

MINDSET, DIFICULDADES EM SE EMPREENDER E O POTENCIAL EMPREENDEDOR: UMA ABORDAGEM CONFIRMATÓRIA COM ESTUDANTES GRADUANDOS EM ADMINISTRAÇÃO

Mindset, Difficulties in undertaking and the Entrepreneurial Potential: A confirmatory approach with undergraduate students in Administration

Frederico Leocádio Ferreira

CEPEAD/Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

email: fredericoleocadio@gmail.com

Pâmella Otone Bandeira

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

email: bandeirapamella@gmail.com

Carlos Alberto Gonçalves

Programa de pós graduação em Administração (CEPEAD)/

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

email: carlos@face.ufmg.br

RESUMO

O *Mindset* de crescimento é uma atitude voltada para o desenvolvimento contínuo, que pode ser potencializada em indivíduos buscando um maior desempenho, engajamento e qualidade de vida. O conceito vem sendo aplicado relacionado a variáveis que remetem à academia, como desempenho acadêmico e criatividade, mas é necessário relacioná-lo a variáveis organizacionais. Este trabalho buscou analisar a relação entre o *Mindset* de crescimento, o *Mindset* fixo, o Potencial Empreendedor e as Dificuldades para se empreender percebidas por estudantes de Administração em Belo Horizonte (MG). A pesquisa adotou uma abordagem quantitativa transversal, apresentando os resultados por meio de uma análise fatorial confirmatória e com dados coletados via survey. Como resultado, dentre as variáveis, somente o *Mindset* de crescimento apresentou uma relação positiva com o Potencial Empreendedor. Para futuras pesquisas, sugere-se a aplicação da metodologia em amostras maiores, em diferentes contextos culturais e organizacionais, visando a uma generalização dos resultados.

Palavras-Chave: Potencial Empreendedor, *Mindset* de crescimento, *Mindset* fixo, Dificuldades para empreender

ABSTRACT

Growth Mindset is an attitude towards continuous development that can be enhanced in individuals seeking greater performance, engagement and quality of life. The concept has been applied related to academic variables, such as academic performance and creativity, but it is necessary to relate it to organizational variables. This work aim to analyze the relationship between the Growth Mindset, the Fixed Mindset, the Entrepreneurial Potential and the Difficulties to be perceived by Management students in Belo Horizonte (MG). The research adopted a quantitative transversal approach, presenting the results by means of a confirmatory factorial analysis, with dados collected by survey. As a result, among the variables, only the Growth Mindset presented a positive relation with the Entrepreneurial Potential. For future research, it is suggested the application of the methodology in larger samples, in different cultural and organizational contexts, aiming at a generalization of the results.

Key-words: Entrepreneurial Potential, Growth Mindset, Fixed Mindset, Difficulties in new ventures

1 INTRODUÇÃO

Empreender é um ato que vem gerando pesquisas e discussões no meio acadêmico e gerencial, consolidando-se como campo teórico nas ciências gerenciais entre 2000 a 2010 (DORNELAS, 2012). Segundo a base de dados *Web of Science* (2018), na última década, a quantidade de artigos publicados que estavam relacionados ao tema empreendedorismo aumentou em mais de 500%, passando de 621 artigos, publicados em 2007, para 3.784, publicados em 2017.

O empreendedorismo é um dos impulsionadores da economia brasileira, sendo que, conforme o Serviço Brasileiro de Apoio aos Micro e Pequenos empreendimentos (SEBRAE, 2018), as micro e pequenas empresas (MPEs) representam 27% do PIB brasileiro e são responsáveis por 52% dos empregos com carteira assinada. Portanto, percebe-se a importância em incentivar e promover o aumento da atividade empreendedora.

Paradoxalmente, na pesquisa realizada por Eslabão e Vecchio (2016), foi verificado que o Brasil possui muitas dificuldades que inibem o empreendedor a abrir o próprio negócio, como o excesso de impostos e de burocracia, grande quantidade de recursos necessários para sustentar os custos e despesas do empreendimento e as elevadas taxas de juros. Além desses fatores, segundo o GEM (2016) e outros autores (ESLABÃO; VECCHIO, 2016; LIMA, 2015; SILVA *et al.* 2017), foi possível identificar alguns pressupostos a respeito das possíveis causas dos jovens não empreenderem ou postergarem o ato. Dentre os pressupostos, destacam-se: (i) a disponibilidade financeira, (ii) risco do insucesso, (iii) falta de experiência, (iv) falta de apoio familiar e/ou governo, (v) dificuldade em conciliar a vida profissional com a pessoal, (vi) excesso de dificuldade em se criar um diferencial das empresas já atuantes no mercado, (vii) o custo de oportunidade, (viii) excesso de burocracia e impostos (SEBRAE, 2016).

Além das Dificuldades para se empreender, é possível verificar altos índices de mortalidade precoce de micro e pequenas empresas, como demonstra uma pesquisa realizada pelo SEBRAE (2016), na qual foi apontado que os principais motivos para a falência de uma empresa foram: a falta de capital, falta de clientes, problemas no planejamento/administração,

problemas pessoais ou com sócios, burocracia e/ou impostos, forte concorrência, perda do único cliente e a questão de o empreendedor ter descoberto outra atividade.

Um fato marcante é que a falta de preparo do gestor foi apontada por Baggio e Baggio (2015) como possível causa da mortalidade precoce de empreendimentos, mesmo sendo pesquisas realizadas em décadas distintas. Dessa forma, percebe-se o quanto a educação empreendedora é importante, pois, por meio dela, é possível desenvolver habilidades, conhecimentos e atitudes nos indivíduos, no intuito de torná-los grandes empreendedores.

Seguindo a teoria da educação empreendedora, um indivíduo com uma atitude voltada para o crescimento, possuidor de um *Mindset* de crescimento, pode ter facilidade na busca por contínuos desafios e é direcionado para objetivos de aprendizado e desenvolvimento cognitivo, abrindo-se para novos conhecimentos acerca do quanto maximizar seu Potencial Empreendedor. Indivíduos que possuem o *Mindset* fixo têm objetivos direcionados ao seu próprio desempenho e sentem a necessidade de mostrarem suas competências e habilidades para seus colegas, como forma de autoafirmação, o que gera, a longo prazo, um afastamento das tarefas desafiadoras e de mudanças que penetrem em sua zona de conforto (DWECK, 2017). Já indivíduos com o *Mindset* de crescimento se desenvolvem por meio do aprendizado, assumem riscos, enfrentam os obstáculos e as limitações, sempre em busca de uma oportunidade de superação e aprendizado (DWECK, 2017). Indivíduos com o *Mindset* de crescimento acreditam que as habilidades podem ser desenvolvidas por meio de esforço, orientação e boas estratégias (DWECK, 2017).

Quando um indivíduo possui um *Mindset* de crescimento e, por isso, direciona seus objetivos na busca por novos conhecimentos, ele está apto a desenvolver seu Potencial Empreendedor, pois acredita que, por meio de seu esforço, conseguirá ser bem sucedido na tarefa empreendedora, não temendo desafios e riscos calculados, persistindo e perseverando frente a obstáculos (FERREIRA *et al.*, no prelo); GONÇALVES-FILHO *et al.*, 2013; DWECK, 2017). Contudo, o trabalho sobre *Mindset* de crescimento no Brasil ainda está em fase embrionária e não foram encontradas pesquisas empíricas relacionando os

dois construtos, apesar de tal relação ser sugerida no trabalho de Ferreira *et al.* (no prelo).

Sendo assim, a pesquisa se norteia pela seguinte pergunta de pesquisa: “Qual a relação entre as Dificuldades para se empreender, *Mindset* de crescimento e Potencial Empreendedor?”. A amostra da pesquisa, constituída por estudantes em Administração, se justifica pelo fato de o curso ter como prerrogativa formar empreendedores e preparar empregados para buscarem trabalho em grandes empresas, especializando-os em ferramentas gerenciais (LOPES, 2010). Assim, esses jovens são propensos a abrir o próprio negócio, uma vez que, durante o curso, eles adquirem o conhecimento, habilidades e atitudes que são necessárias para gerenciar uma empresa e evitar sua falência.

A pesquisa tem como objetivo geral analisar a relação entre o *Mindset* de crescimento, o Potencial Empreendedor e as Dificuldades para se empreender percebidas por estudantes de Administração em Belo Horizonte/MG.

Como objetivos específicos, almeja-se: (i) analisar a relação entre as Dificuldades para se empreender e o Potencial Empreendedor; (ii) analisar a relação entre o *Mindset* de crescimento e o Potencial Empreendedor; e (iii) analisar a relação entre o *Mindset* fixo e o Potencial Empreendedor.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo no Brasil e seus desafios

O Brasil possui grande destaque nas pesquisas mundiais em relação à quantidade de empreendedores, entretanto há uma parcela significativa da população que não está empreendendo (BAGGIO; BAGGIO, 2015). Segundo Eslabão e Vecchio (2016), o Brasil possui muitas dificuldades, que inibem o empreendedor a abrir o próprio negócio, como o excesso de impostos e de burocracia, grande quantidade de recursos necessários para sustentar os custos e despesas do empreendimento além das elevadas taxas de juros.

