



Contemporânea

Contemporary Journal

3(9): 13624-13654, 2023

ISSN: 2447-0961

Artigo

DETERMINANTES DA INTENÇÃO EMPREENDEDORA ENTRE UNIVERSITÁRIOS: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO COM ACADÊMICOS DO CURSO DE BICT DE UMA UNIVERSIDADE FEDERAL

DETERMINANTS OF ENTREPRENEURIAL INTENTION AMONG UNIVERSITY STUDENTS: AN EXPLORATORY STUDY WITH ACADEMICS FROM THE BICT COURSE AT A FEDERAL UNIVERSITY

DOI: 10.56083/RCV3N9-012

Recebimento do original: 04/08/2023

Aceitação para publicação: 05/09/2023

Hiago Miranda Martins

Bacharelado em Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia

Instituição: Universidade Federal do Maranhão (UFMA)

Endereço: Avenida MA 140, KM 04, Estrada do Gerais de Balsas, Balsas – MA

E-mail: hiago.miranda@discente.ufma.br

Rebeca Pereira de Carvalho

Bacharelada em Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia

Instituição: Universidade Federal do Maranhão (UFMA)

Endereço: Avenida MA 140, KM 04, Estrada do Gerais de Balsas, Balsas – MA

E-mail: rebeca.carvalho@discente.ufma.br

Gisélia Brito dos Santos

Doutora em Letras e Linguística

Instituição: Universidade Federal do Maranhão (UFMA)

Endereço: Avenida MA 140, KM 04, Estrada do Gerais de Balsas, Balsas – MA

E-mail: giselia.santos@ufma.br

Jorge Cleber Pereira da Silva

Mestre em Gestão Pública

Instituição: Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA)

Endereço: Rodovia Ernesto Acyoli, KM 03, Estrada Forte, Nova Colina, Altamira – PA

E-mail: jorge.cleber@ifpa.edu.br



RESUMO: Sabe-se que o empreendedorismo é fundamental para o crescimento e desenvolvimento de países e regiões e, deste modo, torna-se relevante investigar os determinantes da intenção empreendedora entre as pessoas e, em especial, entre os jovens universitários. Deste modo, o presente trabalho analisou os determinantes da intenção empreendedora entre universitários do BICT de uma universidade federal. Trata-se de uma pesquisa quantitativa, descritiva transversal, do tipo *survey*. Para a coleta de dados foi realizada a aplicação de questionário de forma *online* por meio do *Software Google Forms* aplicado a 56 respondentes, acadêmicos do BICT de uma universidade federal. Para a análise dos dados foram utilizadas técnicas de análise multivariadas (média, desvio padrão, variância, correlação de *Pearson* e teste de confiabilidade). Os resultados mostram que os *constructos* Capacidade Empreendedora e Atitude Empreendedora apresentaram alta correlação entre suas variáveis e boa confiabilidade para medir a Intenção Empreendedora entre universitários. Por sua vez, o constructo Normas Sociais teve baixa confiabilidade e nenhuma correlação entre suas variáveis. Conclui-se a que apesar de 2 dos construtos apresentarem boa confiabilidade para medir aquilo que se propôs, os acadêmicos do BICT apresentaram baixa intenção empreendedora. Além disso, mesmo não tendo intenção de empreender, eles dizem possuir capacidade e atitude empreendedoras. Destaca-se a partir dessas evidências a importância da universidade na disseminação da educação empreendedora entre os acadêmicos.

PALAVRAS-CHAVE: Intenção Empreendedora, Capacidade Empreendedora, Atitude Empreendedora, Educação Empreendedora.

ABSTRACT: It is known that entrepreneurship is fundamental for the growth and development of countries and regions and, therefore, it becomes relevant to investigate the determinants of entrepreneurial intention among people and, in particular, among university students. Thus, the present work analyzed the determinants of entrepreneurial intention among BICT students from a federal university. This is a quantitative, descriptive cross-sectional *survey*-type research. For data collection, an *online* questionnaire was applied through the *Google Forms Software* applied to 56 respondents, BICT students from a federal university. For data analysis, multivariate analysis techniques were used (mean, standard deviation, variance, Pearson's correlation and reliability test). The results show that the Entrepreneurial Capacity and Entrepreneurial Attitude *constructs* showed a high correlation between their variables and good reliability to measure Entrepreneurial Intention among university students. In turn, the Social Norms construct had low reliability and no correlation between its variables. It is concluded that although 2 of the constructs have good reliability to measure what was proposed, the BICT students had low entrepreneurial intention. In addition,



even though they have no intention of becoming entrepreneurs, they say they have entrepreneurial skills and attitudes. From this evidence, the importance of the university in the dissemination of entrepreneurial education among academics stands out.

KEYWORDS: Entrepreneurial Intention, Entrepreneurial Ability, Entrepreneurial Attitude, Entrepreneurial Education.



Artigo está licenciado sob forma de uma licença
Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.

1. Introdução

Empreender pode ser uma alternativa ocupacional para os universitários, especialmente num cenário com o grande desemprego e dificuldades de inserção profissional. O processo empreendedor envolve todas as funções, atividades e ações associadas à percepção de oportunidades e à criação das organizações para alcançar essas oportunidades (Bygrave; Hofer, 1991).

