



REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal

ISSN: 2965-1506

regepe.esbj@anegepe.org.br

Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e
Gestão de Pequenas Empresas

Brasil

Rosa, Juliana Ribeiro da; Fleck, Carolina Freddo
Empreender ou não empreender, eis a questão? Análise do perfil de intenção empreendedora
de funcionários de startups e de empresas de tecnologia da informação no Rio Grande do Sul

REGEPE Entrepreneurship and Small Business
Journal, vol. 11, núm. 1, e1899, 2022, Janeiro-Abril
Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas
São Paulo, Brasil

DOI: <https://doi.org/10.14211/ibjesb.e1899>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=561581732003>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais informações do artigo
- ▶ Site da revista em redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Informação Científica Redalyc

Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal

Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

Artigo de Pesquisa

Empreender ou não empreender, eis a questão? Análise do perfil de intenção empreendedora de funcionários de startups e empresas de tecnologia de informação no Rio Grande do Sul

Juliana Ribeiro da Rosa^a  e Carolina Freddo Fleck^b 

^a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, RS, Brasil

^b Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), Santana do Livramento, RS, Brasil



Detalhes Editoriais

Sistema double-blind review

Histórico do Artigo

Recebido : 13 de abr. de 2020

Revisado : 22 de fev. de 2021


Aceito : 18 de ago. de 2021

Disponível online: 31 de dez. de 2021

Classificação JEL: D22, L10, L26, M13, M19

Artigo ID: 1899

Editor Chefe¹ ou Adjunto²:

² Dr. Edmundo Inácio Júnior 
Univ. Estadual de Campinas, UNICAMP

Editor Associado Responsável:

Dr. Eduardo Pinto Vilas Boas 
Escola de Empreend. do SEBRAE - ESE

Editora Executiva:

M. Eng. Patrícia Trindade de Araújo

Revisão Ortográfica e Gramatical:

Dra. Mônica Império Costa
Palavra Seleta Revisão Textual

Financiamento:

CAPES, #001

Citar como:

Rosa, J. R. da; Fleck, C. F. (2021). Empreender ou não empreender, eis a questão? Análise do perfil de intenção empreendedora de funcionários de startups e empresas de tecnologia de informação no Rio Grande do Sul. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 11(1), Artigo e1899.
<https://doi.org/10.14211/ibjesb.e1899>

*Autor de contato:

Juliana Ribeiro da Rosa
julianardarosa@gmail.com

Resumo

Objetivo: O objetivo deste artigo foi investigar o perfil de intenção empreendedora de funcionários de startups e empresas de pequeno porte do segmento de tecnologia do Estado do Rio Grande do Sul, quando estão vinculados a uma organização. **Método:** O trabalho é caracterizado como descritivo, utiliza uma abordagem quantitativa, por meio do método survey. O instrumento de coleta de dados foi o questionário, baseado no modelo de Kristiansen & Indarti (2004). **Resultados:** Os resultados encontrados demonstram que mais de 60% dos respondentes têm a intenção de empreender, especialmente ao perceber-se um profissional desejado no mercado de trabalho. **Contribuições teóricas:** O artigo contribui teoricamente com os estudos de intenção empreendedora no Brasil, principalmente por oportunizar uma visão fora da esfera de instituições de ensino superior, cenário de boa parte dos estudos já publicados. **Originalidade:** Ao realizar o levantamento dos dados sobre as Startups e empresas de Pequeno Porte do segmento de Tecnologia, no Estado do Rio Grande de Sul, constatou um número pequeno de funcionários envolvidos com as operações destes negócios, porém com um bom percentual com interesse em empreender. **Contribuições para a gestão:** O artigo contribui para o avanço da gestão nos setores de startups e da área de tecnologia do Rio Grande do Sul, ao identificar que um trabalho de incentivo e desenvolvimento de habilidades pode gerar parcerias de novos negócios dentro das próprias startups, gerando crescimento e potencial competitivo.

Palavras-chave: Intenção Empreendedora. Startups. Empresas de TI.

Abstract

Purpose: The aim of this study was to investigate the entrepreneurial intention profile of the employees of startups and small companies in the technology segment of the State of Rio Grande do Sul, when they working to an organization. **Methodology:** The research is characterized as descriptive, using a quantitative approach, using the survey method. The data collection instrument was the questionnaire, based on the model by Kristiansen & Indarti (2004). **Findings:** The results demonstrate that more than 60% of the respondents intend to undertake, especially when perceiving themselves as a desired professional in the job market. **Theoretical contributions:** The study contributes theoretically to studies of entrepreneurial intent in Brazil, mainly because it provides a view outside the sphere of higher education institutions, the setting for most of the studies already published. **Originality:** When conducting a survey of data on Startups and Small Companies in the Technology segment, in the State of Rio Grande de Sul, it was found a small number of employees involved in the operations of these businesses, but with a good percentage interested in undertaking. **Contributions to management:** The study contributes to the advance of management in the sectors of startups and the technology area of Rio Grande do Sul, by identifying that incentive work and skills development can generate new business partnerships within the startups themselves, generating growth and competitive potential.

Keywords: Entrepreneurial intention. Startups. IT companies.

INTRODUÇÃO

O cenário de abertura e fechamento de empresas é dinâmico, principalmente porque é diretamente relacionado com as movimentações da economia no mundo. Ao mesmo tempo em que uma pessoa pode olhar para os indicadores e tornar-se pessimista sobre a possibilidade de crescimento econômico e de criação de novos negócios; outra pessoa poderá olhar para os mesmos indicadores com uma ideia otimista. Isso se dá porque não existe fórmula exata para indicar a uma pessoa o melhor momento para a abertura de um novo negócio. E porque os indivíduos, em geral, analisam diversos fatores antes de empreender (Fontenele et al., 2015).

Embora o início da atividade empresarial possa partir de um comportamento planejado, Fontenele et al. (2015) acreditam que a intenção é a variável chave para explicar situações reais no processo de decisão, ou seja, mesmo indivíduos que não conseguem desenvolver um planejamento adequado para abrir um negócio, podem ter sucesso no médio e longo prazo, por conta da intenção; do apego a ideia de construir um empreendimento e levá-lo adiante. Isso porque a ação empreendedora é intencional e envolve nos fatores motivadores que influenciam um comportamento, indicando a intensidade com que os indivíduos desejam tentar e o quanto pretendem se esforçar para empreender. Quanto mais viável e desejável for percebida a oportunidade pelo indivíduo, mais forte será sua intenção em agir (Hisrich et al., 2009).

Novas ideias e o reconhecimento de oportunidades emergentes precisam ocorrer na mente de um indivíduo, e as mesmas só ocorrem ativando a percepção básica de cognição humana. Neste caso, o processo de empreendedorismo estaria correlacionado com a experiência do indivíduo em determinada área, e sua maior probabilidade de identificação de oportunidades (Baron & Shane, 2007).

Na literatura, constatam-se diferentes posições sobre quais motivos levam o indivíduo a criar seu empreendimento (Levie & Autio, 2007; Souza & Junior, 2011; Vale et al., 2014). De acordo com o Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2019), 30,2% dos brasileiros gostariam de abrir negócio nos próximos três anos, taxa essa levando em consideração os que não são empreendedores. Os dados da mesma pesquisa indicam que em 2019, segundo os empreendedores que estavam a pouco no mercado, as principais motivações para iniciar um negócio seriam para ganhar a vida, porque os empregos são escassos (88,4%); para fazer a diferença no mundo (51,4%); para construir riqueza (36,9%) e para continuar uma tradição familiar (26,6%).

Os percentuais acima demonstram que, dificilmente um novo empreendimento surge sem que haja uma intenção. Há um contexto intencional no qual a trajetória profissional e pessoal parecem estar diretamente vinculadas aos processos de tomada de decisão. Desta forma, a investigação de como o indivíduo percebe sua trajetória profissional se torna relevante tanto para o entendimento que o indivíduo tem da importância das organizações na formação do profissional, como para o que é e pode vir a ser como profissional e para a compreensão de quais fatores associados ao vínculo organizacional podem estruturar suas projeções futuras de vida, neste caso, considerando a decisão de tornar-se proprietário da empresa. Por consequência, como os aspectos relacionados à sua trajetória profissional estão implicados no processo que desenvolve de intenção empreendedora.

Deixar a carreira ou alterar o estilo de vida, não é uma decisão simples (Hisrich, 1990), especialmente ao tratar do movimento realizado para a formação de uma nova empresa. Mas e se a

pessoa já trabalha em um setor que tem como característica a inovação e criação de negócios? Seria mais fácil empreender estando em um ramo que é estruturado pela constante formação de novos negócios? E no caso das empresas associadas também a tecnologia?