Sandhu, Sidike e Riaz (2011) e Kian, Mi e Chun (2016) discursaram sobre as barreiras que inibem os

jovens malasianos a empreender, criando o próprio negócio, detectando dentre elas a falta de recursos financeiros, o medo do fracasso, a falta de redes sociais, a preocupação familiar e a sociedade tradicional. Os dois últimos fatores são barreiras para o empreendedorismo feminino na Malásia.

Na pesquisa realizada pelo GEM (2016), foi comprovado que os fatores levantados pelos autores Sandhu, Sidike e Riaz (2011) e Kian, Mi e Chun (2016) estão presentes no Brasil e há outras barreiras que limitam a abertura e manutenção dos novos empreendimentos, como acesso a recursos financeiros; educação fundamental, média e superior; estrutura tecnológica; mão de obra qualificada; legislação tributária e concorrência.

Nota-se que 58,6% dos empreendedores brasileiros consideram a dificuldade de acesso a recursos financeiros como um fator limitante à abertura e manutenção de novos negócios. Este percentual não muda muito entre os empreendedores nascentes (60,2%), novos (60,0%) e estabelecidos (57,6%), o que indica que essa é uma barreira persistente.

Outra análise importante é referente à legislação e carga tributária, as quais também são consideradas como fator limitante por uma grande parte dos empreendedores (44,8%). Entretanto, o percentual aumenta de acordo com o nível de imersão do indivíduo no empreendimento, ou seja, quanto mais o empreendedor se envolve no seu negócio, maior o seu contato com o sistema tributário brasileiro e, conseqüentemente, pior é sua percepção sobre seu funcionamento (GEM, 2016).

As micro e pequenas empresas (MPEs) representam 27% do PIB brasileiro e são responsáveis por 52% dos empregos com carteira assinada (SEBRAE, 2018); por esse motivo, é importante criar incentivos para os indivíduos empreenderem. Segundo Ferreira *et al.* (2012), a dinâmica e o crescimento da economia dos países em desenvolvimento dependem, em grande parte, da competência de criar empresas capazes de sobreviver, de modo a gerar trabalho e renda para a população economicamente ativa.

Apesar da importância das MPEs para a economia, é possível verificar altos índices de mortalidade precoce de micro e pequenas empresas, além de baixa iniciativa para se abrir um novo negócio. Uma pesquisa realizada pelo SEBRAE (2010) mostrou que

27% das empresas paulistas abertas não ultrapassam o primeiro ano de atividade. Quando se analisa o período após cinco anos da abertura da empresa, o índice de mortalidade chega a 58%, isto é, mais da metade das empresas paulistas não sobrevivem durante os cinco primeiros anos de atividade.

Segundo Santini (2015), a falência das empresas se dá por fatores de ordem gerencial, ordem financeira e ordem externa, sendo que essa última está relacionada à carga tributária elevada, falta de mão de obra qualificada, recessão econômica do país, a dificuldades no acesso ao crédito e ao custo da mercadoria vendida pelo fornecedor juntamente com os preços de vendas impostos pelos clientes, o que gera uma margem de lucro muito pequena.

Analisando os dados levantados por alguns autores e instituições, como Sandhu, Sidike e Riaz (2011), Kian, Mi e Chun (2016), Eslabão e Vecchio (2016), Baggio e Baggio (2015), GEM (2016), Ferreira *et al.* (2012), Santini, (2015) e SEBRAE (2016), a respeito dos fatores que inibem o empreendedorismo e os que causam a falência das empresas, o presente trabalho irá considerar alguns fatores, para analisar a percepção dos estudantes em Administração, sobre a(s) dificuldade(s) e motivação(ões) para abrir o próprio negócio no Brasil. Esses fatores são: (i) a disponibilidade financeira, (ii) risco do insucesso, (iii) falta de experiência, (iv) falta de apoio familiar e/ou governo, (v) dificuldade em conciliar a vida profissional com a pessoal, (vi) excesso de dificuldade em se criar um diferencial das empresas já atuantes no mercado, (vii) o custo de oportunidade e (viii) excesso de burocracia e impostos.

2.2 Potencial Empreendedor

Desde 1990, muitos estudos foram conduzidos com a intenção de analisar quais são os fatores que levam os indivíduos a optarem por empreender ou não (BRAUM; NASSIF, 2018). Com isso, houve também o aumento da elaboração de diferentes instrumentos de mensuração para identificar as características dos indivíduos que poderão se tornar empreendedores no futuro (BRAUM; NASSIF, 2018).

Essas características, que fazem o indivíduo optar por empreender ou não, foram moldadas a partir das suas experiências e relacionamentos (IIZUKA;

MORAES, 2014), e é importante analisar os fatos que antecederam a vida do indivíduo nos estudos sobre empreendedorismo. Quando se analisam esses antecedentes individuais, têm-se, por exemplo, que todo estudante que ingressa na universidade teve, no mínimo, doze anos de estudos e experiências em instituições de ensino, teve experiências com familiares, amigos e colegas e possui também, pelo menos, dezesseis anos em ambientes formais e informais. Portanto, os estudantes que ingressam no ensino superior possuem um conjunto de experiências, práticas e vivências que moldam suas características de comportamento e, conseqüentemente, seu Potencial Empreendedor (LOPES, 2010; IIZUKA; MORAES, 2014).

Segundo Matthews e Moser (1996), outro fator que influencia o Potencial Empreendedor é o histórico familiar, pois pessoas que convivem com parentes que possuem negócio próprio têm uma maior probabilidade em empreender, e essa proximidade com o ato de empreender desenvolve seu Potencial Empreendedor.

Segundo estudos, o indivíduo com Potencial Empreendedor possui espírito inovador, perseverança e dedicação para atingir objetivos/metasp (GONÇALVES FILHO *et al.*, 2013; FILION, 1999); é criativo e mantém alto nível de consciência do seu ambiente, tendo facilidade em detectar oportunidades de negócio (FILION, 1999); é proativo, persuasivo, tem propensão a tomar riscos calculados, é flexível, preza pela independência, necessidade de realização, imaginação e liderança; e possui atração por atividades novas e responsabilidade pelos atos que comete (MCCLELLAND, 1961).

McClelland (1961) é considerado um dos principais autores nos estudos relacionados com as características do comportamento empreendedor. O autor se destacou, por meio de sua pesquisa, realizada em 34 países, no intuito de encontrar características semelhantes entre os empreendedores de sucesso. Ao final McClelland (1961), identificou dez Características Comportamentais Empreendedoras (CCEs) compartilhadas entre os empreendedores e as dividiu de acordo com as três necessidades motivadoras do indivíduo — realização, planejamento e poder. No Quadro 1, destacam-se tais características e suas explicações.

Quadro 1 Características Comportamentais Empreendedoras (CCEs)

Característica	Comportamento
Busca de oportunidades e iniciativa	O indivíduo se antecipa aos fatos, cria oportunidades de negócios com novos produtos e serviços (SEBRAE, 2017; MINUZZI et al. 2016).
Correr riscos calculados	Estão dispostos a enfrentar situações que implicam desafios ou riscos moderados e avaliam alternativas para tomar decisões (MINELLO et al. 2017).
Exigência de qualidade e eficiência	Melhora continuamente seu negócio ou seus produtos, satisfaz e excede as expectativas dos clientes, cumpre prazos e padrões de qualidade (SEBRAE, 2017).
Persistência	“Enfrenta os desafios das mais variadas formas e quantas vezes forem necessárias para superar os obstáculos.” (MINUZZI et al. 2016, p. 149).
Comprometimento	Traz para si mesmo as responsabilidades sobre sucesso e fracasso, atua em conjunto com a sua equipe para atingir os resultados e coloca o relacionamento com os clientes acima das necessidades de curto prazo (SEBRAE, 2017).
Estabelecimento de metas	“Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal; define metas de longo prazo, claras e específicas; e estabelece objetivos mensuráveis e de curto prazo.” (MINELLO et al. 2017, p.76).
Planejamento e monitoramento sistemáticos	“Divide as tarefas de grande porte em sub tarefas com prazos definidos; está sempre revisando os seus planos, observando as diversas variáveis que possam influenciar; faz uso de registros financeiros para a tomada de decisões.” (MINUZZI et al. 2016, p. 149-150).
Busca de informações	Dedica-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes, investiga sempre como oferecer novos produtos ou serviços e consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial (SEBRAE, 2017; MINELLO et al. 2017).
Persuasão e rede de contatos	Cria estratégias para conseguir apoio para seus projetos, utiliza pessoas-chave como agentes para atingir seus próprios objetivos e desenvolve uma rede de contatos e cria bons relacionamentos comerciais (SEBRAE, 2017; MINELLO et al. 2017).
Independência e autoconfiança.	Busca autonomia sobre normas e controles de outros; mesmo diante de resultados adversos mantém seu ponto de vista; confia em suas próprias opiniões mais do que nas dos outros (MINUZZI et al. 2016; SEBRAE, 2017).

