

Facilitadores e dificultadores do empreendedorismo: a percepção de alunos do curso de administração em uma universidade no Rio Grande do Norte

Atualmente surgem diversas novas empresas no mercado e entre os vários segmentos, sendo o empreendedorismo um processo amplo que deve ser compreendido em suas vertentes em especial no que diz respeito aos fatores que influenciam na escolha de empreender. Este estudo tem como objetivo identificar facilitadores e dificultadores ao empreendedorismo sob a percepção de 129 alunos do curso de Administração de uma Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. A metodologia utilizada tratou-se de uma pesquisa quantitativa e descritiva por meio da estatística descritiva. Os principais resultados destacam que os estudantes pesquisados revelam ter disposição de empreender, acreditam ter uma ideia inovadora, conhecimento técnico e possuir habilidade para gestão do negócio. Entretanto, não conhecem as leis e códigos afetos ao empreendedorismo, não possuem recursos para iniciar o negócio, além de revelarem acreditar que a carga tributária, a legislação trabalhista e situação econômica do país, bem como a dificuldade de acesso a crédito e inexistência de programas governamentais de orientação são barreiras ao empreendedorismo.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Facilitadores; Dificultadores; Administração; Riscos.

Entrepreneurship facilitators and obstacles: the perception of business administration students at a university in Rio Grande do Norte

Nowadays there are several new companies in the market and among the various segments, and entrepreneurship is a broad process that must be understood in its aspects with regard to the factors that influence the choice of entrepreneurship. This study aims to identify facilitators and hinders to entrepreneurship under the perception of 129 students of Business Administration at a State University of Rio Grande do Norte. The methodology used was a quantitative and descriptive research through descriptive statistics. The main results highlight that the students reveal willingness to undertake, believe they have an innovative idea, technical knowledge, have business management skills. However, they do not know the laws and codes related to entrepreneurship, they do not have resources to start the business, and they also believe that the tax burden, labor legislation and economic situation of the country, as well as the difficulty of access to credit and lack of programs Governmental policies area barriers to entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship; Facilitators; Difficulties; Management; Risks.

Topic: **Empreendedorismo**

Received: **17/01/2022**

Approved: **08/03/2022**

Reviewed anonymously in the process of blind peer.

Maria Antunizia Gomes

Instituto Federal do Ceará, Brasil

<http://lattes.cnpq.br/0175100794735300>

antunizia.gomes@yahoo.com.br

Eduardo Paulo Almeida de SantAnna 

Universidade Potiguar, Brasil

<http://lattes.cnpq.br/6622016595497215>

<https://orcid.org/0000-0003-3848-1834>

epas727@gmail.com

Eliana Andrea Severo 

Universidade Federal do Pernambuco, Brasil

<http://lattes.cnpq.br/0272640518459010>

<https://orcid.org/0000-0002-5970-4032>

elianasevero2@hotmail.com



DOI: 10.6008/CBPC2179-684X.2022.001.0008

Referencing this:

GOMES, M. A.; SANTANNA, E. P. A.; SEVERO, E. A.. Facilitadores e dificultadores do empreendedorismo: a percepção de alunos do curso de administração em uma universidade no Rio Grande do Norte. *Revista Brasileira de Administração Científica*, v.13, n.1, p.97-109, 2022. DOI: <http://doi.org/10.6008/CBPC2179-684X.2022.001.0008>

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem uma importância significativa para a criação e o desenvolvimento de empresas. Esse crescimento tem um impacto relevante para geração do emprego e autoemprego, diante disso surgem constantemente diversas empresas no mercado, sejam elas oriundas do empreendedorismo por oportunidade ou por necessidade. De acordo com Dornelas (2001), o empreendedor é considerado a pessoa que cria as oportunidades e assume riscos calculados.

O empreendedorismo é um processo em que é necessário dedicação e tempo, além de assumir diversos riscos, sendo eles financeiros, sociais é também tendo como consequência a algumas recompensas dentre elas a satisfação pessoal (HISRICH et al., 2004). O empreendedorismo tem uma relação com diversos recursos físicos, financeiros e humanos, sendo fundamental sua contribuição para a empregabilidade, além de oportunizar comportamentos, habilidades e criação de novos negócios (BECKER, 2017).

Verheul et al. (2012) ressaltam a formação da intenção empreendedora a partir de um todo integrado, de forma a preencher a lacuna existente na literatura. Neste escopo, o tema tornou-se campo fértil para exploração das intenções dos estudantes em tornarem-se empreendedores (BHANDARI, 2006; SEVERO et al., 2019). Tolentino et al. (2014) destacam que é necessário entender o papel desempenhado, a situação e o contexto na influência da intenção empreendedora.

O ato de empreender origina-se em comportamento motivacional individual, e representa fator fundamental para a decisão final (HAYNIE et al., 2010). Segundo Baron et al. (2007), o empreendedorismo é uma arte e busca entender oportunidades, com intuito da criação de produtos, serviços com intuito de entender os anseios do mercado na busca de aprimorar as tecnologias existentes no mercado.

Neste cenário, existe o interesse de jovens empreenderem, principalmente os egressos dos cursos de Administração, Engenharias e Sistemas de Informação (BECKER, 2017), emergindo as Micro e Pequenas Empresas (MPEs), onde reside a vocação natural com interesse em empreender. Coerentemente, analisar a percepção, especificamente dos alunos do curso de Administração revelará uma abordagem ainda mais ampla e significativa, visto que os estudantes de tal curso estão efetivamente se preparando para solucionar problemas empresariais e o gerenciamento de negócios, assim é interessante entender a compreensão dos mesmos sobre os fatores do empreendedorismo. O clima e o ambiente universitário moderam a relação entre os antecedentes das intenções em relação ao empreendedorismo, às normas subjetivas, o controle comportamental percebido e a intenção empreendedora (TOGNAZZO et al., 2017), além de impactar positivamente na atitude empreendedora dos alunos (ZOLLO et al., 2017).

