

ARTIGO

Influência do suporte parental na intenção empreendedora de estudantes universitários: evidências empíricas no Brasil

ANA MARIA JERÔNIMO SOARES ¹
 FELIPE LUIZ NEVES BEZERRA DE MELO ²
 LUCIANO MENEZES BEZERRA SAMPAIO ¹

¹ UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE (UFRN) /PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, NATAL – RN, BRASIL

² INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO GRANDE DO NORTE (IFRN), NOVA CRUZ – RN, BRASIL

Resumo

Pais empreendedores são importantes agentes para transmitir intenções empreendedoras aos filhos. Estudos recentes têm destacado que a influência parental sobre a carreira empreendedora dos filhos pode aumentar quando os pares forem do mesmo gênero (homofilia de gênero), ou seja, os efeitos tornam-se maiores nas díades pai-filho ou mãe-filha. No entanto, apenas a exposição a pais empreendedores é insuficiente para explicar as intenções empreendedoras dos filhos, visto que dimensões como a natureza da comunicação/interação e até mesmo os incentivos financeiros podem impactar esse relacionamento. Todavia, esses canais de transmissão têm recebido pouca atenção na literatura. Assim, o objetivo deste estudo é examinar se ter pais empreendedores afeta a propensão a empreender dos filhos, analisando quais os principais fatores/canais de transmissão, bem como se a homofilia de gênero exerce papel moderador de tal efeito. A amostra foi composta por 20.623 estudantes universitários que participaram do Global University Entrepreneurial Spirit Students’ Survey (GUESSS) Brasil 2018. Os dados foram analisados por meio de Modelos de Regressão Linear Múltipla e Regressão Probit. Os resultados sugerem que possuir pai empreendedor ou pais (pai e mãe) empreendedores está associado a um aumento na probabilidade de o indivíduo empreender e tal efeito é maior no caso do gênero masculino na díade pai-filho. Ademais, no tocante aos canais de transmissão, constatou-se que a influência parental na carreira empreendedora é exercida, sobretudo, pelos modelos de profissionais que os pais representam (modelagem relacionada com a carreira), comentários/elogios dos pais (encorajamento verbal), bem como pelo incentivo financeiro/material (assistência instrumental).

Palavras-chave: Empreendedorismo. Transmissão intergeracional. Homofilia de gênero. Suporte parental.

Influence of parental support on entrepreneurial intention of university students: empirical evidence in Brazil

Abstract

Entrepreneurial parents are important agents for transmitting entrepreneurial intentions to their children. Recent studies have highlighted that parental influence on children’s entrepreneurial careers can increase when peers are of the same gender (gender homophily) – the effects become greater in father-son or mother-daughter dyads. However, exposure to entrepreneurial parents alone is insufficient to explain their children’s entrepreneurial intentions, as dimensions such as the nature of communication/interaction and financial incentives can impact this relationship. However, these transmission factors/channels have received little attention in the literature. Thus, this study examines whether having entrepreneurial parents affects their children’s propensity to become entrepreneurs, analyzing the main transmission factors/channels and whether gender homophily moderates this effect. The sample consisted of 20,623 university students who participated in the Global University Entrepreneurial Spirit Students’ Survey-GUESSS Brazil 2018. Data were analyzed using Multiple Linear Regression and Probit Regression Models. The results suggest that having an entrepreneurial father or entrepreneurial parents (father and mother) is associated with an increase in the probability of an individual becoming an entrepreneur. This effect is greater in the case of males in the father-son dyad. In addition, with regard to transmission channels, it was found that parental influence on the entrepreneurial career is exerted, above all, by the professional models that parents represent (career-related modeling), comments/compliments from parents (verbal encouragement), and financial/material incentive (instrumental assistance).

Keywords: Entrepreneurship. Intergenerational transmission. Gender homophily. Parental support.

Influencia del apoyo de los padres en la intención emprendedora de estudiantes universitarios: evidencia empírica en Brasil

Resumen

Los padres emprendedores son agentes importantes para transmitir las intenciones emprendedoras a sus hijos. Estudios recientes han destacado que la influencia de los padres en las carreras emprendedoras de los hijos puede aumentar cuando los pares son del mismo género (homofilia de género), es decir, los efectos son mayores en las díadas padre-hijo o madre-hija. Sin embargo, la exposición a padres emprendedores por sí sola es insuficiente para explicar las intenciones emprendedoras de los hijos, ya que dimensiones como la naturaleza de la comunicación/interacción e incluso los incentivos financieros pueden afectar esta relación. Sin embargo, estos factores/canales de transmisión han recibido poca atención en la literatura. Así, el objetivo de este estudio es examinar si tener padres emprendedores afecta a la propensión a emprender de sus hijos, analizando los principales factores/canales de transmisión, así como si la homofilia de género juega un papel moderador de este efecto. La muestra estuvo compuesta por 20.623 estudiantes universitarios que participaron en la encuesta Global University Entrepreneurial Spirit Students’ Survey-GUESSS Brasil 2018. Los datos se analizaron mediante modelos de regresión lineal múltiple y regresión probit. Los resultados sugieren que tener un padre emprendedor o padres emprendedores (padre y madre) está asociado con un aumento en la probabilidad de emprender de un individuo y este efecto es mayor en el caso de los varones, en la díada padre-hijo. Además, en cuanto a los canales de transmisión, se encontró que la influencia de los padres en la carrera emprendedora la ejercen, sobre todo, los modelos profesionales que representan los padres (modelado relacionado con la carrera), los comentarios/elogios de los padres (estímulos verbales), así como el incentivo económico/material (asistencia instrumental).

Palabras clave: Emprendimiento. Transmisión intergeneracional. Homofilia de género. Apoyo de los padres.

Artigo submetido em 02 de maio de 2022 e aceito para publicação em 28 de outubro de 2022.

DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1679-395120220121>

INTRODUÇÃO

O *background* familiar representa uma importante influência no desenvolvimento da intenção empreendedora de um indivíduo, visto que os pais fornecem suporte aos filhos na escolha do empreendedorismo como carreira e isso pode ocorrer tanto por transferência de capital humano quanto financeiro (Lindquist, Sol, & Van Praag, 2015; Mishkin, 2021; Moreno-Gómez, Gómez-Araujo, & Castillo-De-Andreis, 2019; Staniewski & Awruk, 2021; Vladasel, 2019). Assim, dada a função da atividade empreendedora no crescimento e desenvolvimento econômico dos países, estudar a influência parental é particularmente relevante, uma vez que o empreendedorismo, sobretudo em economias não desenvolvidas, oferece aos indivíduos a chance de buscar rendimentos mais elevados (Castellanza, 2020) e, por vezes, torna-se a única saída para acesso ao emprego e sustento (Kimmitt, Muñoz, & Newbery, 2020; Urbano & Alvarez, 2014).

Em relação à transmissão intergeracional (entre diferentes gerações) do comportamento empreendedor, os pais são importantes agentes socializadores que influenciam nos interesses pela carreira empreendedora dos filhos (Mishkin, 2021; Moreno-Gómez et al., 2019). A literatura indica que possuir pais empreendedores se relaciona positivamente com um aumento na probabilidade de os sujeitos se tornarem empreendedores (Mishkin, 2021; Moreno-Gómez, Gómez-Araujo, Ferrer-Ortiz, & Pena-Ruiz, 2022). Assim, essa transmissão de intenções e atitudes empreendedoras é mediada não apenas pela observação, mas também pela interação social com os pais (Mishkin, 2021; Staniewski & Awruk, 2021). Estudos anteriores exploraram vários fatores que explicam tais resultados. Isso inclui fatores genéticos (Nicolaou & Shane, 2009, 2010; Nofal, Nicolaou, Symeonidou, & Shane, 2018); suporte financeiro (Welsh & Kaciak, 2019); transmissão de valores relacionados com o empreendedorismo (Wyrwich, 2015); o papel dos pais como modelos/referências para os filhos (*role models*) (Hoffmann, Junge, & Malchow-Møller, 2015; Laspita, Breugst, Hebllich, & Patzelt, 2012; Lindquist et al., 2015; Staniewski & Awruk, 2021) e como o gênero modera tal efeito (Mishkin, 2021; Moreno-Gómez et al., 2019, 2022).