Fonte: Adaptada a partir de Minello *et al.* (2017); SEBRAE (2017), Minuzzi *et al.* (2016) e McClelland (1961).

Segundo Minuzzi, Vargas e Fialho (2016), as características referentes à realização estão relacionadas com o desafio pessoal e a competição como forma de autoavaliação; já em relação ao planejamento, as CCEs estão associadas ao modo como se planeja fazer determinado trabalho. E por último, as CCEs referentes ao poder representam a influência exercida sobre as pessoas e o poder de mudar a opinião de terceiros (MINUZZI; VARGAS; FIALHO, 2016). Essas características empreendedoras contribuem para alcançar o êxito nos negócios e enfrentar os desafios de empreender, da mesma forma que sua inexistência pode inviabilizar a formação de um negócio.

Conforme exposto anteriormente, a educação pode mudar o comportamento do indivíduo, logo, o ensino do empreendedorismo pode desenvolver e explorar o Potencial Empreendedor, além de aprimorar

as habilidades de gestão (ZAMPIER; TAKAHASHI, 2014; LEIVA; ALEGRE; MONGE, 2014).

2.3 Mindset

O *Mindset* é uma atitude direcionada a determinado tipo de objetivo, sendo este de aprendizado/desenvolvimento ou de desempenho (DWECK, 1999, 2017). Quando um indivíduo possui um direcionamento a objetivos de aprendizado (*Mindset* de crescimento), este irá se empenhar em aprender coisas novas, irá procurar sempre se desenvolver, em qualquer setor da sua vida, seja pessoal ou profissional, haja vista que acreditará que suas habilidades são maleáveis, não se conformando com seu *status-quo*. Isso não acontece quando o indivíduo tem uma propensão a objetivos de desempenho (*Mindset* fixo), que caracteriza aquele que acredita que suas habilidades

já são pré-definidas, determinadas pela genética, limitadas, e, por isso, empenha-se em mostrar que é bom naquilo que já faz, tornando-se competitivo, visto sua necessidade de mostrar que seu *status-quo* é algo de que deve se orgulhar e em que deve se agarrar com afinco, mesmo que signifique bloquear toda a oportunidade de desenvolvimento e mudança que venha a enfrentar (DWECK, 1999, 2017). Esse comportamento direcionado às teorias incrementais e de entidade foi comprovado na metanálise realizada por Burnette *et al.* (2013).

Possuir um *Mindset* fixo não significa que o indivíduo não será bem sucedido no que se propõe a fazer, afinal, uma pessoa que entende e trabalha com programação não necessariamente precisa estar direcionado ao aprendizado contínuo para ser bem sucedido (SCOTT; GHINEA, 2014). Mas, se este alguém atua em um ambiente competitivo, inovador, sujeito a mudanças estratégicas, buscando indivíduos com ambição e ansiosos por se desenvolver, o *Mindset* fixo pode representar um desestímulo tanto para o indivíduo que o possui quando para a organização de que faz parte (BOWER; KONWERSKI, 2017; ROUX; HARTEL, 2018; CANIELS *et al.*, 2018).

Os estudos sobre o *Mindset* concentram-se principalmente na área acadêmica (WHEELER; OMAIR, 2016), em que o *Mindset* de crescimento mostrou uma relação positiva com o engajamento escolar (ZENG *et al.*, 2016), desempenho acadêmico (BEDFORT, 2017; CLARO *et al.*, 2016), criatividade (TANG *et al.*, 2016; HUANG; LUTHANS, 2015); apesar de ser estudado também na Psicologia, que o analisa em conjunto com estressores, como ansiedade e sintomas de depressão (SCHRODER *et al.*, 2017), aumento da resiliência (YEAGER *et al.*, 2014; ZENG *et al.*, 2016), bem como em testes para verificar a persistência de uma pessoa em determinada dieta ou rotina de exercícios físicos (BURNETTE; FINKEL, 2012).

Dentro do campo da Administração, o estudo ainda se encontra em estado incipiente, concentrando-se dentro do campo do comportamento do consumidor, ao estudar a reação de detentores do *Mindset* de crescimento frente a eventos negativos de uma determinada marca (PUENTE-DIAZ; CAVAZOS-ARROYO, 2018; YIN *et al.*, 2016), aceitação de extensões da marca (MATHUR *et al.*, 2012), aceitação de consumidores frente a modelos *plus-size*

(CINELLI; YANG, 2016; BERUCHASHVILI *et al.*, 2014) ou para estudar o comportamento de busca de marcas pelo Instagram (SONG *et al.*, 2019). Existem trabalhos também no campo da liderança, com estudos verificando a relação entre liderança transformacional, *Mindset* de crescimento, engajamento e proatividade (CANIELS *et al.*, 2018); e dentro do campo da estratégia, analisando a relação do *Mindset* e da cidadania organizacional (OZDURAN; TANOVA, 2017) e recepção a *feedbacks* (ZINGONI; BYRON, 2017). Não foi encontrado nenhum trabalho relacionando o *Mindset* de crescimento ao Potencial Empreendedor ou às Dificuldades de se empreender, apesar de tal relação ser apontada por Ferreira (2018) e Ferreira *et al.* (no prelo), uma vez que quem possui esse direcionamento é uma pessoa inovadora, criativa, determinada, competente e com tolerância a riscos, uma vez que o fracasso não a reprime a ponto de bloquear uma atitude empreendedora, como ocorre com indivíduos com o *Mindset* fixo.

2.4 Hipóteses

Após a revisão literária, percebe-se que vários autores e instituições (SANDHU; SIDIKE; RIAZ, 2011; KIAN; MI; CHUN, 2016; ESLABÃO; VECCHIO, 2016; BAGGIO; BAGGIO, 2015; GEM, 2016; FERREIRA *et al.*, 2012; SANTINI, 2015; SEBRAE, 2016) discursaram sobre os fatores que inibem o empreendedorismo e os que causam a falência das empresas. Com base nessa revisão, o presente trabalho irá considerar alguns fatores para analisar a percepção dos estudantes em Administração sobre a(s) dificuldade(s) e motivação(ões) para abrir o próprio negócio no Brasil e se tais percepções afetam negativamente o Potencial Empreendedor desses indivíduos.

Analisando também as características do *Mindset* fixo, *Mindset* de crescimento e o Potencial Empreendedor, percebe-se que as características de indivíduos com *Mindset* de crescimento se assemelham às características dos indivíduos com Potencial Empreendedor. Em contrapartida, as características dos indivíduos com *Mindset* fixo não possuem similaridade com os traços das pessoas que possuem o Potencial Empreendedor.

As Dificuldades para empreender, as quais foram analisadas pela pesquisa, são fatores que inibem o ato

de empreender. Segundo Baggio e Baggio (2015), no Brasil há uma parcela significativa de empreendedores em potencial, os quais não estão empreendendo devido às dificuldades que estão presentes no país. Dessa forma, propõe-se que tais fatores causam um efeito negativo no Potencial Empreendedor.

Além disso, alguns autores (DORNELAS, 2012; GEM, 2016; ESLABÃO; VECCHIO, 2016) afirmam que em países em desenvolvimento, como o Brasil, é mais comum o empreendedorismo por necessidade, devido às dificuldades para se inserir no mercado de trabalho. Ou seja, os indivíduos “decidem empreender por não possuírem melhores alternativas de emprego, propondo-se criar um negócio que gere rendimentos, visando basicamente a sua subsistência e de seus familiares” (GEM, 2016, p. 29). Por esse motivo, os fatores apontados irão causar um impacto negativo, na decisão de abrir o próprio negócio, chegando-se à primeira hipótese a ser testada:

H01: As Dificuldades percebidas para empreender causa um efeito negativo no Potencial Empreendedor.

De acordo com Dweck (2017), as pessoas que possuem o *Mindset* fixo sentem a necessidade de mostrar suas competências e habilidades para seus colegas, como forma de autoafirmação, o que gera, a longo prazo, um afastamento das tarefas desafiadoras e de mudanças que penetrem em sua “zona de conforto”. Dessa forma, pode-se aferir que pessoas com *Mindset* fixo se esforçam pelo sucesso, mas evitam o fracasso a todo custo, para que sua imagem de indivíduo exemplar, inteligente e habilidoso não seja contestada (DWECK, 2017; DWECK, 2012). Por essa razão, elas irão evitar tarefas que possam vir a mostrá-las como indivíduos fracassados e com pouca habilidade, para, por exemplo, abrir um negócio.