O papel do empreendedorismo é de suma importância para o crescimento e desenvolvimento de um país, pois possui uma força que ajuda a impulsionar as economias a se reerguer. É fundamental para preencher lacunas que são deixadas por mercados incompletos, além disso, aumenta as possibilidades, empreendedores criam negócios como resposta às necessidades não satisfeitas, favorecem a eficiência tecnológica ao transformar ideias em novos produtos e serviços, causam um impacto significativo na geração de emprego e renda, proporcionando mudanças socioeconômicas, além de ser um fator que reduz as desigualdades e diminui a pobreza nos países (Janssen, 2020).

Para identificar o que promove ou inibe a atividade empreendedora, é importante entender como os empreendedores constroem oportunidades



confiáveis e o papel das percepções nesse procedimento (Krueger, 2000). A intencionalidade da ação (ação de empreender) é fundamentada na psicologia cognitiva, que tenta prever e explicar o comportamento humano (Silveira; Bizarrias; Carmo, 2017; Garcez, 2019).

Nos países menos desenvolvidos, o empreendedorismo não apenas representa forma de estimular o desenvolvimento econômico, mas maneira de enfrentar os desafios sociais e econômicos de uma região (Santos *et al.*, 2017; Renzi; Henz; Rippel, 2019; Galvão, 2019). Corrêa, Silveira e Souza (2019) apontam que tal movimento gera transformação nas bases sociais e econômicas, mudanças estruturais e, sobretudo, uma estratégia construída de forma conjunta entre os diversos atores da região.

Nas ciências exatas, observam-se esforços no sentido de realizar o empreendedorismo entre estudantes de engenharia por meio de projetos multidisciplinares, inovadores e trabalhos em equipe, mas é preciso maximizar essas ações por meio de políticas educacionais mais constituídos, uma vez que não são tão difundidas quanto àquelas das ciências sociais aplicadas (Pereira, Hayashi e Ferrari, 2016).

Nesse sentido, La Rovere *et al.* (2021) ressaltam que, os empreendimentos que são iniciados por motivos de necessidade tendem a ter um alto grau de mortalidade quando comparado com os de oportunidade. É por esse motivo que as políticas de apoio ao empreendedorismo são tão importantes, especialmente no âmbito de ensino formal, visto que, um dos grandes problemas do empreendedorismo está diretamente ligado à falta de conhecimento prévio sobre administração e gestão de negócios.

É fundamental que haja a capacitação empreendedora para estimular as atividades inovadoras e o desenvolvimento do país. Além disso, quando se fala em empreender, não significa apenas abertura de empresas que ajudam no desenvolvimento econômico. É necessário enxergar o empreendedorismo de uma forma mais ampla, se preocupando também com o desenvolvimento de competências empreendedoras e de oportunidades,



para predominar negócios planejados e estruturados, que se mantenham no mercado (Dornelas, 2016). Contudo, ao considerar a importância do empreendedorismo, Mota *et al.* (2017) dizem que se faz importante entender que circunstâncias permeiam um ambiente propício ao empreendedorismo e quão dispostas a correr riscos estão as pessoas.

Pode-se determinar o empreendedorismo como o processo de criação de algo diferente, pela dedicação e esforço de alguém que assume riscos financeiros, psicológicos e sociais, e que busca as recompensas resultantes na forma de satisfação pessoal e monetária (Hisrich; Peters, 1986). Entretanto, para a formulação de alternativas educacionais para o empreendedorismo exitosas no Brasil é preciso entender as particularidades relativas ao público-alvo dessas ações.

No caso de estudantes universitários, devem-se considerar as especificidades existentes entre os diferentes cursos, por exemplo. A experiência do aluno e a área do conhecimento do curso tendem a impactar nas escolhas profissionais, devendo ser consideradas na formulação de estratégias de educação e orientação profissional (Araújo, Sousa, Muniz, Gomes, & Antonialli, 2008). Seguindo este ponto de vista, Schaefer e Minello (2016) e Pires, Picchiali e Ayres (2021) indicam que os professores são os principais responsáveis por incentivar os discentes a pensarem e agirem com uma mentalidade empreendedora, sendo fundamental apresentarem as características adequadas, tal como experiência profissional, práticas empreendedoras e perfil realizador e visionário. Diante do que foi apresentado, tem-se o seguinte problema: Quais os determinantes da intenção empreendedora entre universitários do BICT de uma universidade federal?

O presente artigo teve como objetivo geral: Analisar os determinantes da intenção empreendedora entre universitários do BICT de uma universidade federal. E, como objetivos específicos: 1) Traçar o perfil dos acadêmicos do BICT de uma Universidade Federal; 2) Identificar os



determinantes da intenção empreendedora entre acadêmicos do BICT; e 3) Avaliar os determinantes da intenção empreendedora entre acadêmicos do BICT.