A exposição a pais empreendedores é insuficiente para explicar a entrada dos filhos na atividade empreendedora (Moreno-Gómez et al., 2022; Soleimanof, Morris, & Jang, 2021) e, por esse motivo, é preciso examinar se esse relacionamento é impactado pela natureza da comunicação e interação dentro da família, bem como por outras dimensões afetivas e/ou financeiras, identificando os principais canais que mediam essa transmissão (Soleimanof, Morris, & Jang, 2021). Ademais, apesar de a transmissão intergeracional ser amplamente reconhecida como uma variável-chave na escolha do empreendedorismo como carreira (Hopp, Minarikova, & Speil, 2019; Mishkin, 2021; Sahinidis, Stavroulakis, Kossieri, & Varelas, 2019; Staniewski & Awruk, 2021), poucos estudos, no entanto, têm considerado quais mecanismos mediam essa transmissão da intenção e atitude empreendedora entre gerações.

Adicionalmente, torna-se relevante explorar mais os efeitos heterogêneos de acordo com o gênero dos pais e filhos (Moreno-Gómez et al., 2019, 2022; Zelekha, 2021), e a literatura tem se referido a essa atração por similaridade como homofilia de gênero, indicando que o pai empreendedor exerce maior influência para os filhos do que para as filhas e, por sua vez, a mãe exerce maior influência para as filhas (Laspita, et al., 2012; Hoffmann, et al., 2015; Mishkin, 2021; Moreno-Gómez et al., 2019, 2022). Em outras palavras, esse princípio de interação entre indivíduos e construção de vínculos com base em semelhanças é denominado homofilia (McPherson, Smith-Lovin, & Cook, 2001). Destarte, o conhecimento sobre esse mecanismo pode aumentar a compreensão da dinâmica de gênero na transmissão do empreendedorismo, que, de forma mais geral, é uma questão ainda pouco explorada (Mishkin, 2021; Moreno-Gómez et al., 2019, 2022; Zelekha, 2021).

Conforme argumentam Moreno-Gómez et al. (2022) e Romani, Martins, Varela, e Pombo (2021), a maioria das pesquisas acerca do suporte parental na decisão de os filhos se tornarem empreendedores – especialmente sob uma perspectiva de gênero e que envolva estudantes universitários – tem se baseado na experiência de países desenvolvidos, de modo que faltam estudos que corroborem esses resultados em contextos da América Latina (Moreno-Gómez et al., 2022; Urbano & Alvarez, 2014). O Brasil, país dessa região, é um ambiente indicado para realizar pesquisas desse tipo, visto que tem alta taxa de atividade empreendedora em estágio inicial e a desigualdade entre homens e mulheres no empreendedorismo está diminuindo cada vez mais (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2020).

Pelo exposto, este estudo tem como objetivo examinar se ter pais empreendedores afeta a propensão a empreender dos filhos, analisando quais os principais canais de transmissão, bem como se a homofilia de gênero exerce papel moderador de tal efeito. Para estimar o efeito dos fatores relacionados com a transmissão da carreira empreendedora, consideraram-se quatro canais mencionados na literatura: assistência instrumental, encorajamento verbal, apoio emocional e modelagem relacionada com a carreira, que foram dimensões estudadas inicialmente por Turner, Alliman-Brissett, Lapan, Udipi, e Ergun (2003).

Para tanto, o presente trabalho fez uso dos dados da pesquisa Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS), realizada no ano de 2018 (GUESSS, 2020). A amostra foi composta por dados apenas da versão GUESSS Brasil 2018, cujo questionário foi respondido por 20.623 universitários brasileiros (M. Jácome & O. Jácome, 2020). Para análise, foram utilizados modelos de Regressão Linear Múltipla (Wooldridge, 2019), com Intenção Empreendedora como variável dependente; como modelo de resposta binária, aplicou-se o método de Regressão Probit com efeitos marginais médios (Angrist & Pischke, 2008).

Este estudo contribui não só com evidências empíricas, mas também teóricas, reforçando o conhecimento e a compreensão acerca da função da atividade empreendedora, bem como o suporte dos pais (material ou afetivo/emocional) e o gênero como moderador no desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil. A perspectiva da homofilia de gênero oferece um *insight* adicional para compreender a maior participação masculina na atividade empreendedora com foco no papel parental intergeracional, cujo impacto tende a ser mais forte nos homens do que nas mulheres (Criaco, Sieger, Wennberg, Chirico, & Minola, 2017; Moreno-Gómez et al., 2019, 2022; Nowiński & Haddoud, 2019).

Por conseguinte, a presente pesquisa lança luz sobre a transmissão intergeracional do empreendedorismo no Brasil, um país da América Latina, em que o fortalecimento da atividade empreendedora é vital para o desenvolvimento socioeconômico e a geração de emprego e renda. Destarte, conhecer essas particularidades também contribui para que educadores e formuladores de políticas gerem melhores estratégias para promover o empreendedorismo destinadas à realidade de cada país (Romaní et al., 2021). A contribuição teórica deste estudo reside na introdução de antecedentes específicos: canais de suporte parental. Dessa forma, apresenta novas evidências acerca, logicamente, da influência dos pais na propensão a empreender dos filhos, bem como o papel moderador do gênero, que em termos teóricos são temas bastante explorados. Todavia, o diferencial da pesquisa consiste no teste dos fatores pelos quais tal influência é exercida, abordagem esta que ainda não é comum na literatura, sobretudo no contexto brasileiro.

O restante deste artigo está organizado da seguinte forma: a segunda seção apresenta a revisão da literatura empírica, bem como as hipóteses formuladas para este estudo. A terceira seção descreve a base de dados, as variáveis e a estratégia de análise. A quarta seção apresenta a análise empírica e discussão dos resultados. Finalmente, a quinta e última seção consiste nas conclusões do artigo.

REVISÃO DA LITERATURA E HIPÓTESES

Suporte parental e transmissão intergeracional do empreendedorismo

Ao longo da vida, os indivíduos são submetidos a diversas fontes de aprendizado, que podem orientá-los a seguir carreira empreendedora (Soleimanof et al., 2021). Dessa forma, entre esses pontos de referência, a família consiste no meio mais efetivo, em virtude da proximidade social (Criaco et al., 2017; Hoffmann et al., 2015; Lindquist et al., 2015). Assim, o ambiente familiar é um vetor importante para as cognições e intenções empreendedoras (Wyrwich, 2015), sobretudo a figura dos pais, que representa a maior influência nas decisões de os filhos se tornarem empreendedores (Chlosta, Patzelt, Klein, & Dormann, 2012; Hopp et al., 2019; Moreno-Gómez et al., 2019; Staniewski & Awruk, 2021).

A transmissão intergeracional é um importante pilar para a compreensão da intenção e do comportamento empreendedor (Giménez-Nadal, Molina, & Velilla, 2021) e, nos últimos anos, tem ganho atenção na literatura. Nessa perspectiva, filhos de empreendedores são mais propensos a se envolverem em atividades empreendedoras (Hoffmann et al., 2015; Staniewski & Awruk, 2021; Wyrwich, 2015), seja dando continuidade aos negócios familiares, seja iniciando o próprio empreendimento. Tal transmissão se dá pelo fato de que o ambiente familiar é propício para a transferência de valores, tradições e ensinamentos sobre o empreendedorismo, moldando as aspirações dos indivíduos para determinada atividade (Criaco et al., 2017).

Como as interações entre pais e filhos afetam a transmissão intergeracional de intenções empreendedoras? Como resposta para tal pergunta, a literatura destaca a hipótese dos *role models* (papel dos pais como referência para os filhos), enfatizando que a probabilidade de o indivíduo iniciar um negócio futuramente é influenciada por sua percepção sobre o desempenho empresarial dos pais (Chlosta et al., 2012; Criaco et al., 2017; Hoffmann et al., 2015; Moreno-Gómez et al., 2019, 2022; Soleimanof et al., 2021). Ademais, outros estudos enfatizaram que a experiência prévia em empresas familiares pode gerar efeito significativamente positivo na intenção empreendedora dos indivíduos (Laspita et al., 2012; Mishkin, 2021).