Quando o indivíduo se lança ao empreendedorismo, existe uma possibilidade de que o seu negócio não tenha sucesso. Conforme aponta uma pesquisa realizada pelo SEBRAE (2016), o Brasil possui altos índices de mortalidade precoce de micro e pequenas empresas, em que 45% das microempresas brasileiras, que foram constituídas em 2012, não sobreviveram durante os dois primeiros anos de atividade. Ou seja, existe uma grande chance de o negócio não ter continuidade, e pessoas com *Mindset* fixo encaram

esse resultado como um fracasso, e não apenas como algo que não deu certo e que contribuiu para seu aprendizado (DWECK, 2017; DWECK, 2012). Por fim, um indivíduo com o *Mindset* fixo tende a não persistir diante de obstáculos, evitando esforçar-se frente a um caminho desafiador, por estar demasiado ocupado e preso ao seu *status quo*, não possuindo um Potencial Empreendedor elevado. Chega-se, então, à segunda hipótese a ser testada:

H02: O *Mindset* fixo causa um efeito negativo no Potencial Empreendedor.

Diferente das pessoas com o *Mindset* fixo, aquelas com o *Mindset* de crescimento acreditam que as habilidades podem ser desenvolvidas por meio do esforço, orientação e boas estratégias (DWECK, 2017). Por isso procuram desenvolver sua cognição por meio do aprendizado e do desafio, enxergando o fracasso não como falta de inteligência e competência, mas como um estímulo para o crescimento e ampliação de suas habilidades (DWECK, 2017; DWECK, 2012). Com essa visão, esses indivíduos procuram por tarefas desafiadoras e mudanças que penetrem em sua zona de conforto, estando mais dispostos a assumirem riscos, enfrentarem os obstáculos e suas limitações (DWECK, 2017).

Portanto, indivíduos com *Mindset* de crescimento estão mais dispostos a lidar com a incerteza e aceitar os resultados indesejados, não temendo os desafios que surgiram para atingir seus objetivos. Portanto essas características auxiliam o indivíduo a desenvolver o Potencial Empreendedor e não ter receio em abrir seu negócio, restando o entendimento de que o fato de o negócio não ter tido sucesso não o qualifica o indivíduo como alguém desprovido de habilidade e inteligência. Ele enxerga os obstáculos sob uma perspectiva de evolução cognitiva e, por meio do aprendizado, não se intimida em abrir seu próprio negócio, persistindo em seus objetivos, procurando sempre aprender com seus pares e com o ambiente ao seu redor.

H03: O *Mindset* de crescimento causa um efeito positivo no Potencial Empreendedor.

3 METODOLOGIA

Esse trabalho concentrou-se em uma temporalidade transversal, analisando um conjunto de variáveis durante um curto período de tempo em grupos distintos (FONTELLES *et al.*, 2009). A amostra será não probabilística e por conveniência, por conta da falta de acesso a todos os estudantes em Administração (SCHIFFMAN; KANUK, 2000). Quanto a sua natureza, pode ser considerada descritiva confirmatória, devido ao fato de ter como objetivo associar diferentes variáveis e inferir uma relação causal (SCHINDLER; COOPER, 2003).

A coleta de dados será feita por meio do *survey*, ou seja, por meio da aplicação de questionário junto à população estudada. Após a coleta dos dados, será realizada uma análise das relações entre as variáveis com os seus respectivos construtos e posteriormente verificar-se-á como tais construtos se relacionam, de modo a testar as hipóteses levantadas. O *survey* foi aplicado utilizando uma Escala *Likert*, de sete pontos e duas âncoras, em que os respondentes manifestaram o grau de concordância, desde o discordo totalmente (nível 1) até o concordo totalmente (nível 7).

A respeito das variáveis sobre Potencial Empreendedor, o questionário foi adaptado a partir do trabalho de Iizuka e Moraes (2014), o qual procurou mensurar o potencial e perfil empreendedor dos alunos e egressos em Administração. Em relação aos fatores a respeito das Dificuldades para empreender no Brasil, foi feita uma análise dos aspectos mais apontados por autores e instituições Sandhu, Sidike e Riaz (2011), Kian, Mi e Chun (2016), Eslabão e Vecchio (2016), Baggio e Baggio (2015), GEM (2016), Ferreira *et al.* (2012), Santini, (2015) e o SEBRAE (2016), e, a partir daí, foi criado o questionário para verificar as dificuldades percebidas pelos alunos de Administração. Esses fatores foram: (i) os créditos de fácil acesso possuem altas taxas de juros, o que inviabiliza a aquisição do empréstimo; (ii) os créditos com juros mais baixos são de difícil acesso, (iii) risco do insucesso, (iv) falta de experiência, (v) falta de apoio familiar (vi) falta de apoio do governo, (vii) dificuldade em conciliar a vida profissional com a pessoal, (viii) dificuldade em se criar um diferencial competitivo, (ix) custo de oportunidade, (x) excesso de burocracia; e (xi) excesso de tributos. As questões do *Mindset* foram

adaptadas a partir da escala de Vandewalle (1997), o qual desenvolveu o questionário para validar um instrumento de orientação para metas no domínio de trabalho. O questionário é composto por 5 questões sobre o *Mindset* de crescimento e 8 questões sobre o *Mindset* fixo. Este último fora traduzido do inglês e passou por uma validação semântica e gramatical com alunos de pós-graduação pertencentes ao núcleo de pesquisa de um dos autores deste artigo.

Referente ao tamanho da amostra, Hair *et al.* (2005, p. 98) sugere ter “pelo menos cinco vezes mais observações do que o número de variáveis a serem analisadas”; com base nessa informação, conclui-se que os dados conseguidos foram suficientes para análise, pois obtiveram-se 202 respondentes, desse total, 114 são do sexo feminino, e 88, do sexo masculino. A pesquisa foi realizada com estudantes do curso de Administração, tanto de faculdades privadas quanto públicas. A escolha por esse público se deu pelo fato de o curso ter como prerrogativa formar empreendedores e preparar os alunos para o mercado, especializando-os em ferramentas gerenciais (LOPES, 2010).

Para tratamento dos dados, utilizou-se o software SPSS, o qual serviu como apoio para realizar a análise fatorial e validar e avaliar as variáveis de cada construto. A análise fatorial exploratória foi feita separadamente para cada construto — Potencial Empreendedor, Dificuldades para empreender no Brasil, *Mindset* de crescimento e *Mindset* fixo. Primeiramente, buscou-se analisar a medida de adequação da amostra (KMO), a qual permite avaliar o quão adequada é a aplicação da análise fatorial, sendo que valores acima de 0,5 indicam adequação ao modelo (HAIR *et al.*, 2005). Confirmando o primeiro teste, passa-se para a etapa de análise das correlações de cada variável com o construto. Segundo Hair *et al.* (2005), para se decidir entre tirar ou deixar uma variável no modelo, deve-se estabelecer quais cargas fatoriais valem a pena considerar. Geralmente, tem-se que as cargas fatoriais maiores que $\pm 0,4$ são consideradas mais importantes (HAIR *et al.*, 2005, p. 107). Portanto, foi determinado que variáveis com correlações abaixo de 0,4 serão retiradas do modelo. Após a retirada dessas variáveis, foi analisado o *Alpha de cronbach*, o qual avalia a consistência da escala, sendo o limite de 0,6 mais aceito para pesquisas exploratórias (HAIR *et al.*, 2005).

Após ajuste do modelo, com base na análise fatorial exploratória, os dados foram exportados para o software SmartPLS, e realizou-se a análise fatorial confirmatória. O objetivo é extrair informações, que rejeitem ou confirmem as hipóteses levantadas no trabalho. O uso de análise fatorial exploratória, a fim de ajustar o modelo e validar o questionário, para então realizar análises subsequentes utilizando outros métodos é comum em pesquisas quantitativas estratégicas e dentro do campo do marketing (MAIA *et al.*, 2012; RIO-RAMA *et al.*, 2017; JUNIOR *et al.*, 2019; RAMIREZ-GARCIA *et al.*, 2019; DAMÁRIO; COMINI, 2020).

Segundo Hair *et al.* (2005 p. 480), para realizar uma análise fatorial confirmatória, é importante ter pelo menos três variáveis para cada construto. Outra determinação, segundo o autor, é que o *Alpha de cronbach*, na análise fatorial confirmatória, deve ser superior a 0,7 (HAIR *et al.*, 2005). Outra informação importante é o R^2 ajustado, o qual leva em conta o número de variáveis e o tamanho da amostra para medir a parcela da variação de Y explicada pela variação dos X, ou seja, o quanto um construto pode ser explicado pelas variáveis, e quanto mais próximo de 1, melhor (COHEN, 1988). Em relação aos valores do coeficiente de caminhos (beta), não há uma interpretação única; a avaliação, segundo Hair *et al.* (2005), é a luz da teoria. Dessa forma, irá se analisar o beta, juntamente com o p-valor, para verificar se deve rejeitar ou não a hipótese. O valor de significância considerada no trabalho foi de 0,05, ou seja, para se aceitar a hipótese, o p-valor deve ser inferior a 0,05. A análise desses dados será feita primeiramente com toda a amostra, posteriormente será feita uma análise com o sexo feminino e o masculino, separadamente.