Neste contexto, este estudo busca contribuir para o conhecimento científico, assim como para a gestão organizacional, no que diz respeito de possibilitar aos empreendedores e futuros empreendedores, aspectos que envolvem os facilitadores e dificultadores do empreendedorismo na busca do sucesso empresarial, principalmente para os alunos que pretendem empreender. Consoante isso, a questão de pesquisa é traduzida por: Quais os fatores facilitadores e dificultadores ao empreendedorismo para os alunos do curso de Administração? Para tanto, o estudo tem como objetivo identificar os fatores facilitadores e

dificultadores ao empreendedorismo, na percepção de 129 alunos do curso de Administração de uma Universidade do Estado do Rio Grande do Norte.

REVISÃO TEÓRICA

Definições de empreendedorismo

O termo empreendedorismo é oriundo da França que em sua tradução apresenta aquele que está entre ou intermediário (BOWEN et al., 1986). O empreendedor trabalha incansavelmente, envolvendo dias, noites, semanas, com intuito de entregar o máximo de qualidade nas suas atividades, buscando continuamente os melhores resultados do seu trabalho (DOLABELA, 1999). Para Schumpeter (1942):

A função do empreendedor é reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, de modo geral, um método tecnológico não experimentado para produzir um novo bem ou um bem antigo de maneira nova, abrindo uma nova fonte de suprimento de materiais ou uma nova comercialização para produtos, e organizando um novo setor.

O empreendedorismo pode ser visto como a criação de algo novo, envolvendo diversos esforços, pessoal, financeiro, psíquicos e sociais em busca de recompensas financeiras e pessoais (HISRICH et al. 2004). Empreendedorismo é uma ciência que estuda as necessidades ofertadas pelo mercado, seja ele direcionado para produtos, serviços, ideias, no intuito da exploração das oportunidades ofertadas (VENKATARAMAN, 1997).

De acordo com Dolabela (1999), o termo empreendedorismo vem de *entrepreneurship*, apresenta uma visão ampla direcionada ao empreendedor tais como, perfil, origem, atividades, atuação. Além disso o empreendedor é aquele que busca gerar riquezas através do seu conhecimento e oportunidades, possibilitando a transformação de ideias em algo totalmente lucrativo que atenda a necessidade de um público-alvo.

Para Dolabela (2010), ser empreendedor é buscar tornar seus sonhos realidade por meio do empreendedorismo. Para o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas¹, o empreendedorismo é um processo em que é preciso ter esforços que irão levar o empreendedor a assumir riscos: financeiros, sociais, psicológicos, e esse esforço torna esse processo criativo recompensador através da experiência adquirida e dos resultados alcançados por meio da satisfação pessoal e profissional do empreendedor.

Evidências significativas na literatura afirmam que fatores psicológicos, situacionais e contextuais podem influenciar a intenção empreendedora (TOLENTINO et al., 2014). Já Karimi et al. (2015) ressaltam que o suporte do contexto percebido terá relação positiva com o comportamento empreendedor. As percepções extraídas pelos alunos acerca do apoio recebido da universidade e educadores estão positivamente relacionadas aos seus comportamentos empreendedores (MUSTAFA et al., 2016). Assim, o referencial percebido no ambiente universitário pelos universitários influencia positivamente na atitude pessoal, nas normas subjetivas percebidas, no controle percebido de seu comportamento, suas motivações profissionais e intenção de criar um negócio como um caminho profissional seguindo a conclusão dos estudos (GARCÍA et al., 2017).

¹ [https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Busca?q=&fq={%22sebn tema%22:\[%22Empreendedorismo%22\],%22sebn uf%22:\[%22Nacional%20-%20NA%22](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Busca?q=&fq={%22sebn tema%22:[%22Empreendedorismo%22],%22sebn uf%22:[%22Nacional%20-%20NA%22)

A Teoria do comportamento planejado

A Teoria do Comportamento Planejado (TPB), em um estudo com estudantes de Administração (BAZAN et al., 2019), é um modelo robusto e parcimonioso de intenção comportamental com poder comprovado na previsão de comportamento empresarial (KAUTONEN et al., 2015; KAUTONEN et al., 2013; MORIANO et al., 2012).

De acordo com Bazan et al. (2019), o TPB baseia-se na ideia de que a intenção tem três precursores conceitualmente diferentes, ou seja, atitude em relação ao comportamento. Em princípio, a compreensão dos três precursores da intenção deve ser suficiente para prever o comportamento (AJZEN et al., 2004). O TPB tornou-se uma das teorias psicológicas mais amplamente usadas para explicar e prever o comportamento humano em geral (KOLVEREID, 1996; TKACHEV et al., 1999; VARAMÄKI et al., 2013).

Trivedi (2017) realiza uma série de estudos com estudantes de Administração, dos últimos períodos e estabelece como ponto de partida a TPB. Neste contexto, de acordo com Ajzen (1991), que tem sido amplamente utilizada para compreensão da intenção empreendedora de alunos em diversos estudos, adiciona três fatores principais de análise: i) barreiras endógenas; ii) ambiente exógeno; e, iii) ambiente universitário e apoio à intenção empreendedora. Dos resultados obtidos, as atitudes empreendedoras podem ser influenciadas por educadores, formuladores de políticas e fundadores de negócios bem-sucedidos. Conforme o estudo, empreendedores bem-sucedidos podem ser um modelo poderoso e podem apoiar empreendedores iniciantes, o ambiente e o suporte universitários têm influência positiva no controle comportamental, assim como o governo deve formular um novo conjunto de políticas que promovam o estabelecimento de novos negócios.