Outras correntes da literatura argumentam que as heranças genéticas aumentam a tendência de os indivíduos buscarem o empreendedorismo como carreira (Nicolaou et al., 2009), tendo em vista que os genes podem causar efeitos psicológicos, motivados por reações químicas no cérebro, que tornam as pessoas mais propensas a se envolverem em atividades empreendedoras, desenvolvem traços de extroversão, o que pode facilitar o engajamento e a predisposição a empreender, e a sensibilidade das pessoas para as interações ambientais e influenciam experiências em ecossistemas empreendedores (Nicolaou & Shane, 2009, 2010; Nofal et al., 2018). Adicionalmente, a transmissão do comportamento empreendedor de pais para filhos adotivos é tão significativa quanto a que ocorre entre pais e filhos biológicos (Lindquist et al., 2015), visto que tal fenômeno não é explicado apenas por fatores genéticos, mas também por outros aspectos socioeconômicos (Mishkin, 2021).

Pesquisas anteriores indicam que a transmissão de comportamentos ligados ao empreendedorismo envolve mais de uma geração, isto é, as intenções empreendedoras são transmitidas pelas relações pais-filhos, bem como avós-netos, de modo que tais efeitos diferem entre regiões, tendo em vista que são influenciados por fatores culturais (Laspita et al., 2012). Para corroborar essa literatura, Chlosta et al. (2012) e Sahinidis et al. (2019) identificaram que, quando ambos, pai e mãe, são empreendedores ou quando apenas o pai é empreendedor, há um efeito positivo e estatisticamente significativo sobre a probabilidade de empreender dos filhos. Já para o caso em que apenas a mãe é empreendedora, embora o efeito seja significativo, a influência é bem menor.

No geral, pais empreendedores podem servir como fontes de informação, suporte e inspiração para transmitir intenções empreendedoras aos seus filhos (Hopp et al., 2019; Moreno-Gómez et al., 2019, 2022; Soleimanof et al., 2021). No entanto, o papel dos pais parece ser maior do que o das mães (Chlosta et al., 2012; Sahinidis et al., 2019; Zelekha, 2021). Dada a literatura relacionada até então e os argumentos explanados, a primeira hipótese proposta neste estudo é:

- **H1.** Ter pais empreendedores aumenta a propensão de os indivíduos se tornarem empreendedores.

Por outro lado, cabe destacar que apenas a exposição a pais empreendedores é insuficiente para explicar a entrada dos filhos na atividade empreendedora (Moreno-Gómez et al., 2022; Soleimanof et al., 2021). Assim, as dimensões afetivas, financeiras e a forma de comunicação entre os membros da família de origem são fatores a serem considerados (Staniewski, & Awruk, 2021). Dessa forma, se o indivíduo cresceu em um ambiente com uma boa relação social com os pais e teve pai e/ou mãe empreendedores, torna-se, portanto, mais propenso a iniciar uma empresa (Hopp et al., 2019; Zelekha, 2021).

Apesar de a literatura sobre transmissão intergeracional do empreendedorismo ser vasta, pouco se foi estudado acerca dos antecedentes dessa transmissão (Moreno-Gómez, et al., 2019, 2022). Do ponto de vista comportamental, objeto de estudo desta pesquisa, os principais canais de transmissão intergeracional do comportamento empreendedor são: atitudes dos pais, comunicação parental e modelos/referências inspiracionais (Staniewski & Awruk, 2021). Com relação ao apoio dos pais à carreira dos filhos, Turner et al. (2003) apontam quatro dimensões como fatores-chave: o apoio material e financeiro (Assistência Instrumental); comentários/elogios (Encorajamento Verbal); apoio afetivo diante dos obstáculos (Apoio Emocional) e atitudes e comportamentos que os tornem modelos/exemplos de profissionais para os filhos (Modelagem Relacionada com a Carreira).

Assim, a influência gerada pela relação pais-filhos pode ser exercida por meio de canais específicos (Turner et al., 2003). Estudos anteriores exploram a influência de *role models* (papel dos pais como modelo/referência para os filhos), argumentando que os pais são um dos principais influenciadores para a escolha do empreendedorismo como carreira e, portanto, servem de modelos para a prole (Closta et al., 2012; Moreno-Gómez et al., 2019, 2022; Wyrwich et al., 2015). Destarte, a segunda hipótese formulada é a seguinte:

- **H2.** Ter um modelo parental (modelagem relacionada com a carreira) aumenta a propensão ao empreendedorismo.

Adicionalmente, destaca-se que a socialização no processo de aprendizagem empreendedora entre gerações consiste em um fator importante e foi abordada no trabalho de Hopp et al. (2019). Tais autores argumentam que quanto maior for a qualidade do processo de interação social entre pais e filhos, maior será a intensidade do efeito do modelo parental. Ademais, outro aspecto a ser considerado são as dimensões afetivas do suporte parental, uma vez que esse relacionamento depende da natureza da comunicação e da interação dentro da família (Soleimanof et al., 2021; Turner et al., 2003). Por fim, o suporte instrumental ou financeiro/material também influencia o empreendedorismo das próximas gerações, que poderão ter mais recursos para colocar em prática suas ideias de negócios (Welsh & Kaciak, 2019).

Pelo exposto, as seguintes hipóteses foram formuladas:

- **H3.** O encorajamento verbal dos pais aumenta a intenção empreendedora dos filhos.
- **H4.** O apoio emocional dos pais aumenta a intenção empreendedora dos filhos.
- **H5.** A assistência instrumental dos pais aumenta a intenção empreendedora dos filhos.

Por fim, destaca-se que não há estudos nacionais que discutam a transmissão intergeracional do empreendedorismo incluindo as quatro dimensões propostas por Turner et al. (2003). No âmbito internacional, Soleimanof et al. (2021) utilizaram a dimensão afetiva e Romaní et al. (2022) empregaram todos os quatro fatores e os relacionaram com o papel do modelo parental. Ademais, Romaní et al. (2022) argumentam que os filhos são mais propensos à entrada na atividade empreendedora quando os pais fornecem recursos e compromisso afetivo. Esses resultados possibilitam supor que as quatro dimensões podem influenciar a intenção empreendedora e, por esse motivo, compõem as hipóteses deste estudo.

Homofilia de gênero na transmissão da intenção empreendedora

A literatura sobre homofilia destaca que o contato entre indivíduos semelhantes (gênero, idade e etnia, por exemplo) tende a ocorrer em maior intensidade em relação a indivíduos diferentes (McPherson et al., 2001). A homofilia de gênero consiste, basicamente, na tendência de indivíduos se associarem a membros do mesmo gênero (Mehta & Strough, 2009). Algumas pesquisas sugerem que homens tendem a formar redes sociais mais amplas do que as mulheres (Goodreau, Kitts, & Morris, 2009), que, por sua vez, são mais propensas a estabelecer relacionamentos mais fortes (McPherson et al., 2001). Assim, quando tratada no campo dos estudos em empreendedorismo, a homofilia de gênero permite refletir sobre a diferença entre homens e mulheres na atividade empreendedora, pois o estabelecimento de uma rede mais ampla e a escolha de indivíduos do mesmo gênero para associação podem ajudar a explicar a grande participação masculina nessa atividade.

A atividade empreendedora representa uma oportunidade de emprego alternativo para as mulheres (Zelekha, 2021). No entanto, em muitas economias, ainda há uma proporção feminina menor no empreendedorismo, embora essa desigualdade se torne cada vez menor (GEM, 2020). As razões que explicam a dinâmica de gênero no empreendedorismo são diversas, mas a literatura destaca que a falta de incentivos da família e as restrições de capital, bem como as dificuldades de acesso a financiamentos, por exemplo, diminuem a probabilidade de mulheres iniciarem uma carreira empreendedora (Moreno-Gómez et al., 2019, 2022; Zelekha, 2021). Ademais, o *role models* parental afeta menos as mulheres do que os homens (Moreno-Gómez et al., 2019, 2022; Yang & Del-Carmen-Triana, 2019).

A hipótese de transmissão do comportamento empreendedor por meio de *role models* é uma das mais abordadas pela literatura e, com base nela, destaca-se o desenvolvimento teórico e empírico da homofilia, em que os indivíduos têm maior probabilidade de encontrar inspiração em pais do mesmo gênero que eles (pai-filho ou mãe-filha). Assim, Hoffmann et al. (2015) apresentaram evidências empíricas de que o modelo de pai empreendedor exerce maior influência para homens do que para mulheres. Da mesma forma, o efeito das mães empreendedoras é maior para as filhas do que para os filhos. Em contrapartida, outros trabalhos discorrem que a prole feminina também pode ser influenciada por um modelo parental masculino (Abbasianchavari & Moritz, 2021).