4 ANÁLISE DOS DADOS

4.1 Análise Fatorial Exploratória

O primeiro construto a ser analisado foi o Potencial Empreendedor, cujo KMO foi de 0,805, superior ao limite indicado, portanto o modelo tem um bom ajuste para a análise fatorial. Analisando as correlações das variáveis com o construto, percebe-se que os itens (i) O ambiente da faculdade (eventos, contatos,

palestras, atividades curriculares e extracurriculares) foi favorável ao empreendedorismo; e (ii) Durante o curso de graduação, você participou de alguma atividade extracurricular oferecida pela instituição? apresentaram correlações inferiores a 0,4, portanto elas foram retiradas do modelo.

Depois de remover as variáveis, analisou-se o *Alpha de cronbach*, o qual apresentou um valor de 0,832, mas, se a variável “Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria” for retirada, o *Alpha de cronbach* passaria para 0,835, portanto tal variável foi excluída para aumentar a confiabilidade da escala (Tabela 1).

Posteriormente, buscou-se analisar as variáveis, referentes ao construto Dificuldades para empreender no Brasil, por meio do KMO, e foi possível concluir que o modelo se adequa à análise fatorial, uma vez que seu valor foi superior a 0,7.

Após confirmação do teste KMO, analisaram-se as correlações das variáveis e notou-se que as variáveis (i) Dificuldade em criar um diferencial competitivo e (ii) Custo de oportunidade apresentaram correlações inferiores a 0,4, sendo, portanto, retiradas do modelo.

Analisando *Alpha de cronbach*, percebe-se que o valor foi de 0,711, o qual é superior a 0,7, entretanto se a variável “Dificuldade em conciliar a vida profissional com a pessoal” for retirada, o *Alpha* passa para 0,721. Logo, optou-se por remover a variável e melhorar a confiabilidade da escala (Tabela 2).

Em relação ao *Mindset* de crescimento, percebe-se que o modelo se ajusta perfeitamente à análise fatorial, pois seu KMO foi de 0,879. Todas as variáveis apresentaram correlações superiores a 0,4, portanto nenhuma foi retirada. E o modelo possui uma alta confiabilidade, pois o valor de *Alpha de cronbach* foi de 0,889 (Tabela 3).

Por último, analisou-se o *Mindset* fixo, onde o KMO foi de 0,633, o qual é superior a 0,5, portanto o modelo está adequado para a análise fatorial.

Analisando as correlações das variáveis com o construto, percebe-se que os itens: (i) Evitar demonstrar pouca habilidade é mais importante que aprender uma nova tarefa; (ii) Eu me preocupo em pegar uma tarefa que mostre que eu possua pouca habilidade para desempenhá-la; e (iii) Eu prefiro evitar tarefas no trabalho em que possua baixo desempenho apre-

Tabela 1 Valor de *Alpha de cronbach*, se uma variável do Potencial Empreendedor for excluída

	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria	,291	,835
Me relaciono muito facilmente com outras pessoas	,374	,827
No meu trabalho e/ou estudo, sempre planejo muito bem tudo o que faço	,397	,826
Conheço várias pessoas que poderiam me auxiliar profissionalmente, caso eu precisasse.	,431	,824
Profissionalmente, me considero uma pessoa muito mais persistente que as demais	,452	,822
O curso me forneceu/fornece suporte para empreender	,458	,822
Frequentemente, as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho	,488	,819
Nas atividades que executo, normalmente, influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto	,525	,817
Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim	,533	,816
Ser um empreendedor implicaria grande satisfação para mim.	,527	,816
Eu conheço os detalhes práticos necessários para criar uma empresa.	,571	,813
Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio	,603	,812
Tenho a firme intenção em criar uma empresa em breve	,577	,812

Fonte: Resultado da Pesquisa (2018)**Tabela 2** Valor de *Alpha de cronbach*, se uma variável da Dificuldade para empreender for excluída

	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Dificuldade em conciliar a vida profissional com a pessoal	,221	,721
Falta de apoio familiar	,243	,720
Os créditos com juros mais baixos são de difícil acesso	,386	,686
Falta de experiência	,395	,685
Falta de apoio do governo	,431	,678
Risco do insucesso	,451	,676
Excesso de tributos	,479	,672
Os créditos de fácil acesso possuem altas taxas de juros, o que inviabiliza a aquisição do empréstimo	,460	,672
Excesso de burocracia	,516	,666

Fonte: Resultado da Pesquisa (2018)

Tabela 3 Valor de *Alpha de cronbach*, se uma variável do *Mindset* de crescimento for excluída

	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Prefiro executar tarefas que assumam riscos para desenvolvê-las	,663	,878
Pra mim, desenvolver habilidades no trabalho é muito importante	,671	,876
Eu estou disposto a escolher tarefas desafiadoras em meu trabalho, onde eu possa aprender bastante com elas	,684	,873
Eu frequentemente procuro por oportunidades para desenvolver novas habilidades e conhecimentos	,711	,869
Eu prefiro situações no trabalho que exijam alto nível de habilidade e talento	,720	,867
Eu gosto de tarefas difíceis e desafiadoras, onde eu possa aprender novas habilidades	,801	,853

Fonte: Resultados da pesquisa (2018)

sentaram correlações inferiores a 0,4, portanto elas foram retiradas do modelo.

Depois de excluir as variáveis, analisou-se o *Alpha de cronbach*, o qual apresentou um valor de 0,445, mostrando que a escala não possui confiabilidade, entretanto percebeu-se que, se a variável “Eu tento entender o que posso fazer para provar minhas habilidades para as outras pessoas em meu trabalho” fosse retirada, o *Alpha de cronbach*, passaria para 0,595. Portanto retirou-se essa variável para aproximar o *Alpha* do valor aceitável para aumentar a confiabilidade da escala. Após retirar a variável e analisar o *Alpha de cronbach* novamente, percebe-se que, se a variável “Eu evito tarefas em que exista a chance de me mostrar incompetente no trabalho” for retirada, o *Alpha* passa para 0,738, dessa forma optou-se por retirar a variável e aumentar a confiabilidade da escala (Tabela 4).

5 ANÁLISE FATORIAL CONFIRMATÓRIA

Referente ao pré-requisito de se ter pelo menos três variáveis para cada construto (HAIR *et al.*, 2005), percebe-se, por meio da Tabela 26, que o modelo satisfaz tal condição, pois, após retirar as variáveis na análise fatorial exploratória, o modelo ficou com doze variáveis no Potencial Empreendedor, oito nas Dificuldades para empreender no Brasil, seis no *Mindset* de crescimento e três no *Mindset* fixo; logo o modelo está apto para uma análise fatorial confirmatória.

Primeiramente, procurou-se analisar os dados de forma a abranger respondentes de ambos os sexos. Analisando o *Alpha de cronbach*, por meio da Figura 2, pode-se concluir que o modelo atende a determinação de que o valor de *Alpha* deve ser superior a 0,7

Tabela 4 Valor de *Alpha de cronbach*, se a variável “Eu tento entender o que posso fazer para provar minhas habilidades para as outras pessoas em meu trabalho” for excluída

	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Eu evito tarefas que exista a chance de me mostrar incompetente no trabalho	,102	,738
Eu me preocupo em mostrar que posso desempenhar minhas tarefas melhor que meus colegas	,409	,497
Em meu trabalho prefiro tarefas onde posso provar minhas habilidades para outras pessoas	,508	,416
Eu gosto quando outras pessoas no meu trabalho saibam o quanto eu desempenho bem minhas atividades	,573	,383

Fonte: Resultado da pesquisa (2018)

para se realizar uma análise fatorial confirmatória, pois todos os *Alphas* foram maiores que 0,7.

Já em relação aos betas (B), nota-se que seus valores foram diferentes de 0, entretanto analisando os p-valores (A), percebe-se que seus valores foram maiores que 0,05 em relação a Dificuldades para Empreender e Potencial Empreendedor; e o *Mindset* Fixo e o Potencial Empreendedor; dessa forma devem-se rejeitar as hipóteses 01 e 02, ou seja, as Dificuldades para empreender e o *Mindset* fixo não influenciam o Potencial Empreendedor (Figura 3). Entretanto, no *Mindset* de crescimento e no Potencial Empreendedor, têm-se um beta positivo (0,486) e um p-valor inferior a 0,05, confirmando a hipótese 3, segundo a qual o *Mindset* de crescimento influencia positivamente o Potencial Empreendedor (Figura 3).

Nota-se que o R^2 ajustado apresentou um valor de 0,307, mostrando que o *Mindset* de crescimento explica 30,7% do Potencial Empreendedor, confirmando mais uma vez que a hipótese 3 foi validada.