Cabe destacar, inclusive, que o estudo mais recente de Schlaegel e Koeing (2014), por meio de uma meta-análise desta literatura, analisou e comparou estes dois estudos teóricos, e sua aplicabilidade na área do empreendedorismo. Por sua vez, Lortie e Castogiovanni (2015), de maneira específica, revisaram a literatura científica que considera a TCP como base de estudos, deixando claro que esta teoria vem sendo citada ao longo do tempo. Afirmam, inclusive, que os estudos de Azjen (1988, 1991, 2001 e 2002) recebem citações constantes, e podem ser considerados estes estudos como seminais. Liñán e Fayolle (2015), por sua vez, reafirmaram que o estudo teórico de Ajzen (1991) se mantém como a teoria mais citada em artigos científicos da área de empreendedorismo, para prever o comportamento humano, no que tange ao empreendedorismo.

No sentido de atingir os objetivos propostos, este artigo apresenta-se distribuída em cinco capítulos, incluindo esta introdução. O segundo capítulo apresenta a fundamentação teórica, que trata de temas como universidade empreendedora e intenção empreendedora. No terceiro capítulo é apresentada a metodologia da pesquisa, onde é delineado o estudo, definida a amostra, o processo de coleta de dados, tabulação e à forma como os dados foram analisados. No quarto capítulo é apresenta a análise dos dados dando ênfase à caracterização dos respondentes, análise de média, variância, desvio padrão, correlação e confiabilidade dos constructos da pesquisa. As conclusões, limitações e sugestões são apresentadas no quinto e último capítulo da pesquisa.



2. Referencial Teórico

2.1 Universidade Empreendedora

A função das primeiras Universidades na época da idade média priorizava a conservação e transmissão do conhecimento, através de métodos de ensino tradicionais, isto é, a preparação de graduandos para o mercado de trabalho. A primeira revolução acadêmica, ocorrida no final do século 19, tornou a pesquisa como um compromisso da universidade. Os professores/pesquisadores tiveram que buscar financiamento externo à universidade para suas pesquisas (Etzkowitz, 2003).

Dessa forma as representações empreendedoras, permite que o indivíduo experimente um pensamento projetivo, ou seja, ele imagina, projeta, desenvolve, realiza e visualiza como a ação pode ou não ser realizada, essa característica imaginativa se refere a capacidade do empreendedor de iniciar e transformar essas representações mentais de algo que ainda não existe. Por esse motivo que a visão é um componente estruturante da ação empreendedora, tanto na visão individual como na visão compartilhada (Schaefer e Minello, 2017).

Etzkowitz (2003) define a Universidade Empreendedora como tendo a capacidade de gerar uma direção estratégica a seguir, formulando objetivos acadêmicos claros e transformando o conhecimento gerado na Universidade em um valor econômico e social. Acredita que a Universidade é um ambiente bastante favorável à inovação, pela dedicação ao conhecimento e pesquisa, onde os estudantes universitários são uma fonte de potencial empreendedores.

Clark (2003) define a Universidade Empreendedora como sendo uma instituição ativa que faz mudanças na sua estrutura e no modo de reagir às demandas internas e externas. Clark acredita que Universidade



Empreendedora ressalta a necessidade de ações e de uma nova perspectiva para que haja mudanças na postura das instituições.

Segundo Clark (2006, p. 28-41), a Universidade empreendedora baseia-se especialmente em cinco dimensões:

- I. Um corpo docente de elevada qualificação, com espírito empreendedor e cômico da necessidade da reforma da universidade como pré-requisito à superação dos desafios do novo paradigma.
- II. Uma administração central capaz de determinar o caminho e persegui-lo mediante uma política de metas e resultados, fundamentada em diálogo franco e na valorização de ideias e sugestões.
- III. Uma cultura empreendedora permeando toda a universidade.
- IV. Unidades de suporte à mudança e à articulação da universidade com a sociedade, tais como institutos de pesquisa e desenvolvimento, agência de promoção da inovação e de transferência de tecnológica, incubadoras de empresas e parques científicos e tecnológicos.
- V. Uma base diversificada de suporte financeiro, incluindo fontes como contrapartidas a projetos cooperativos de P&D em áreas avançadas e royalties de produtos e empresas desenvolvidos com a participação da universidade.

A formulação inicial da noção da universidade empreendedora realizada por Clark teve continuidade na literatura do ensino superior nos trabalhos realizados por uma série de autores que têm participado na concepção deste modelo de universidade (Audretsch; Belitski, 2021; Bezanilla, 2020; Guerreo; Urbano, 2019; Ortiz *et al.*, 2017). Henry Etzkowitz, que tem exercido um papel proeminente na difusão em escala global do conceito de universidade empreendedora, através de seus trabalhos publicados por editoras de circulação internacional.

O incentivo à formação empreendedora no ensino superior é um fator muito importante, pois a educação é um instrumento capaz de desenvolver caminhos para gerar novos negócios.

Assim, diversos autores (Etzkowitz, 2003; Clark, 2006; Audretsch; Belitski, 2021; Bezanilla, 2020) contam com termo empreendedorismo com frequência ao decorrer dos anos, principalmente no espaço acadêmico, onde afirmam que a visão de uma Universidade Empreendedora é uma



consequência das ações da sociedade e também da busca por sustentabilidade.

