
A Intenção Empreendedora de Estudantes de Gestão diante da Crise Econômica Causada Pela Pandemia de Covid-19 no Brasil

Luis André Aragão Frota (IFCE-Campus Ubajara) - luisandrearagao@yahoo.com.br

Sefisa Quixadá Bezerra (UEVA) - sefisaquixada@gmail.com

Tiago André Portela Martins (UECE) - tiago10andre@gmail.com

Resumo

Este trabalho tem por objetivo identificar o que afeta a Intenção Empreendedora de estudantes de gestão brasileiros em uma situação de insegurança frente à uma possível crise econômica causada pela pandemia global da doença *Corona Vírus Disease 2019* (Covid-19). Como instrumentos e técnicas metodológicas, foi aplicado um questionário denominado *Entrepreneurial Intention Questionnaire* – EIQ em estudantes de cursos técnicos e superiores em Administração e analisados por uma análise fatorial exploratória com método de extração de máxima verossimilhança e a rotação *varimax* e uma análise de regressão múltipla para verificar a influência de cada um dos constructos sobre a “Intenção Empreendedora” dos respondentes. Tem como resultado principal que, em momentos de incerteza econômica os futuros empresários tendem a seguir seus desejos e objetivos pessoais em detrimento do que as pessoas do seu ciclo social pensam a respeito e que este comportamento pode estar sendo explicado pelo empreendedorismo por necessidade ou pelo vislumbre de oportunidades de inovação diante do cenário econômico pós pandemia. Em termos de contribuições práticas, auxilia na construção de bases para decisões de futuros profissionais na abertura de novos negócios frente a este momento de insegurança vivenciado em nível global.

Palavras-Chave: Empreendedorismo; Intensão em Empreender; Crise Econômica.

Entrepreneurial Intention of Brazilian Management Students and the Possible Economic Crisis Caused by the Covid-19 Pandemic.

Abstract

This work aims to identify what affects the Entrepreneurial Intention of Brazilian management students in a situation of insecurity in the face of a possible economic crisis caused by the global pandemic of the Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). As instruments and methodological techniques, a questionnaire called Entrepreneurial Intention Questionnaire - EIQ was applied to students of technical and higher courses in administration and analyzed by an Exploratory Factor Analysis with maximum likelihood extraction method and varimax rotation and a Multiple Regression Analysis for verify the influence of each of the constructs on the “Entrepreneurial Intention” of the respondents. Its main result is that, in times of economic uncertainty, future entrepreneurs tend to follow their personal desires and goals to the detriment of what people in their social cycle think about and that this behavior may be explained by entrepreneurship by necessity or by the glimpse opportunities for innovation in the face of the post-pandemic economic scenario. In terms of practical contributions, it helps to build the basis for decisions by future professionals when opening new businesses in the face of this moment of insecurity experienced at a global level.

Key-Words: Entrepreneurship; Intention in Entrepreneurship; Economic crisis.

A Intenção Empreendedora de Estudantes de Gestão diante da Crise Econômica Causada Pela Pandemia de Covid-19 no Brasil

1. Introdução

Os problemas econômicos causados por crises econômicas como esta, desencadeados pela pandemia de *Corona Vírus Disease 2019 (Covid-19)*, que geram recessão econômica, surgem quando as empresas, para cumprirem as medidas isolamento social não abrem suas portas para atendimento ao público gerando perdas de produção e vendas, o que pode ocasionar, de maneira geral, menos riqueza para o país, maior dificuldade de abertura de novas empresas e conseqüentemente, menos empregos (Klapper & Love, 2011), além disso, há a demanda de vultuosos gastos públicos para tentar conter a crise caso as vacinas não sejam rapidamente implementadas.

Por outro lado, a solução pode estar no próprio ato de empreender, segundo Parker (2012), em épocas de recessão econômica, a abertura de novos negócios pode manter o mercado aquecido pois, ao se abrir uma nova empresa, novos empregos são gerados o que faz também gerar riquezas que circulam e movimentam a economia local sendo fundamental para seu desenvolvimento.

Dentro do campo de estudo do empreendedorismo existe o que se chama de “Intenção Empreendedora” que trata do nível de interesse em se iniciar um negócio (Liñán & Chen, 2009) e está baseada na teoria do Comportamento Planejado (*Theory of Planned Behavior*) (Ajzen, 1991). Para medir essa intenção em empreender, Liñán e Chen (2009) elaboraram um instrumento que avalia esse constructo e é amplamente usado por formuladores de políticas, educadores e pesquisadores para compreender cenários econômicos atuais.

Frente a esta contextualização e por meio da aplicação deste instrumento, este trabalho tem por objetivo identificar o que afeta a Intenção Empreendedora de estudantes de gestão brasileiros em uma situação de insegurança frente à uma possível crise econômica causada pela pandemia global da Covid-19. Tem-se como problemática, portanto: Como se manifesta a intenção empreendedora destes estudantes na expectativa de uma crise econômica causado pela pandemia de Covid-19?

Para responder esta pergunta, foi aplicado um questionário denominado *Entrepreneurial Intention Questionnaire – EIQ* em estudantes de cursos técnicos e superiores em Administração e analisados por uma análise fatorial exploratória com método de extração de máxima verossimilhança e a rotação *varimax* e uma análise de regressão múltipla para verificar a influência de cada um dos constructos sobre a “Intenção Empreendedora” dos respondentes

A nível deste artigo, entende-se como “alunos de gestão” os estudantes dos cursos superiores e técnicos de Administração em razão da interface que a área de estudo faz entre inovação, oportunidade, gestão e desenvolvimento econômico e, sobretudo, no foco que se tem dado ao ensino do Empreendedorismo (Rocha & Freitas, 2014).

Esse trabalho justifica-se por trazer contribuições práticas que podem servir de base para tomada de decisões importantes dos profissionais que desejam criar novos negócios neste momento de insegurança vivenciado globalmente, além de munir pesquisadores da área de informações científicas dentro de um contexto atual específico, uma vez que outros estudos relacionando a intenção empreendedora em uma situação de pandemia global não foram encontrados na literatura especializada.

Assim, após esta introdução, tem-se o referencial teórico identificando os principais conceitos abordados (Intenção Empreendedora, Comportamento Planejado e do *Entrepreneurial Intention Questionnaire*) que servem de base para esta pesquisa, seguindo de uma previsão econômica teórica pós-pandemia. No capítulo seguinte são tratados os instrumentos metodológicos usados para analisar os dados obtidos. Os resultados e as discussões são tratados a seguir e antecedem as conclusões.

2. Empreendedorismo e a Intenção Empreendedora

Empreendedorismo é um conceito multifacetado e mutável ao longo do tempo e da história e, por isso, ainda recebe considerações de vários autores. Suas origens teóricas no contexto empresarial remetem ao séc. XVIII e faz referência àquele que comercializa produtos ou presta serviços em troca de vantagens lucrativas futuras (Martinelli, 1994).