Pesquisas anteriores apontam que a influência dos pais como referência de empreendedores para os filhos é moderada pelo gênero (Hoffmann et al., 2015; Mishkin, 2021) e que o custo de oportunidade do empreendedorismo é maior para as mulheres, que são mais avessas ao risco da atividade empreendedora (Feldmann et al., 2020; Henry et al., 2016). O modelo de pai é mais significativo para homens do que para mulheres (Yang & Del-Carmen-Triana, 2019), sugerindo a influência das redes homofílicas de gênero no contexto familiar como determinante do comportamento empreendedor entre gerações (Moreno-Gómez et al., 2019, 2022).

Dada a literatura mencionada neste tópico, as últimas hipóteses propostas neste estudo são:

- **H6.** A Intenção Empreendedora é maior entre indivíduos do gênero masculino do que feminino.
- **H7.** A transmissão de intenções/atitudes empreendedoras, de pais para filhos, é moderada pela homofilia de gênero.

METODOLOGIA

Dados e variáveis

A base de dados utilizada neste estudo foi oriunda da versão brasileira do Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS) Brasil 2018. O GUESSS é um estudo mundial que se concentra na caracterização do espírito e comportamento empreendedor de estudantes universitários, investigando intenções e atividades empreendedoras, antecedentes individuais e *background* familiar, bem como os aspectos ligados ao contexto universitário (GUESSS, 2020). No que diz respeito ao cenário brasileiro, o estudo GUESSS Brasil reúne mais de 60 instituições de ensino superior (IES) (GUESSS, 2020). Destaca-se que a base de dados do Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey não é de domínio público, por esse motivo, foi necessário realizar uma solicitação à organização do estudo. Dessa forma, o acesso aos dados ocorreu após o retorno dessa solicitação, por e-mail.

Para este estudo, os dados do GUESSS Brasil 2018 permitiram acesso a informações acerca da transmissão intergeracional da intenção empreendedora. Alguns estudos correlatos utilizaram, no âmbito de outros países, informações do GUESSS de anos anteriores (Criaco et al., 2017; Laspita et al., 2012; Moreno-Gómez et al., 2019, 2022). Ademais, destaca-se que a edição do GUESSS de 2018 contou com mais de 208 mil respostas, e, só no Brasil, o questionário foi respondido por 20.623 estudantes universitários (o Brasil é o segundo país com o maior número de respondentes entre os 54 participantes) (M. Jácome & O. Jácome, 2020).

Para identificar a Intenção Empreendedora (IE), variável dependente deste estudo, foi utilizada a seguinte pergunta do questionário GUESSS: "Qual carreira você pretende seguir após se formar?" Essa variável foi codificada como 1 (um) se os alunos indicaram "Empreendedor" e 0 (zero) caso contrário. As principais variáveis explicativas presentes na base e incluídas em alguns modelos foram gênero, pais empreendedores (três variáveis distintas: pai, mãe e ambos) e as quatro variáveis relacionadas com o apoio dos pais (Assistência Instrumental, Encorajamento Verbal, Apoio Emocional e Modelagem Relacionada com a Carreira).

O gênero foi abordado por meio de uma variável binária, sendo 1 para homens e 0 para mulheres. A medição dos modelos dos pais empreendedores foi obtida pela questão do estudo GUESSS: "Os seus pais são trabalhadores por conta própria?" Assim, essa variável foi subdividida em "pai empreendedor", "mãe empreendedora" ou "ambos são empreendedores" (Chlosta et al., 2012; Criaco et al., 2017; Moreno-Gomez et al., 2019, 2022). Alguns modelos incluem variáveis de controle, que foram a idade (Moreno-Gomez et al., 2019) e o campo de estudo (Criaco et al., 2017; Moreno-Gomez et al., 2019, 2022). A idade é uma variável contínua que representa a idade dos alunos, mas também se utilizou o quadrado da idade (a especificação quadrática é utilizada para captar retornos marginais crescentes ou decrescentes). A área de estudo foi representada por duas variáveis do tipo *dummy* para as seguintes áreas: Negócios/Gestão e Engenharias. Além do mais, destaca-se de qual forma as quatro variáveis relacionadas com o apoio dos pais (Assistência Instrumental, Encorajamento Verbal, Apoio Emocional e Modelagem Relacionada com a Carreira) foram descritas e mensuradas no questionário GUESSS.

O instrumento de coleta contou com seções para serem respondidas especificamente por estudantes que responderam que "Empreendedor" seria a carreira pretendida após se formar e que possuíam pais empreendedores (pai, mãe ou ambos), com questões associadas à relação desses filhos com seus pais. Além disso, essas partes do questionário incluíram itens que o respondente teria que indicar como os pais se comportavam em relação a eles, informando o nível de concordância com as afirmações listadas no questionário (1 = Discordo totalmente; 7 = Concordo totalmente).

Nesse sentido, para mensurar as dimensões Assistência Instrumental, Encorajamento Verbal, Apoio Emocional e Modelagem Relacionada com a Carreira, este artigo realizou uma Análise Fatorial Confirmatória para agrupar as questões propostas no questionário em fatores. Cada agrupamento foi composto por três questões nas quais o respondente teria que indicar como os pais se comportavam em relação a eles, informando o seu nível de concordância com as afirmações listadas no questionário (1 = Discordo totalmente; 7 = Concordo totalmente).

Em relação ao fator **Assistência Instrumental**, o questionário do referido estudo solicitou que os respondentes indicassem a concordância para as afirmações de que os pais fornecem recursos e/ou tarefas que estimulam habilidades, conversando sobre como tais aprendizados poderão ajudá-los nos negócios. Para a dimensão **Encorajamento Verbal**, os estudantes deveriam indicar se concordavam com o fato de que os pais deveriam encorajá-los a aprender o máximo e ter bom desempenho nas aulas e/ou declarar que se orgulham de suas performances. Adicionalmente, para mensurar a dimensão **Apoio Emocional**, o questionamento era se os pais conversavam sobre como poderia ser divertido o trabalho nos negócios deles e/ou diziam coisas motivadoras e/ou demonstravam animação quando os filhos falavam em uma possível carreira empreendedora futura. Por fim, para a dimensão **Modelagem Relacionada com a Carreira**, os respondentes deveriam indicar se seus pais os levam para seus trabalhos/negócios e/ou falam sobre o tipo de trabalho que realizam em seus negócios.

Estratégias de análise

Esta pesquisa contou com duas abordagens metodológicas: Regressão Linear Múltipla e Regressão Probit. O primeiro método controla múltiplos fatores que influenciam a variável dependente do modelo (Wooldridge, 2019). Em suma, a referida estratégia de análise foi utilizada para inferir se há relação entre a intenção empreendedora e variáveis sociodemográficas e comportamentais.

Considerando que, neste trabalho, o interesse reside, sobretudo, na probabilidade de resposta da intenção empreendedora, buscou-se estimar um modelo de probabilidade. Entre os métodos estatísticos para calcular modelos em que o regressando é do tipo binário, a Regressão Probit consiste em uma alternativa a ser utilizada (Wooldridge, 2019) que assegura que as probabilidades estimadas se situem entre os limites lógicos 0 e 1 (Angrist & Pischke, 2008). Em outras palavras, quando se deseja explicar como se comporta determinada variável dependente de natureza binária, pode-se usar uma Função de Distribuição Acumulada para o cálculo da probabilidade, como no caso do modelo Probit, que emerge da distribuição normal (Angrist & Pischke, 2008; Wooldridge, 2019).

Considerando que a Regressão Probit estima os coeficientes com base no método de máxima verossimilhança, não é possível interpretar diretamente os estimadores (Wooldridge, 2019). Assim, com o intuito de verificar o sentido e a magnitude do efeito dos parâmetros sobre a intenção de empreender, obtendo resultados que possibilitem implicações quantitativas sobre os impactos das variáveis, calcularam-se os efeitos marginais médios dos coeficientes. Em síntese, utilizou-se o modelo Probit para verificar o efeito das variáveis associadas à atividade empreendedora dos pais na probabilidade de estudantes optarem pela carreira empreendedora. Alguns estudos correlatos discorrem sobre a utilidade da Regressão Probit (Chlosta et al., 2012; Criaco et al., 2017; Hoffmann et al., 2015; Laspita et al., 2012; Lindquist et al., 2015; Wyrwich, 2015).