2.2 Intenção Empreendedora em Universitários

Ao explorar os antecedentes da Intenção Empreendedora entre estudantes universitários, Loiola, Gondim, Pereira *et al.* (2016) encontraram evidências do papel mediador da atitude nas relações entre motivos de poder, aprendizagem empreendedora e percepção de risco sobre a Intenção Empreendedora. Os resultados da percepção de contexto apontam que embora haja evidências de que variáveis contextuais explicam mais a intenção de escolha que variáveis individuais (Vale *et al.*, 2014; Wu; Wu, 2008), a família parece não ter exercido influência para os universitários do estudo, contrariando alguns achados da literatura (Almeida; Teixeira, 2014).

A aprendizagem empreendedora apresentou maior correlação com intenção empreendedora do que contato com disciplinas específicas de empreendedorismo. O mesmo pode ser dito em relação à percepção de um clima favorável e estimulante na universidade em prol do empreendedorismo. Aprendizagem empreendedora se refere à percepção de que disciplinas cursadas contribuíram para o aperfeiçoamento de habilidades de gestão, para identificar oportunidades e criar redes de relação. Esse resultado fortalece evidência da importância das redes de colegas e da identificação de oportunidades na intenção empreendedora (Abebe, 2012; Brandstätter, 2011; Correia-Santos *et al.*, 2010; Kacperczyk, 2013; Kristiansen; Indarti, 2004).

Avaliar como altamente arriscado começar o próprio negócio e também administrá-lo implica perceber maiores riscos, o que parece impactar negativamente na intenção empreendedora. Evidência indireta de que a improvisação e o lidar com a incerteza constituem traços fundamentais do futuro empreendedor (Frese; Gielnik, 2014). Embora a percepção de controle



interno dos eventos seja importante, conforme vários estudos na literatura assim apontam, a aceitação do risco se torna uma condição igualmente relevante (Pennings; Wansink, 2004; Thomas; Mueller, 2000), incluindo a abertura à experiência (Brandstätter, 2011).

Há duas condições que levam o indivíduo a empreender: por oportunidade e por necessidade. Segundo Aquino (2020), ambas acontecem por influências das variáveis individuais, interpessoais e socioeconômicas, pois o indivíduo é influenciado a empreender por suas características pessoais e pela forma que se relaciona com os negócios, podendo desenvolver ideias, criando novos produtos e serviços, através das fontes de oportunidades.

Segundo o GEM (2019), a capacidade de geração de ocupação e renda é uma das principais razões que tornam o empreendedorismo um forte fator do desenvolvimento econômico e social. Mas, um ponto importante é que quando o empreendedorismo é motivado por uma oportunidade traz efeitos significativos gerando mais riqueza e empregos; já o empreendedorismo por necessidade causa menos efeitos, mas em contrapartida atua como fator importante para redução das desigualdades (Da Costa Ramos *et al.*, 2020).

Ainda é preciso criar mais alguns mecanismos e estratégias para conectar todas essas ações isoladas com o objetivo de fazer o jovem universitário empreender. Em 2016, o Sebrae e a Endeavor realizaram a quarta edição da pesquisa Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras, que contou com a participação de 2.230 alunos e 680 professores pertencentes a mais de 70 instituições de ensino superior de todas as regiões do país. O estudo teve como objetivo direcionar as estratégias das universidades e das lideranças que trabalham com o tema no Brasil. A pesquisa abordou grandes desafios que medeiam o desenvolvimento do empreendedorismo nesse público universitário.

Ponderando o aspecto do que o aluno ambiciona seus desejos e suas necessidades, nota-se que um a cada quatro alunos tem ou quer ter um



negócio. A pesquisa revelou, portanto, que, entre os alunos de ensino superior no Brasil, 5,7% já empreendem, 21% pensam em empreender no futuro e 73,3% não têm a intenção de começar seu empreendimento.

Sendo assim, é importante conhecer os principais desafios dos jovens que pretendem empreender no Brasil, de maneira que seja possível criar estratégias e ações conjuntas e liderar esse processo no país, tornando o Brasil um país mais empreendedor. É primordial o envolvimento de outras entidades com o objetivo de tornar esses desafios cada vez mais comuns para os jovens e potenciais empreendedores, fazendo com que o empreendedorismo consiga melhorar a economia, gerar novas oportunidades e postos de trabalho, para que tenhamos principalmente uma melhor divisão de renda entre a população.

3. Metodologia

Empregou-se a abordagem quantitativa com o objetivo de analisar os determinantes da intenção empreendedora entre universitários. Dessa forma, buscou-se para esse estudo uma perspectiva descritiva do tipo levantamento ou *survey* (Kerlinger, 1980; Malhotra, 2012).

O formulário de pesquisa apresentou as categorias de fatores relacionados aos determinantes da intenção empreendedora na forma de constructos. Ele envolveu 21 itens, subdivididos pelos constructos: intenção empreendedora, normas sociais, capacidade empreendedora percebida e atitude empreendedora. Os constructos foram medidos através de Escala *Likert* de cinco pontos, variando entre: 1) discordo inteiramente, 2) discordo, 3) nem discordo nem concordo, 4) concordo e 5) concordo plenamente.