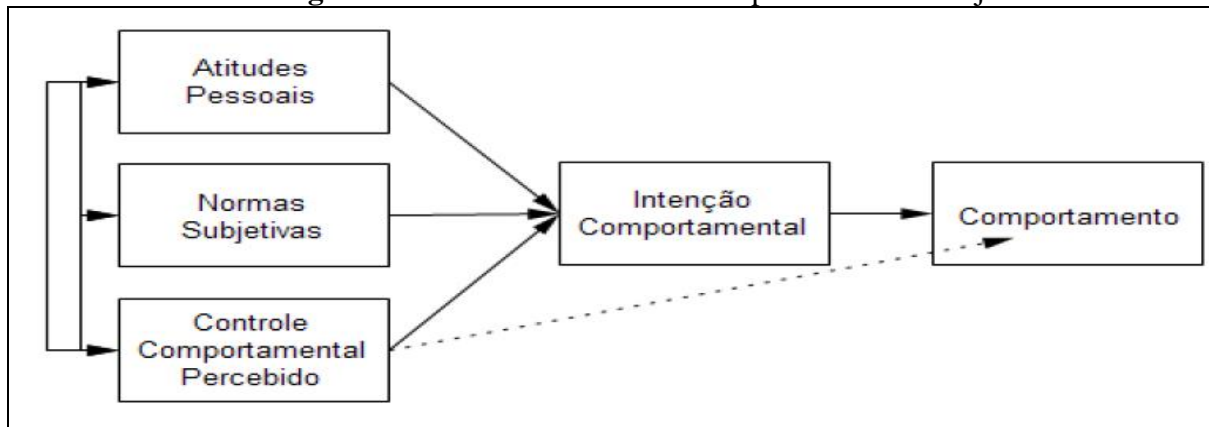
Schumpeter (1986) traz o termo relacionando-o com o desenvolvimento econômico onde os produtos existentes (e os métodos de produção) cedem espaço para novos em um processo de “destruição criativa”. Fillion (1998) associa o ato de empreender ao ato de criar, desenvolver e realizar visões, com grande capacidade de traçar e atingir objetivos. Para Sarkar (2018), empreendedorismo é uma transformação social que pode gerar melhoria e desenvolvimento sustentável para as organizações.

Liñan e Chen (2009) corroboram com o aprofundamento do conceito de empreender olhando-o sob a perspectiva de ser um Comportamento Planejado (Ajzen, 1991) e incluindo que a intenção de empreender depende da atitude pessoal dos indivíduos, do controle que os mesmos percebem a respeito de seu comportamento e da pressão causada pelo ciclo social no qual o empreendedor faz parte influenciando-o a abrir um negócio.

Segundo os autores, a Intenção Empreendedora pode ser entendida como o momento anterior a atitude, pelo propósito inicial que antevê à concretização da ação de abrir uma empresa, estando a atenção do indivíduo focada em seu objetivo de criação. É, portanto, um estado de espírito que mostra um desejo e é formada por uma diversidade de motivações e comportamentos inerentes as distintas especificidades que envolvem o cotidiano do empreendedor que idealiza a criação do seu próprio negócio (Liñán & Chen, 2009).

A Intenção Empreendedora está baseada na Teoria do Comportamento Planejado (*Theory of Planned Behaviour*) de Ajzen (1991) e afirma que as intenções influenciam o comportamento e indicam o quanto é intensa a vontade de dedicar-se, de quanto empenho o indivíduo quer desenvolver para externalizar um comportamento, sendo influenciado por crenças comportamentais, normativas e de controle. Dessa forma, o autor defende que a intenção de agir é resultado da combinação de três variáveis independentes: a Atitude Pessoal (AP), as Normas Subjetivas (NS) e o Controle Comportamental Percebido (CP) conforme Figura 1 abaixo (Ajzen, 1991).

Figura 1. Modelo da Teoria do Comportamento Planejado.



Fonte: adaptado do modelo Ajzen (1991).

As **Atitudes Pessoais** definem a avaliação pessoal que o indivíduo faz de suas atitudes e crenças frente ao comportamento que planeja seguir. Assim, se o sujeito julga que determinado comportamento está alinhado com o que acredita, ele assumirá uma postura favorável à sua execução.

As **Normas Subjetivas** se referem à pressão social exercida sobre o indivíduo para que ele adote determinado comportamento, ele tende a valorizar a percepção dos que fazem parte do seu ciclo social frente ao seu comportamento. Dessa forma, se as pessoas que o indivíduo tem apreço aprovarem tal comportamento, este se sentirá seguro em executá-lo.

A **Percepção de Controle** está ligada à como este indivíduo vê suas próprias habilidades para executar tal comportamento. Se ele acha que a manifestação do comportamento é fácil ou difícil de ser executado (Ajzen, 1991).

Liñán e Chen (2009) empregaram os princípios da Teoria do Comportamento Planejado proposto por Ajzen (1991) para prever e interpretar o comportamento empreendedor, ao levar em consideração a intenção do indivíduo para abrir uma empresa e desenvolveram um instrumento – uma escala psicométrica – com condições de medir a intenção empreendedora em contextos culturais diversos, atendendo à demanda da literatura por um modelo padrão para investigar o constructo. Este questionário (*Entrepreneurial Intention Questionnaire – EIQ*) foi, em 2009, originalmente aplicado na Espanha e em Taiwan, países social e culturalmente distintos, entretanto, foi identificado pelos autores que essa escala continha problemas de aquiescência, então, em 2011, uma versão modificada foi aplicada por Liñán, Urbano e Guerrero (2011) corrigindo este problema.

Ressalta-se que, neste artigo, frente à revisão da literatura, que a escolha do uso da escala psicométrica proposta por Liñán e Chen (2009), atualizada por Liñán et al. (2011), será a decisão mais relevante.

As hipóteses deste trabalho foram formuladas no Quadro 1, que segue.

Quadro 1. Hipóteses do trabalho.

Número	Descrição
H1	Atitude Pessoal influencia positivamente a intenção empreendedora
H2	Controle Comportamental Percebido influencia positivamente a intenção empreendedora.
H3	Norma Subjetiva influencia positivamente a intenção empreendedora.
H4	Intenção Empreendedora dos alunos do curso Superior em Administração é maior que a dos alunos do curso técnico em Administração
H5	Atitude Pessoal dos alunos do curso Superior em Administração é maior que a dos alunos do curso técnico em Administração
H6	Norma Subjetiva dos alunos do curso Superior em Administração é maior que a dos alunos do curso técnico em Administração
H7	Controle Comportamental Percebido dos alunos do curso Superior em Administração é maior que a dos alunos do curso técnico em Administração

Fonte: elaboração própria a partir de Liñan e Chen (2009) e Liñán et al. (2011).

2.1. O futuro não será fácil para a economia e para o empreendedor

A doença causada pelo Sars-CoV-2 começou na China, depois migrou para a Europa e, atualmente, se espalhou por quase todos os países do mundo. Sua velocidade de contaminação fez com que a Organização Mundial da Saúde, OMS, elevasse seu *status* para a categoria de pandemia, onde, até o momento da escrita deste artigo, em termos globais, há 5.206.614 pessoas comprovadamente infectadas pela COVID-19 (OMS, 2020).

Como a transmissão desta doença tem se comportado de forma exponencial, a preocupação dos Governos está em reduzir ao máximo seu ritmo de contágio de forma que o número de leitos hospitalares se mantenha superior ao número de casos ativos que necessitem de hospitalizações garantindo o atendimento adequado e minimizando o número de mortes (OMS, 2020).

Dentre as práticas recomendadas pela OMS e adotadas pela grande parte dos Governos para prevenir o contágio da doença encontra-se o isolamento social que tem como proposta a diminuição do contato físico entre as pessoas, inclusive o fechamento de fronteiras, o que reduz também a transmissão do vírus. Em sua essência este isolamento trata de manter as pessoas dentro de suas casas o que tem se mostrado eficaz para diminuir a curva de contágio da COVID-19. É importantíssimo ressaltar que os indicadores de contaminação e óbitos estão se mantendo em patamares reduzidos e de alguma forma sob controle justamente pela implantação de tais ações de isolamento (OMS, 2020).

