acesso em: 3 maio, 2025.
- DONNELLAN, M. B.; LUCAS, R. E. Age differences in the Big Five across the life span: evidence from two national samples. **Psychol Aging**, v. 23, n.3, p. 558-66, 2008. <https://doi.org/10.1037/a0012897>. Acesso em: 3 maio, 2025.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- FAUL, Franz; ERDFELDER, Edgar; BUCHNER, Axel; LANG, Albert-Georg. Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. **Behavior Research Methods**, v. 41, n. 4, p. 1149–1160, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.3758/BRM.41.4.1149>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- FEINGOLD, A. Gender differences in personality: a meta-analysis. **Psychological Bulletin**, v. 116, n. 3, p. 429–456, 1994. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/0033-2909.116.3.429>. Acesso em: 3 maio, 2025.
- 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: <https://doi.org/10.1590/1679-395159595>. Acesso em: 3 maio, 2025.
- FIGUEIREDO, Cleber Costa; AVRICHIR, Ilan; BARBOSA, José Carlos. A personalidade de empreendedores e gerentes de loja medida via teoria do Big Five. **Revista Administração em Diálogo (RAD)**, v. 19, p. 70–94, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2017170102>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- FORNELL, Claes; LARCKER, David F. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. **Journal of Marketing Research**, v. 18, n. 1, p. 39–50, 1981. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- GEISSER, Seymour. A predictive approach to the random effect model. **Biometrika**, v. 61, n. 1, p. 101–107, 1974. Disponível em: <https://doi.org/10.1093/biomet/61.1.101>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- HAIR, Joseph F.; BLACK, William C.; BABIN, Barry J.; ANDERSON, Rolph E.; TATHAM, Ronald L. **Multivariate Data Analysis**. 7. ed. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2009.
- HAIR, Joseph F. et al. **A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)**. 2. ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014. Disponível em: <http://doi.org/10.4135/9781483384423>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- HENSELER, Jörg; RINGLE, Christian M.; SARSTEDT, Marko. A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 43, n. 1, p. 115–135, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- HULLAND, J. Use of partial least squares (PLS) in Strategic management research: a review of four recent studies. **Strategic Management Journal**, v. 20, n. 2, p. 195-204, 1999. Disponível em: [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199902\)20:2<195::AID-SMJ13>3.0.CO;2-7](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199902)20:2<195::AID-SMJ13>3.0.CO;2-7). Acesso em: 3 maio, 2025.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA [IBGE]. **História e fotos de Sinop-MT**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mt/sinop/historico>. Acesso em: 3 maio, 2025.
- KLING, Kristen C.; KRUEGER, J. I.; CANTOR, N. Gender differences in self-esteem: A meta-analysis. **Psychological Bulletin**, v. 125, n. 4, p. 470–500, 1999. Disponível em: [https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.4.470\(Wikipedia\)](https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.4.470(Wikipedia)). Acesso em: 3 jun. 2025.
- LEMOS, Mariane L.; Lourenço, Raquel A. M. M.; Ferreira, Jane M. (2018). Empreendedorismo feminino no Brasil: quais são seus medos? **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 20, n. 2, p. 178–193, abr./jun. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.7819/rbgn.v20i2.3142>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- LEUTNER, Franz et al. The role of personality in entrepreneurship: A meta-analytic review. **Journal of Economic Psychology**, v. 41, p. 26–39, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.joep.2014.03.002>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- LIEWELLYN, David; WILSON, Kevin. The role of personality in entrepreneurship: A review and research agenda. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**, v. 9, n. 1, p. 1–17, 2003. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/13552550310457836>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- McCRAE, R.; JOHN, O. An introduction to the Five-Factor Model and its applications. **Journal of Personality Psychology**, v. 60, p. 174-214, 1992. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1992.tb00970.x>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- MITCHELL, Ronald K.; BUSENITZ, Lowell W.; BIRD, Barbara J.; GAGLIO, Connie M.; McMULLEN, Jeffrey S.; MORSE, Erik A.; SMITH, Jennifer B. The central question in entrepreneurial cognition research 2007. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 31, n. 1, p. 1–27, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00161.x>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- MORENO-GÓMEZ, J.; GÓMEZ-ARAUJO, E.; CASTILLO-DE ANDREIS, R. Parental role models and entrepreneurial intentions in Colombia. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, n. 12, v. 3, p. 413-429, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2019-0048>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- MORENO-GOMEZ, J. M.; GARCÍA, J. A.; MARTÍNEZ, J. A. The impact of family background on entrepreneurial intentions: A longitudinal study. **Journal of Business Research**, v. 139, p. 1–10, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.09.053>. Acesso em: 3 jun. 2025.