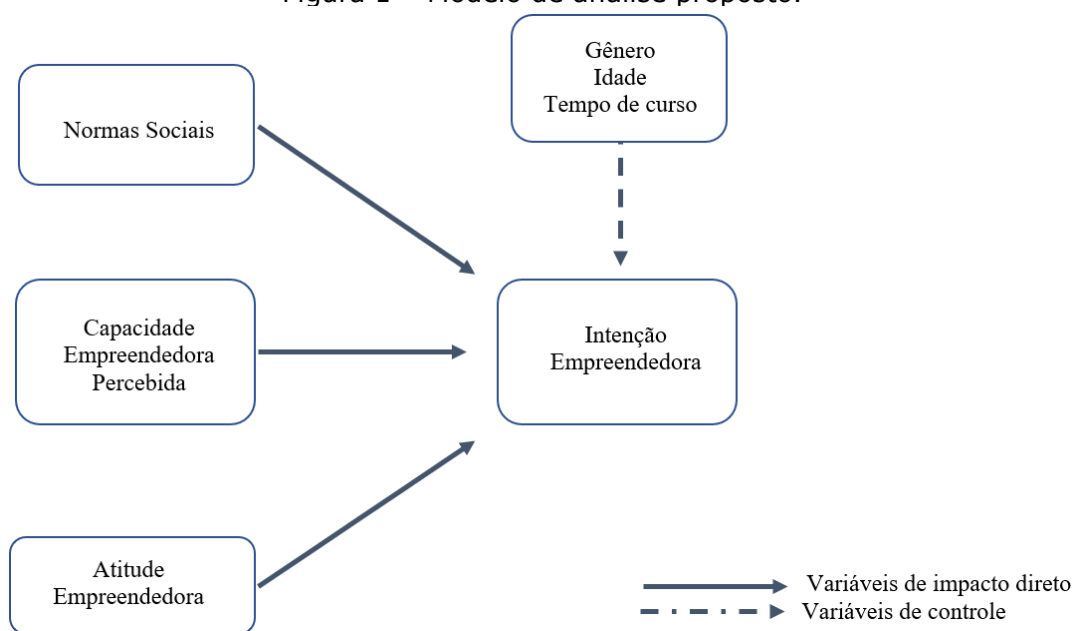
O instrumento de coletas de dados foi aplicado com o auxílio do Google Forms a estudantes, de ambos os sexos, matriculados no Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia de uma universidade federal. Deste modo, aplicou-se o formulário a uma amostra de 56 universitários, sendo a



mesma classificada como amostra do tipo não probabilística por conveniência em que os entrevistados foram escolhidos por estarem no lugar certo, no momento certo (Malhotra, 2012).

O formulário de coleta para esse estudo foi elaborado, levando em consideração as informações obtidas na revisão bibliográfica e nas escalas identificadas em estudos anteriores, como Souza (2015) e Schaefer (2017). Nesse sentido, considerou-se o agrupamento de assuntos homogêneos, primeiramente, sobre intenção empreendedora, a seguir sobre normas sociais, capacidade empreendedora percebida e atitude empreendedora e, por fim, questões sobre variáveis socioeconômicas e culturais, conforme modelo da figura 1 disposto abaixo.

Figura 1 – Modelo de análise proposto.



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Souza (2015).

A análise dos dados foi realizada com auxílio do *software* SPSS 17.0 (*Statistical Package for Social Sciences*). Realizou-se análises descritivas de média, desvio-padrão, coeficiente de variação dos indicadores propostos para os constructos do estudo visando identificar o formato das distribuições e os padrões de respostas.



Neste estudo também importante realizar a análise da matriz de correlação dos indicadores de cada constructo, com objetivo de averiguar se havia ou não colinearidade entre os indicadores. Nesse sentido, considerou-se como sendo uma colinearidade completa coeficientes de correlação iguais a 1 (um), e a inexistência de colinearidade mediante coeficientes de correlação iguais a 0 (Hair *et al.*, 2009).

Por fim, mediu-se a confiabilidade das escalas a partir do cálculo do Alpha de Cronbach, por meio de testes de consistência interna que representa uma medida de intercorrelação existente em um conjunto de itens (Hair *et al.*, 2009).

4. Análise dos Resultados

4.1 Perfil dos Respondentes

Inicia-se esta seção com a apresentação das características sociodemográficas dos entrevistados que compuseram a amostra com 56 casos válidos. O perfil dos respondentes do estudo foi traçado a partir das respostas às questões relativas ao sexo, ao estado civil, à idade dos respondentes e ao semestre a que eles estavam matriculados no Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia.

A seguir apresenta-se a tabela 1, que demonstra o gênero dos respondentes do estudo.

Tabela 1 – Sexo dos respondentes.

Gênero	Frequência	%
Masculino	25	44,6
Feminino	31	55,4
Total	56	100

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).



Observou-se uma maior predominância dos entrevistados do sexo feminino, representando 55,4% da amostra. Tal informação corrobora com os dados do Censo da Educação Superior de 2021. Segundo INEP/MEC (2021), 58,41% das matrículas no ensino superior brasileiro são de pessoas do sexo masculino contra 41,59% do sexo masculino.