Destacando as empresas de tecnologia e startups (situadas em um ambiente que busca a todo momento a inovação), identifica-se que estas têm alcançado representatividade na economia brasileira. No Brasil, só entre 2017 e 2018, a abertura de Startups aumentou 68,77%, segundo dados da Associação Brasileira de Startups - Abstartups (2021). Em 2019, só o Rio Grande do Sul, contava com 918 Startups em funcionamento. O Estado está entre os Top 4 com maior número de empresas dessa categoria abertas. No Brasil, em 2019, a soma chegou a 12.727 Startups (Abstartups, 2021). Seriam então as pessoas que trabalham neste setor mais propensas ao empreendedorismo? A partir de questionamentos como os recentemente apontados, a presente pesquisa teve como objetivo **investigar a existência de intenção empreendedora em funcionários de startups e empresas de tecnologia da informação de pequeno porte no Estado do Rio Grande do Sul**. Com o intuito de verificar o interesse dos indivíduos em terem seu próprio negócio e mensurar as características dessa população específica, buscando também compreender as trajetórias profissionais destes indivíduos.

Destaca-se que compreender questões relacionadas ao conceito de intenção empreendedora são fundamentais para o avanço das pesquisas na temática do empreendedorismo, bem como podem ser uma forma de o ambiente acadêmico contribuir com dados futuros sobre onde e como os novos empreendimentos podem alicerçar-se. A escolha por pesquisar pessoas vinculadas a empresa do ramo de tecnologia e startups como objeto de pesquisa se deu por considerar que neste ambiente, permeado de inovação, compreender o espaço da intenção empreendedora na vida destes funcionários pode ser impactante tanto para os indivíduos quanto para os proprietários destas organizações que podem ter em alguns de seus funcionários futuros parceiros de negócios. Além disso, em uma busca na base de dados SPELL¹, de artigos sobre intenção empreendedora publicado nos últimos cinco anos (2017 a 2021), nenhum artigo foi publicado associando a temática às Startups, demonstrando uma lacuna de pesquisa a ser preenchida.

INTENÇÃO EMPREENDEDORA

O empreendedorismo, ou melhor, o empreendedor, tem um papel crítico no desenvolvimento econômico. É o indivíduo identificado como responsável por fomentar as inovações do mercado. Através do “empreendimento”, esse empreendedor gera um novo movimento na economia e estabelece uma nova posição de mercado, na lógica da “destruição criativa” (Schumpeter, 1982). Além disso, o empreendedor desempenha um papel importante no preenchimento de lacunas (*gap-fillers*) e tem capacidade de entrada diferenciada dos demais agentes econômicos (Leibenstein, 1968).

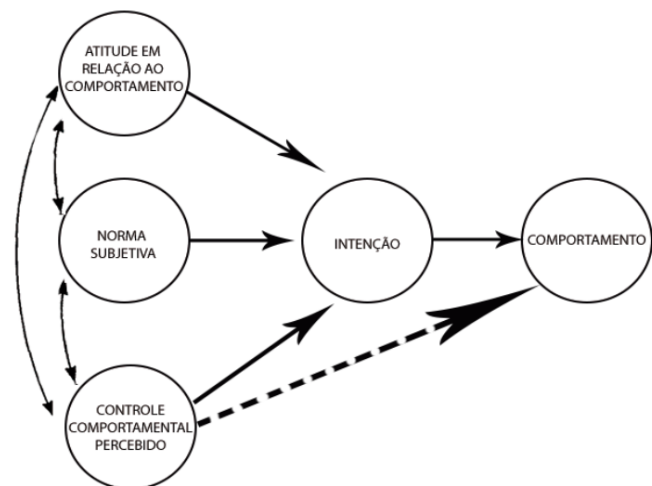
A literatura indica que o processo de empreendedorismo tem correlação com a experiência do indivíduo em determinada área, e sua maior probabilidade de identificação de oportunidades. Os indivíduos utilizam o conhecimento que adquiriram para gerar algo novo, para novos produtos ou serviços, empreendem. Normalmente, esse processo ocorre por meio de um estímulo, seja com algum evento específico ou por estímulo externo, como, por exemplo, uma informação concedida por outra pessoa, por uma experiência recente, ou pela observação do redor (Baron & Shane, 2007).

Presumivelmente as habilidades do empreendedor acabam sendo vinculadas a seu treinamento e a vontade de agir, além de ser em parte produto da experiência, provavelmente ligada à formação empreendedora e aos recursos que o dispõe (Littunen, 2000). Esses fatores podem estar ligados com o que o indivíduo espera da vida, seja aproximando-o do empreendedorismo ou afastando dessa expectativa e podem ser chamados de Intenção Empreendedora. Um tema que tem despertado interesse do ambiente acadêmico como pauta para compreender como novas empresas podem “nascer”.

Conceitualmente, de acordo com Sousa et al. (2019), existem duas correntes de pesquisa na temática da intenção empreendedora. Uma com origem na psicologia social e que tem como uma das bases a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) de Ajzen (1991). A outra tem origem nas pesquisas específicas de empreendedorismo e tem como uma das principais referências a Teoria das Intenções Empreendedoras (TIE) de Shapero & Sokol (1982). O estudo de Sousa et al. (2019) mapeou as principais publicações internacionais sobre o tema e demonstrou que, além do avanço da temática estar concentrado na última década, os estudos que utilizam a linha associada à psicologia social foram os que mais se desenvolveram, especialmente a partir do trabalho de Ajzen (1991). Nesse sentido, este artigo segue a mesma linha. Ajzen (1991), em sua teoria do comportamento planejado (*theory of planned behavior*), afirma que a intenção apresentada pelo indivíduo parte de três variáveis distintas, conceitualmente separadas: a atitude em relação ao comportamento, a norma subjetiva e o controle percebido pelo indivíduo. Essas variáveis influenciam diretamente na intenção do indivíduo (Figura 1).

Figura 1

Modelo da teoria do comportamento planejado



Nota: Elaborada pelas autoras a partir de Ajzen (1991, p. 182).

O modelo teórico do comportamento planejado (TCP), pressupõe que as intenções são formadas pelas crenças dos indivíduos. Ajzen & Fishbein (2005), em um avanço dos esforços sobre os argumentos da TCP indicaram que as crenças são divididas em comportamentais, normativas e de controle, culminando na intenção e comportamento do indivíduo para empreender. Os autores argumentam que as crenças comportamentais vão impactar diretamente as atitudes. As crenças normativas impactam nas normas subjetivas, que indicariam a intenção e por consequência o comportamento. E as crenças de controle, ocasionam a percepção de controle comportamental que também é ligada diretamente com

a intenção do indivíduo e é fruto indireto do controle comportamento real do indivíduo (Ajzen & Fishbein, 2005).

O modelo defendido pelos autores Ajzen & Fishbein (2005, p. 23), demonstra algumas premissas, como: a) a intenção é o antecedente imediato do comportamento real; b) esta intenção, por sua vez, é determinada pela atitude em relação ao comportamento, baseado na norma subjetiva e pelo controle comportamental percebido; c) os determinantes diretos do comportamento são baseados nas crenças normativas e de controle; d) e as crenças comportamentais, normativas e de controle podem variar de acordo com uma série de fatores contextuais anteriores.

Os autores indicam ainda que, os fatores contextuais apresentam três dimensões: individual, social e informacional. A dimensão individual abrange fatores como personalidade, humor, emoção, inteligência, valores, estereótipos, atitudes gerais e experiência. A dimensão social engloba educação, idade, gênero, renda, religião, raça, etnicidade e cultura. E a dimensão informacional incorpora conhecimento, mídia e intervenção (Ajzen & Fishbein, 2005).