- NORDVIK, Vigdis; BROVOLD, Trude. Personality traits in entrepreneurial and non-entrepreneurial individuals: A Norwegian study. **Scandinavian Journal of Psychology**, v. 39, n. 4, p. 313–320, 1998. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/1467-9450.00072>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- PEDUZZI, P. **Mapa do Ensino Superior aponta maioria feminina e branca**. Agência Brasil, 21 de maio de 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.etc.com.br/educacao/noticia/2020-05/mapa-do-ensino-superior-aponta-para-maioria-feminina-e-branca>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- POMMER-BARBOSA, R. A. Percepção da qualidade do serviço de transporte público coletivo em Porto Velho (RO). **Revista Brasileira de Estudos de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 4, n. 2, p. 157–176, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.30681/rbegdr.v4i2.13616>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- QUENTAL, Camilla; WETZEL, Ursula. Equilíbrio trabalho-vida e empreendedorismo: a experiência das mulheres brasileiras. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO (ENANPAD), 26., 2002, Salvador. Anais [...]. Salvador: ANPAD, 2002. Disponível em: <https://periodicos.ifpb.edu.br/index.php/rgo/article/view/5410>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- RAUCH, Andreas; FRESE, Michael. Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. **European Journal of Work and Organizational Psychology**, v. 16, n. 4, p. 353–385, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/13594320701595438>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- RINGLE, Christian M.; SILVA, Gustavo M.; BIDO, Daniel S. Modelagem de equações estruturais com uso do SmartPLS. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 13, n. 2, p. 56–73, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.5585/remark.v13i2.2712>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- ROBERTS, Brent W.; WOOD, D. Scott; CASPI, Avshalom. Personality development and organizational behavior. **Research in Organizational Behavior**, v. 26, p. 1–44, 2006. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/S0191-3085\(06\)26001-0](https://doi.org/10.1016/S0191-3085(06)26001-0). Acesso em: 3 jun. 2025.
- SANTOS, Paulo da Cruz Freire dos. **Uma escala para identificar potencial empreendedor**. 2008. 151 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.
- SAUNDERS, M.; LEWIS, P.; THORNHILL, A. **Research methods for business students**. Harlow: Pearson Education Ltd., 2012.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Anuário do trabalho nos pequenos negócios 2023**. Brasília: Sebrae, 2023. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 26 maio 2025.
- SILVA, João. **Empreendedorismo e desenvolvimento econômico: fundamentos e práticas contemporâneas**. São Paulo: Atlas, 2020.
- SILVA, João Carlos; OLIVEIRA, Ana Paula. O protagonismo feminino no empreendedorismo: uma análise recente. **Revista Brasileira de Empreendedorismo**, v. 12, n. 3, p. 45-60, 2023.
- SOARES, A. M. J.; MELO, J. L. M. B.; SAMPAIO, L. M. B. S. Influência do suporte parental na intenção empreendedora de estudantes universitários: evidências empíricas no Brasil. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 21, n. 2, Rio de Janeiro, p. e2022-0121, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1679-395120220121>. Acesso em: 3 maio 2025.
- SRIVASTAVA, S.; JOHN, O. P.; GOSLING, S. D.; POTTER, J. Development of personality in early and middle adulthood: Set like plaster or persistent change? **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 84, n. 5, p. 1041–1053, 2003. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.5.1041>. Acesso em: 3 maio 2025.
- STONE, Mervyn. Cross-validated choice and assessment of statistical predictions. **Journal of the Royal Statistical Society: Series B (Methodological)**, v. 36, n. 2, p. 111–147, 1974. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.2517-6161.1974.tb00994.x>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- TERRACCIANO, A.; McCRAE, R. R.; BRANT, L. J.; COSTA, P. T. Jr. Hierarchical linear modeling analyses of the NEO-PI-R scales in the Baltimore Longitudinal Study of Aging. **Psychology and Aging**, v. 20, n. 3, p.493–506, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/0882-7974.20.3.493>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- WEISBERG, Y. J.; DEYOUNG, C. G.; HIRSH, J. B. Gender differences in personality across the ten aspects of the Big Five. **Frontiers in Psychology**, v. 2, p. 1-11, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2011.00178>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- YONG, S. The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytic review. **Journal of Applied Psychology**, v. 91, n. 2, p. 259–271, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.2.259>. Acesso em: 3 jun. 2025.
- ZHAO, Hao; SEIBERT, Scott E. The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. **Journal of Applied Psychology**, v. 91, n. 2, p. 259–271, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.2.259>. Acesso em: 3 jun. 2025.