Entretanto, essas medidas causam impactos severos na economia uma vez que, com a mobilidade restrita em escala global, alguns negócios sofram mais, visto sua dependência de concentração de pessoas, como em escolas, restaurantes etc., além disso, a diminuição da atividade econômica provoca também efeitos sociais graves como desemprego, problemas logísticos e inflação de produtos considerados essenciais.

Entretanto, ainda não se sabe com precisão os reais e futuros efeitos causados por esta desaceleração brusca das atividades econômicas e da mudança de hábitos de interação da população. O que se tem de conhecimento prévio está baseado em experiências anteriores e tem como parâmetro o mercado financeiro (Carlsson-Szlezak et al., 2020). Segundo os autores, a forma como recessões anteriores se apresentou devem ser examinadas atentamente, além de se observar e analisar com cautela o que se sabe sobre os impactos econômicos de epidemias anteriores e suas práticas de retomadas econômicas. Sob a ótica do mercado financeiro, tais padrões podem dar indício de que caminho a economia deve seguir para se recuperar (Carlsson-Szlezak et al., 2020).

Analisando as experiências de epidemias anteriores, Carlsson-Szlezak et al. (2020) observam que a crise econômica afetará a confiança nos mercados financeiros onde os investidores, por terem seus rendimentos ameaçados, assumem uma postura mais conservadora o que causa uma queda de mercado gerando quebra de contratos e diminuição do consumo por parte das famílias. Apontam também impactos diretos na confiança do consumidor que acreditam que suas rotinas e finanças sofrerão impacto e experimentam inseguranças à longo prazo fazendo com que gastos menos essenciais sejam reduzidos.

Esses dois fatores citados são choques de demandas, mas os autores também apontam, de forma secundária, os choques de ofertas causada pela interrupção da produção o que leva as empresas a deixarem de produzir e desligarem seus funcionários o que pode prolongar a crise (Carlsson-Szlezak et al. 2020).

Corroborando com a discussão, Lazzarini e Musacchio (2020) acrescentam que é fundamental a interferência governamental do combate à crise provocada pela pandemia e apontam que o apoio à pequenas e médias empresas deve ir além dos incentivos fiscais e financeiros e enquadra essa ação no rol das prioridades que devem ser focadas que são: o investimento em estruturas estratégicas e capacidade de produção; o incentivo a programas de ações coletivas em áreas não atrativas para a iniciativa privada; o estímulo ao desenvolvimento de novos produtos tecnológicos e o suporte financeiro a áreas diretamente impactadas pela Covid-19.

O apoio à pequenas e médias empresas se configuram importante. O empreendedorismo é um dos elementos encontrados na literatura como fator motivador do crescimento econômico pois proporciona a inovação, estimula a concorrência, acarreta o incremento da produção e do nível de empregos, fatores todos importantes para o aquecimento da economia (Wong et al., 2005; Roldão, 2018).

Esta relação entre empreendedorismo e economia já vem sendo estudada a tempos. Schumpeter (1986) já apresentava o empreendedorismo como vetor principal do desenvolvimento econômico e Dornelas (2001) explicava que esta contribuição do empreendedor à economia provém do fato de este contribuir diretamente na geração de riquezas. Nesse aspecto ainda tem Audretsch et al. (2005), apontando que em países onde foram observados aumento das atividades empreendedoras foi também verificado crescimento nos índices de empregos, o que evidencia o argumento.

Um cuidado deve ser trazido à luz neste momento, quando a literatura afirma que o empreendedorismo aumenta a taxa de emprego, não significa somente que os empreendedores contratarão mais funcionários, mas também que os próprios empreendedores podem ter na criação de um negócio próprio uma alternativa ao desemprego que se encontravam. É o que alertam Arrighetti et al. (2016) quando afirmam que em uma crise econômica, as pessoas tendem a abrir um negócio próprio como medida focada exclusivamente na emergência de se resolver problemas financeiros individuais e de curto prazo.

Esse tipo de atitude está relacionado ao empreendedorismo por necessidade e se diferencia do empreendedorismo por oportunidade quando este último se apresenta em indivíduos que possuem outras alternativas na área profissional e investem esforços de criação de empresas para incremento do que já possuem (Arrighetti et al., 2016).

Em seu estudo, Arrighetti et al. (2016) ainda concluem que o nem o apoio familiar nem as instituições econômicas são percebidas como relevantes na manutenção da intenção empreendedora e que a universidade sim, pode ser considerada peça chave nessa decisão, conforme se defende nesse artigo e ainda com base em Liñán e Chen (2009), a decisão de

fazer-se um empreendedor pode ser tida como voluntária e consciente, entretanto é necessário analisar a forma como essa decisão é tomada, o que será tratado mais a frente.

3. Método de Pesquisa

Como esse estudo está sendo realizado sob a perspectiva de uma conjuntura sócio, política e econômica específica, o tipo de pesquisa melhor adequado, quanto aos objetivos, é o de caráter descritivo (Vergara, 2005) que, por sua natureza, permite um acompanhamento contínuo às mudanças relacionadas ao fenômeno em estudo sem intervir ou permitir julgamentos de caráter pessoal analisando as alterações que o afetam.

A partir de uma consulta especializada (livros e periódicos) relacionada à “Intenção Empreendedora” e à materiais relacionados ao contexto de pandemia vivenciado pelo surgimento do COVID 19 foi possível realizar uma Pesquisa Bibliográfica (Vergara, 2005) prévia que permitiu a organização do *corpus* (Vergara, 2005) teórico qualificado para se analisar os resultados bem como obter as hipóteses centrais desse estudo.

Quanto à abordagem do problema, pode ser classificada como “quantitativa” que, por sua natureza permite a validação das hipóteses por meio de dados estruturados com o auxílio de instrumentos estatísticos. Dessa forma, através da quantificação dos dados obtidos, obtém-se uma redução da probabilidade de resultados distorcidos e possibilita generalizações a partir da amostra analisada e o teste de possíveis relações entre os fenômenos (Berni, 2002).

A escolha por trabalhar com os estudantes dos cursos superiores e técnicos de Administração se dá em razão no foco que se tem dado ao ensino do empreendedorismo dentro dos estudos desse curso, mesmo tendo evidências de que esse público tenha baixa intenção em empreender. Com base nos dados extraídos do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), o Brasil conta com um número de 654.843 estudantes de graduação em Administração. Entretanto, esse número representa uma parcela da população (N) deste estudo, o qual abrange também os estudantes dos cursos técnicos em Administração. Não foram encontrados dados que revelem a quantidade de alunos desse segundo grupo (técnicos), assim, para efeito de cálculo amostral, será considerada a fórmula adaptada para populações infinitas. Esta fórmula é usada quando se trabalha com universos de tamanhos muito grandes (>100.000 indivíduos) ou quando o pesquisador desconhece o número preciso de sujeitos no universo (INEP, 2020).