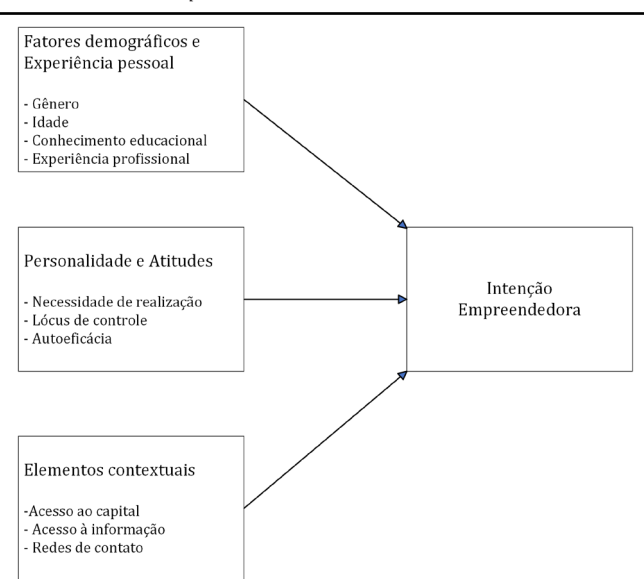
Para Ajzen & Fishbein (2005), as crenças apresentadas pelo indivíduo, presentes na dimensão individual, não precisam necessariamente ser verdadeiras. Podem ser imprecisas, tendenciosas e inclusive irracionais. Entretanto, uma vez que esse conjunto de crenças é estabelecido, fornece a base cognitiva para as atitudes, normas sociais percebidas e as intenções serem assumidas de forma consistente e razoável. Oliveira et al. (2016), dizem que a intenção empreendedora depende da combinação de valores pessoais e de fatores sociais. Para os autores a atitude face ao comportamento, apresentada no modelo de Ajzen, refere-se ao grau em que o indivíduo avalia positiva ou negativamente um comportamento.

Embora um público mais usual de análise de intenção empreendedora, desde o início das pesquisas sobre o tema, em publicações internacionais e nacionais (Krueger & Carsrud, 1993; Krueger et al., 2000; Nascimento et al., 2010; Scherer et al., 1989; Zain et al., 2010), tenha sido estudantes universitários; entende-se que o aporte teórico é relevante para contextualizar com o ambiente organizacional e necessário. Prova disso é que, dos 23 estudos publicados na temática entre os anos de 2017 e 2021, na plataforma SPELL, quatro realizaram as análises com estudantes universitários (Paiva et al. 2021; Lopes et al., 2020; Paiva et al., 2018; Barral et al. 2018). Corroborando o uso desse público como de interesse nestas pesquisas, mais de 10% dos estudos foram com o mesmo grupo de indivíduos, no entanto, os outros 19 estudos tiveram como foco temas variados. Os temas que apresentaram mais de uma publicação foram: Religião (Paiva et al., 2020; Sousa et al., 2020) que também atingiu mais de 10% das pesquisas; Revisão de Literatura e aplicabilidade de modelo (Martins et al., 2019; Sousa et al., 2019; Souza et al., 2018), também mais de 10%; Sustentabilidade e Inovação (Paiva et al., 2018; Silveira et al., 2018). Os 12 artigos restantes tiveram temas variados, não evidenciando os grupos pesquisados ou temáticas particulares associadas à Intenção Empreendedora.

Entre a temática, também aparecem estudos voltados a apresentar um modelo de mensuração de Intenção Empreendedora, através de escalas. Um deles é o trabalho de Kristiansen & Indarti (2004), no qual os autores propuseram um modelo de mensuração de intenção empreendedora (Figura 2). Esse modelo foi estruturado a partir de cinco elementos identificados na teoria sobre Intenção Empreendedora e ao final do estudo foram organizados em três construtos principais: fatores demográficos e experiência pessoal, personalidade e atitudes, e elementos contextuais. Neste artigo foi utilizado o modelo de Kristiansen & Indarti (2004) para mensuração da Intenção Empreendedora.

Figura 2

Modelo consolidado por Kristiansen e Indarti



Nota: Elaborada pelas autoras a partir de Kristiansen e Indarti (2004, p. 63).

Para os autores, o primeiro construto (fatores demográficos e experiência pessoal) foi associado a características como: gênero, idade, experiência profissional e conhecimento educacionais. O segundo construto (personalidades e atitudes) foi associado a necessidade de realização do indivíduo, lócus de controle e Autoeficácia. O lócus de controle refere-se a sensação de controle que uma pessoa tem sobre sua vida, quanto a sua percepção de sucesso ou fracasso das suas iniciativas pessoais. E a Autoeficácia, indica a percepção sobre a capacidade de iniciar em um negócio. E no terceiro construto (elementos contextuais) são destacadas as características ambientais quanto a capacidade do indivíduo perceber os pontos importantes para os empreendimentos iniciantes, acesso ao capital determinante para o início de um empreendimento, a disponibilidade de informações que pode ser indispensável junto com os contatos sociais (Kristiansen & Indarti, 2004).

Entende-se na literatura que o segundo e terceiro construtos abordam aspectos que envolvem questões mais subjetivas sobre a Intenção Empreendedora. No caso do segundo construto, no item necessidade de realização, segundo Santos et al. (2009), refere-se a uma necessidade da pessoa em se realizar, superar obstáculos, sobressair-se e manter um elevado padrão de desempenho. Esses indivíduos estabelecem altos padrões pessoais e buscam atingi-los de todas as maneiras, procuram ocupar cargos de status mais altos nas organizações e possuem expectativas maiores, preferindo serem donos do próprio negócio normalmente.

Também no segundo construto, o lócus de controle, consiste, de acordo com Kaufmann, Welsh & Bushmarin (1995), na crença do indivíduo sobre como chegar aos resultados obtidos por ele. Conta com duas percepções distintas, uma percepção interna, na qual ele acredita que atinge seus resultados através das aptidões, esforços ou habilidades; e outro, baseado na estrutura externa, onde o indivíduo acredita que forças externas controlam os resultados. A associação do conceito de lócus de controle, com o comportamento empreendedor, está ligada com a percepção do indivíduo quanto sua capacidade de atingir resultados. Se a dimensão de lócus de controle interno se aparecer de forma positiva e o lócus de controle externo apresentar uma associação negativa indica características do comportamento do empreendedor (Maciel & Camargo, 2010).

A autoeficácia (ainda do segundo construto), traduzida por alguns autores como eficácia própria, relaciona a percepção do indivíduo quanto a sua capacidade de realizar um determinado trabalho ou tarefa. De acordo com Hisrich, Peters & Shepherd (2009), pessoas com alta autoeficácia pensam de forma diferente e se comportam de maneira distinta daqueles que tem uma autoeficácia baixa. A alta autoeficácia influencia na iniciativa e persistência do indivíduo, fazendo com que seu desempenho melhora, enquanto a baixa autoeficácia reduz o desempenho e o esforço nas tarefas. Podendo assim se relacionar com pontos relevantes para apontar o empreendedorismo.

Outro ponto relevante para a formação do empreendedor, é dado pela busca de informações, característica que descreve o sistema de apoio, tanto pessoal quanto profissional, que auxiliam o empreendedor em realizar sua atividade. A busca de informação pode ser incorporada nas redes de relacionamentos interpessoais, apontados como característica no terceiro construto (elementos contextuais) (Hisrich et al., 2009). Na próxima seção, apresenta-se a metodologia utilizada.

METODOLOGIA

Este trabalho caracteriza-se como descritivo, de abordagem quantitativa. O método utilizado foi o *survey*. O instrumento de coleta de dados utilizado foi o questionário, constituído de três blocos de questões: o primeiro bloco trazia as questões propostas por Kristiansen & Indarti (2004); no segundo bloco foram apresentadas questões referentes aos dados sociodemográficos, e no terceiro bloco questões sobre a trajetória ocupacional do indivíduo até a ligação com o emprego atual, além de questionar se o indivíduo teria interesse em empreender. Nesta última questão, se o respondente apontasse que sim, tinha interesse em empreender, era direcionado para uma pergunta, com campo aberto, para apresentar argumentos sobre o que o impedia a iniciar um negócio próprio.

No bloco em estavam as questões do modelo de Intenção Empreendedora proposto por Kristiansen & Indarti (2004) constavam 15 questões distribuídas nas três dimensões: Fatores Demográficos e Experiência Pessoal; Personalidade e Atitudes e Elementos Contextuais. Esta seção buscou mapear o perfil associado a Intenção Empreendedora de cada respondente.