Bazan et al. (2019) aplicaram com sucesso uma variante do modelo de intenção empreendedora de Trivedi (2016; 2017) para entender a influência do sistema de apoio da universidade na formação de intenção empreendedora de estudantes de ensino superior. O modelo especifica e demonstra o comportamento empreendedor e suas variáveis com fortes indícios que sugerem que o modelo é apropriado para medir a relação entre as quatro variáveis independentes: i) atitude em relação a comportamento; ii) normas subjetivas percebidas; iii) controle percebido do comportamento; e, iv) o ambiente e sistema de suporte da universidade e a intenção empreendedora dos alunos.

Facilitadores e dificultadores do empreendedorismo

Apesar das dificuldades, o Brasil apresenta algumas perspectivas positivas em relação ao empreendedorismo. Desde alguns anos atrás, foram criados órgãos e iniciativas de apoio ao empreendedor, como o Sebrae, as fundações estaduais de apoio à pesquisa, as incubadoras de empresas, as instituições de ensino superior, que tem oferecido cursos e outros tipos de programas sobre o empreendedorismo com intuito de contribuir na visão do ensino e do estímulo para a criação de novas ideias (MAXIMIANO, 2006). De acordo com Camargo et al. (2010), empreender é colocar em prática uma ideia por meio da execução de

planos que envolvam inovação.

Conforme Santos (2017), o empreendedorismo envolve tanto a criação, como o crescimento, assim como a interdependência dos atores envolvidos. Para Stevenson et al. (2007), as pesquisas sobre empreendedorismo devem analisar os efeitos da economia para os empreendedores, as origens dos comportamentos e atuação dos empreendedores. O conhecimento sobre essa realidade levará a um entendimento mais amplo das vivências e os impactos na vida dos empreendedores.

Diante disso é fundamental ressaltar quais fatores influenciam diretamente na decisão de empreender, esses aspectos envolvem os fatores facilitadores e dificultadores ao empreendedorismo (TESTAS et al., 2015; SOUZA et al., 2016; BARBOSA et al., 2018), conforme a Quadro 1.

Quadro 1: Fatores facilitadores e dificultadores ao empreendedorismo.

Pessoal / Indivíduo	Apoio
Conhecimento sobre a maneira de fabricar um produto / trabalhar um serviço; Possibilidade de ganhar dinheiro por meio de uma ideia inovadora; Conhecimento técnico; Habilidade para gerenciar o próprio negócio; Receio de abandonar o emprego para abrir o próprio negócio; Receio do fracasso ou do risco de ter o próprio negócio; Incerteza da remuneração com o próprio negócio; Realização pessoal.	Acesso a recursos financeiros (empréstimos ou financiamentos); Acesso às instituições de apoio (Sebrae, incubadoras, universidades); Acesso a serviços de apoio especializados (contador, consultor, advogado etc.); Acesso a programas de orientação empreendedora; Programas governamentais de apoio e desenvolvimento de novos negócios.
Governamental / Formalização	Recursos
Situação do clima econômico atual; Conhecimento sobre as leis que tratam do empreendedorismo no país; Tributação; Legislação trabalhista; Exigências burocráticas.	Capital financeiro; Condições de contratar mão-de-obra qualificada; Infraestrutura (espaço físico, telefone, internet) disponível; Acesso a fontes de matéria-prima necessárias.

Fonte: Adaptado de Leite (2012); Testas et al. (2015); Souza et al. (2016) e Barbosa et al. (2018).

Bazan et al. (2020) revisam a literatura sobre o comportamento intencional dos alunos empreendedores. Reiteram os vários modelos que se propõem a entender a intenção empreendedora dos estudantes, entre eles o modelo de evento empresarial (SHAPERO et al., 1982), modelo de apoio empresarial (TURKER et al., 2009), o Modelo Básico Intencional (KRUEGER et al., 1993), o modelo de Lüthje et al. (2003), o Modelo de Potencial Empreendedor², o Modelo de Orientação Empresarial Individual (BOLTON et al., 2012), o modelo de Davidsson³, e o Modelo de Intenção-Restrição Empreendedora (TRIVEDI, 2017). Neste cenário, busca se preencher a lacuna na literatura e propor uma metodologia fundamentada na teoria, para ajudar as universidades a projetar suas intervenções educacionais destinadas a incentivar mais estudantes a considerar o empreendedorismo social como uma opção viável de carreira após a graduação.

METODOLOGIA

Este estudo se caracteriza como uma pesquisa quantitativa e descritiva, por meio de uma *survey*. Silveira et al. (2009) asseveram que as raízes da pesquisa quantitativa estão no pensamento positivista lógico representativo do raciocínio dedutivo, sendo a lógica norteadora por normas e propriedades mensuráveis da experiência humana.

² <https://cemi.com.au/sites/all/publications/Krueger%20and%20Brazeal%201994.pdf>

³ https://eprints.qut.edu.au/2076/1/RENT_IX.pdf

Um grupo menor da população tem o poder de inferir sobre grupo maior da mesma população (MALHOTA et al., 2012) assim como Cooper et al. (2003) postularam que melhora a velocidade da realização da amostra, precisão dos resultados e eficiência dos custos, utilizando uma *survey*. A pesquisa quantitativa busca a mensurando opiniões, contribuindo com o pesquisador na identificação de dados e interpretação da realidade da população alvo, relevando sentimentos e emoções individuais (RAHI, 2017).