Assim, temos a seguinte expressão para o cálculo do tamanho da amostra:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2}$$

Onde, **n** = O tamanho da amostra que queremos calcular, **Z** = É o desvio do valor médio que aceitamos para alcançar o nível de confiança desejado (Nível de confiança 95% tem-se Z=1,96). **e** = É a margem de erro máximo que se quer admitir e **p** = É a proporção que se espera encontrar (Agresti & Finlay, 2012). Assim, para essa pesquisa foi considerado um erro amostral de 5% e um nível de confiança de 95%, ou seja:

$$n = 1,96^2 * 0,5 * (1 - 0,5) / 0,05^2 = 384,16, arredondando para **385 alunos**.$$

Como esta pesquisa pretendeu alcançar uma população diversificada de estudantes, temos como respondentes indivíduos do Ceará, Piauí, Maranhão, Sergipe, Paraíba, Mato Grosso, Rio de Janeiro e Alagoas e os dados foram coletados durante o início do período da quarentena (Abril/2020) de forma eletrônica e com uso da ferramenta *Google Form* onde o questionário usado foi lançado em grupos de professores e alunos que respondiam conforme

achassem importante fazê-lo (autopreenchimento). A inexistência de um controle estatístico caracteriza esta amostra, portanto como não probabilística. Todos os questionários aplicados foram válidos. É importante apontar que 57,4% dos participantes são do gênero feminino e 42,6% são do gênero masculino, 54,3% cursam superior em Administração e 45,7% cursam técnico em Administração, 71,1% são alunos de escola pública e 28,9% são alunos de escola particular, 61% dos alunos não trabalham, 30% trabalham atualmente como empregados e 9% trabalham como donos de negócio. A média da idade dos consultados é de 21,8 (DP 8,04) anos.

Para esses estudantes foi aplicado um questionário denominado *Entrepreneurial Intention Questionnaire* (EIQ) elaborado e validado na Espanha por Liñán e Chen (2009) e validado no Brasil por Moraes et. al. (2016) e Bernardi (2018). Este instrumento é composto por 20 itens no formato tipo *Likert* de sete pontos (desde “nada de acordo” à “totalmente de acordo”) com a ressalva de terem 6 dos itens em escala invertida (Liñán et al., 2011). O total das perguntas constitui os quatro blocos a serem analisados a saber: Atitudes Pessoais, Normas Subjetivas, Controle Comportamental Percebido e Intenção Empreendedora.

Para análise dos dados foi realizada uma Análise Fatorial Exploratória com método de extração de máxima verossimilhança e rotação *varimax* (Hair, 2009) e também Análise de Regressão Múltipla (Agresti & Finlay, 2012) para verificar a influência de cada um dos constructos sobre a “Intenção Empreendedora” dos respondentes. A confiabilidade dos fatores que constituem os quatro blocos analisados foi testada por meio da consistência interna dos fatores (Alpha de Cronbach) e o ajuste dos dados à análise fatorial foi feita por meio do Teste Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) utilizando o *software* SPSS versão 21.

4. Resultados da análise da estrutura fatorial do instrumento

4.1. Propriedades psicométricas

A confiabilidade dos fatores que constituem o instrumento proposto por Liñán e Chen (2009) e Liñán et al. (2011) foi testada por meio da consistência interna dos fatores (Alpha de Cronbach). Considera-se este indicador a medida mais usada para aferir a precisão de um instrumento e admite-se que valores superiores ou iguais à 0,70 indicam confiabilidade aceitável para os fatores (Maroco & Garcia-Marques, 2006). Entretanto, existem trabalhos em ciências sociais que consideram aceitável um α de 0.60 (DeVellis, 1991).

Nesta pesquisa, a análise da consistência interna dos fatores apontou valores superiores do limite mínimo da confiabilidade adequada para as quatro variáveis como se observa no Quadro 2 abaixo.

Quadro 2. Alpha de Cronbach da amostra completa.

	Atitude Pessoal	Norma Subjetiva	Controle Comportamental Percebido	Intenção Empreendedora
Alpha de Cronbach	0,72	0,749	0,716	0,822

Fonte: elaboração própria (2021).

Como se verifica no teste, todos os índices de confiabilidade das variáveis são maiores que 0,70. Atitude Pessoal: 0,720; Norma Subjetiva: 0,749; Controle Comportamental Percebido: 0,716 e Intenção Empreendedora: 0,822. Não necessitando, portanto, de revisão dos itens e aceitando a conclusão de que estes fatores são consistentes e confiáveis ao que se propõem responder.

O resultado trazido por Liñán e Chen (2009) e Liñán et al. (2011) na validação do instrumento na Espanha trouxeram resultados semelhantes, com α variando entre 0,776 e 0,953 para o primeiro estudo de 2009 e entre 0,722 e 0,809 para o segundo estudo de 2011. E as validações brasileiras para o instrumento também trouxeram resultados próximos a esse rol, como visto nos trabalhos de Hecke (2011) que variavam de 0,879 e 0,935, o de Moraes et. al. (2016) que ponderaram entre 0,611 e 0,912 e o de Bernardi (2018) que ponderaram entre 0,730 e 0,940.

O resultado Alpha de Cronbach também se mostra aceitável para os fatores quando dividimos a amostra entre estudantes de “Nível Superior” em Administração e estudantes de “Nível Técnico” em Administração como se vê no Quadro 3 abaixo.

Quadro 3. Alpha de Cronbach da amostra Técnicos em Administração x Superior em Administração.

Técnicos em Administração				
	Atitude Pessoal	Norma Subjetiva	Controle Comportamental Percebido	Intenção Empreendedora
Alpha de Cronbach	0,641	0,799	0,700	0,795
Superior em Administração				
	Atitude Pessoal	Norma Subjetiva	Controle Comportamental Percebido	Intenção Empreendedora
Alpha de Cronbach	0,769	0,658	0,711	0,839

Fonte: elaboração própria (2021).

Em seguida, depois da análise de confiabilidade, foi realizado o teste Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) que indica o grau de ajuste dos dados, permitindo verificar se uma Análise Fatorial pode ser aplicada. Neste teste, os valores aproximados de 1,0 revelam que a análise fatorial é plenamente adequada para o tratamento dos dados e valores inferiores a 0,5 revelam que o método é inadequado (Hair, 2009). O teste de Esfericidade de Bartlett também foi aplicado para certificar que a matriz de correlação da população não seja igual à matriz identidade. Assim, a hipótese nula de igualdade entre as matrizes deve ser rejeitada com $p < 0,001$.

O resultado do teste KMO pode ser visualizado no quadro 04 abaixo, bem como o teste de esfericidade de Bartlett.

Quadro 4. Teste de KMO e Bartlett.

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.	,914
Teste de esfericidade de Bartlett	3077,500
Qui-quadrado aprox.	190
Df	,000
Sig.	

Fonte: elaboração própria (2021).

Como pode ser observado, os valores gerados pelo teste para esta amostra tiveram resultado de 0,914 e o de esfericidade de Bartlett deu significativo ($p < 0,001$) o que mostra que a amostra é favorável para a adequação à análise fatorial. Para os instrumentos originais de Liñán e Chen (2009) e Liñán et al. (2011) os resultados do KMO foram 0,912 e 0,872 respectivamente, e o instrumento validado no Brasil resultou entre 0,611 e 0,912 para o estudo de Moraes et. al. e 0,68 a 0,82 para o estudo de Bernardi (2018).

Ao ser dividida a amostra entre estudantes de “Nível Superior” em Administração e estudantes de “Nível Técnico” em Administração tem-se o seguinte resultado.

Quadro 5. Teste de KMO (Técnicos em Administração x Superior em Administração).

Técnicos em Administração				
	Atitude Pessoal	Norma Subjetiva	Controle de Comportamento Percebido	Intenção Empreendedora
KMO	0,693	0,695	0,738	0,797
Superior em Administração				
	Atitude Pessoal	Norma Subjetiva	Controle de Comportamento Percebido	Intenção Empreendedora
KMO	0,791	0,634	0,791	0,841

Fonte: elaboração própria (2021).