A estrutura utilizada pelos autores possuía a escala do tipo *Likert* de 7 pontos, onde era atribuído ao número 1 a total discordância total sobre a afirmativa e ao número 7 a concordância total. Lembrando que a escala do tipo *likert* ímpar difere da escala par, por possibilitar ao respondente a opção de anular seu posicionamento quanto a afirmativa proposta. Neste caso, atribuindo ao número 4 da escala, condição de neutralidade, não concordando e nem discordando com a declaração. Apesar da escala ter sido validada pelos autores com 7 pontos, entende-se que, assim como no momento da tradução é necessário reescrever as afirmativas de forma a ficarem compreensíveis no novo idioma, a pontuação da escala também pode ser revista de forma a contemplar melhor os objetivos da pesquisa proposta. Para o presente artigo as pesquisadoras optaram por adaptar a escala para 6 pontos, retirando o ponto de neutralidade de resposta, forçando assim o respondente a posicionar-se quanto às afirmativas. A literatura aponta que a questão de escolha por uma escala de número ímpar ou par é pertinente aos pesquisadores, entendendo a necessidade de forçar ou não o respondente a uma escolha (Hair et al. 2005; Dalmoro & Vieira, 2013), ponto que respalda teoricamente a decisão. No entanto, entende-se que o mais importante seja justificar a decisão dentro desta pesquisa.

O cenário empresarial das startups e de empresas de tecnologia é um cenário dinâmico e formado por muitas pessoas

jovens (os dados da pesquisa corroboram), boa parte delas ingressante no mercado de trabalho. Neste cenário, acredita-se ser importante a obrigatoriedade do posicionamento, uma vez que o conteúdo da pesquisa aborda questões como satisfação com o emprego atual e interesse em deixar a empresa para empreender. A fim de evitar que os respondentes partissem para respostas “neutras”, em uma lógica de evitar um posicionamento que possa gerar questionamentos dentro da organização, o que impossibilitaria a mensuração adequada no nível de intenção empreendedora ou até mesmo poderia gerar viés nos resultados médios, uma vez que o ponto médio em uma escala ímpar mediria indiferença e não um grau médio de intenção empreendedora como a escala par permite medir. O que levou a possibilidade de indicar os seguintes parâmetros para a interpretação das médias foram baseados nos seguintes valores: de 1 a 2,5 baixa intenção empreendedora, 2,5 a 4,5 mediana e de 4,5 a 6 alta intenção empreendedora.

Para a análise dos dados foram utilizadas as seguintes técnicas: estatística descritiva, testes de hipóteses e análise de variância (ANOVA). A análise descritiva permitiu o detalhamento das informações pessoais dos pesquisados e média obtida no construto de intenção empreendedora, indicando o perfil dos respondentes. Para a avaliação das relações entre médias com as características pessoais utilizou-se o teste t, bem como a análise de variância – ANOVA, de acordo com a necessidade de testar dois ou mais grupos, buscando a identificação da diferença de comportamento (perfil de intenção empreendedora) em relação aos demais dados da pesquisa através das médias obtidas.

Quanto ao grupo de respondentes, foram funcionários que trabalham em startups e/ou empresas de pequeno porte de tecnologia de informação. A escolha por este grupo de respondentes se deu por entender que, justamente nestas organizações existe uma relação próxima com a inovação e o empreendedorismo. São organizações com estruturas potencialmente dinâmicas, sejam de comércio ou indústria, em que a questão da intenção empreendedora poderia estar implícita no comportamento das pessoas que trabalham neste setor. Além disso, é um grupo pouco explorado no que diz respeito à temática da intenção empreendedora. Reforça-se o argumento com o dado apresentado na introdução de que nos últimos cinco anos (2017 a 2021), nenhum artigo foi publicado associando a temática às Startups a Intenção Empreendedora na base de dados SPELL.

A amostra inicial atingida, contava com cento e noventa e um questionários respondidos. Sendo 66 em startups e 125 de empresas de tecnologia de informação.

Neste artigo, entende-se startups como empresa de caráter inovador, que “*caracterizam-se por desenvolver suas inovações em condições de incerteza que requerem experimentos e validações constantes, inclusive mediante comercialização experimental provisória, antes de procederem à comercialização plena e à obtenção de receita*” (Lei complementar n. 167, de 24 de abril de 2019). Mesmo que nem todas as startups sejam da área da tecnologia, estas empresas estão diretamente ligadas a inovação e dinâmica de desenvolvimento de atividades, da mesma forma que as empresas de tecnologia. Por isso os dois tipos de organização pesquisados juntos. Além disso, optou-se pelos dois segmentos de forma a possibilitar maior grupo de respondentes, uma vez que a maioria das startups contam com poucos funcionários, ou muitas vezes, apenas os sócios proprietários, que neste caso, já são empreendedores.

Utilizou-se a técnica de amostragem intencional não probabilística, que de acordo com Hair et al. (2005), deve ser utilizada quando o pesquisador precisa escolher os respondentes de acordo com a proximidade e possibilidade de acesso a população alvo. Para a obtenção de dados e contato com a startups, entrou-se em contato com todos os parques

tecnológicos do Estado e com a Associação Gaúcha de Startups. As empresas de tecnologia foram contatadas de forma direta. Empenhou-se em buscar a proporcionalidade de respondentes nas regiões do Estado Rio Grande do Sul, localizando empresas que tivessem como atividades afins a área de tecnologia, como empresas atuantes na área de tecnologia da informação (TI). Para isso utilizou-se indicações de empresas já pesquisadas, pesquisas na *google* e em algumas localidades, auxílio de APLs (Arranjos Produtivos Locais). Das APL do Estado, apenas obteve-se atenção e auxílio para a participação da pesquisa a Trino Polo de Caxias do Sul.

Dos 191 questionários respondidos fez-se necessária a exclusão de 12, pelos seguintes motivos: por estar inadequadamente preenchido ou por indicar cargo de empreendedor ou de sócio proprietário, neste caso, não sendo alvo da pesquisa por já ser enquadrado como empreendedor. Ficando assim com o total de 179 questionários válidos.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta seção são apresentados os resultados e discussões do artigo. Apresenta-se inicialmente os dados sociodemográficos dos respondentes, seguidos dos resultados descritivos do questionário aplicado, além dos testes estatísticos realizados.

Os respondentes da pesquisa são predominantemente do sexo masculino, sendo 106 respondentes (58,9%). As mulheres representaram 41,1%, 73 respondentes. Quanto à idade, os respondentes possuem uma média de 29 anos, variando entre 17 e 62 anos. No que diz a respeito ao estado civil 56,98% são solteiros e 39,10% estão em uma união estável ou casados, sendo apenas 4% divorciados ou viúvos. Os cargos dos respondentes são descritos na Tabela 1. Destaca-se que os cargos administrativos e de gestão não contemplam os sócios proprietários das organizações pesquisadas.

Tabela 1

Descritivo dos cargos

Cargos	Frequência	Porcentagem
Administrativos (Administrativo, Auxiliar administrativo, Financeiro)	24	14,54%
Analistas (Analista de Suporte, Analistas de Processo, Analista de Testes, Analista de Sistemas, Analista de TI)	24	14,54%
Desenvolvedores (Desenvolvedor, Desenvolvedor de Software, Desenvolvedor Web, Desenvolvedor de Sistemas, Desenvolvedor de Sistemas Web)	26	15,76%
Gestores (Diretor de Arte, Diretor Geral, Diretor de Gestão de Pessoas, Gerente, Diretor, Gerente de Projetos, Gerente de Segurança e Tecnologia, Gerente de operações, Gerente de Sistemas, Gestor técnico)	26	15,76%
Responsável por Banco de Dados	2	1,22%
Técnico em Suporte (Suporte Técnico, Técnico de Suporte, Suporte)	13	7,88%
Programadores (Programador de sistemas, Programador, Programador web)	21	12,73%
Estagiários	9	5,45%
Demais cargos (Projetista, Testador, Líder de desenvolvimento, inspetor de qualidade)	20	12,12%
Total	165	100%

Nota: Elaborada pelas autoras com base nos dados da pesquisa (2021).

Quanto ao nível de escolaridade, os participantes da pesquisa atingem um alto grau da instrução, já que 89,38% apresentam como escolaridade mínima de ensino médio

com ensino superior iniciado e/ou incompleto, em que 5% está cursando ou já cursou curso técnico, posteriormente a conclusão do segundo grau. Quando questionados sobre ter filhos, 78,21% dos respondentes afirmaram não terem filhos, contra 21,79% que possuem pelo menos um filho. Dos 179 respondentes, 46,37% são responsáveis principais da renda da família e 53,63% dividem a responsabilidade da renda familiar com outro(s) membro(s) da família.

Quando questionados quanto a sua trajetória profissional, a porcentagem com maior abrangência obtida na pesquisa demonstra que quase 70% dos respondentes têm vínculo de até 3 anos com a organização na qual trabalham. Os que possuem mais de 10 anos junto à organização, fazem parte de 4 empresas, na qual 3 são localizadas no interior do estado e apenas 1 na região metropolitana.