O *Mindset* fixo não apresentou relações com o Potencial Empreendedor, possuindo um valor de $p > 0,05$, bem como um beta menor que 5% de significância, assim como a dificuldade de se empreender.

6 DISCUSSÃO

O presente trabalho buscou analisar a relação entre o *Mindset* de crescimento e Fixo, as Dificuldades percebidas por estudantes em Administração de se empreender e o Potencial Empreendedor destes estudantes. Para isso, utilizaram-se três questionários, que passaram por uma validação fatorial a fim de verificar a confiabilidade e ajuste do modelo. Nessa análise prévia, verificou-se que: (i) o questionário de Iizuka e Moraes (2014), com $KMO=0,805$, após a retirada de 3 variáveis com cargas externas inferiores, adquiria um *Alpha de cronbach* de 0,835; (ii) o questionário da dificuldade em se empreender, adaptado de 8 trabalhos prévios, apresentou um $KMO=0,701$, e, após a retirada de uma variável, apresentou confiabilidade de 0,721; (iii) o questionário do *Mindset* de crescimento (VANDEWALLE, 1997) possui $KMO=0,879$ e um *alpha* de 0,889, não sendo necessário retirar nenhum item da escala; e (iv) o *Mindset* fixo (VANDEWALLE, 1997), com $KMO=0,633$, apresentou um *Alpha* abaixo

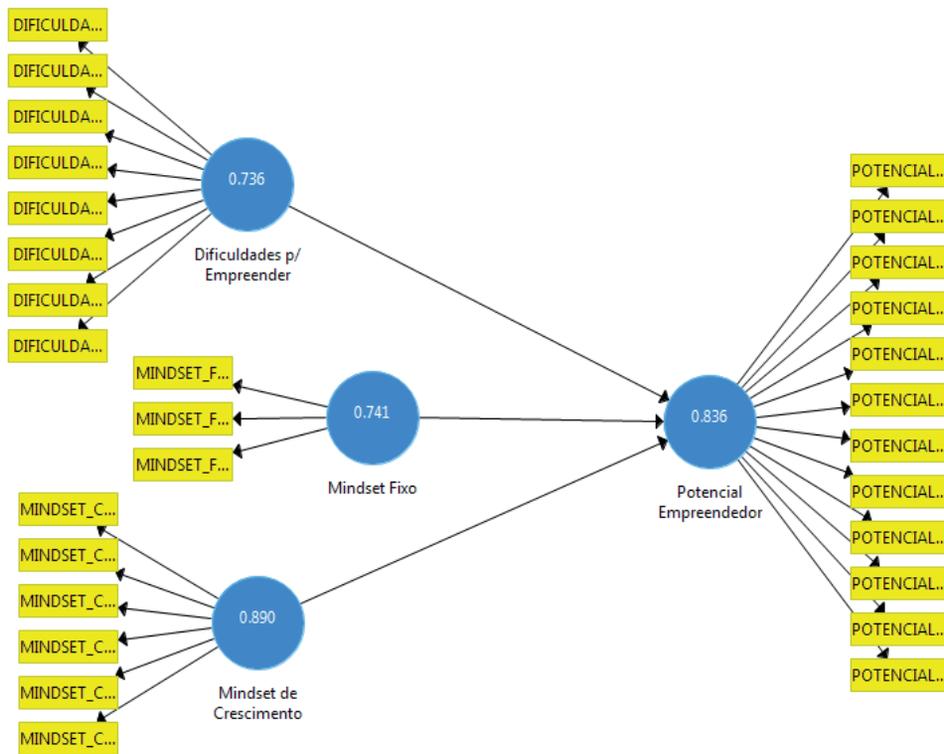
de 0,60, o que, com a retirada das questões que ligava o *Mindset* a uma atitude bloqueadora (*Mindset* fixo bloqueador), fazia subir a confiabilidade da escala para 0,738. O questionário final, com 32 questões, passou-se então para a etapa final da análise, uma análise fatorial confirmatória.

O estudo pautou-se em três hipóteses. A primeira hipótese refere-se às Dificuldades de se empreender influenciando negativamente o Potencial Empreendedor, uma vez que estas dificuldades são fatores que inibem o ato de empreender, principalmente com a falta de incentivo fiscal e econômico do país (BAGGIO; BAGGIO, 2015; GEM, 2016; ESLABÃO; VECCHIO, 2016). Porém, na análise confirmatória, essa hipótese não se confirmou, o que pode ser verificável ao se analisar teorias do comportamento empreendedor, que versam que, quando o indivíduo possui características empreendedoras e a incentivam, essas dificuldades são apenas obstáculos a serem ultrapassados, tendo a persistência, a dedicação e a capacidade de assumir riscos como características marcantes.

Já o *Mindset* fixo também não apresentou uma relação estatisticamente relevante com o Potencial Empreendedor, não confirmando a hipótese 2. Era esperado que alguém com *Mindset* fixo uma vez que estivesse focado em seu próprio desempenho, evitaria determinadas atividades/tarefas para não se mostrar incapaz, o que vai contra características importantes do Potencial Empreendedor, como autoeficácia, potencial inovador, tendência a desafios e a assumir riscos calculados, porém, o *Mindset* fixo não se ligou ao Potencial Empreendedor (GONÇALVES-FILHO *et al.*, 2013; LOPES, 2010, DWECK, 2012, 2017).

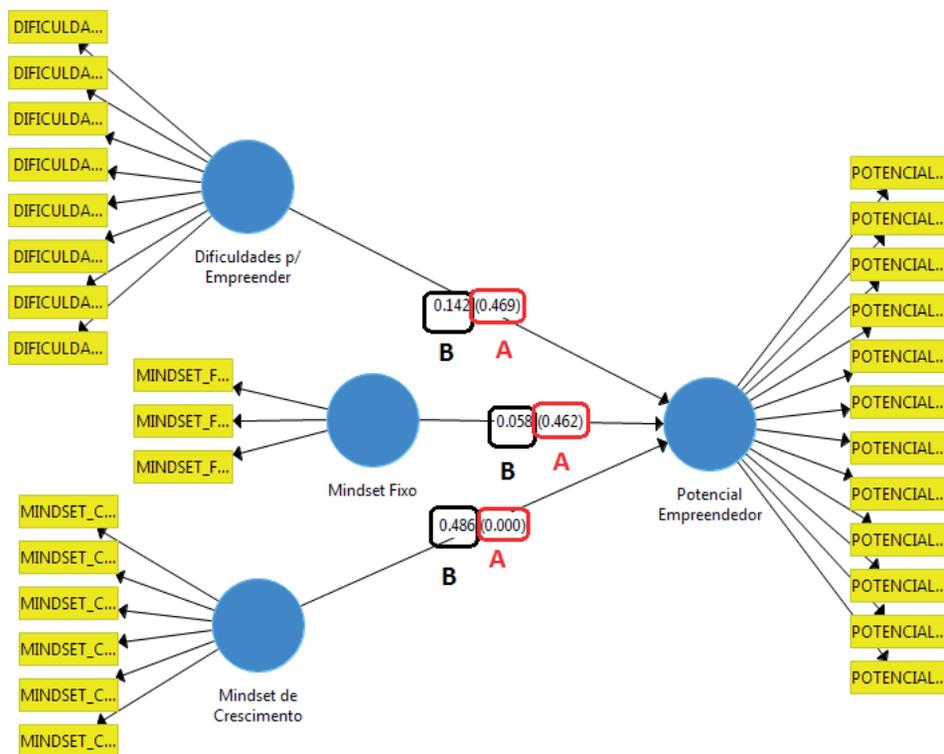
Por fim, confirmou-se a hipótese 3, ou seja, o *Mindset* de crescimento influencia positivamente o Potencial Empreendedor, com um potencial explicativo de 30,7%. Portanto conclui-se que o indivíduo que está disposto a desenvolver tarefas desafiadoras, a sair de sua zona de conforto, a assumir riscos, enfrentar os obstáculos e suas limitações possui o Potencial Empreendedor e, conseqüentemente, o *Mindset* de crescimento. Dessa forma, ele irá direcionar seus objetivos na busca por novos conhecimentos, pois acredita que, por meio de seu esforço e perseverança, conseguirá ser bem sucedido na tarefa empreendedora (LOPES, 2010; GONÇALVES-FILHO *et al.*, 2013; DWECK, 2017). A relação entre os dois construtos

Figura 2 Alpha de cronbach, toda amostra



Fonte: Realizada pela pesquisa (2018)

Figura 3 Beta e p-valor, toda amostra



Fonte: Realizada pela Pesquisa (2018)

já havia sido sugerida no trabalho teórico de Ferreira (2018) e Ferreira *et al.* (no prelo). Em adição, trabalhos como o de Ireland *et al.* (2003) falam sobre o *Mindset* empreendedor, que se assemelha ao *Mindset* de crescimento na medida em que trazem abertura a novas experiências e aprendizado, sendo orientados para o crescimento. Porém o *Mindset* de crescimento está ligado ao aprendizado de coisas novas e ao crescimento intelectual e prático, para contribuição sistêmica junto à organização, e o *Mindset* empreendedor está ligado à atividade empreendedora por si só (IRELAND *et al.*, 2003; DWECK, 1999, 2017; FAGUNDES *et al.*, 2014).