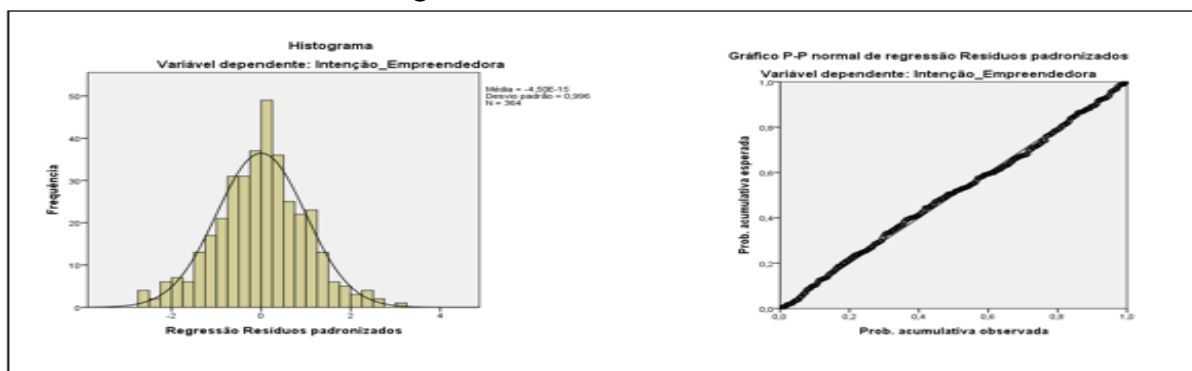
Após esses resultados, realizou-se então uma Análise Fatorial Exploratória que mostrou a necessidade de se retirar 3 itens do questionário por possuírem baixa carga fatorial. Assim, foi realizada uma nova Análise Fatorial Exploratória sem esses itens que apontou, como nos estudos originais, que as variáveis podem ser agrupadas em 4 fatores e esses fatores explicam **59,16%** da variância. Esse resultado se mostrou aceitável, mas baixo frente ao original de Liñán e Chen (2009) com 72,2% e Liñán, Urbano e Guerrero (2011) com 61,7% e de outros estudos brasileiros que variaram em torno de 64 a 76%.

4.2. Relação entre Atitude Pessoal, Norma Subjetiva, Controle Comportamental Percebido e Intenção empreendedora

Foi realizada uma Análise de Regressão Múltipla para verificar a influência de cada um dos constructos sobre a “Intenção Empreendedora” dos respondentes. Foi indicada como variável dependente a “Intenção Empreendedora” e como variáveis independentes a “Atitude Pessoal”, a “Norma Subjetiva” e o “Controle Comportamental Percebido”.

Recomenda-se que Regressão Linear Múltipla deva ser submetida a alguns pré-requisitos para que possa ser tida como válida. Assim, foi gerado um Gráfico de Histograma e Gráfico P-P Plot que possibilita avaliar a suposição de Normalidade do Resíduo. Esta análise ocorre com a verificação empírica dos ajustes dos pontos à uma reta e se há também o ajuste da curva de densidade a um histograma. Nesse trabalho, nota-se que os resíduos se inserem de forma satisfatória tanto na Curva Normal quanto na reta P-P Plot (Quadro 6) não necessitando, nesses casos, avaliação dos estimadores de simetria e curtose e teste de Shapiro-Wilks e Kolmogorov-Smirnov (Wilk & Gnanadesikan, 1968).

Quadro 6. Normalidade dos Resíduos.



Fonte: elaborado própria (2021).

Em seguida foi verificada a existência de correlações significativas entre os constructos por meio da Análise de Correlação de Person e o resultado gerou o Quadro 7 abaixo:

Quadro 7. Estatísticas descritivas e Correlação de Pearson entre as variáveis (Amostra Completa).

	Média	DP	1	2	3	4
1- Atitude Pessoal	5,48	1,18	1 (sig. 0,000)			
2- Normas Subjetivas	5,39	1,41	0,373 (sig. 0,000)	1 (sig. 0,000)		
3- Controle Comportamental Percebido	4,61	1,07	0,512 (sig. 0,000)	0,446 (sig. 0,000)	1 (sig. 0,000)	
4- Intenção Empreendedora	4,88	1,36	0,716 (sig. 0,000)	0,430 (sig. 0,000)	0,697 (sig. 0,000)	1 (sig. 0,000)

Fonte: elaboração própria (2021).

Observa-se que a “Intenção Empreendedora” tem relações positivas moderadas e significativas com “Atitude Pessoal” ($r = 0,716$), com “Controle Comportamental Percebido” ($r = 0,697$) e com “Normas Subjetivas” ($r = 0,430$) indicando que essas variáveis são importantes para o modelo de Regressão Linear Múltipla a ser usado, além disso, a inexistência de correlações fortes ($r > 0,8$) entre as variáveis independentes indica baixa possibilidade de multicolinearidade (Hair, 2009).

Quando comparados os resultados entre estudantes do curso “superior em Administração” e estudantes dos cursos “técnicos em Administração” tem-se que as correlações entre as variáveis também mostram que todas as escalas apresentam uma relação positiva e significativa entre si como se observa no Quadro 8 abaixo.

Quadro 8. Estatísticas descritivas e Correlação de Pearson entre as variáveis

	Média	DP	1	2	3	4
Estudantes “Superior em Administração”						
	Média	DP	1	2	3	4
1- Atitude Pessoal	5,64	1,19	1 (sig. 0,000)			
2- Normas Subjetivas	5,64	1,14	0,368 (sig. 0,000)	1 (sig. 0,000)		
3- Controle Comportamental Percebido	4,79	0,98	0,531 (sig. 0,000)	0,429 (sig. 0,000)	1 (sig. 0,000)	
4- Intenção Empreendedora	5,13	1,30	0,755 (sig. 0,000)	0,356 (sig. 0,000)	0,701 (sig. 0,000)	1 (sig. 0,000)
Estudantes “Técnico em Administração”						
1- Atitude Pessoal	5,27	1,16	1 (sig. 0,000)			
2- Normas Subjetivas	5,06	1,61	0,362 (sig. 0,000)	1 (sig. 0,000)		
3- Controle Comportamental Percebido	4,40	1,12	0,457 (sig. 0,000)	0,462 (sig. 0,000)	1 (sig. 0,000)	
4- Intenção Empreendedora	5,06	1,40	0,676 (sig. 0,000)	0,468 (sig. 0,000)	0,692 (sig. 0,000)	1 (sig. 0,000)

Fonte: elaboração própria (2021).

A análise descritiva das medidas foi submetida a um teste t de amostras pareadas e o resultado indicou que elas são estatisticamente diferentes entre os grupos “Superior em Administração” e “Técnico em Administração” ($p < 0,05$ para todas as médias). Dessa forma tem-se que os estudantes dos cursos “Superior Administração” tem todas as médias das variáveis maiores que as dos “Técnicos em Administração”.

Com estes pré-requisitos avaliados e delimitados foi realizada a análise de Regressão Linear Múltipla para explicar as relações entre as variáveis independentes com a variável dependente o que resultou em 3 modelos expostos nos Quadros 09, 10 e 11 abaixo.

Quadro 9. Resumo do modelo^d.

Modelo	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa	Estatísticas de mudança					Durbin-Watson
					Alteração de R quadrado	Alteração F	df1	df2	Sig. Alteração F	
1	,726 ^a	,526	,525	,94564	,526	386,820	1	348	,000	
2	,825 ^b	,681	,679	,77773	,154	167,478	1	347	,000	
3	,826 ^c	,682	,680	,77655	,002	2,058	1	346	,152	2,005

a. Preditores: (Constante), Atitude_Pessoal

b. Preditores: (Constante), Atitude_Pessoal, Controle_Comportamental_Percebido

c. Preditores: (Constante), Atitude_Pessoal, Controle_Comportamental_Percebido, Normas_Subjetivas

d. Variável dependente: Intenção_Empreendedora

Fonte: elaboração própria (2021).