Entretanto, cabe destacar que o fato de as mulheres se apresentarem como maioria no número de matrículas no ensino superior brasileiro é evento um pouco recente tendo em vista que em 1956 elas representavam apenas 26% dos matriculados e em 1971 não chegavam a 40% (Barroso; Melo, 1975). A mudança nesse quadro só veio a ocorrer no início dos anos 2000 quando as mulheres com idade entre 20 e 29 anos atingiram 60% do total de concluintes do ensino superior.

No que diz respeito à faixa etária dos respondentes, houve uma maior predominância de indivíduos com idade entre os 18 e 23 anos, representando 66,1% dos entrevistados. Acredita-se que o perfil dos respondentes do estudo é jovem já que 92,9% dos entrevistados têm entre 18 e 35 anos de idade, conforme tabela 2 disposta abaixo.

Tabela 2 – Idade dos respondentes.

Idade	Frequência	%
De 18 a 23 anos	37	66,1
De 24 a 29 anos	14	25
De 30 a 35 anos	01	1,8
Acima de 35 anos	04	7,1
Total	56	100

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

Por fim, a tabela 3 representa, dentre os pesquisados, o número de matrículas por semestre.

Tabela 3 – Semestre dos respondentes.

Semestre	Frequência	%
1º semestre	00	0



2º semestre	03	5,4
3º semestre	16	28,6
4º semestre	04	7,1
5º semestre	09	16,1
6º semestre	24	42,9
Total	56	100

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

A partir da tabela 3 pode-se observar o semestre com maior número de respondentes foi o 6º, com um total de 24 respostas, representando 42,9% da amostra; já o semestre com menos respostas foi o 1º semestre com 0 respostas (0,0%).

4.2 Análise dos *Constructos*

Nesta seção buscou-se apresentar os resultados das análises dos constructos do estudo. Deste modo, com o objetivo de simplificar a análise, priorizou-se pela apresentação inicialmente de dados descritivos referentes à medida de posição central (média), medida de dispersão (variância e desvio padrão) e posteriormente à correlação de Pearson, com o intuito de identificar os fatores representativos.

Rodrigues, Lima e Barbosa (2017) apontam que a média é uma medida importante porque incorpora o valor de cada participante da pesquisa. Seu cálculo é obtido através desses passos: 1º) conta-se o número total de casos; 2º) soma-se todos os valores e divide-se pelo número total de casos. Os autores informam ainda que essa fórmula da média é ao mesmo tempo uma vantagem e um problema tendo em vista que os resultados podem ser afetados por valores muito altos ou muito baixos, fatos que podem levar a distorções nas informações que se deseja transmitir.

A variância, para McHugh (2003), é uma medida de dispersão que define o quão distante esses valores estão da média encontrada. Quanto menor a variância, mais próximos são os valores. O desvio padrão, por sua



vez, é uma das medidas estatísticas mais comumente usadas para demonstrar a variabilidade dos dados. Trata-se de uma medida que estima o grau em que o valor de determinada variável se desvia da média (Gaddis; Gaddis, 1990) Matematicamente a raiz quadrada da variância é o desvio padrão.

No que tange à correlação, Jupp (2006) a define como a relação linear entre as variáveis. O coeficiente de correlação é uma medida de associação linear entre variáveis quantitativas. Acrescenta-se ainda que:

O coeficiente de correlação de Pearson varia entre -1 e 1. O sinal indica a direção da correlação (negativa ou positiva) enquanto que o valor indica a magnitude. Quanto mais perto de 1 mais forte é o nível de associação linear entre as variáveis. Quanto mais perto de zero, menor é o nível de associação. Em particular, uma correlação de valor zero significa que as variáveis são ortogonais entre si (ausência de correlação). Uma correlação positiva indica que quando x aumenta, y também aumenta, ou seja, valores altos de x estão associados a valores altos de y. Por exemplo, peso e altura estão positivamente correlacionadas. Pessoas com altura acima da média, tendem a ter peso também acima da média. Uma correlação negativa indica que quando x aumenta, y diminui, ou seja, valores altos de x estão associados a valores baixos de y (Figueiredo Filho, p. 69).

Nesse sentido, apresenta-se na tabela 4 abaixo parâmetros adotados para classificar a correlação entre as variáveis deste estudo.

Tabela 4 – Categorização para os valores do coeficiente de correlação de Pearson.

Coeficiente de Correlação	Classificação
$0 < r \leq 0,1 $	Nula
$ 0,1 < r \leq 0,3 $	Fraca
$ 0,3 < r \leq 0,6 $	Moderada
$ 0,6 < r \leq 0,9 $	Forte
$ 0,9 < r < 1 $	Muito Forte
$r = 1$	Perfeita

Fonte: Callegari-Jacques (2009).



4.2.1 Intenção empreendedora

Neste estudo, o constructo Intenção Empreendedora diz respeito ao conjunto de decisões conscientes e planejadas que impulsionam as ações necessárias para a criação de um empreendimento (Thompson, 2009). Cabe destacar que essa intenção empreendedora é formada a partir das características do empreendedor, suas necessidades, valores, hábitos e crenças (Bird, 1988).

Nesse sentido, apresenta-se na tabela 5 os valores de média, desvio padrão e variância para esse constructo.

Tabela 5 – Estatística descritiva do *constructo* Intenção Empreendedora (IE).