Ao examinar o tempo de trabalho do indivíduo no mercado de trabalho, observou-se a concentração de 52,52% com até 10 anos de experiência profissional, sendo 24,59% com até 5 anos e 27,93% de 6 a 10 anos. Fato coerente ao considerar a média de idade dos respondentes, na qual atinge 29 anos, deixando-os nessa faixa de tempo de trabalho. Os demais respondentes 47,48% ficaram distribuídos entre o tempo de 11 a 15 anos (18,99%), de 16 a 20 anos (10,61%) e mais de 20 anos (17,88%).

Quando questionados se já tiveram negócio próprio, 81% afirmaram que não tiveram negócio, indicando que sempre trabalharam para terceiros. Em contrapartida, 34 indivíduos declararam ter tido negócio próprio (19%). As justificativas apresentadas para o abandono foram distintas, como por exemplo, questões financeiras, como: o baixo retorno financeiro, dificuldade de estabilizar o negócio. Além disso, declaram fatores como falta de conhecimento específico do negócio e de experiência na área. Oito indivíduos indicaram que continuam tocando um negócio paralelo com a atividade profissional.

Ao tratar da vontade em empreender, quando questionados 61,45% dos respondentes dizem que tem intenção de empreender, em contrapartida de 38,55% que afirmaram não ter a intenção de empreender futuramente. Fator que contradiz com os dados do GEM (2019), que aponta que apenas 38,7% dos não empreendedores tem a intenção de ter o próprio negócio. O valor encontrado na pesquisa se aproxima com os dados dos empreendedores nascentes (66,7%).

Ainda questionando qual o motivo o impedia de iniciar um negócio próprio, as respostas variaram. Entretanto, o motivo mais representativo na população estudada foi o capital financeiro, presente em 53,63% das respostas. Na Tabela 2, expõe-se as variações apresentadas por aqueles que apontaram o capital como fator limitante para empreender, indicaram o capital com outros itens relacionados.

A falta de acesso a recursos financeiros para o início do negócio próprio destacado pelos indivíduos participantes da pesquisa, são corroborados pelos dados apresentados no GEM (2017), de que 58,6% dos empreendedores, indicaram a falta de acesso de recursos financeiros como o maior limitante a abertura e inclusive a manutenção dos novos negócios. Fator esse, que perpassa a projeção apenas para o início do negócio, já que o percentual não varia muito entre os empreendedores nascentes (60,2%), novos (60,0%) e estabelecidos (57,6%). Demonstrando ser uma barreira persistente para o empreendedorismo no Brasil (GEM, 2017).

Os especialistas do GEM (2019), apontam que a burocracia e à carga tributária (políticas governamentais) (47,8%) e o acesso a recursos financeiros (34,3%), que englobam as taxas de juros cobradas pelos bancos para o acesso e manutenção do crédito produtivo para a operação, além de exigências de garantias para financiamento, e excesso de procedimentos burocráticos, fatores que restringem o desenvolvimento do empreendedorismo. Fato enfatizado pela população estudada, que indica como estímulo

para as pessoas empreenderem consiste na facilidade de acesso ao crédito (45,7%).

Tabela 2

Descritivo dos impedimentos para iniciar seu próprio negócio

Categorias	Descrições dos respondentes
Capital e conhecimento	"Valor inicial e experiência"; "Colaço de grau/capital"; "Experiência, Capital de Giro, Fluxo de caixa, Modelo de negócio"; "Tempo, conhecimento e dinheiro"; "Falta de experiência, ideias, capital"; "Conhecimento e dinheiro"; "Não tenho condições financeiras, e também pretendo concluir minha graduação para após focar mais e derir meu próprio negócio"; "Competência, cacife, comodismo"; "Já pensei, em outra área, mas primeiramente preciso de uma graduação para posteriormente pensar nisso"; "Necessito de mais conhecimento e aprendizado"; "Experiência e capacidade psicológica".
Capital e coragem	"Falta de Dinheiro, Medo de Falhar e Boas Companhias"; "Receio"; "Coragem"; "Receio do novo. Sair do certo para o incerto"; " Medo de errar"; "O que me impede é o risco de investir e que não dê certo o negócio, pela crise em que o país se encontra e a dificuldade financeira das pessoas, com o poder aquisitivo, ou seja a atual conjuntura econômica que estamos vivendo".
Capital e dinheiro	"Equipe e dinheiro".
Capital e mercado	"O mercado já está saturado com tantas agências de comunicação/digitais; impostos são elevados demais para abrir um negócio próprio; falta de capital para investir em um negócio próprio; empresas que não querem investir em comunicação"; "Escolha correta do tipo de negócio", ou "O ramo e local seguro"; "Algo inovador, ligado a tecnologia pensando no futuro próximo..."; "Buscar um diferencial na área de atuação que pretendo empreender".
Capital e tempo	"Tempo e capital"; "Tempo e dinheiro"(x2); "Tempo, dinheiro, animo"; Tempo para pensar na formação do meu negócio"; "Tempo e falta de ideais práticas".
Capital e planejamento	"Planejamento e dinheiro"; "Apenas empreenderia na minha área de atuação, e não o faria sozinho. aguardo parcerias e mais experiências futuras. Acho que não vale a pena empreender sem planejamento inicial, e também não acredito valer a pena investir no Brasil, tanto no presente quanto no futuro próximo".
Capital	"Gostaria de empreender com o capital próprio. Deste modo, o planejamento financeiro para o empreendimento precisa ser um pouco mais conservador. Além disso, me considero talvez em oposição da média- mais competente como uma pessoa mais capaz de operacionalizar ideias (tanto em marketing quanto em finanças e tecnologia). Noto que as pessoas geralmente tem várias ideias, mas não sabem muito bem como fazê-las sair do papel. Gostaria de ter mais contato com os criadores de ideias, para que pudesse entrar como parceiro"; "Uma ideia original e viável no mercado atual dentro das minhas limitações financeiras"; "No momento me falta um capital de giro, preciso juntar dinheiro pois gostaria de iniciar (aos poucos) um negócio próprio em uma área distante da que atuo. Mas sim, minha ideia de um futuro próximo é ser somente empreendedor, para ter mais tempo para minha família. Acho que tenho condições e possuo um bom espírito de liderança"; "Compromissos financeiros (gastos fixos) já estabelecidos que seriam difíceis de manter em um primeiro momento como empreendedor"; "Medo de empreender pela questão financeira, tempo de retorno e investimentos inicial"; "Capital para investimento, insegurança quanto o retorno"; "Capital e finalizar o desenho do projeto da ideia".

Nota: Elaborada pelas autoras com base nos dados da pesquisa (2021).

Na Tabela 3, expõe-se as estatísticas descritivas alcançadas em todas as afirmativas do construto de Intenção Empreendedora. Observa-se que de maneira geral os valores apontam-se próximos da concordância plena.

Os itens que apresentaram maior média dos expostos, foram: (2) Tento intensamente melhorar minha relação ao que já realizei no passado e (5) Acredito que empenho e trabalho intenso geralmente levam ao sucesso, que obtiveram média respectiva de 5,24 e 5,09. A primeira afirmativa faz parte das

características associadas à necessidade de realização e a segunda à locus de controle, ambos representando a percepção dos indivíduos de que o esforço, as aptidões e habilidades são pontos a serem atingidos gradualmente ao longo do tempo ou com experiência.

Tabela 3

Análise descritiva das afirmativas da intenção empreendedora

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

Nota: Elaborada pelas autoras com base nos dados da pesquisa (2021).

Em contrapartida o grupo de afirmações que apresentou o menor valor de média, corresponde a Busca de Informação. A afirmativa, (10) Eu tenho acesso a capital para começar a ser um (a) empreendedor (a), foi a que atingiu a menor média entre os respondentes (2,52), assinalando assim, que na percepção dos indivíduos, eles não têm acesso ao capital para iniciar seu negócio. Ponto que já havia sido evidenciado nas respostas qualitativas dos respondentes, que trouxeram o capital como maior impedimento para investir em um empreendimento próprio. Demonstra que para a população pesquisada o capital tem interferência direta na reflexão sobre o empreendedorismo. Característica que vai ao encontro, também, do que é apresentado pelo GEM (2019).

Na Tabela 4, apresenta-se as médias alcançadas pelos respondentes ao avaliar as dimensões mensuradas pelo instrumento de intenção empreendedora.