Quadro 10. ANOVA^a

Modelo		Soma dos Quadrados	df	Quadrado Médio	F	Sig.
1	Regressão	345,907	1	345,907	386,820	,000 ^b
	Resíduos	311,193	348	,894		
	Total	657,100	349			
2	Regressão	447,210	2	223,605	369,674	,000 ^c
	Resíduos	209,890	347	,605		
	Total	657,100	349			
3	Regressão	448,451	3	149,484	247,886	,000 ^d
	Resíduos	208,649	346	,603		
	Total	657,100	349			

a. Variável dependente: Intenção_Empreendedora

b. Preditores: (Constante), Atitude_Pessoal

c. Preditores: (Constante), Atitude_Pessoal, Controle_Comportamental_Percebido

d. Preditores: (Constante), Atitude_Pessoal, Controle_Comportamental_Percebido, Normas_Subjetivas

Fonte: elaboração própria (2021).

Quadro 11. Coeficientes^a

Modelo		Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.	Estatísticas de colinearidade	
		B	Modelo padrão	Beta			Tolerância	VIF
1	(Constante)	,327	,238		1,373	,171		
	Atitude_Pessoal	,835	,042	,726	19,668	,000	1,000	1,000
2	(Constante)	-,922	,218		-4,224	,000		
	Atitude_Pessoal	,568	,041	,494	14,021	,000	,742	1,348
	Contle_Comport_Percebido	,587	,045	,456	12,941	,000	,742	1,348
3	(Constante)	-	,227		-4,464	,000		
	Atitude_Pessoal	1,015	,041	,484	13,534	,000	,716	1,396
	Contle_Comport_Percebido	,563	,048	,437	11,674	,000	,654	1,530
	Normas_Subjetivas	,049	,034	,050	1,435	,152	,755	1,324

a. Variável dependente: Intenção_Empreendedora

Fonte: elaboração própria (2021).

O primeiro modelo considerou somente a variável mais forte (“Atitude Pessoal”) como preditora, desconsiderando as demais. O segundo modelo considerou as duas variáveis mais fortes (“Atitude Pessoal” e “Controle Comportamental Percebido”) que influenciam na “Intenção empreendedora” e o terceiro modelo inclui as 3 variáveis como preditoras. Ocorre que esse terceiro modelo não pode ser utilizado pois a variável “Norma Subjetiva” não atingiu significância estatística ($\beta = 0,050$; $t = 1,435$; $p = 0,152$) para ser usada como preditora. Assim, admite-se que o **segundo modelo seja o melhor** para explicar a variável “Intenção empreendedora”.

O segundo modelo admite que as variáveis “Atitude Pessoal” ($\beta = 0,494$; $t = 14,021$; $p < 0,001$) e “Controle de Comportamento Percebido” ($\beta = 0,456$; $t = 12,941$; $p < 0,001$) são, nessa ordem, previsores para a variável “Intenção Empreendedora” [$F(2,347) = 369,674$ $p < 0,001$; $R^2 = 0,682$], ou seja, **68,1%** da variação da “Intenção Empreendedora” dos alunos é explicada por essas duas variáveis o que corresponde a uma função de **Intenção Empreendedora = -0,922 + 0,568 (Atitude Pessoal) + 0,587 (Controle Comportamental Percebido)**.

4.3. Discussão dos resultados

Tendo em conta os resultados do modelo de estudo, no Quadro 12 é apresentado o resumo dos testes.

Quadro 12. Resultado das Hipóteses da Pesquisa.

Número	Descrição	Resultado
H1	Atitude Pessoal influencia positivamente a intenção empreendedora	Confirmada
H2	Controle Comportamental Percebido influencia positivamente a intenção empreendedora.	Confirmada
H3	Norma Subjetiva influencia positivamente a intenção empreendedora.	Rejeitada
H4	Intenção Empreendedora dos alunos do curso Superior em Administração é maior que a dos alunos do curso técnico em Administração	Confirmada
H5	Atitude Pessoal dos alunos do curso Superior em Administração é maior que a dos alunos do curso técnico em Administração	Confirmada
H6	Norma Subjetiva dos alunos do curso Superior em Administração é maior que a dos alunos do curso técnico em Administração	Confirmada
H7	Controle Comportamental Percebido dos alunos do curso Superior em Administração é maior que a dos alunos do curso técnico em Administração	Confirmada

Fonte: elaboração própria (20210).

Como apresentado no referencial teórico deste trabalho, a teoria proposta por Ajzen (1991) pretende prever e explicar o comportamento humano em ambientes específicos. Nesta pesquisa, a especificidade se dá por ser um contexto de pandemia internacional causada pelo Covid 19, assim, foi possível replicar o questionário elaborado por Liñán e Chen (2009) e Liñán, Urbano e Guerrero (2011) para prever a intenção empreendedora dos alunos brasileiros de cursos de Administração (Superior e Técnico).

A primeira hipótese testada diz que a **Atitude Pessoal influencia positivamente a intenção empreendedora (H1)**. Esta hipótese foi confirmada, pois esta variável tem relações positivas **moderadas** e significativas com a “Intenção Empreendedora” ($r = 0,716$), o que significa que os estudantes possuem Atitudes Pessoais Empreendedoras que tendem a afetar positivamente a atração pessoal de começarem o negócio próprio e este resultado está de acordo com o que se vê na teoria que serve de base para este trabalho (Liñán & Chen, 2009). Incrementos nessa atitude podem influenciar positivamente o desejo de praticar os comportamentos ligados à criação da própria empresa e o alcance do objetivo de se ser um empreendedor (Schlaegel & Koenig; 2014).

Outro ponto importante para se destacar é que frente a uma situação de insegurança econômica causada pela crise a ser vivenciada pelos alunos, o empreendedorismo é cada vez mais identificado como um catalisador de soluções para os problemas econômicos, como visto em Arrighetti et al. (2016) e Roldão (2018) que encontram em seus trabalhos que em cenários de recessões econômicas os indivíduos se dizem mais propícios à atividade empreendedora.

A segunda Hipótese testada, **Controle Comportamental Percebido influencia positivamente a intenção empreendedora (H2)** também foi confirmada e afirma que esta variável se relaciona positivamente e de forma **moderada** e significativa com “Intenção Empreendedora” ($r = 0,697$), o que significa que os estudantes se percebem moderadamente aptos em abrir uma empresa e encontrando facilidades para mantê-la funcionando. Tendem, portanto, a perceberem mais facilidades que dificuldades em empreender um negócio novo por se acharem preparados para desenvolver um projeto empresarial, ou que pode significar que, acreditar nas próprias competências e capacidades faz com que o aluno de Administração tenha mais iniciativa na carreira empreendedora.

O resultado pode estar sendo motivado por serem, esses alunos, ingressos de cursos de Administração de Empresas e expostos à teorias de gestão que lhes dão a sensação de segurança profissional frente ao mercado contingente o que também está de acordo com

Arrighetti et al. (2016) quando este defende a importância das universidades na manutenção da Intenção Empreendedora. Não surpreenderia, portanto, considerar que o nível de empolgação com o curso e a vontade de colocar em prática o que aprendem seja influenciadores deste resultado. Cabe, portanto, às instituições de ensino focar na formação destes estudantes na gestão dos riscos para que sejam capazes de discernir se o momento de abertura é o melhor ou se precisa de mais cautela.