Ademais, para a estimativa dos constructos associados ao suporte parental, foi realizada uma Análise Fatorial Confirmatória. Tal análise é uma técnica de interdependência na qual se permite agrupar um conjunto de variáveis em dimensões para representar um fenômeno, reduzindo-as por meio de um processo multivariado que leva em consideração as comunalidades existentes entre elas (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2009). Com base nessas variáveis, foi possível estimar os escores fatoriais utilizados como variáveis que representaram as quatro dimensões do suporte parental.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com relação às estatísticas descritivas das variáveis, destaca-se que o estudo envolveu indivíduos com faixa etária entre 16 e 58 anos, ou seja, a idade média foi de 34,48 anos. Com relação ao gênero, 44,6% dos estudantes envolvidos eram do sexo masculino. Ademais, uma parcela considerável da amostra se concentra em áreas de estudo de negócios (22,2%) e engenharia (22%).

Ao performar a Análise Fatorial, observou-se que o teste KMO apresentou valor de 0,723 e, por meio do teste de esfericidade de Bartlett, rejeitou-se a hipótese nula de que a matriz de correlações seria uma matriz de identidade (Hair et al., 2009). Já o Alpha de Cronbach foi de 0,895 para Assistência Instrumental; 0,918 para Encorajamento Verbal; 0,896 para Apoio Emocional e 0,937 para Modelagem Relacionada com a Carreira. A variância total explicada pelo modelo foi de 86,10%, considerando a rotação Varimax. Foram identificados os quatro fatores que corroboraram Turner et al. (2003).

Os resultados da estimação dos modelos de regressão múltipla podem ser visualizados na Tabela 1. Foram estimados cinco modelos, tendo como variável dependente a Intenção Empreendedora (IE).

Tabela 1
Modelos de regressão linear múltipla com variável dependente IE

Variáveis	Modelo I	Modelo II	Modelo III	Modelo IV	Modelo V
Gênero masculino	0,167*** (0,0182)	0,164*** (0,0348)	0,158*** (0,0350)	0,160*** (0,0353)	0,164*** (0,0355)
Pai empreendedor	0,0519** (0,0249)	0,0419 (0,0533)	0,0561 (0,0538)	0,0678 (0,0544)	0,0674 (0,0544)
Mãe empreendedora	0,0663* (0,0344)	0,0646 (0,0597)	0,0778 (0,0602)	0,0836 (0,0608)	0,0840 (0,0608)
Pai e mãe empreendedores	0,109*** (0,0317)	0,0605 (0,0576)	0,0525 (0,0579)	0,0522 (0,0583)	0,0522 (0,0583)
Idade	-0,000541 (0,000677)	-0,00227* (0,00134)	-0,00216 (0,00134)	-0,00310** (0,00142)	-0,00305** (0,00142)
Idade ²	0,000000208 (0,00000034)	0,000000741 (0,00000070)	0,000000669 (0,00000070)	0,00000114 (0,00000074)	0,00000111 (0,00000074)
Área de negócios	0,230*** (0,0223)	0,129*** (0,0454)	0,115** (0,0458)	0,118** (0,0462)	0,119** (0,0462)
Área de engenharia	0,223*** (0,0226)	0,317*** (0,0408)	0,304*** (0,0410)	0,307*** (0,0413)	0,305*** (0,0413)
Encorajamento verbal		0,227*** (0,0170)	0,153*** (0,0237)	0,141*** (0,0242)	0,143*** (0,0243)
Assistência instrumental			0,105*** (0,0240)	0,0994*** (0,0282)	0,0999*** (0,0282)
Modelagem para a carreira				0,0208 (0,0218)	0,0154 (0,0225)
Apoio emocional					0,0161 (0,0175)
Constant	-0,175*** (0,0224)	-0,154** (0,0600)	-0,152** (0,0603)	-0,143** (0,0619)	-0,145** (0,0619)
Observações	12.893	3.403	3.350	3.299	3.,299
R-squared	0,024	0,084	0,087	0,086	0,087

Erro padrão entre parênteses. ***p < 0,01, **p < 0,05, *p < 0,1.

Fonte: Elaborado pelos autores.

O Modelo I, que não considera as quatro variáveis relacionadas com o apoio dos pais, tem um poder explicativo menor (coeficiente de determinação) se comparado com os demais modelos. Os resultados suportam a hipótese 1 (ter pais empreendedores aumenta a propensão de os indivíduos se tornarem empreendedores), pois, nessa estimação, as variáveis “Pai empreendedor” e “Pai e mãe empreendedores” mostraram-se estatisticamente significantes e com efeito positivo a um nível de significância de 5% e 1%, respectivamente. Já no caso do efeito apenas maternal, o retorno é significativo apenas a 10%. O efeito maternal menor, embora significativo, corrobora os resultados de Chlosta et al. (2012) e Zelekha (2021) que identificaram o efeito do modelo dos pais maior do que o das mães.

Em todos os cinco modelos de estimação, o gênero masculino se mostrou estatisticamente significativo a 1% e com efeito positivo, o que demonstra diferença na IE média entre homens e mulheres, sendo tal intenção maior para os homens

(hipótese 6 – H6). A literatura já adverte para a discrepância de gênero no empreendedorismo, de modo que a participação feminina na abertura de empresas é, predominantemente, inferior à masculina (Markussen & Røed, 2017; Zelekha, 2021).

No que tange às dimensões de apoio dos pais relacionadas com a carreira, destaca-se que apenas os fatores Encorajamento Verbal (hipótese 3 – H3) e Assistência Instrumental (hipótese 5 – H5) se mostraram estatisticamente significantes e com efeitos positivos sobre a intenção empreendedora em todas as estimações em que foram incluídas. Tais resultados corroboram Romaní et al. (2022) e Soleimanof et al. (2021). A hipótese de Apoio Emocional (H4) não se sustenta, pois, tal dimensão não foi estatisticamente significativa nessa análise, porém, este resultado não afirma que esses canais não apresentam poder explicativo da transmissão da intenção empreendedora.

Como pode ser observado, no modelo completo (Modelo V), que considera o efeito conjunto de todas as variáveis sociodemográficas e comportamentais, pode-se destacar que a magnitude do coeficiente de encorajamento verbal é de 0,143, sendo maior que a da variável de apoio instrumental (0,099), e esse resultado demonstra que a orientação/encorajamento que partem dos pais para os filhos (comentários positivos, conselhos, elogios sobre a carreira) apresentaram impacto moderadamente maior sobre as intenções empreendedoras da prole em comparação com a assistência instrumental (suporte financeiro e material, por exemplo).

A Tabela 2 apresenta os resultados da estimação da Regressão Probit com efeitos marginais médios.

Tabela 2
Regressão Probit que considera as variáveis associadas ao apoio dos pais

Variáveis	Modelo I	Modelo II	Modelo III	Modelo IV	Modelo V
Gênero masculino	0,0641*** (0,00694)	0,0708*** (0,0141)	0,0706*** (0,0142)	0,0719*** (0,0143)	0,0715*** (0,0144)
Pai empreendedor	0,0347*** (0,00948)	-0,0188 (0,0220)	-0,0188 (0,0222)	-0,00926 (0,0224)	-0,00927 (0,0224)
Mãe empreendedora	0,0131 (0,0128)	-0,0351 (0,0245)	-0,0319 (0,0247)	-0,0254 (0,0249)	-0,0254 (0,0249)
Pai e mãe empreendedores	0,0358*** (0,0117)	0,000849 (0,0237)	-0,00134 (0,0238)	0,000209 (0,0239)	0,000131 (0,0239)
Idade	-0,000431* (0,000230)	-0,00151** (0,000724)	-0,00145** (0,000720)	-0,00213** (0,000931)	-0,00214** (0,000934)
Idade ²	0,00000025** (0,00000012)	0,00000077** (0,00000037)	0,00000074** (0,00000036)	0,0000012** (0,00000047)	0,0000012** (0,00000047)
Área de negócios	0,105*** (0,00833)	0,0803*** (0,0183)	0,0800*** (0,0185)	0,0805*** (0,0186)	0,0804*** (0,0186)
Área de engenharia	0,103*** (0,00860)	0,121*** (0,0163)	0,118*** (0,0165)	0,114*** (0,0166)	0,114*** (0,0166)
Encorajamento verbal		0,00991 (0,00689)	-0,00128 (0,00957)	-0,00132 (0,00970)	-0,00151 (0,00973)
Assistência instrumental			0,0150 (0,00967)	-0,00264 (0,0113)	-0,00267 (0,0113)
Modelagem para a carreira				0,0300*** (0,00909)	0,0306*** (0,00937)
Apoio emocional					-0,00186 (0,00744)
Observações	20.350	4.905	4.826	4.762	4.762

Erro padrão entre parênteses. *** p < 0,01, ** p < 0,05, * p < 0,1

Fonte: Elaborada pelos autores.