A pesquisa descritiva busca fatos e fenômenos relativos a determinada população e reconhece a existência de padrões. O uso do método de pesquisa *survey* por sua vez visa a extrapolação de possibilidades dentro do universo pesquisado. Para a coleta de dados utilizou-se um questionário, composto por afirmativas em uma escala intervalar *likert* intervalar de 5 pontos, adaptada do estudo de Barbosa et al. (2018), bem como validado por um expert na área de estudos. A escala *likert* de cinco pontos variam entre 1 (Discordo totalmente); 2 (Discordo parcialmente); 3 (Nem discordo, nem concordo); 4 Concordo parcialmente); até 5 (Concordo totalmente). O questionário apresentava um total de 24 questões, divididas entre o perfil dos respondentes, e os cinco construtos objeto da pesquisa: i) Facilitadores Pessoais; ii) Facilitadores de Recursos; iii) Dificultadores Pessoais; iv) Dificultadores Governamental; e, v) Dificultadores de Apoio.

No estudo foi utilizada amostra não probabilística, por conveniência (HAIR et al., 2013) e o universo pesquisado foram alunos do curso de Administração de uma Universidade no Rio Grande do Norte (RN), em duas unidades diferentes; uma localizada na Zona Sul de Natal e outra na Zona Norte da cidade. Neste contexto, realizou-se um pré-teste com 22 respondentes para verificar o entendimento das questões, e em seguida foi realizada pesquisa final. Os questionários foram aplicados de forma presencial nas salas de aula com o auxílio dos docentes. A pesquisa ocorreu entre os dias 2 e 11 de outubro de 2019. O convite para participar, o objetivo do estudo, e a completa preservação da identidade e das respostas foram devidamente esclarecidos aos pesquisados.

Para a análise de dados utilizou-se a estatística descritiva (HAIR et al., 2013), por meio do *software Microsoft Office Excel*, analisando inicialmente cada uma das questões separadamente, por meio de frequências e percentuais.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na depuração dos dados, não se observou *missing* (não resposta) e *outliers* (...) univariados. A amostra final revelou um total de 129 respondentes, sendo 62 do campus Zona Sul (ZS) e 67 da Zona Norte (ZN). Na unidade ZS obteve-se 33 respondentes (46,78% da unidade pesquisada ou 25,6% do total da amostra) do sexo feminino, e 29 respondentes do sexo masculino (53,22% da unidade pesquisada ou 22,5% da amostra total). Na unidade ZN por sua vez, foram 35 do sexo feminino (52,23% da unidade ou 27,1% do total da amostra) e 32 do sexo masculino (47,77% da unidade pesquisada e 24,8% do total da amostra). A Tabela 1 apresenta os resultados encontrados em relação ao Construto 1: Facilitadores Pessoais, os dados revelam o favorecimento do indivíduo/pessoa a empreender.

De acordo com os resultados encontrados, a maioria dos entrevistados acreditam ter uma ideia

inovadora de que possibilite gerar renda (concordo parcialmente 31% e concordo totalmente 20,1%). Relacionado ao possuir conhecimento técnico, os resultados ressaltam que entre concordo parcialmente 48,8% e concordo totalmente 13,9%, somados totalizam 62,7%, ou seja, os estudantes se sentem com o conhecimento técnico para empreender.

Os respondentes sentem que possuem habilidade para gerenciar o próprio negócio (concordo parcialmente 55% e concordo totalmente 23,2%) totalizando 78,2%, sendo esse percentual bastante significativo, além de que 84% disseram que se sentiriam realizados ao empreender, revelando que os estudantes estão buscando empreender, por meio de conhecimento o seu potencial empreendedor. Neste cenário, Stevenson et al. (2007) destacam que os estudos sobre empreendedorismo podem ser classificados em três categorias distintas: como empresários agem, porque agem e como agem. Santos (2017) corrobora citando que, entender todo o ambiente de influência empreendedora favorece o comportamento dos empreendedores na decisão de empreender.

Tabela 1: Facilitadores Pessoais.

Facilitadores pessoais	1		2		3		4		5	
	Qt.	%	Qt.	%	Qt.	%	Qt.	%	Qt.	%
Tenho conhecimento sobre a maneira de fabricar um produto/trabalhar um serviço.	4	3,1	16	12,4	44	34,10	56	43,41	9	6,9
Tenho uma ideia inovadora e acredito que ganharia dinheiro com isso	15	11,6	19	14,7	29	22,4	40	31	26	20,1
Tenho conhecimento técnico para gerir meu próprio negócio	3	2,3	12	9,3	33	25,5	63	48,8	18	13,9
Sinto que possuo habilidade para gerenciar meu próprio negócio.	2	1,5	4	3,1	22	17	71	55	30	23,2
Me sentiria/sinto realizado (a) em ter meu próprio negócio.	1	0,7	6	4,6	13	10	31	24	78	60
Tenho conhecimento sobre as leis que tratam de empreendedorismo no país.	13	10	35	27,1	38	29,4	36	27,9	7	5,4

Embora as questões anteriores tenham visto que os respondentes possuem conhecimento técnico, habilidade e interesse em abrir o próprio negócio, muitos deles não tem conhecimento sobre as leis de empreendedorismo no país, ou seja, faz-se necessário que os mesmos busquem conhecimentos mais específicos sobre as leis e vertentes do empreendedorismo, antes de iniciar o primeiro negócio e/ou desenvolver uma ideia, corroborando com os estudos e pressupostos teóricos de Dolabela (1999), Davidsson, García et al. (2017), Becker (2017), Karimi et al. (2015), Barbosa et al. (2018) e Bazan et al. (2020) e que versam sobre a importância da academia na construção e reforço das competências, habilidades e atitudes empreendedora. A Tabela 2 apresenta os resultados para o Construto 2: Facilitadores de Recursos. Os resultados encontrados apresentam aspectos direcionados para a disponibilidade de recursos.