7 CONCLUSÃO

Este trabalho buscou analisar se existe uma correlação entre as Dificuldades para empreender, *Mindset* fixo e o *Mindset* de crescimento com o Potencial Empreendedor. A pesquisa foi realizada em instituições públicas e privadas de Belo Horizonte/MG, por meio da aplicação presencial do questionário e via e-mail.

Para tratamento dos dados, foi utilizado o software SPSS, e foi realizada uma análise fatorial exploratória, com o objetivo de validar o questionário aplicado. Após essa análise, as variáveis que tiveram uma correlação abaixo de 0,4 foram retiradas, e os dados foram exportados para o software SmartPLS, o qual foi utilizado na análise fatorial confirmatória.

A pesquisa permitiu concluir que o *Mindset* de crescimento impacta positivamente o Potencial Empreendedor. Ou seja, o indivíduo com Potencial Empreendedor possui um *Mindset* de crescimento, dessa forma, direciona seus objetivos na busca por novos conhecimentos, se desenvolve por meio do aprendizado, assume riscos, enfrenta os obstáculos e sempre procura uma oportunidade de superação e aprendizado.

Como limitações da pesquisa, aponta-se o fato de a amostra ter sido reduzida, com 202 respondentes, o que pode ter levado os construtos Dificuldades para empreender e *Mindset* fixo a não influenciar o Potencial Empreendedor. A sugestão é que se aplique o questionário em mais indivíduos e que se faça novamente a análise para generalizar tais relações.

Outra limitação é o fato de o questionário utilizado limitar as respostas dos alunos, fazendo-os responder apenas de acordo com as variáveis apresentadas. Em pesquisas futuras, sugere-se que sejam realizadas pesquisas qualitativas, no intuito de se obter informações mais detalhadas e precisas, ou mesmopesquisas em caráter experimental, como foi sugerido em outras pesquisas (FERREIRA *et al.*, no prelo), bem como aderir a *designs* longitudinais para verificar a relação entre os construtos por um período maior de tempo, buscando uma sustentabilidade dos resultados.

Sugere-se também que sejam realizadas outras análises como, por exemplo, investigar se há diferença no *Mindset* de crescimento dos alunos de instituições públicas e privadas, ou por ano do curso, ou até mesmo aplicar o questionário a alunos de outros cursos e fazer uma análise do *Mindset* de crescimento, comparando-o de acordo com os cursos. Adicionalmente, sugere-se a análise da relação positiva entre o *Mindset* fixo ligado ao desempenho e do Potencial Empreendedor, averiguando se essa relação é contínua ou se forma uma curva em U.

O trabalho procurou analisar os dados de forma transversal, não podendo inferir uma relação de causa e efeito entre os construtos da análise fatorial confirmatória. Sugere-se, para os futuros trabalhos, que essa relação seja testada por meio de trabalhos longitudinais, utilizando *designs* experimentais. Propõe-se também a aplicação dessa metodologia em outras culturas e para diferentes unidades amostrais.

Apesar dessas limitações, acredita-se que a ferramenta utilizada cumpriu o seu papel e contribuiu para que o trabalho atingisse seus objetivos. A pesquisa também contribuiu para ressaltar a importância da educação empreendedora para o desenvolvimento do Potencial Empreendedor de estudantes, bem como potencializar nesses alunos um *Mindset* de crescimento que os ajude a perseguir e persistir na desafiadora tarefa de empreender.

Como contribuição gerencial, o trabalho aferiu que uma organização que invista em indivíduos com um *Mindset* de Crescimento pode levar a um Potencial Empreendedor, que é requerido em organizações envoltas em uma cultura de inovação, direcionada a objetivos de aprendizado e desenvolvimento organizacional/pessoal.

■ REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAGGIO, A.F.; BAGGIO, D.K. Empreendedorismo: Conceitos e definições. *Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.
- BEDFORT, S. Growth mindset and motivation: a study into secondary school Science learning. *Research Papers in Education*, v.32, n.4, p.424-443, 2017.
- BERUCHASHVILI, M.; MOISIO, R.; HEISLEY, D.D. What are you dieting for? The role of lay theories in dieters; goal setting. *Journal of Consumer Behaviour*, v.13, n.1, p.50-59, 2014.
- BOWER, M.; KONWERSKI, P. A Mindset for Career Curiosity: Emerging Leaders Working in the Digital Space. *New Directions for Student Leadership*, v.2017, n.153, p.89-101, 2017.
- BRAUM, L. M. S.; NASSIF, V. M J. Futuros Empreendedores: Semelhanças e Diferenças entre Constructos de Mensuração. In: *XLII Encontro da ANPAD - EnANPAD 2018*, 2018, Curitiba. XLII Encontro da ANPAD - EnANPAD 2018, 2018
- BURNETTE, J.L.; FINKEL, E.J. Buffering against weight gain following dieting setbacks: an implicit theory intervention. *Journal of experimental social psychology*, v.48, n.1, p.721-725, 2012.
- BURNETTE, J.L.; O'BOYLE, E.H.; VANEPPS, E.M.; POLLACK, J.M.; FINKEL, E.J. Mind-sets matters: a meta-analytic review of implicit theories and self-regulation. *Psychological bulletin*, v.139, n.3, p.655-701, 2013.
- CANIËLS, M.C.J.; SEMEIJN, J.H.; RENDERS, I.H.M. Mind the mindset! The interaction of proactive personality, transformational leadership and growth mindset for engagement at work. *Career Development International*, vol.23, n.1, 48-66, 2018.
- CINELLI, M.D.; YANG, L. The Role of Implicit Theories in Evaluations of “Plus-Size” Advertising. *Journal of Advertising*, vol.45, n.4, pp.472-481, 2016.
- CLARO, S.; PAUNESKU, D.; DWECK, C.S. Growth mindset tempers the effects of poverty on academic achievement. *PNAS*, v.113, n.31, p.8664-8668, 2016.
- COHEN, J. *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. 2nd ed. New York: Psychology Press, 1988.
- DAMARIO, E. Q.; COMINI, G. M. Inovação social nos empreendimentos sociais brasileiros: uma proposta de escala para sua classificação. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, v. 22, n. 1, p. 104-122, 2020.
- DORNELAS, J. Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- DWECK, C.S. *Mindset: a nova psicologia do sucesso*. São Paulo : Objetiva, 2017.
- DWECK, C.S. *Self-theories: their role in motivation, personality, and development*. Philadelphia: The psychology press, 1999.
- ESLABÃO, D.R.; VECCHIO, F.B. Condições e Obstáculos ao Empreendedorismo no Brasil. *Revista E3*, v. 2, n. 2, p. 79-90, 2016.
- FAGUNDES, C.V.; LUCE, M.B.; ESPINAR, S.R. O desempenho acadêmico como indicador de qualidade da transição Ensino Médio-Educação Superior. *Ensaio (Rio de Janeiro (1993): avaliação e políticas públicas em educação*, vol. 22, n. 84 (jul./set. 2014), p. 635-670, 2014.
- FERREIRA, F. L. Capital Psicológico e Mindset de crescimento como estímulo do potencial intraempreendedor de indivíduos em uma organização.. In: *XLII Encontro da ANPAD - EnANPAD 2018*, 2018, Curitiba. XLII Encontro da ANPAD - EnANPAD 2018, 2018