Os resultados do modelo de base (Modelo I), que não controla as variáveis associadas ao apoio dos pais, indicam que o gênero tem um efeito significativamente positivo. Assim, olhando para os efeitos marginais, pode-se dizer que os homens apresentam uma probabilidade de possuir intenções empreendedoras de aproximadamente 6,41 pontos percentuais a mais do que as mulheres. Nos demais modelos, que incluem as variáveis de suporte parental, também houve maior intenção empreendedora para indivíduos do gênero masculino.

A hipótese de discrepância de gênero (H6) se sustenta nessa análise. Esse resultado na amostra brasileira pode ter relação com aspectos culturais do país, uma vez que a participação feminina no empreendedorismo tem crescido no Brasil, mas ainda é moderadamente menor que a masculina (GEM, 2020), visto que, nos países em desenvolvimento, ainda prevalecem estereótipos de gênero incompatíveis com mulheres e mães autônomas, ou seja, espera-se que as mulheres se dediquem a cuidar de suas famílias em vez de seguir carreiras profissionais (Moreno-Gómez et al., 2019).

Ademais, no modelo I, o papel do pai empreendedor e de pai e mãe empreendedores foi estatisticamente significativo e positivo nessa estimação, de modo que a probabilidade de intenção empreendedora aumenta em 3,47 pontos percentuais se o indivíduo possuir pai empreendedor e 3,58 pontos percentuais se os pais forem empreendedores (pai e mãe). Esses resultados suportam a Hipótese 1 (Ter pais empreendedores aumenta a propensão de os indivíduos se tornarem empreendedores).

A influência apenas maternal não foi confirmada no referido modelo, o que corrobora o exposto por Chlosta et al., (2012) e Sahinidis et al. (2019), ao argumentarem que a transmissão social do comportamento empreendedor tem impacto positivo quando o pai ou ambos (pai e mãe) apresentarem ocupações ligadas ao empreendedorismo, logo, as influências sobre a intenção empreendedora dos filhos são distintas para os modelos materno e paterno (Moreno-Gómez et al., 2019).

Com relação às dimensões de apoio dos pais na carreira, identificou-se que a modelagem em relação à carreira tem efeito positivo e estatisticamente significativo a 1% de significância, o que implica dizer que a intenção empreendedora aumenta em cerca de 3 pontos percentuais em função do aumento da percepção do indivíduo acerca dos pais como modelos de empreendedores. Esse resultado suporta a hipótese 2 (Ter um modelo parental [Modelagem Relacionada com a Carreira] aumenta a propensão ao empreendedorismo) e demonstra, para a amostra brasileira, a influência positiva dos modelos inspiracionais parentais, em consonância com as evidências de outros estudos na literatura internacional (Chlosta et al., 2012; Criaco et al., 2017; Hoffmann et al., 2015; Moreno-Gómez et al., 2019).

Em síntese, os resultados sugerem que ter pais empreendedores aumenta a propensão de o indivíduo empreender, indicando a transmissão social da intenção empreendedora entre gerações. Estudos como os de Criaco et al. (2017), Hoffmann et al. (2015), Lindquist et al. (2015) e Moreno-Gómez et al. (2019, 2022) também evidenciaram a influência positiva dos pais, principalmente paternal, sobre a probabilidade de os filhos empreenderem.

A Tabela 3 apresenta as estimativas da Regressão Linear Múltipla ao realizar um comparativo por gênero e ter Intenção Empreendedora como variável dependente. Foram estimados quatro modelos para avaliar o efeito do gênero: o primeiro deles avalia o efeito para homens com pai empreendedor; o segundo, para homens com mãe empreendedora; já o terceiro, trata de mulheres com pai empreendedor e o quarto, mulheres com mãe empreendedora.

Tabela 3
Regressão linear múltipla da transmissão intergeracional do empreendedorismo

Variáveis	Homem com pai empreendedor	Homem com mãe empreendedora	Mulher com pai empreendedor	Mulher com mãe empreendedora
Homem * pai empreendedor	0,0254 (0,0498)			
Homem * mãe empreendedora		0,0634 (0,0702)		
Mulher * pai empreendedor			-0,0269 (0,0498)	
Mulher * mãe empreendedora				-0,0662 (0,0702)
Pai empreendedor	0,0413 (0,0323)	0,0518** (0,0249)	0,0666* (0,0384)	0,0508** (0,0249)
Mãe empreendedora	0,0661* (0,0344)	0,0424 (0,0434)	0,0642* (0,0344)	0,106* (0,0557)
Pai e mãe empreendedores	0,109*** (0,0317)	0,109*** (0,0317)	0,109*** (0,0318)	0,109*** (0,0318)
Gênero masculino	0,163*** (0,0197)	0,162*** (0,0188)		
Gênero feminino			-0,162*** (0,0197)	-0,161*** (0,0189)
Idade	-0,000543 (0,000677)	-0,000539 (0,000677)	-0,000524 (0,000677)	-0,000520 (0,000677)
Idade ²	0,000000209 (0,000000344)	0,000000207 (0,000000343)	0,0000002 (0,000000344)	0,000000197 (0,000000344)
Área de negócios	0,230*** (0,0223)	0,230*** (0,0223)	0,231*** (0,0223)	0,231*** (0,0223)
Área de engenharia	0,223*** (0,0226)	0,223*** (0,0226)	0,224*** (0,0226)	0,223*** (0,0226)
Constant	-0,173*** (0,0226)	-0,173*** (0,0225)	-0,0107 (0,0253)	-0,0111 (0,0251)
Observações	12.893	12.893	12.874	12.874
R-squared	0,024	0,024	0,024	0,024

Erro padrão entre parênteses. *** p < 0,01, ** p < 0,05, * p < 0,1.

Fonte: Elaborada pelos autores.

Para o modelo de Regressão Múltipla estimado, os termos de interação são entre a variável *dummy* para gênero masculino e pai empreendedor (Homem * Pai Empreendedor), gênero masculino e mãe empreendedora (Homem * Mãe Empreendedora), gênero feminino e pai empreendedor (Mulher * Pai Empreendedor) e gênero feminino e mãe empreendedora (Mulher * Mãe Empreendedora), que não foram estatisticamente significativos.

Acerca da Regressão Probit com efeitos marginais médios, como apresentam os resultados da Tabela 4, identificou-se um efeito positivo e estatisticamente significativo, a 5% da interação entre gênero masculino e pai empreendedor (Homem * Pai Empreendedor), com um coeficiente de 0,100, o que implica dizer que o efeito de ter pai empreendedor é cerca de 10 pontos

percentuais maior sobre homens do que sobre mulheres. Como pode ser observado, a influência nas díades mãe-filho e mãe-filha não apresentou efeito estatisticamente significativo.

Tabela 4
Regressão Probit da transmissão intergeracional do empreendedorismo

Variáveis	Homem com pai empreendedor	Homem com mãe empreendedora	Mulher com pai empreendedor	Mulher com mãe empreendedora
Homem * pai empreendedor	0,100** (0,0498)			
Homem * mãe empreendedora		-0,0433 (0,0680)		
Mulher * pai empreendedor			-0,0989** (0,0498)	
Mulher * mãe empreendedora				0,0456 (0,0680)
Pai empreendedor	0,0460 (0,0343)	0,0926*** (0,0253)	0,146*** (0,0367)	0,0936*** (0,0253)
Mãe empreendedora	0,0341 (0,0341)	0,0531 (0,0445)	0,0357 (0,0341)	0,0101 (0,0521)
Pai e mãe empreendedores	0,0951*** (0,0313)	0,0956*** (0,0313)	0,0966*** (0,0313)	0,0971*** (0,0313)
Sexo_M	0,155*** (0,0202)	0,174*** (0,0193)		
Sexo_F			-0,157*** (0,0202)	-0,176*** (0,0193)
Idade	-0,00116* (0,000613)	-0,00115* (0,000613)	-0,00117* (0,000614)	-0,00117* (0,000614)
Idade ²	0,000000663** (0,000000309)	0,00000066** (0,000000309)	0,000000671** (0,000000309)	0,000000667** (0,000000309)
Área de negócios	0,281*** (0,0225)	0,281*** (0,0225)	0,282*** (0,0225)	0,282*** (0,0225)
Área de engenharia	0,275*** (0,0232)	0,275*** (0,0232)	0,275*** (0,0232)	0,275*** (0,0232)
Constant	-0,494*** (0,0226)	-0,503*** (0,0224)	-0,339*** (0,0251)	-0,329*** (0,0249)
Observações	20.350	20.350	20.313	20.313

Erro padrão entre parênteses. *** p < 0,01, ** p < 0,05, * p < 0,1.