A terceira hipótese, **Norma Subjetiva influencia positivamente a intenção empreendedora (H3)** foi rejeitada, pois no teste de regressão, no modelo 3 em que a variável “Normas Subjetivas” foi inserida, a mesma não atingiu significância estatística ($p > 0,05$), o que significa que **não existe pressão social** para que os estudantes abram o próprio negócio ou, caso haja, eles não sentem ou não dão importância. Tendem, portanto, a seguir seus desejos e objetivos pessoais em detrimento do que as pessoas do seu ciclo social pensam a respeito.

Esse achado vai de encontro com o que alude a teoria quando afirma que as normas subjetivas são o primeiro critério considerado nas intenções empreendedoras e que quanto maior for, maior será a influência na Intenção empreendedora (Ajzen, 1991, Liñán & Chen, 2009).

Outros dois cenários podem explicar o achado, o primeiro está relacionado ao **empreendedorismo por necessidade** (Arrighetti et al., 2016) onde, frente a um ambiente de crise econômica e de incertezas perante o mercado de trabalho, os estudantes não vejam outra alternativa que não o de empreender, se assim for, parece que, para eles, uma abordagem focada na experimentação e na tentativa/erro ser algo atrativo.

E o outro cenário aponta para o **empreendedorismo por oportunidade** (Arrighetti et al., 2016), onde esses estudantes estão vendo saídas inovadoras frente à crise econômica que acompanha a pandemia. Esse cenário de oportunidade é o mesmo que atrela a sobrevivência dos negócios à capacidade das empresas de se reinventarem e criarem soluções inovadoras para garantir sua continuidade no mercado.

As hipóteses seguintes (H4, H5, H6 e H7) tratam da comparação das médias das variáveis; Intenção Empreendedora, Atitude Pessoal, Norma Subjetiva e Controle Comportamental Percebido entre alunos de Nível superior em Administração e alunos de nível técnico em Administração.

Em todas as variáveis houveram diferenças significativas entre as médias ($P < 0,05$) sendo as médias dos alunos de nível superior maiores que as de nível técnico em todas as variáveis. Esse resultado pode estar ligado ao fato de os alunos de curso superior terem um contato mais aprofundado com as teorias e práticas dos cursos de gestão.

5. Conclusões

Os empreendedores irão vivenciar um período de grandes incertezas e dificuldades por conta dos cenários econômicos que poderão ocorrer após a pandemia de Covid-19 causada pela implantação do isolamento social como medida governamental para controle da curva de contágio da doença. É natural que essas mudanças no cenário econômico e social do Brasil traga incertezas que podem influenciar no campo do empreendedorismo, sobretudo na intenção dos indivíduos em iniciar um negócio próprio. A relevância do isolamento é indiscutível, mas o fechamento de empresas nesse percurso é alarmante e afeta profundamente o desenvolvimento local, regional e nacional, uma vez que influencia fatores que vão além do econômico, como, por exemplo, a falta de empregos.

Esse artigo objetivou analisar a Intenção Empreendedora de estudantes brasileiros de gestão em uma situação de insegurança frente à uma possível crise econômica causada pela pandemia global da Covid-19.

Concluiu-se que, dentro desta situação de pandemia causada pela Covid-19 e das variáveis que a teoria de Ajzen (1991) e Liñán, Chen(2009) afirmam influenciar na Intenção empreendedora, as Normas Subjetivas são as únicas que não influenciaram na intenção dos estudantes de gestão consultados, significando que, neste caso, não existe pressão social para que os estudantes abram o próprio negócio ou, caso haja, não é percebido por eles ou os mesmos não dão a atenção que a literatura afirma que ocorreria.

As outras duas variáveis, Atitude Pessoal e Controle Comportamental Percebido, somadas explicam **68,1%** da variação da “Intenção Empreendedora”. Esses resultados apontam para uma intenção positiva, em os estudantes abririam o próprio negócio, e isso pode sugerir que eles estejam sendo motivados pelo comportamento de empreender por necessidade, ou motivados por vislumbre de oportunidades diante do cenário de incerteza, o que se alinha ao que defende Arrighetti et al. (2016) quando tratam de ações para atenuação dos efeitos da crise.

Dessa forma entende-se que o estímulo a atitudes empreendedoras deva ser incentivado nos estudantes de curso técnico e superior, uma vez que eles podem estar percebendo de forma moderada que acreditar nas próprias competências adquiridas faz com que tenham mais facilidades na carreira empreendedora.

Com a retomada das atividades produtivas, espera-se a continuidade do apoio da iniciativa privada e de políticas públicas que possam impulsionar a intenção empreendedora dos indivíduos na criação de negócios que fortaleçam a retomada da economia e oportunize suporte psicológico de qualidade de vida à esses empreendedores.

Este artigo se mostra importante para embasar decisões dos futuros empresários neste momento de insegurança e fornece informações científicas para embasar também decisões dos órgãos públicos ligados ao fomento do empreendedorismo, entretanto, se limita por ter sido realizado somente com alunos dos cursos de gestão deixando lacunas em outras áreas do conhecimento que atuam com negócios ou empresários já constituídos ficando como sugestão para estudos futuros.

Referências Bibliográficas

Agresti, A., & Finlay, B. (2012). Métodos Estatísticos para as Ciências Sociais. *Porto Alegre: Penso.*

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

Arrighetti, A., Caricati, L., Landini, F., & Monacelli, N. (2016). Entrepreneurial intention in the time of crisis: a fieldstudy. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 22, 835-859.

Audretsch, D. B., Carree, M. A., Van Stel, A. J., & Thurik, A. R. (2005). Does self-employment reduce unemployment? Jena: Max Planck Institute of Economics. *Papers on Entrepreneurship Growth and Public Policy – Texto para discussão.*

Bernardi, L. F. M. (2018). Análise de antecedentes da intenção empreendedora de alunos universitários: um estudo empírico no Brasil. *Dissertação de Mestrado*, Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, Porto/Portugal.

Berni, D. A. (2002). Técnicas de pesquisa em economia: transformando curiosidade em conhecimento. *São Paulo: Saraiva*.

Carlsson-Szlezak, P., & Reeves, M., & Swartz, P. (2020). What Coronavirus Could Mean for the Global Economy. *Harvard Business Review*, 3, 1-10.

DeVellis, R. F. (1991). Scale development: Theory and applications. *Newbury Park, CA: SAGE Publications*.

Dornelas, J. C. A. (2001). Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. *Rio de Janeiro: Campus*.

Fillion, L. J. (1998). Entrepreneurship: Entrepreneurs and small bussines owner-managers. In: Julien, P. A. (ed.). The State of the art in small business and entrepreneurship. *London, Averbury*, Cap 4, 117-149.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). Análise Multivariada de Dados. *Porto Alegre: Bookman*, 6ª edição.

Hecke, A. P. (2011). A Intenção Empreendedora dos Alunos Concluintes dos Cursos de Graduação em Administração e Ciências Contábeis das Instituições de Ensino de Curitiba - PR. *Dissertação de Mestrado em Contabilidade*, Universidade Federal do Paraná, Curitiba/PR.

Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira - INEP, 2009. Disponível em: <<http://www.inep.gov.br/>>. Acesso em: 15 de maio de 2020.

Klapper, L., & Love, I. (2011) The impact of the financial crisis on new firm registration. *Economics Letters*, 113(1), 1-4.

Lazzarini, S. G., & Musacchio, A. (2020). Leviathan as a partial cure? Opportunities and pitfalls of using the state-owne dapparatus to respond to the COVID-19 crisis. *Revista de Administração Pública*, 54(4), 561-577.

Liñán, F., & Chen, Y.W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (3), 593-617.

Liñán, F. & Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship & Regional Development*. 23 (3-4). 187–215.

Maroco, J.; Garcia-Marques, T. (2006). Qual a fiabilidade do alfa de Cronbach? Questões antigas e soluções modernas. *Laboratório de Psicologia*. 4 (1).65-90.