Sobre o questionamento dos facilitadores de recursos em sua maioria, os respondentes revelaram não ter recursos da empreender/abrir o próprio negócio, (totalizando discordo totalmente e discordo parcialmente 68,1%), como consequência disso, não existe também condições de contratar mão de obra qualificada (discordo totalmente e discordo parcialmente, somados totalizam 74,3%). Consoante isso, a falta de recurso pode afetar diretamente no interesse em montar o próprio negócio e/ou de desenvolver e permanecer no mercado após a abertura de uma empresa.

Tabela 2: Facilitadores de recursos.

Facilitadores de recursos	1		2		3		4		5	
	Qt.	%								
Tenho dinheiro suficiente para empreender em um negócio.	47	36,4	41	31,7	23	18,6	14	10	4	3,1
Tenho condições de contratar mão de obra qualificada para empreender um negócio.	59	45,7	37	28,6	18	13,9	11	8,5	4	3,1
Tenho infraestrutura (espaço, telefone, internet) disponível para empreender um negócio.	33	25,5	26	20,1	29	22,4	28	21,7	13	10
Tenho acesso a fontes de matéria prima necessárias para empreender um negócio.	34	26,3	29	22,4	31	24	25	19,3	10	7,7
Tenho tempo suficiente para empreender em um negócio	11	8,5	24	18,6	37	28,6	33	25,5	24	18,6

Não obstante ter infraestrutura, os respondentes citam entre discordo totalmente e discordo parcialmente, um total de 45,6 %. Sobre ter acesso a fontes matéria prima 48,4% relataram ter acesso, assim destaca-se que muitos dos respondentes irão buscar ferramentas e informações de acesso para empreender. Já no requisito pouco tempo, concordaram parcialmente 25,5% concordaram totalmente 18,6%, ou seja 44,18% dos respondentes tem tempo para empreender em um negócio. Neste cenário, o significado do empreendedorismo é planejar e executar planos para a movimentação de uma ideia de negócio, propondo uma inovação para empresas que já possuem uma estrutura de negócio (CAMARGO et al., 2010), para tanto é necessário tempo para se planejar, estruturar e abrir uma empresa.

A Tabela 3 apresenta os resultados para o Construto 3: Dificultadores Pessoais. Sobre os dificultadores pessoal/individual do empreendedorismo, foi apresentado pouco receio em abandonar o emprego para abrir o negócio (29,4% concordam parcialmente e 13,9% concordam totalmente). Contudo, os respondentes também apresentaram pouco receio para o risco e fracasso (concordam parcialmente 28,6% e concordam totalmente 13,9 %), tenho pouca incerteza da remuneração que irão ganhar com o próprio negócio (24,8% dos respondentes), ou seja, a maioria dos respondentes acreditam que empreender ocasionará resultados financeiros e depositam confiança neste aspecto. Entretanto, Tolentino *et al.* (2014) argumentam que é necessário entender o papel desempenhado, a situação e o contexto na influência da intenção empreendedora, o que pode influenciar como dificultador pessoal para empreender um negócio.

Tabela 3: Dificultadores pessoais.

Dificultadores pessoais	1		2		3		4		5	
	Qt.	%								
Tenho pouco receio de abandonar meu emprego para abrir meu próprio negócio.	25	19,3	18	13,9	30	23,2	38	29,4	18	13,9
Tenho pouco receio do fracasso ou do risco de ter meu próprio negócio.	13	10	21	16,2	40	31	37	28,6	18	13,9
Tenho pouca incerteza da remuneração que ganharei com meu próprio negócio	7	5,4	19	14,7	54	41,8	32	24,8	17	13,1
Tenho pouco tempo para empreender em um negócio	36	27,9	27	20	35	27,1	17	13,1	14	10,9

Reafirmando o que foi dito anteriormente, nos facilitadores do empreendedorismo, agora no dificultadores, existe a confirmação de que os respondentes possuem tempo suficiente para empreender (50% dos entrevistados citaram que discordam parcialmente e ou totalmente) quando questionados sobre terem pouco tempo para empreender. Os resultados corroboram com as assertivas de Mustafa et al. (2016) e García et al. (2017), acerca da influência positiva do ambiente universitário no comportamento

empreendedor, além de representar uma das premissas do modelo de intenções de Trivedi (2016; 2017) que confirma estudos anteriores, os quais revelam ser o meio ambiente significativo influenciador da atitude empreendedora de estudantes universitários. No que tange o Construto 4 - Dificultadores governamental, a Tabela 4 apresenta os resultados da pesquisa.

Tabela 4: Dificultadores Governamentais.

Dificultadores Governamental	1		2		3		4		5	
	Qt.	%	Qt.	%	Qt.	%	Qt.	%	Qt.	%
O clima econômico atual não é favorável ao desenvolvimento do meu próprio negócio.	13	10	21	16,2	48	37,2	30	23,2	17	13,1
A quantidade de impostos pagos pode dificultar a abertura de uma empresa.	0	0	14	10,8	22	17	31	24	62	48
A legislação trabalhista pode dificultar a abertura de uma empresa.	6	4,6	17	13,1	35	27,1	37	28,6	34	26,3
A quantidade de exigências burocráticas pode dificultar a abertura de uma empresa.	6	4,6	11	8,5	23	17,8	37	28,6	52	40

Os dificultadores governamental, trata-se de um dos pontos que faz com que muitos empreendedores reflitam acerca de empreender, coerentemente, muitos dos entrevistados não tem conhecimento sobre o assunto, visto que dos dados encontrados, em todos os aspectos dos facilitadores e dificultadores teve o volume mais alto para respostas nem concordo e nem discordo, para o clima econômico 37,2%, 17% para impostos pagos e 27,1% para legislações trabalhistas. Muitos dos entrevistados possuem o conhecimento técnico e habilidades, como já citados quando questionados sobre os facilitadores, entretanto, falta uma visão holística a respeito dos aspectos gerais de uma empresa no contexto econômico, contábil e fiscal.