Fonte: Elaborada pelos autores.

Conforme já mencionado, os resultados apontam para o fato de que a influência paterna na propensão a empreender é maior para indivíduos do gênero masculino do que para o feminino. Portanto, há evidências de que a semelhança entre o modelo de empreendedor (pai) e o observador (filho) pode influenciar na decisão de empreender. Todavia, o modelo de mãe empreendedora não foi influente para a prole feminina, logo, a hipótese de homofilia de gênero (H7) não se sustenta no caso da influência materna, o que pode ser justificado pelo fato de que, muitas vezes, os(as) filhos(as) se identificam em um nível maior ou menor com o pai ou com a mãe ou mesmo não se identificam (Hopp et al., 2019; Moreno-Gómez et al., 2019, 2022).

Tais resultados diferem, parcialmente, dos obtidos em estudos realizados em outros países, como os de Hoffmann et al. (2015), Lindquist et al. (2015) e Moreno-Gómez et al. (2019), que comprovaram maior probabilidade de indivíduos serem influenciados por genitores do mesmo gênero, tanto na díade pai-filho quanto mãe-filha.

Conforme destacado por Staniewski e Awruk (2021), a influência dos pais na carreira empreendedora dos filhos não é consensual, ou seja, nesse processo de transmissão intergeracional, o desenvolvimento dos traços psicológicos, que servirão como recursos para o envolvimento futuro em atividades empreendedoras, depende do contexto e de diferentes canais de transmissão, como as atitudes dos genitores, a maneira como ocorre a interação parental e a comunicação, bem como a satisfação com a vida familiar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo principal examinar se ter pais empreendedores afeta a propensão a empreender dos filhos, analisando quais os principais canais de transmissão, bem como se a homofilia de gênero exerce papel moderador de tal efeito. Ao fazer isso, as evidências empíricas foram conclusivas sobre as diferenças na atividade empreendedora entre homens e mulheres.

Os resultados confirmaram que a intenção empreendedora pode ser condicionada pelo suporte parental, permitindo reafirmar que possuir pai empreendedor, assim como pais empreendedores (pai e mãe), gera aumento na intenção empreendedora do indivíduo. Todavia, não foi possível comprovar a influência apenas maternal. Ademais, no que tange à homofilia de gênero, comprovou-se que o pai empreendedor exerce maior influência para os filhos do que para as filhas. Essa influência pode ser efetuada por meio de diferentes canais associados ao apoio dos pais. Assim, no presente trabalho, destacam-se como principais mecanismos o encorajamento verbal, a assistência instrumental e a modelagem relacionada com a carreira.

As conclusões iniciais do estudo sugerem que a influência parental na carreira empreendedora dos indivíduos pode variar de acordo com os modelos e as atitudes dos pais, a forma como a comunicação parental é estabelecida e conforme o incentivo financeiro/material. Antes das descobertas deste trabalho, existia uma lacuna na literatura nacional sobre o efeito dessas dimensões em mercados em desenvolvimento como o Brasil. Isso é particularmente crítico quando se considera a importância do empreendedorismo para a mobilidade econômica no contexto brasileiro, visto que se trata de um dos países mais desiguais do mundo.

Os resultados contribuem com a literatura sobre empreendedorismo intergeracional, dando ênfase aos canais de transmissão e à homofilia de gênero, corroborando, portanto, estudos anteriores. Por conseguinte, as conclusões confirmam que políticas voltadas para o empreendedorismo nacional podem ser adaptadas para explorar os benefícios inerentes ao suporte parental. Sucintamente, em outras palavras, entender o papel dos pais e seu impacto na intenção empreendedora dos filhos abre espaço para que os formuladores de políticas possam utilizar essa relação intergeracional positiva para o desenho de estratégias pensadas com foco nos pais, explorando esse fator para estimular o empreendedorismo nascente, dado que investir nas competências empreendedoras dos pais pode representar um meio de incentivar a escolha da carreira empreendedora por parte dos(as) filhos(as). Destarte, tais informações podem beneficiar formuladores de políticas no planejamento e na estruturação de programas voltados para orientação específica da carreira empreendedora, tanto no âmbito individual quanto familiar, ressaltando a influência dos fatores relacionados com o apoio dos pais, bem como do efeito moderador do gênero.

No geral, vale destacar o diálogo entre os resultados de intenção empreendedora identificados e a ação empreendedora real, com ênfase nas concepções dos dados utilizadas neste estudo. Nesse sentido, como os dados são secundários e o questionário explorou a pretensão de estudantes universitários escolherem o empreendedorismo como carreira após a formação, destaca-se que a análise se limita à discussão sobre a influência do suporte parental na intenção de empreender, porém, os resultados não permitem inferir que essa propensão levou ao comportamento empreendedor desses indivíduos, isto é, que eles se envolveram efetivamente com a atividade empreendedora, seja abrindo um negócio, seja dando continuidade ao empreendimento dos pais. Por conseguinte, novas pesquisas poderiam ampliar tal investigação. Todavia, tentar um estudo longitudinal com esse mesmo grupo de respondentes da pesquisa GUESSS Brasil, para verificar se a intenção se efetivou, seria uma abordagem difícil de operacionalizar em virtude da dificuldade de contato, visto que não há identificação dos respondentes no questionário.

Como principal limitação deste estudo, destaca-se que não foram incluídos aspectos culturais que caracterizam os pais (idade, escolaridade e religião, entre outros) no modelo analisado, o que poderia contribuir para a ampliação das discussões. Dessa forma, em termos de pesquisas futuras, sugere-se que outras investigações poderiam explorar estas e outras variáveis explicativas, de modo que os efeitos estimados poderiam diferir em comparação com a amostra deste trabalho e com abordagens realizadas em outros países.