A dimensão que apresentou média alta foi a de Necessidade de realização. Relembrando, que é considerado alto, quando ele atinge mais de 4,50 de média. A média 4,79, representa, no

entanto, que os indivíduos exibem características de superação nas atividades propostas, sejam elas na organização em que atuam como na sua história de vida. Quando se trata do tema empreendedorismo, é inconcebível não citar, a necessidade do indivíduo em ter objetivos de realização pessoal. Ponto, inclusive indicado como determinante em estudos anteriores (Hisrich et al., 2009; McClelland, 1961).

Tabela 4

Média nas dimensões da intenção empreendedora

Construto	Dimensão	Média	Interpretação
Personalidade e Atitudes	Necessidade de Realização	4,79	Alto
	Locus de Controle	3,65	Mediano Superior
Elementos Contextuais	Autoeficácia	4,15	Mediano Superior
	Busca por Informação	3,32	Mediano Inferior
	Intenção Empreendedora	3,80	Mediano Superior

Nota: Elaborada pelas autoras com base nos dados da pesquisa (2021).

Das demais dimensões apresentadas, pode-se observar de acordo com a Tabela 4, que há uma identificação dos respondentes classificada como mediana superior quanto a capacidade de perceber que suas ações interferem nos resultados das suas atividades (Locus de Controle), e a capacidade de perceber em si habilidades de liderança e maturidade para empreender (Autoeficácia) e que querem seguir a carreira como empreendedor ao invés de seguir a carreira como funcionário (Intenção Empreendedora). Embora ainda considerem ter menor estrutura de capital, rede de contatos e o acesso a informações para iniciar seu empreendimento, demonstrado pela menor média alcançada (Busca de Informação).

Para aprofundar o comportamento dos respondentes quanto a real intenção em empreender, foram realizados testes estatísticos para avaliar se as características pessoais e profissionais dos participantes, interferem de alguma forma a intenção empreendedora do indivíduo ou não. Para isso, aplicou-se os testes estatísticos teste t e o ANOVA.

Os fatores idade, escolaridade e estado civil não apresentaram significância nas dimensões da escala de intenção empreendedora. Indicando que fatores como esses não interferem na vontade do indivíduo empreender. Outro fator que foi testado e não demonstrou diferença significativa foi a localidade onde ele reside. Realizou-se um comparativo de médias entre os dois grupos, a capital com as outras cidades do estado, e não houve diferença de percepção dos indivíduos, mesmo que as oportunidades se diferenciem de uma região para outra.

No que diz respeito ao sexo dos respondentes, os testes não apresentaram resultados significativos. Um fator muito interessante de ser observado, levando em comparação com outros estudos realizados, como o de Zhang, Duyster & Cloodt (2014), na China que apontam que as mulheres têm menor intenção empreendedora do que os homens, mesmo tendo a mesma educação para empreendedorismo, com uma diferença logarítmica distinta. Ou diferença de média por sexo, em quesitos de autoeficácia, como indicam os estudos de Nikou, Brännback, Carsrud & Brush (2019).

Apenas dois fatores pessoais dos respondentes apresentaram diferença ao analisar a estrutura de intenção empreendedora. Como é possível verificar na Tabela 5, o fator locus de controle, indicou diferença de média em duas situações, quando os pesquisados são os responsáveis pela renda (sig 0,027) e se tem filhos (0,002).

O locus de controle, apresentado tanto para os responsáveis pela renda e por aqueles que têm filhos, representa a percepção que o indivíduo tem de que seu sucesso e seu fracasso estão

diretamente ligados aos resultados obtidos por ele. Separa-se claramente com esse teste estatístico que aqueles que são responsáveis pelo seu próprio sustento ou pela renda familiar, bem como os que têm filhos, acreditam que os fatores de boa execução das suas atividades profissionais dependem exclusivamente do seu trabalho.

Tabela 5

Teste Anova das dimensões da intenção empreendedora

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

Nota: Elaborada pelas autoras com base nos dados da pesquisa (2021). Sig. = significância.

Em consonância a isso, Kaufmann et al. (1995) descrevem essa característica, o lócus de controle, como parte da condição em que o indivíduo se empenha a fazer as coisas de maneira mais eficiente para alcançar os objetivos, já que acredita que isso só se relaciona com a atitude pessoal. O compromisso por manter um filho ou ser responsável pela renda familiar impactando na reflexão de cuidado.

O índice de intenção empreendedora geral também apresentou significância quando avaliado o perfil dos responsáveis pela renda familiar (0,045), conforme Tabela 5. Indicando que aqueles indivíduos que são responsáveis pela renda, possuem perfil de intenção empreendedora maior do que aqueles que não possuem essa obrigação.

Realizou-se também a análise de relação do tempo de trabalho com a intenção empreendedora, ponto que buscou identificar se a experiência interferia em algum fator relevante para a abertura de negócio. Para isso dividiu-se os respondentes em 5 grupos, os que tinham até 5 anos de experiência no mercado de trabalho, de 6 a 10 anos, de 11 a 15 anos, de 16 a 20 anos e mais de 20 anos de atividades laborais.

Foram identificados dois fatores que sofrem alteração ao levar em consideração o tempo de trabalho e a estrutura de intenção empreendedora. Visualiza-se na Tabela 6, que as dimensões Busca por Informação (0,001) e o índice da intenção empreendedora geral do indivíduo (0,057) exibem dissemelhança. Os valores encontrados com o teste Tukey são exibidos na Tabela 7.

Tabela 6

Resultados do ANOVA – tempo de trabalho x intenção empreendedora

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

Nota: Elaborada pelas autoras com base nos dados da pesquisa (2021).

Uma observação interessante dos resultados obtidos e exibidos na Tabela 7, indicam que os indivíduos com até 10 anos de atuação no mercado de trabalho, ou mais de 20 anos de trabalho laboral consideram menos estruturados na dimensão de busca de informação. Os indivíduos de 11 até 15 anos encontram-se neutros quanto a essa posição. Entretanto, os indivíduos com 16 e 20 anos de trabalho, diferem-se nesta

posição, perspectiva que se distingue claramente com o teste Tukey, consideram-se mais estruturados quando se considera o capital inicial, a rede de contatos e as informações de apoio iniciais para iniciar um empreendimento.

Tabela 7

Teste Tukey – médias obtidas com o tempo de trabalho

Busca por Informação	
Tempo de trabalho	Média
De 6 a 10 anos	2,8980 A
Até 5 anos	3,3178 A
Mais de 20 anos	3,3854 A
De 11 a 15 anos	3,5000 AB
De 16 a 20 anos	4,1754 B
Intenção Empreendedora	
Tempo de trabalho	Média
De 6 a 10 anos	3,8531 A
Até 5 anos	3,9411 AB
Mais de 20 anos	4,0396 AB
De 11 a 15 anos	4,0725 B
De 16 a 20 anos	4,2772 B

Nota: Elaborada pelas autoras com base nos dados da pesquisa (2021).

A= alto; AB= Alto-baixo; B= baixo.

Esse comportamento foi exibido tanto para a dimensão de busca de informação como a média da intenção empreendedora geral, distinguindo apenas na estrutura da intenção empreendedora geral, onde a menor média é só atendida somente pela faixa de 6 a 10 anos de trabalho. Podendo assim, indicar que a percepção que o indivíduo tem ao iniciar a sua carreira no mercado de trabalho interfere menos ao se sentir com as características para empreender dos demais tempos. Um fator interessante que é possível perceber ao analisar esse dado, é que para os participantes da pesquisa é que a experiência adquirida ao decorrer do tempo, impacta mais na avaliação das intenções de ter o próprio negócio. Entretanto, depois de um tempo maior no mercado de trabalho, expresso por aqueles que tem mais de 20 anos de experiência, a avaliação é dada de forma contrária. O indivíduo embora tenha mais vivência, maior conhecimento sobre as tarefas executadas e do mercado, ele pondera mais essa condição.

Para avaliar se a estrutura utilizada pelo estudo de Kristiansen & Indarti (2004) responde realmente a atitudes dos indivíduos que têm interesse empreender futuramente, aplicou-se um teste t utilizando a pergunta direta ao indivíduo sobre ter interesse ou não em empreender. Os dados obtidos são exibidos na Tabela 8.

Tabela 8

Resultado teste t – Quer empreender e intenção empreendedora

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

Nota: Elaborada pelas autoras com base nos dados da pesquisa (2021).

Como é possível perceber na **Tabela 8**, o construto de intenção empreendedora proposto pelos autores consegue mensurar parte do comportamento do indivíduo quanto ao pensar em empreender, já que apenas uma dimensão não apresentou significância com o comparativo, a necessidade de realização. Condição coerente, se levar em consideração, que independentemente de querer continuar vinculado a uma organização ou querer criar o seu negócio, o indivíduo busca a realização pessoal.