Mesmo com o clima econômico desfavorável, existe ainda diversos respondentes que acreditam que possuem condições de investir no empreendedorismo (23,2% concordo parcialmente e 13,1% concordo totalmente). Outra informação relevante, trata-se da quantidade de impostos pagos, o que pode dificultar a abertura de uma empresa, pois 72% dos respondentes veem isso como extrema dificuldade.

Já no que diz respeito a legislação trabalhista, esta pode dificultar a abertura de uma empresa (28,6% concordam parcialmente e 26,3% concordam totalmente), tendo assim um resultado significativo no que diz respeito a ser um fator dificultador de abertura de empresas. Destaca-se que a quantidade de exigências burocráticas pode dificultar a abertura de uma empresa (28,6 % dos respondentes concordam parcialmente e 40% concordam totalmente).

Para o Construto 5: Dificultadores de Apoio, a Tabela 5 apresenta os resultados do estudo. Neste contexto, o acesso a recursos financeiros (empréstimos ou financiamentos) é difícil, pois 22,4% concordam parcialmente e 20,1% concordam totalmente. O acesso a instituições como o Sebrae, incubadoras e Instituições de Ensino Superior (IES) não é difícil para 46,9% dos respondentes, os quais acreditam que essas instituições têm cumprido seu papel de apoio gerencial às ideias de negócios e empresas, pois o acesso não é difícil a tais instituições.

No que diz respeito ao acesso a serviços de apoio especializados (contador, consultor, advogado etc.), 30,3% dos respondentes concordam parcialmente e totalmente que é difícil ter acesso a estes profissionais,

entretanto, muitos dos respondentes podem não ter um conhecimento mais específico sobre o tema, ou sobre a necessidade de apoio de tais profissionais.

De acordo com os respondentes não é difícil o acesso aos programas de orientação empreendedora para criar/manter um negócio (14,7% discordam totalmente e 25,5 % discordam parcialmente). Contudo, faltam programas governamentais de apoio e desenvolvimento de novos negócios, já que 27,9% concordam parcialmente e 31 % concordam totalmente. Neste cenário, para Leite (2012), o estímulo ao empreendedorismo não são os ganhos monetários e sim a realização pessoal. Contudo, existem evidências empíricas sobre vários fatores que afetam a intenção empreendedora com base em comparações, e forneceram informações para novas ideias aos educadores do empreendedorismo⁴ (TSAI et al., 2016).

Tabela 5: Dificultadores de apoio.

Dificultadores de Apoio	1		2		3		4		5	
	Qt.	%								
O acesso a recursos financeiros (empréstimos ou financiamentos) é difícil.	7	5,4	17	13,1	50	38,7	29	22,4	26	20,1
O acesso a instituições (Sebrae, incubadoras e IES) a abertura de uma empresa é difícil.	27	20,9	34	26,3	36	27,9	22	17	10	7,7
O acesso a serviços de apoio especializado (contador, advogado, etc.) é difícil.	15	11,6	23	17,8	52	40	27	21	12	9,3
É difícil o acesso a programação de orientação empreendedora para criar/manter um negócio.	19	14,7	33	25,5	40	31	26	20	11	8,5
Falta programas governamentais de apoio e desenvolvimento de novos negócios.	8	6,2	14	10,8	31	24	36	27,9	40	31

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa apresenta dados relevantes para o entendimento dos fatores que influencia na decisão de empreender, na percepção de alunos do curso de Administração de uma IES privada em Natal-RN. Perante o estudo, percebeu-se que os estudantes se sentem preparados e possuem habilidade para gerenciar um negócio, bem como se sentem realizados ao empreender, vale ressaltar que os estudantes do curso de Administração estão buscando conhecimentos de gestão (marketing, finanças, logística, vendas, tecnologias dentre outros), além de procurarem desenvolver o potencial empreendedor por das atividades curriculares e extracurriculares.

Sobre o questionamento dos facilitadores de recursos, os dados revelam que não ter recursos para empreender/abrir o próprio negócio e de contratar mão de obra qualificada são os principais fatores apontados pelos pesquisadores. Neste contexto, os futuros empreendedores são diretamente afetados no interesse em montar o próprio negócio e/ou de desenvolver e permanecer no mercado após a abertura de uma empresa.

Ainda sobre os elementos facilitadores, a pesquisa revela que os estudantes reconhecerem deter conhecimentos técnicos, habilidades e, além de tempo, infraestrutura e acesso a matéria prima, que sugerem a existência de intenção que gera atitude, induzindo comportamento, influenciador de nova intenção, retroalimentando em espiral crescente que pode frutificar em contexto fértil do ambiente universitário empreendedor (BAZAN et al., 2019; 2020).

⁴ <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.137.9032&rep=rep1&type=pdf>

Sobre os dificultadores do empreendedorismo foi apresentado pouco receio em abandonar o emprego e abrir o negócio, pouco receio para o risco e fracasso, pouca incerteza da remuneração que se ganhará com o próprio negócio, ou seja, a maioria dos respondentes acredita que empreender trata-se de resultados financeiros e depositam confiança neste aspecto.

Como contribuições acadêmicas sugere-se que as IES devem desenvolver ações que favoreçam o ensino, de forma que os estudantes consigam envolver-se com ações teórico práticas, para que ao concluir os cursos de Graduação, possam explorar profundamente o seu potencial empreendedor. Além de ações de extensão e incubadoras de empresas, com intuito de estimular o desenvolvimento de ideias de negócios dos estudantes dos mais diversos cursos. A academia ainda pode se apropriar deste estudo para a utilização em programas de disciplinas específicas e geração de eventuais bancos de dados de ideias e talentos que possam unir pessoas, ideias, ou mesmo o capital investidor.