Martinelli, A. (1994). Entrepreneurship and Management. In: Smelser, N. J., & Swedberg, R. (1994). The handbook of economic sociology. *Princeton: Princeton University Press*.

Moraes, M. B., Silva, A. A. C., Monteiro, R. C. R. V., & Mendrot, A. R. (2016). Intenção Empreendedora de alunos de graduação de uma Universidade Municipal do Estado de São Paulo. *Anais do Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, Passo Fundo/RS.

Organização Mundial da Saúde (World Health Organization), 2020. Página inicial. de<<http://www.who.int/>>. Acesso em: 15 de mai. de 2020.

Paço, A., Ferreira, J. J., Raposo, M., Rodrigues, R. & Dinis, A. (2011). Behaviours and entrepreneurial intention: Empirical findings about secondary students. *Journal of International Entrepreneurship*, 9, 20-38.

Parker, S.C. (2012) Theories of entrepreneurship, innovation and the business cycle. *Journal of Economic Surveys*, 26(3), 377-394.

Rocha, E. L. C., & Freitas, A. A. F. (2014). Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. *Revista de Administração Contemporânea*, 18(4), 465-486.

Roldão, T. & Monte-Mor, D. S., & Tardin, N. (2018). Influência da recessão econômica na intenção de empreender: uma análise cross-country. Baseada na crise do subprime. *Organização e Sociedade (O&S)*, 25(85), 320-338.

Sarkar, S. (2018). Grassroots entrepreneurs and social change at the bottom of the pyramid: the role of bricolage. *Entrepreneurship and Regional Development*, 30 (3-4), 421-449.

Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014) Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332.

Schumpeter, J. A. (1986). *History of Economic Analysis*. Allen & Unwin: London.

Vergara, S. C. (2005). *Métodos de Pesquisa em Administração*. São Paulo: Atlas.

Wilk, M. B., & Gnanadesikan, R. (1968). Probability plotting methods for the analysis of data. *Biometrika*, 55 (1), 1-17.

Wong, P. K., Ho, Y. P., & Autio, E. (2005). Entrepreneurship, innovation and economic growth: evidence from GEM data. *Small Business Economics*, 24(3), 335-350.

Apêndice 1. Rede de trabalhos futuros com recursos de inteligência artificial do Atlas.ti

Dimensão	Gaps de Pesquisa Identificados	Citações e força*	Referências
Agilidade e Governança	Papel da Indústria 4.0 e velocidade em organizações intensivas em tecnologia Gr=1	Ainda não explorado	Fenwick, McCahery, & Vermeulen, (2019)
Capacidades Dinâmicas	Novas medidas de desempenho Gr=2	2-0,03	Teece (2014), Chen, <i>et al.</i> (2014)
Capacidades Dinâmicas	Primeira ordem x inteligência coletiva	01/jan	Karimi & Walter (2015)
Capacidades Dinâmicas	Efeitos de incubação/longo prazo em universidades para melhorar a teoria Gr=2	2-0,03	Leih & Teece (2016)
Conhecimento	KBV em novos campos empíricos Gr=2950	11-0,005	Ferasso <i>et al.</i> (2018)
Conhecimento e Co-criação	Novas criações de valor Gr=491	7-0,01	Prahalad & Ramaswamy (2004); Kapoor & Agarwal, (2017); Caputo, <i>et al.</i> (2019)
Conhecimento e MPES	Capacidade Absortiva: ambistuição da organização de atividades internacionais Gr=1	1 – 0,001	Cenamora, <i>et al.</i> (2019)
Inovação Aberta	Novos papéis da criação de valor X posturas estratégicas adotadas pelas partes Gr=2	1-0,01	Vanhaverbeke, & Chesbrough, 2014
Inovação Digital	Efeitos de integração intertemporal Gr=1	1-0,02	Marsh & Stock (2003) e Karimi & Walter (2015)
Inovação e IA	Criação de valor em EPD em múltiplos níveis de análise Gr=1	1-0,02	Yablonsky (2019)
Inovação em Plataformas	Replicação de estudo em outras indústrias Gr=5	5-0,08	Narayanan <i>et al.</i> (2009); Gawer, & Cusumano, (2014); Kazan <i>et al.</i> (2018); Nambisan <i>et al.</i> (2019)
Inteligência, Redes e Ecossistemas	Fatores habilitadores da transformação a serem testados em novos contextos Gr=3656	Não explorados	Olszak, 2016; Aarikka <i>et al.</i> (2017); De Vasconcelos <i>et al.</i> (2018)
Mídias Sociais	Digitalização de integração, IMC – abordagem quanti e outros setores Gr=2	1-0,01	Valos <i>et al.</i> (2017)
Mídias Sociais	Testar o desempenho das mídias sociais Gr=1	Ainda não explorado	Dutot & Bergeron (2016)
Plataformas e Ecossistemas	Medir fatores de agilidade em indústrias Gr=1	1-0,02	World Economic Forum, & Schawb, (2019)
Plataformas e Ecossistemas	Incluir outras capacidades, rentabilidade, resultados importantes Gr=1	1-0,02	Nambisan, S., Zahra, S. A., & Luo, Y. (2019)
Plataformas e Ecossistemas	Redes, governança e frameworks e acompanhamento longitudinal em indústrias Gr=253	Não explorados	Ecossistemas de inovação (diversos autores)
Plataformas e Ecossistemas	Capacidades integrativas em MSP e provedores de ativos complementares Gr=6	1-0,01	Helfat, & Raubitschek (2018)
Plataformas e Ecossistemas	Teste de estrutura de recursos intermediários Gr=2	2-0,03	Helfat, & Raubitschek (2018).
Plataformas e Ecossistemas	Fatores que determinam a força do valor de um ecossistema Gr=2	2-0,03	Karimi & Walter (2015)
Plataformas e Ecossistemas	Vetor velocidade e fatores de agilidade a serem testados Gr=2573	11-0,07	Chen <i>et al.</i> (2014); Brusset, (2016); Akatkin, <i>et al.</i> (2017); Ravichandran, (2018)
RBV e fatores de Mediação	RBV e introdução de novos fatores Gr=6516	24-0,01	Múltiplos autores com fatores mediadores, moderadores e antecedentes
Supply Chain	Estrutura de teste em arquiteturas de produtos Gr=1	1-0,02	Fixson, (2005) e Kaidalova, <i>et al.</i> (2018)
Transformação digital e Economia	Efeitos da digitalização: outras economias transacionais Gr=7	5-0,07	Zeng <i>et al.</i> (2019)
Transformação digital e Economia	Lucro outras formas de obtenção em TD Gr=663	3-0,001	Wamba <i>et al.</i> (2016)
Transformação digital e Economia	MMPCs em outros países Gr=1	1-0,02	Zeng <i>et al.</i> (2019)
Transformação digital e Performance	Entender como o desempenho superior ocorre em outros contextos Gr=1	1-0,02	Kapoor & Agarwal (2017).
Transformação digital e Performance	Digitalização de processos, produtos e serviços no longo prazo e performance Gr=1	1-0,02	Karimi & Walter (2015)
Transformação digital e Performance	Servitização digital e longo prazo na performance Gr=3	2-0,03	Eloranta <i>et al.</i> (2016)
Transformação digital e Serviços	Replicação em outros mercados orientados por plataforma de serviços Gr=1	1-0,02	Eloranta <i>et al.</i> (2016).

*citações = número de artigos que citaram o gap nas bases; força = importância em relação a hermenêutica codificada

Fonte: elaboração própria (2021).