	Média	Desvio Padrão	Variância
IE01	3,268	0,8840	0,781
IE02	3,554	0,8294	0,688
IE03	3,661	0,8152	0,665
IE04	3,857	0,7490	0,561
IE05	3,304	1,0076	1,015
IE06	3,875	0,6892	0,475

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

Observa-se a partir da tabela 5 que os resultados obtidos de média estão os valores 3 e 4, o que significa que os respondentes nem concordam nem discordam das afirmações apresentadas acerca da intenção empreendedora. O valor do desvio padrão e a variância para IE05 foram maiores que 1, significando que os dados estão variando bastante da média.

Nas demais variáveis do constructo, observou-se uma aproximação de 1, o que significa também uma maior variação e dispersão em relação à média, fato que pode ser justificado pela presença de muitas respostas do tipo '*Discordo Inteira*mente', '*Discordo*' e '*Nem discordo nem concordo*'.

A presença destas respostas que levam a os dados à uma maior dispersão e variância em relação à media, permitem concluir que os acadêmicos pesquisados apresentam baixa intenção empreendedora. Tal



achado contraria a literatura majoritária, a qual informa que o público jovem possui maior disposição ao empreendedorismo (Souitaris; Zerbinati; Al-Laham, 2007).

É preciso levar em consideração também que a intenção empreendedora é afetada pela educação empreendedora (Abbasianchavari; Moritz, 2020). Deste modo, é importante salientar a importância da educação voltada ao empreendedorismo, uma vez que tal formação permite que jovens desenvolvam ideias e recursos necessários aos empreendimentos, aprimorando, deste modo, suas intenções empreendedoras (Nowak, 2016; Popescu *et al.*, 2016).

Os valores de correlação de Pearson, para o constructo intenção empreendedora, podem ser observados na tabela 6 a seguir:

Tabela 6 – Correlação entre os indicadores do *constructo* Intenção Empreendedora (IE).

	IE01	IE02	IE03	IE04	IE05	IE06
IE01	1,000					
IE02	,464	1,000				
IE03	,431	,713	1,000			
IE04	,279	,686	,693	1,000		
IE05	,234	,622	,460	,564	1,000	
IE06	,265	,505	,583	,704	,527	1,000

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

A partir da tabela 6, pode ser observado que os valores de correlação existente entre as variáveis apresentam, de forma geral, valores de correlações moderadas e fortes, com algumas exceções. Com os resultados obtidos, pode-se concluir que houve forte correlação entre as variáveis do constructo intenção empreendedora, com maioria dos resultados apresentando valores entre $|0,4| < r \leq |0,7|$ (Callegari-Jacques, 2009).

A principal implicação dessa forte correlação é o impacto que as variáveis exercem sobre a confiabilidade da escala. Para tanto, realizou-se o teste alfa de Cronbach cujos valores aceitos na literatura são que a



confiabilidade deve apresentar níveis acima de 0,6 (Nunnally; Bernstein, 1994). Neste constructo em particular, obteve-se alfa de 0,855.

4.2.2 Normas sociais

As normas sociais medem a pressão que a sociedade exerce sobre os sujeitos para que eles realizem ou não comportamentos empreendedores e remete para a percepção de que os grupos de referência (familiares, amigos outros grupos sociais) irão aprovar ou não a decisão do sujeito tornar-se empreendedor (Liñán; Chen, 2006).

Para este constructo, a tabela 7 apresenta os valores de média, desvio padrão e variância.

Tabela 7 – Estatística descritiva do *constructo* NS (NS).

	Média	Desvio Padrão	Variância
NS01	4,643	0,5197	0,270
NS02	1,661	0,6948	0,483
NS03	2,464	0,8731	0,762

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

Observa-se a partir da tabela 7 que os resultados obtidos de média estão, em sua maioria, abaixo de 3, o que significa que casos os acadêmicos resolvessem empreender pouca seria a pressão dos grupos sociais. Neste constructo, a variável NS01 apresentou média acima de 4, o que representa que há uma pressão dos grupos sociais sobre o estabelecimento de metas para o futuro desses acadêmicos. Observou-se também uma baixa variação dos valores em relação à média.

No que se refere à correlação de Pearson, a tabela 8 a seguir traz os valores para este constructo.



Tabela 8 – Correlação entre os indicadores do *constructo* Normas Sociais (NS).

	NS01	NS02	NS03
NS01	1,000		
NS02	-,392	1,000	
NS03	-,189	,264	1,000

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

Observa-se que os valores de correlação da tabela 8 são abaixo de 0, podendo-se inferir que não existe correlação entre as variáveis desse constructo. Tal fato afetou na confiabilidade da escala, a qual obteve alfa de Cronbach -0,145. Por ter um número pequeno de variáveis, esta escala não consegue medir o efeito das pressões sociais sobre a intenção e mentalidade empreendedora.

4.2.3 Capacidade empreendedora percebida

A capacidade empreendedora percebida diz respeito à autoavaliação que o sujeito faz sobre suas competências para execução de tarefas empreendedoras como ter iniciativa, inovar, organizar e reorganizar recursos sociais e econômicos, conviver com a incerteza, aceitar o risco ou o fracasso e perseverar (Minello, 2014; Schaefer; Minello, 2016).