Nas contribuições gerenciais, o estudo possibilita as instituições de apoio ao empreendedorismo e empresas em geral, ajustes e adaptações, bem como maior aproximação, diminuindo distâncias com o empreendedor, possibilitando criação de ambiente facilitador a geração de novas oportunidades. O governo pode tomar como base esse estudo para criação de programas que estimulam o empreendedorismo com acompanhamento e permanente atualização.

As limitações do estudo estão atreladas aos estudantes do curso de Administração de uma Universidade. Como sugestões de estudos futuros pode-se ampliar o universo com estudantes de diferentes cursos e distintas IES, bem como de outras regiões do país.

REFERÊNCIAS

AJZEN, I.. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v.50, n.2, p.179-211, dec. 1991. DOI: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).

AJZEN, I.; FISHBEIN, M.. Questions raised by a reasoned action approach: comment on ogden. **Health Psychology**, v.23, n.4, p.431-434, 2004. DOI: <https://doi.org/10.1037/0278-6133.23.4.431>.

BARBOSA, H. M. A.. Facilitadores e dificultadores do empreendedorismo: uma survey no Rio Grande do Norte. In: MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 18. **Anais**. Caxias do Sul: UCS, 2018.

BARON, R. J.; SHANE, S. A.. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BAZAN, C.. A systematic literature review of the influence of the university's environment and support system on the precursors of social entrepreneurial intention of students. **Journal of Innovation and Entrepreneurship**, v.9, n.4, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0116-9>.

BAZAN, C.. Effect of memorial university's environment & support system in shaping entrepreneurial intention of students. **Journal of Entrepreneurship Education**, v.22, n.1, p.1-35, 2019.

BECKER, A.. **Análise das relações entre empreendedorismo, inovação e sustentabilidade na percepção dos alunos do Ensino Superior**. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade Meridional, Passo Fundo, 2017.

BHANDARI, N. C. Intention for entrepreneurship among students in India. **Journal of Entrepreneurship**, v.15, n.2, p.169-179, 2006. DOI: <https://doi.org/10.1177/097135570601500204>.

BOLTON, D. L.; LANE, M. D.. Individual entrepreneurial orientation: development of a measurement instrument. **Education & Training**, v.54, n.2-3, p.219-233, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1108/00400911211210314>.

BOWEN, D. D.; HISRICH, R. D.. The female entrepreneur: a career development perspective. **The Academy of Management Review**, v.11, n.2, p.393-407, 1986. DOI: <https://doi.org/10.2307/258468>.

CAMARGO, S. H. C. R. V.; FARAH, O. E.. **Gestão empreendedora e intraempreendedora: estudos de casos brasileiros**. Ribeirão Preto: Villimpress, 2010.

COOPER, D.; ROBERTSON, I. T.; TINLINE, G.. **Recruitment and selection: a framework for success**. London: Thomson, 2003.

DOLABELA, F.. **Oficina do empreendedor**. 6. ed. São Paulo:

Cultura, 1999.

DOLABELA, F.. A corda e o sonho. **Revista HSM Management**, v.80, p.128-132, 2010.

DORNELAS, J. C.. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

GARCÍA, F. J.. Entrepreneurial potential in less innovative regions: The impact of social and cultural environment. **European Journal of Management and Business Economics**, v.26, n.2, p.163-179, 2017..

HAIR, J. F.I. **Multivariate data analysis**. New York: Pearson, 2013.

HAYNIE, J. M.. A situated metacognitive model of the entrepreneurial mindset. **Journal of Business Venturing**, v.25, n.2, p.217-229, 2010. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.10.001>.

HISRIC, R. D.; PETERS, M. P.. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KARIMI, S. *et al.* Testing the relationship between personality characteristics, contextual factors and entrepreneurial intentions in a developing country. **International Journal of Psychology**, v.52, n.3, p.227-240, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/ijop.12209>.

KAUTONEN, T.; GELDEREN, V. M.; FINK, M.. Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v.39, n.3, p.655-674, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1111/etap.12056>.

KAUTONEN, T.; GELDEREN, V. M.; TORNIKOSKI, E. T.. Predicting entrepreneurial behaviour: a test of the theory of planned behaviour. **Applied Economics**, v.45, n.6, p.697-707, 2013. DOI: <https://doi.org/10.1080/00036846.2011.610750>

KOLVEREID, L.. **Prediction of employment status choice intentions**. Newbury Park: Sage Publications, 1996.

KRUEGER, N. F.; CARSRUD, A. L.. Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour. **Entrepreneurship & Regional Development**, v.5, p.4, p.315-330, 1993. DOI: <https://doi.org/10.1080/08985629300000020>.

LEITE, E.. **O fenômeno do empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2012.

LÜTHJE, C.; FRANKE, N.. The 'making' of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. **R&D Management**, v.33, n.2, p.135-147, 2003. DOI: <https://doi.org/10.1111/1467-9310.00288>.

MALHOTA, N. K.; BIRKS, D. F.; WILLS, P. A.. **Business Research Methods**. São Paulo: Pearson, 2012.

MAXIMIANO, A. C. A.. **Introdução à administração**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MORIANO, J. A.. A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. **Journal of Career Development**,

v.39, p.2, p.162-185, 2012. DOI:

<https://doi.org/10.1177/0894845310384481>.

MUSTAFA, M. J.. Entrepreneurial intentions of university students in an emerging economy. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, v.8, n.2, p.162-179, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1108/JEEE-10-2015-0058>.

RAHI, S.. Research Design and Methods: A Systematic Review of Research Paradigms, Sampling Issues and Instruments Development. **International Journal of Economics & Management Sciences**, v.6, n.2, p.403, 2017. DOI: <https://doi.org/10.4172/2162-6359.1000403>

SANTOS, D. A. G.. **A influência do ecossistema de empreendedorismo no comportamento dos empreendedores**. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

SCHUMPETER, J. **Capitalism, socialism, and democracy**. New York: Harper Torchbooks, 1942.