Se o trabalho faz parte da construção da identidade do indivíduo, como afirmam Magalhães & Bendassolli (2013), mais do que permitir ter em um lugar ou um *status* social, o trabalho proporciona ao indivíduo organizar a narrativa pessoal de quem é. Ou seja, independentemente da carreira escolhida para seguir, o indivíduo busca a sua realização pessoal com a atividade que exerce, e esta pode se dar tanto empreendendo como sendo funcionário de uma organização.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A atividade de empreendedorismo centraliza-se na figura do indivíduo empreendedor. O intuito do presente artigo, portanto, foi investigar qual a intenção empreendedora dos indivíduos ligados às startups e empresas de tecnologia da informação de pequeno porte no Estado do Rio Grande do Sul.

Dadas as análises trazidas para discussão no presente artigo, percebe-se que grande parte dos pesquisados (mais de 60%) tem a intenção em empreender mesmo estando vinculado a uma organização. E que a falta de capital para o iniciar o negócio é o maior impedimento. Aspecto que confirma que a abertura de um negócio parte de um comportamento planejado, em que o indivíduo tem o intuito, mas mais do que isso, consegue compreender que para ter a segurança de abrir mão da ligação com a empresa em que trabalha no momento, alguns fatores são necessários desenvolver.

Dentre as características particulares sobre a população estudada, percebeu-se um predomínio incontestável de pessoas com grau de instrução elevado neste tipo de empresa, quando comparamos a outros setores, provavelmente pela complexidade do produto. A faixa etária detectada com predominância na população estudada, encontra vista em jovens adultos. Condição que acaba impactando nas características de responsabilidade de renda e de empresa familiar se pusermos na contextualização atual.

Além de conseguir mapear algumas características pontuais, como o fato do indivíduo ter a responsabilidade da renda familiar e ter filhos implica na necessidade de boa execução das tarefas, e que o tempo de experiência adquirida com o tempo de trabalho, principalmente na faixa dos 16 a 20 anos de trabalho, ponto claro que o indivíduo se sente mais preparado para empreender do que as demais faixas. Pontos a serem investigados em novas pesquisas.

Um dos pontos mais interessantes encontrados na pesquisa foi que a necessidade de realização, uma das dimensões especificadas no modelo de Intenção Empreendedora, não está associada apenas nos indivíduos que pretendem empreender, e sim com todos os indivíduos participantes. Evidenciando desse modo, que a necessidade de realização é um objetivo central da realização profissional do indivíduo. Que o trabalho, independentemente da escolha de carreira, tem sua relevância na vida dos respondentes.

A pesquisa atingiu uma boa representatividade da população pesquisada. Retratando respostas de todas as regiões do Rio Grande do Sul, mesmo não tendo conseguido atingir em sua totalidade as cidades na qual foram identificadas a presença de startups e empresas de tecnologia de informação. Ressalta-se assim, que a presente pesquisa não tem a intenção de generalizar

os dados para a população estudada, apenas centralizar em um setor, e voltar a análise do comportamento dos indivíduos ligados a uma organização, já que os estudos nacionais e internacionais avaliam apenas a perspectiva de estudantes e não de indivíduos com trajetórias profissionais já consolidadas.

Expõe-se as limitações encontradas para a execução plena de seu objetivo. Primeiro a dificuldade da pesquisadora em conseguir identificar e entrar em contato com a população específica e a dificuldade do retorno dos empreendedores procurados. Muitos empreendedores alegam ser impossível parar as atividades laborais dos funcionários para o preenchimento dos questionários, pois os aspectos abordados na pesquisa não compatível com o interesse da empresa.

Como sugestões para estudos futuros, recomenda-se a aplicação de dessa estrutura em outras organizações, para verificar se o comportamento dos indivíduos se difere em cenários não associados à inovação e empreendedorismo. Que as pesquisas ligadas à intencionalidade de empreender, verifique questões quanto o conhecimento do indivíduo sobre investidores de capital, anjos e programas de financiamentos que auxiliam financeiramente os novos empreendimentos. Para verificar se essa informação proporciona um impulso maior ao criar seu negócio.

Financiamento

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Declaração de conflito de interesse

Os autores declaram não haver conflito de interesses.

Declaração dos autores de contribuições individuais

Papéis	Contribuições	
	Rosa JR	Fleck CF
Conceitualização	■	■
Metodologia	■	■
Software	■	■
Validação		■
Análise formal	■	■
Pesquisa / Levantamento	■	
Recursos	■	
Curadoria dos dados	■	■
Escrita - Rascunho original	■	
Escrita - Revisão e edição		■
Visualização dos dados	■	■
Supervisão / Orientação		■
Administração do Projeto	■	
Financiamento	■	■

REFERÊNCIAS

- Abstartups – Associação Brasileira de Startups. (2021). Crescimento das Startups. Recuperado de <https://abstartups.com.br/crescimento-das-startups/>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-t
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). The Influence of Attitudes on Behavior. In D. Albarracín, D; B. T Johnson & M. P. Zanna (Eds.), *The*