AGRADECIMENTOS

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

REFERÊNCIAS

- Abbasiachavari, A., & Moritz, A. (2021). The impact of role models on entrepreneurial intentions and behavior: a review of the literature. *Management Review Quarterly*, 71, 1-40. Recuperado de <https://doi.org/10.1007/s11301-019-00179-0>
- Angrist, J. D., & Pischke, J-S. (2008). *Mostly harmless econometrics: an empiricist's companion*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Castellanza, L. (2020). Discipline, abjection, and poverty alleviation through entrepreneurship: a constitutive perspective. *Journal of Business Venturing*, 37(1), 106032. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106032>
- Chlosta, S., Patzelt, H., Klein, S. B., & Dormann, C. (2012). Parental role models and the decision to become self-employed: the moderating effect of personality. *Small Business Economics*, 38(1), 121-138. Recuperado de <https://doi.org/10.1007/s11187-010-9270-y>
- Criaco, G., Sieger, P., Wennberg, K., Chirico, F., & Minola, T. (2017). Parents' performance in entrepreneurship as a "double-edged sword" for the intergenerational transmission of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 49(4), 841-864. Recuperado de <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9854-x>
- Feldmann, M., Lukes, M., & Uhlaner, L. (2020). Disentangling succession and entrepreneurship gender gaps: gender norms, culture, and family. *Small Business Economics*, 58, 997-1013. Recuperado de <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00430-z>
- Giménez-Nadal, J. I., Molina, J. A., & Velilla, J. (2021). Intergenerational correlation of self-employment in Western Europe. *Economic Modelling*, 108, 105741. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2021.105741>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2020). *GEM 2019/2020 Global Report*. Recuperado de <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>
- Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey. (2020). *Estudo GUESSS Brasil*. Recuperado de <https://guesssbrasil.org/sobre-o-guesss-2/>
- Goodreau, S. M., Kitts, J. A., & Morris, M. (2009). Birds of a feather, or friend of a friend? Using exponential random graph models to investigate adolescent social networks. *Demography*, 46(1), 103-125. Recuperado de <https://doi.org/10.1353/dem.0.0045>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. São Paulo, SP: Bookman Editora.
- Henry, C., Foss, L., & Ahl, H. (2016). Gender and entrepreneurship research: a review of methodological approaches. *International Small Business Journal*, 34(3), 217-241. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/0266242614549779>
- Hoffmann, A., Junge, M., & Malchow-Møller, N. (2015). Running in the family: parental role models in entrepreneurship. *Small Business Economics*, 44(1), 79-104. Recuperado de <https://doi.org/10.1007/s11187-014-9586-0>
- Hopp, C., Minarikova, D., & Speil, A. (2019). A chip off the old block? How parent-child interactions affect the intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing Insights*, 11, e00130. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2019.e00130>
- Jácome, M. & Jácome, O. (2020). *Intenciones emprendedoras: una mirada al comportamiento de los estudiantes universitarios de Ecuador* (Reporte Nacional GUESSS 2018-2019). Cuenca, Ecuador: Universidad Católica de Cuenca.
- Kimmit, J., Muñoz, P., & Newbery, R. (2020). Poverty and the varieties of entrepreneurship in the pursuit of prosperity. *Journal of Business Venturing*, 35(4), 105939. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.05.003>
- Laspiata, S., Breugst, N., Heblich, S., & Patzelt, H. (2012). Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27(4), 414-435. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.11.006>
- Lindquist, M. J., Sol, J., & Van Praag, M. (2015). Why do entrepreneurial parents have entrepreneurial children? *Journal of Labor Economics*, 33(2), 269-296. Recuperado de <https://doi.org/10.1086/678493>
- Markussen, S., & Røed, K. (2017). The gender gap in entrepreneurship – the role of peer effects. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 134, 356-373. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2016.12.013>
- McPherson, M., Smith-Lovin, L., & Cook J. M. (2001). Birds of a feather: homophily in social networks. *Annual Review of Sociology*, 27, 415-444. Recuperado de <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.415>
- Mehta, C. M., & Strough, J. (2009). Sex segregation in friendships and normative contexts across the life span. *Developmental Review*, 29(3), 201-220. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.dr.2009.06.001>
- Mishkin, E. (2021). Gender and sibling dynamics in the intergenerational transmission of entrepreneurship. *Management Science*, 67(10), 5969-6627. Recuperado de <https://doi.org/10.1287/mnsc.2020.3790>
- Moreno-Gómez, J., Gómez-Araujo, E., & Castillo-De Andreis, R. (2019). Parental role models and entrepreneurial intentions in Colombia. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(3), 413-429. Recuperado de <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2019-0048>
- Moreno-Gómez, J., Gómez-Araujo, E., Ferrer-Ortiz, D., & Pena-Ruiz, R. (2022). Gender perspective of parental role model influence on nascent entrepreneurs: evidence from Colombia. *European Research on Management and Business Economics*, 28(1), 100156. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2021.100156>
- Nicolaou, N., & Shane, S. (2009). Can genetic factors influence the likelihood of engaging in entrepreneurial activity? *Journal of Business Venturing*, 24(1), 1-22. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2007.11.003>
- Nicolaou, N., & Shane, S. (2010). Entrepreneurship and occupational choice: genetic and environmental influences. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(1), 3-14. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2010.02.009>
- Nofal, A. M., Nicolaou, N., Symeonidou, N., & Shane, S. (2018). Biology and management: a review, critique, and research agenda. *Journal of Management*, 44(1), 7-31. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/0149206317720723>
- Nowiński, W., & Haddoud, M. Y. (2019). The role of inspiring role models in enhancing entrepreneurial intention. *Journal of Business*

Research, 96, 183-193. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.005>

Romaní, G., Martins, I., Varela, R. & Pombo, C. (2021). New trends on entrepreneurship research in Latin America and Caribbean countries: evidence from GEM and GUESS projects – an analytical editorial. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 34(3), 329-342. Recuperado de <https://doi.org/10.1108/ARLA-09-2021-364>

Romaní, G., Soria-Barreto, K., Honores-Marín, G., Ruiz Escorcía, R., & Rueda, J. (2022) Not like my parents! The intention to become a successor of Latin American students with entrepreneur parents. *Sustainability*, 14(3), 1193. Recuperado de <https://doi.org/10.3390/su14031193>

Sahinidis, A, Stavroulakis, D., Kossieri, E., & Varelas, S. (2019). Entrepreneurial intention determinants among female students. The influence of role models, parents' occupation and perceived behavioral control on forming the desire to become a business owner. In A. Kavoura, E. Kefallonitis, & P. Theodoridis (Eds.), *Strategic Innovative Marketing and Tourism* (pp. 173-178). Cham, UK: Springer.

Soleimanof, S., Morris, M. H., & Jang, Y. (2021). Following the footsteps that inspire: parental passion, family communication, and children's entrepreneurial attitudes. *Journal of Business Research*, 128, 450-461. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.018>

Staniewski, M. W., & Awruk, K. (2021). Parental attitudes and entrepreneurial success. *Journal of Business Research*, 123, 538-546. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.039>

Turner, S. L., Alliman-Brissett, A., Lapan, R. T., Udipi, S., & Ergun, D. (2003). The career-related parent support scale. *Measurement and*

Evaluation in Counseling and Development, 36, 83-94. Recuperado de <https://doi.org/10.1037/t41110-000>

Urbano, D., & Alvarez, C. (2014). Institutional dimensions and entrepreneurial activity: an international study. *Small Business Economics*, 42(4), 703-716. Recuperado de <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9523-7>

Vladasel, T. L. (2019). Birth order, family size, and sibling sex composition effects in entrepreneurship. *Academy of Management Proceedings*, 2019(1), 11723. Recuperado de <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2019.11723abstract>

Welsh, D. H., & Kaciak, E. (2019). Family enrichment and women entrepreneurial success: the mediating effect of family interference. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(4), 1045-1075. Recuperado de <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00587-4>

Wooldridge, Jeffrey, M. (2019). *Introdução à econometria: uma abordagem moderna* (6a ed.). São Paulo, SP: Cengage Learning.

Wyrwich, M. (2015). Entrepreneurship and the intergenerational transmission of values. *Small Business Economics*, 45(1), 191-213. Recuperado de <https://doi.org/10.1007/s11187-015-9649-x>

Yang, T., & Del-Carmen-Triana, M. (2019). Set up to fail: explaining when women-led businesses are more likely to fail. *Journal of Management*, 45(3), 926-954. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/0149206316685856>

Zelekha, Y. (2021). What stands behind the gender gap in entrepreneurship? Untangling the intergenerational parental role. *Plos One*, 16(12), e0261108. Recuperado de <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0261108>

Ana Maria Jerônimo Soares

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5250-3529>

Doutoranda em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGA/UFRN). E-mail: amaria.soa@gmail.com

Felipe Luiz Neves Bezerra de Melo

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5579-3763>

Doutor em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), tendo feito Doutorado Sandwich no Massachusetts Institute of Technology (MIT); Professor efetivo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN). E-mail: felipe.neves@ifrn.edu.br

Luciano Menezes Bezerra Sampaio

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1632-3149>

Doutor em economia pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); Professor titular da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), onde atua como docente permanente nos Programas de Pós-graduação em Administração (PPGA/UFRN) e de Economia (PPECO/UFRN). E-mail: luciano.sampaio@ufrn.br

CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES

Ana Maria Jerônimo Soares: Conceituação (Igual); Curadoria de dados (Suporte); Análise formal (Igual); Investigação (Igual); Metodologia (Igual); Administração de projeto (Igual); Recursos (Igual); Software (Igual); Supervisão (Suporte); Validação (Igual); Visualização (Igual); Escrita- rascunho original (Liderança); Escrita- revisão e edição (Liderança).

Felipe Luiz Neves Bezerra de Melo: Conceituação (Igual); Curadoria de dados (Liderança); Análise formal (Igual); Investigação (Igual); Metodologia (Igual); Administração de projeto (Igual); Recursos (Igual); Software (Igual); Supervisão (Liderança); Validação (Igual); Visualização (Igual); Escrita- rascunho original (Suporte); Escrita- revisão e edição (Suporte).

Luciano Menezes Bezerra Sampaio: Análise formal (Suporte); Metodologia (Igual); Supervisão (Liderança); Validação (Suporte); Visualização (Suporte); Escrita- rascunho original (Suporte); Escrita- revisão e edição (Suporte).