SEVERO, E. A.. The teaching of innovation and environmental sustainability and its relationship with entrepreneurship in Southern Brazil. **International Journal of Innovation and Learning**, v.25, n.1, p.78-105, 2019.

SHAPER, A.; SOKOL, L.. The social dimensions of entrepreneurship, in the encyclopaedia of entrepreneurship. **Encyclopedia of Entrepreneurship**, p.72-90, 1982.

SILVEIRA, D. T. C. R. D.; SILVA, F. P.. A pesquisa científica. In: GERHARDT, T. E.; SILVA, D. T.. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: UFRGS, 2009. p. 31-42.

SOUZA, G. H. S.. Inventário de Barreiras e Facilitadores ao Empreendedorismo: construção e validação de um instrumento. **Revista Eletrônica de Administração**, v.22, n.3, p.381-412, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1590/1413-2311.04315.57744>.

STEVENSON, H. H.; JARILLO, J. C.. A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. **Strategic Management Journal**, v.11, p.17-27, 2007.

TESTAS, C. P. H.; MOREIRA, A. F. P. S. R. M.. Análise da propensão empreendedora dos alunos do Pólo de Viseuda Universidade Católica Portuguesa. **Millenium**, v.48, p.95-134, 2015.

TKACHEV, A.; KOLVEREID, L.. Self-employment intentions among russian students. **Entrepreneurship and Regional Development**, v.11, n.3, p.269-280, 1999. DOI: <https://doi.org/10.1080/089856299283209>.

TOGNAZZO, A.; GIANECCHINI, M.; GUBITTA, P.. Educational context and entrepreneurial intentions of university students: An Italian study: New perspective of entrepreneurship education. **Entrepreneur Education**, p.47-74, 2017. DOI: 10.1108/S2040-724620170000007008.

TOLENTINO, L. R.. The role of career adaptability in predicting entrepreneurial intentions: A moderated mediation model. **Journal of Vocational Behavior**, v.85, n.3, p.403-412, 2014. DOI:

<https://doi.org/10.1016/j.jvb.2014.09.002>.

TRIVEDI, R.. Does university play significant role in shaping entrepreneurial intention? A cross-country comparative analysis. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v.23, n.3, p.790-811, 2016.

TRIVEDI, R.. Entrepreneurial-intention constraint model: a comparative analysis among post-graduate management students in India, Singapore and Malaysia. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v.13, n.4, p.1239-1261, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0449-4>.

TSAI, K. H.; CHANG, H. C.; PENG, C. Y.. Refining the linkage between perceived capability and entrepreneurial intention: Roles of perceived opportunity, fear of failure, and gender. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v.12, n.4, p.1127-1145, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0383-x>.

TURKER, D.; SELCUK, S. S.. Which factors affect entrepreneurial intention of university students? **Journal of European Industrial Training**, v.33, n.2, p.142-159, 2009.

DOI: <https://doi.org/10.1108/03090590910939049>.

VARAMÄKI, E.. Entrepreneurial intentions among higher education students in Finland and Spain: Developing and piloting a survey instrument. **International Journal of Information Systems in the Service Sector**, v.5, n.4, p.1-16, 2013. DOI: <https://doi.org/10.4018/ijjss.2013100101>.

VENKATARAMAN, S.. The distinctive domain of entrepreneurship research. In: KATZ, J.; BROCKHAUS, R.. **Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth**. Greenwich: JAI Press, 1997. p.119-138.

VERHEUL, I.. Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial personality. **Journal of Economic Psychology**, v.33, n.2, p.325-341, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.02.009>.

ZOLLO, L.. Factors affecting universities' ability to foster students' entrepreneurial behaviour. **Journal of Management Development**, v.36, n.2, p.268-285, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1108/JMD-06-2016-0093>.

Os autores detêm os direitos autorais de sua obra publicada. A CBPC – Companhia Brasileira de Produção Científica (CNPJ: 11.221.422/0001-03) detêm os direitos materiais dos trabalhos publicados (obras, artigos etc.). Os direitos referem-se à publicação do trabalho em qualquer parte do mundo, incluindo os direitos às renovações, expansões e disseminações da contribuição, bem como outros direitos subsidiários. Todos os trabalhos publicados eletronicamente poderão posteriormente ser publicados em coletâneas impressas ou digitais sob coordenação da Companhia Brasileira de Produção Científica e seus parceiros autorizados. Os (as) autores (as) preservam os direitos autorais, mas não têm permissão para a publicação da contribuição em outro meio, impresso ou digital, em português ou em tradução.

Todas as obras (artigos) publicadas serão tokenizadas, ou seja, terão um NFT equivalente armazenado e comercializado livremente na rede OpenSea (https://opensea.io/HUB_CBPC), onde a CBPC irá operacionalizar a transferência dos direitos materiais das publicações para os próprios autores ou quaisquer interessados em adquiri-los e fazer o uso que lhe for de interesse.



Os direitos comerciais deste artigo podem ser adquiridos pelos autores ou quaisquer interessados através da aquisição, para posterior comercialização ou guarda, do NFT (Non-Fungible Token) equivalente através do seguinte link na OpenSea (Ethereum).

The commercial rights of this article can be acquired by the authors or any interested parties through the acquisition, for later commercialization or storage, of the equivalent NFT (Non-Fungible Token) through the following link on OpenSea (Ethereum).



<https://opensea.io/assets/ethereum/0x495f947276749ce646f68ac8c248420045cb7b5e/44951876800440915849902480545070078646674086961356520679561157374494266884097/>