- Handbook of Attitudes. Lawrence Erlbaum Associates. New York: Psychology Press.
- Baron, R. A., & Shane, S. A. (2007). Empreendedorismo: Uma visão do processo. São Paulo: Thomson Learning.
- Barral, M. R. M., Ribeiro, F. G., & Canever, M. D. (2018). Influence of the University Environment in the Entrepreneurial Intention in Public and Private Universities. RAUSP Management Journal, 53(1), 122-133. <https://doi.org/10.1016/j.rauspm.2017.12.009>
- Dalmero, M., & Vieira, K. M. (2013). Dilemas na construção de escalas Tipo Likert: o número de itens e a disposição influenciam nos resultados? Revista Gestão Organizacional, 6(3), 161-174. Recuperado de <https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rgo/article/view/1386>
- Lei complementar n. 167, de 24 de abril de 2019. Dispõe sobre a Empresa Simples de Crédito (ESC) e altera a Lei nº 9.613, de 3 de março de 1998 (Lei de Lavagem de Dinheiro), a Lei nº 9.249, de 26 de dezembro de 1995, e a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 (Lei do Simples Nacional), para regulamentar a ESC e instituir o Inova Simples. Recuperado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp167.htm#art13
- Fontenele, R. E. S., Brasil, M. V. O., & Souza, A. M. R. (2015). Influência da intenção empreendedora de discentes em um Instituto de Ensino Superior. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 4(3), 147-176. <http://dx.doi.org/10.14211/regepe.v4i3.191>
- GEM - Global Entrepreneurship Monitor. (2019). Empreendedorismo no Brasil 2019 - Relatório Executivo. Recuperado de <http://www.ibqp.org.br/gem/download/>
- GEM - Global Entrepreneurship Monitor. (2017). Empreendedorismo no Brasil 2017 - Relatório Executivo. Recuperado de <http://www.ibqp.org.br/gem/download/>
- GEM - Global Entrepreneurship Monitor. (2015). Empreendedorismo no Brasil 2015 - Relatório Executivo. Recuperado de <http://www.ibqp.org.br/gem/download/>
- Hair Jr., J. F., Babin, B., Money, A. H., & Samoel, P. (2005). Fundamentos de métodos de pesquisa em administração. Porto Alegre: Bookman.
- Hisrich, R. D. (1990). Entrepreneurship/Intrapreneurship. American Psychologist, 45(2), 209-222. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.45.2.209>
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2009). Empreendedorismo. (7 ed). Porto Alegre: Bookman.
- Iakovleva, T., & Kolvereid, L. (2009). An integrated model of entrepreneurial intentions. International Journal of Business and Globalisation, 3(1), 66-80. [doi:10.1504/ijbg.2009.021632](https://doi.org/10.1504/ijbg.2009.021632)
- Kaufmann, P. J., Welsh, D. H. B., & Bushmarin, N. V. (1995). Locus of Control and Entrepreneurship in the Russian Republic. Entrepreneurship Theory and Practice, 20(1), 43-56. [doi:10.1177/104225879502000103](https://doi.org/10.1177/104225879502000103)
- Kristiansen, S. & Indarti, N. (2004). Entrepreneurship intention among Indonesian and Norwegian students. Journal of Enterprising Culture, 12(1), 55-78. [doi:10.1142/s021849580400004x](https://doi.org/10.1142/s021849580400004x)
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. Entrepreneurship & Regional Development, 5(4), 315-330. [doi:10.1080/08985629300000020](https://doi.org/10.1080/08985629300000020)
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. Journal of Business Venturing, 15(5-6), 411-432. [doi:10.1016/s0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/s0883-9026(98)00033-0)
- Leibenstein, H. (1968). Entrepreneurship and development. The American Economic Review, 50(2), 72-83. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/1831799>
- Levie, J., & Autio, E. (2007). Entrepreneurial framework conditions and national-level entrepreneurial activity: seven-year panel study. Third Global Entrepreneurship research conference George Mason University. Washington D.C.
- Licht, A. N., & Siegel, J. I. (2009). The Social Dimensions of Entrepreneurship. Oxford Handbooks Online. [doi:10.1093/oxfordhb/9780199546992.003.0019](https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199546992.003.0019)
- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 6(6), 295-310. [doi:10.1108/13552550010362741](https://doi.org/10.1108/13552550010362741)
- Lopes, L. F. D., Bresciani, S. A. T., Johann, D. A., Moura, G. L., Almeida, D. M., & Teixeira, C. S. (2020). Modeling Entrepreneurial Intent as a Predictor of Frugal Innovation in University Students. Revista de Administração da UFSM, 13(3), 643-663. <https://doi.org/10.5902/1983465943879>
- Maciel, C. de O., & Camargo, C. (2010). Locus de controle, comportamento empreendedor e desempenho de pequenas empresas. RAM - Revista de Administração Mackenzie RAM, 11(2), 168-188. [doi:10.1590/s1678-69712010000200008](https://doi.org/10.1590/s1678-69712010000200008)
- Magalhães, M. O., & Bendassolli, P. F. (2013). Desenvolvimento de carreira nas organizações. In L. O. Borges & L. Mourão (Orgs.), O trabalho e as organizações: modos de atuação a partir da Psicologia (pp.433-464). Porto Alegre: Artmed
- Martins, F. S., Santos, E. B. A., & Silveira, A. (2019). Intenção Empreendedora: Categorização, Classificação de Construtos e Proposição de Modelo. Brazilian Business Review, 16(1), 46-62. <http://dx.doi.org/10.15728/bbr.2019.16.1.4>
- McClelland, D. C. (1961). The Achieving society. Princeton: Van Nostrand.
- Nascimento, T. C., Dantas, A. B., Santos, P. da C. F., Veras, M., Junior, A. G. da C. (2010). A metodologia de Kristiansen e Indarti para identificar intenção empreendedora em estudantes de ensino superior: comparando resultados obtidos na Noruega, Indonésia e Alagoas. Revista de Negócios, 15(3), 67-86. <http://dx.doi.org/10.7867/1980-4431.2010v15n3p67-86>
- Nikou, S., Brännback, M., Carsrud, A. L., & Brush, C. G. (2019). Entrepreneurial intentions and gender: pathways to start-up. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 11(3), 348-372. <https://doi.org/10.1108/IJGE-04-2019-0088>
- Oliveira, B. M. F., Vieira, D. A., Laguía, A., Mariano, J. A., Soares, V. J. S. (2016). Intenção empreendedora em estudantes universitários: adaptação e validação de uma escala (QIE). Avaliação Psicológica, 15(2), 187-196. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/3350/335047428008.pdf>
- Paiva, L., Sousa, E., Lima, T., & Silva, D. (2020). Comportamento Planejado e Crenças Religiosas como Antecedentes da Intenção Empreendedora: Um Estudo com Universitários. Revista de Administração Mackenzie, 21(2), 1-29.
- Paiva, L. E. B., Lima, T. C. B., & Rebouças, S. M. D. P. (2021). Intenção Empreendedora entre Universitários Brasileiros e Portugueses. Reuna, 26(1), 43-61. Recuperado de <https://revistas.una.br/reuna/article/view/1201/805>
- Paiva, L. E. B., Lima, T. C. B., Rebouças, S. M. D. P., Ferreira, E. M. D. M., & Fontenele, R. E. S. (2018). Influência da Sustentabilidade e da Inovação na Intenção Empreendedora de Universitários Brasileiros e Portugueses. Cadernos EBAP.EBR, 16(4), 732-747. <http://dx.doi.org/10.1590/1679-395167527>
- Santos, P. da C. F., Minuzzi, J., Lezana, Á. G. R., & Grybovski, D. (2009) Intenção empreendedora: um estudo com empretecos catarinenses. Revista de estudos em administração, 9(19), 7-16.
- Santos, C., Teston, S., Zawadzki, P., Lizote, S., & Machado, H. (2020). Capacidade Absortiva Individual e Intenção Empreendedora em Sucessores de Propriedades Rurais. Revista de Administração Mackenzie, 21(3), 1-29. <http://dx.doi.org/10.1590/1678-6971/eramr200045>
- Scherer, R. F., Adams, J. S., Carley, S. S., & Wiebe, F. A. (1989). Role Model Performance Effects on Development of Entrepreneurial Career Preference. Entrepreneurship Theory and Practice, 13(3), 53-72. [doi:10.1177/104225878901300306](https://doi.org/10.1177/104225878901300306)
- Shapero, A., & Sokol, L. (1987). Social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), Encyclopedia of entrepreneurship (pp. 72-90). Champaign: Prentice-Hall.
- Schumpeter, J. A. (1982). Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural.
- Silveira, A., Nascimento, S., & Riboldi, L. (2018). Sustentabilidade e Intenção Empreendedora: Estudo com Discentes do Curso de Administração da Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc). Revista de Gestão e Secretariado, 9(2), 179-204. <https://doi.org/10.7769/gesec.v9i2.769>
- Sousa, E. S., Fontenele, R. E. S., Silva, L. L., & Sousa Filho, J. M. (2019). Mapeamento da Produção Científica Internacional sobre Intenção Empreendedora. Revista de Gestão e Secretariado, 10(3), 114-139. <https://doi.org/10.7769/gesec.v10i3.901>
- Sousa, E. S., Paiva, L. E. B., Santos, A. R., Rebouças, S. M. D. P., & Fontenele, R. E. S. (2020). A Influência das Crenças Religiosas na Intenção Empreendedora: Uma Análise sob a Perspectiva da Teoria do Comportamento Planejado. Cadernos EBAP.EBR, 18(1), 200-215

- Souza, E. C. L., & Lopez Jr, G. S. (2011). Empreendedorismo e Desenvolvimento: uma relação em aberto. RAI - Revista de Administração e Inovação. 8(3), 120-140. Recuperado de <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cadernosebape/article/view/75893>
- Souza, R. D. S., Silveira, A., & Nascimento, S. (2018). Ampliando a Mensuração da Intenção Empreendedora. Revista de Administração FACES Journal, 17(2), 74-93. <https://doi.org/10.7769/gesec.v12i1.1150>
- Vale, G. M. V., & Correa, V. S. C. (2014). Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? RAC-Revista de Administração Contemporânea. 18(3), 311-327. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac20141612>
- Zain, Z. M., Akran, A. M., & Ghani, E. K. (2010). L'esprit d'entreprise chez les étudiants en commerce malaisiens. Canadian Social Science, 6(3), 34 - 44. <http://dx.doi.org/10.3968/j.css.1923669720100603.004>
- Zhang, Y., Duysters, G., & Cloudt, M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. International entrepreneurship and management journal, 10(3), 623-641. DOI [10.1007/s11365-012-0246-z](https://doi.org/10.1007/s11365-012-0246-z)

Nota

- ¹ http://www.spell.org.br/documentos/resultadobusca/?eou%5B%5D=&tipo_busca=avancado&campo%5B%5D=TITULO&texto%5B%5D=inten%C3%A7%C3%A3o+empreendedora&eou%5B%5D=E&campo%5B%5D=RESUMO&texto%5B%5D=&eou%5B%5D=E&campo%5B%5D=TITULO&texto%5B%5D=&mes_inicio=1&ano_inicio=2017&mes_fim=&ano_fim=&busca_tipo_documento%5B%5D=6

BIOGRAFIA DAS AUTORAS

Juliana Ribeiro da Rosa é doutoranda em administração, na linha de Inovação, Tecnologia e Sustentabilidade, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Mestre em Administração, na linha de Organização e Desenvolvimento, pela Universidade Federal do Pampa. Graduada em Administração pela Universidade Federal do Pampa.

E-mail: julianardarosa@gmail.com.

Carolina Freddo Fleck é professora adjunta da Universidade Federal do Pampa - Campus Santana do Livramento. Doutora em administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Mestre em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria. Graduada em Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria.

E-mail: carolinafleck@unipampa.edu.br.