- FERREIRA, L.F.; PINHO, A.D.; GONÇALVES, C.A.; CHRISTINO, J.M.M. O Mindset de Crescimento e a Administração: uma revisão bibliométrica e sistemática dos últimos 15 anos de publicação no Web of Science. *Gestão e Planejamento*, vol.21, n.2020, no prelo.
- FERREIRA, L.F.F.; OLIVA, F.L.; SANTOS, S.A.D.; GRISI, C.C.D.H.; LIMA, A.C. Análise quantitativa sobre a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo. *Gestão e Produção*, v. 19, n. 4, p. 811-823, 2012.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, v. 34, n. 2, p. 6-28, 1999.
- FONTELLES, M. J.; SIMÕES, M. G.; FARIAS, S. H.; FONTELLES, R. G. S. Metodologia da Pesquisa Científica: Diretrizes para Elaboração de um Protocolo de Pesquisa. 2009. 8 f. Núcleo de Bioestatística Aplicado à Pesquisa da Universidade da Amazônia - UNAMA. Belém, 2009.
- GEM. Empreendedorismo no Brasil 2016. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/941a51d-d04d5e55430088db11a262802/\\$File/7592.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/941a51d-d04d5e55430088db11a262802/$File/7592.pdf)>. Acesso em: 16. Abr.2018.
- GONÇALVES FILHO, C.; VEIT, M.; MONTEIRO, P. Inovação, estratégia, orientação para o mercado e empreendedorismo: identificação de clusters de empresas e teste de modelo de predição do desempenho nos negócios. *INMR - Innovation & Management Review*, v. 10, n. 2, p. 81-101, 1 jul. 2013.
- HAIR, JR., J. F.; ANDERSON, R.E; TATHAM, R.L; BLACK, W.C. Análise multivariada de dados. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- HUANG, L.; LUTHANS, F. Toward better understanding of the learning goal orientation-creativity relationship: The role of positive psychological capital. *Applied Psychology*, v. 64, n.2, p.444-472, 2015.
- IIZUKA, E. S.; MORAES, G. H. S. M. Análise do potencial e perfil empreendedor do estudante de Administração e o ambiente universitário: reflexões para instituições de ensino. *Administração: Ensino e Pesquisa*, v. 15, n. 3, p. 593-593, 2014.
- IRELAND, R.D.; HITT, M.A.; SIRMON, D.G. A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of management*, v. 29, n. 6, p. 963-989, 2003.
- JÚNIOR, J. C. C.; CARVALHO FILHO, P. M. B.; JERÔNIMO, T. B.; MELO, F. V. S. Superando a contaminação e comprando produtos usados. *REMark*, vol.18, n.1, 2019.
- KIAN, T. P., MI, C. X.; CHUN, C. C. E. An Exploratory Study on the Factors That Influence the Declination of Women Entrepreneurship. *International Business Management*, v.10, n.18, p. 4098-4106, 2016.
- LEIVA, J.C.; ALEGRE, J.; MONGE, R. Los emprendedores surgidos de las empresas multinacionales de inversión extranjera directa: un estudio exploratorio en Costa Rica. *Estudios Gerenciales*, v. 30, n. 131, p. 124-133, 2014.
- LIMA, E.; LOPES, R.M.A.; NASSIE, V.M.J.; SILVA, D. Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a Educação Superior em Empreendedorismo. *Rev. adm. Contemporânea*, v.19, n.4, p. 419-439, 2015.
- LOPES, R. M. A. Referenciais para a educação empreendedora. In: LOPES, R. M. A. (Org.). Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier: São Paulo: SEBRAE, 2010.
- MAIA, H. A.; FORMIGONI, H.; SILVA, A. A. Empresas de auditoria e o compliance com o nível de evidenciação obrigatório durante o processo de convergência às normas internacionais de contabilidade no Brasil. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, v. 14, n. 44, p. 335-352, 2012.

- MATHUR, P.; JAIN, S.P.; MAHESWARAN, D. Consumers' implicit theories about personality influence their brand personality judgments. *Journal of Consumer Psychology*, v.22, n.4, p.545-557, 2012.
- MATTHEWS, C. H.; MOSER, S. B. A longitudinal Investigation of the impact of family background and gender on interest in small firm ownership. *Journal of Small Business Management*, v. 34, n.1, p. 221-244, 1996
- MCCLELLAND, D. C. *The Achieving Society*. Princeton: Van Nostrand, 1961.
- MINELLO, Italo Fernando; BÜRGER, Rafaela Escobar; KRÜGER, Cristiane. Características comportamentais empreendedoras: um estudo com acadêmicos de administração de uma universidade brasileira. *Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria*, v. 10, p. 72-91, 2017.
- MINUZZI, C. D. O.; VARGAS, K. S.; FIALHO, C. B. Características comportamentais empreendedoras: em cena os futuros administradores. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v.5, n.1, p. 141-162, 2016
- ÖZDURAN, A.; TANOVA, C. Manager mindsets and employee organizational citizenship behaviours. *Intern J Contemporary Hospitality Management*, vol.29, n.1, pp. 589-606, 2017.
- PUENTE-DÍAZ, R.; CAVAZOS-ARROYO, J. That is disgusting! Should I trust you?: The role of mindsets in brand trust after a negative incident. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, vol.21, n.2, pp. 254-273, 2019.
- RAMIREZ-GARCIA, C.; PEREA, J. G. Á.; JUNCO, J. G. D. La felicidad en el trabajo: Validación de una escala de medida. *Revista de Administração de Empresas*, v. 59, n. 5, p. 327-340, 2019.
- RÍO-RAMA, M. C.; ÁLVAREZ-GARCÍA, J.; COCA-PÉREZ, J. L. Práticas de qualidade, responsabilidade social corporativa e o critério "resultados na sociedade" do modelo EFQM. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, v. 19, n. 64, p. 307-328, 2017.
- ROUX, M.; HÄRTEL, C.E.J. The Cognitive, Emotional, and Behavioral Qualities Required for Leadership Assessment and Development in the New World of Work" *In Individual, Relational, and Contextual Dynamics of Emotions*. pp.59-69, 2018.
- SANDHU, M.S.; SIDIQUE, S. F.; RIAZ, S. Entrepreneurship barriers and entrepreneurial inclination among Malaysian postgraduate students. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, v.17, n.4, p. 428-449, 2011.
- SANTINI, S.; VASCONCELLOS, F.E.D.; NOGUEIRA, M.A.; OLIVEIRA, M.L.D. Fatores de mortalidade em micro e pequenas empresas: um estudo na região central do Rio Grande do Sul. *Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios*, v.1, n.8, p. 145-169, 2015.
- SCHIFFMAN, L.G.; KANUK, L.L. *Consumer behavior*, 7th. NY: Prentice Hall, p. 15-36, 2000.
- SCHINDLER, P.S.; COOPER, D.R. *Métodos de pesquisa em administração*. Porto Alegre, 2003.
- SCHRODER, H. S.; YALCH, M. M.; DAWOOD, S.; CALLAHAN, C. P.; DONNELLAN, M. B.; MOSER, J. S. Growth Mindset of anxiety buffers the link between stressful life events and psychological distress and coping strategies. *Personality and individual differences*, v. 110, n. 1, p. 23-26, 2017.
- SCOTT, M.J.; GHINEA, G. On the domain-specificity of *Mindsets*: the relationship between aptitude beliefs and programming practice. *IEEE transactions on education*, v. 57, n. 3, 2014.
- SEBRAE. Sobrevivência das empresas no Brasil. 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-relatorio-2016.pdf>>. Acesso em 23 Set. 2018.

SEBRAE. Doze anos de monitoramento da sobrevivência e mortalidade de empresas. São Paulo, 2010. Disponível em: < https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/10_anos_mortalidade_relatorio_completo.pdf>

SEBRAE. Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil. 2018. Disponível em: < <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em 19 set. 2018.

SEBRAE. O que é ser empreendedor. 2017. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empreendedor,ad17080a3e-107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 14 Abr.2018.

SILVA, WN; CRESPO, A.; GIL, AC Aspirações e Temores de Jovens Empreendedores. *Revista Pretexto*, v. 18, n. 2, p. 48-65, 2017.

SONG, Y.; LEE, S.Y.; KIM, Y. Does mindset matter for using social networking sites?: understanding motivations for and uses of Instagram with growth versus fixed mindset. *International Journal of Advertising*, vol.38, n.6, pp.886-904, 2019.

TANG, M.; WERNER, C.; KARWOWSKI, M. Differences in creative *Mindset* between Germany and Poland: the mediating effect of individualism and collectivism. *Thinking skills and creativity*, v.21, n.1, p.31-40, 2016.

VANDEWALLE, D. Development and validation of a work domain goal orientation instrument. *Educational and psychological measurement*, v. 57, n. 6, p. 995-1015, 1997.

WHEELER, S.C.; OMAIR, A. Potential growth areas for implicit theories research. *Journal of consumer psychology*, vol.26, n.1, pp.137-141, 2016.

YEAGER, D.S.; JOHNSON, R.; SPITZER, B.J.; TRZESNIEWSKI, K.H. The far-reaching effects of believing people can change: implicit theories of personality shape stress, health, and achievement during adolescence. *Journal of personality and social psychology*, v.106, n.6, p.1-18, 2014.

YIN, C.; YU, H.; POON, P. Consumers' attributions and brand evaluations in product-harm crises: The role of implicit theories of personality. *Journal of Consumer Behaviour*, v.15, n.1, p.87-95, 2016.

ZAMPIER, M.A.; TAKAHASHI, A.R.W. Competências e aprendizagem empreendedora em MPE's educacionais. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, v. 8, n. 3, p. 1-22, 2014.

ZENG, G.; HOU, H.; PENG, K. Effect of growth *Mindset* on school engagement and psychological well-being of chinese primary and middle school students: the mediating role of resilience. *Frontiers in psychology*, n.1, v.7, p.1873, 2016.

ZINGONI, M.; BYRON, K. How beliefs about the self influence perceptions of negative feedback and subsequent effort and learning. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol.139, n.2017, pp.50-62, 2017.