Nesse sentido, apresenta-se na tabela 9 os valores de média, desvio padrão e variância para esse constructo.

Tabela 9 – Estatística descritiva do *constructo* Capacidade Empreendedora Percebida (CEP).

	Média	Desvio Padrão	Variância
CEP01	3,857	0,6723	0,452
CEP02	3,804	0,6986	0,488
CEP03	4,018	0,5875	0,345
CEP04	4,036	0,6866	0,471
CEP05	3,964	0,6314	0,399
CEP06	3,875	0,7151	0,511
CEP07	4,214	0,6527	0,426

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).



Na tabela acima, observa-se que os valores da média estão próximos de 4 ou acima. Infere-se a partir daí que os acadêmicos acreditam ter alta competência para o exercício de atividades empreendedoras. Os valores de desvio padrão e de variância reforçam essa ideia pois eles estão abaixo de 1, reforçando que não há muita variabilidade em relação à média, ou seja, àquilo que os acadêmicos acreditam.

No que se refere à correlação de Pearson, a tabela 10 a seguir traz os valores para este constructo.

Tabela 10 – Correlação entre os indicadores do *constructo* Capacidade Empreendedora Percebida (CEP).

	CEP01	CEP02	CEP03	CEP04	CEP05	CEP06	CEP07
CEP01	1,000						
CEP02	,636	1,000					
CEP03	,513	,629	1,000				
CEP04	,484	,470	,539	1,000			
CEP05	,545	,561	,590	,548	1,000		
CEP06	,340	,423	,525	,380	,393	1,000	
CEP07	,361	,453	,559	,510	,548	,448	1,000

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

A partir da tabela 10, pode ser observado que os valores de correlação existente entre as variáveis apresentam, de forma geral, valores de correlações moderadas e fortes. Com os resultados obtidos, pode-se concluir que houve forte correlação entre as variáveis do constructo capacidade empreendedora percebida, com maioria dos resultados apresentando valores entre $|0,4| < r \leq |0,6|$ (Callegari-Jacques, 2009).

Essa forte correlação e baixa variação dos dados elevam a confiabilidade desta escala. Para este constructo obteve-se alfa de Cronbach de 0,871, podendo-se concluir que o conjunto de variáveis do constructo são ideais para investigar aquilo que se pretendia.



4.2.4 Atitude empreendedora

Segundo Souza *et al.* (2013), a atitude empreendedora refere-se à predisposição aprendida, ou não, para agir de forma empreendedora guiada, sempre, por características comportamentais. Para este constructo, a tabela 11 apresenta os valores de média, desvio padrão e variância.

Tabela 11 – Estatística descritiva do *constructo* Atitude Empreendedora (AE).

	Média	Desvio Padrão	Variância
AE01	3,482	0,7860	0,618
AE02	3,661	0,7205	0,519
AE03	4,018	0,7259	0,527
AE04	3,750	0,8367	0,700
AE05	3,375	0,9451	0,893

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

Observa-se, a partir da tabela 11, que os valores da média estão entre 3 e 4. Infere-se com isso que os acadêmicos apresentam atitude empreendedora moderada. Os valores de desvio padrão e de variância reforçam essa ideia pois eles estão abaixo de 1, reforçando que não há muita variabilidade em relação à média.

No que se refere à correlação de Pearson, a tabela 12 a seguir traz os valores para este constructo.

Tabela 12 – Correlação entre os indicadores do *constructo* Atitude Empreendedora (AE).

	AE01	AE02	AE03	AE04	AE05
AE01	1,000				
AE02	,455	1,000			
AE03	,208	,359	1,000		
AE04	,325	,713	,486	1,000	
AE05	,413	,617	,308	,604	1,000

Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

A partir da tabela 12, pode ser observado que os valores de correlação existente entre as variáveis apresentam, de forma geral, valores de



correlações moderadas e fortes, com algumas exceções. Com os resultados obtidos, pode-se concluir que houve forte correlação entre as variáveis do constructo atitude empreendedora, com maioria dos resultados apresentando valores entre $|0,3| < r \leq |0,7|$ (Callegari-Jacques, 2009).

Essa forte correlação impactou na confiabilidade da escala. Constatou-se isso a partir do valor alfa de Cronbach da escala, o qual foi de 0,803, permitindo concluir que a escala conseguiu medir a atitude empreendedora dos acadêmicos do BICT.

5. Considerações Finais

A partir análise descritiva dos dados observou-se uma maior predominância dos entrevistados do gênero feminino, representando 55,4% da amostra. Houve uma maior predominância de indivíduos com idade entre os 18 e 23 anos, representando 66,1% dos entrevistados. A maioria dos respondentes está no sexto período do curso (42,9%).

Esta pesquisa alcançou seu objetivo geral o qual era analisar os determinantes da intenção empreendedora entre universitários do BICT de uma universidade federal. Tais determinantes foram identificados a partir da literatura qualificada para o tema. Destaca-se ainda que dos antecedentes do modelo (Normas Sociais, Capacidade Empreendedora Percebida e Intenção Empreendedora), apenas o constructo Normas Sociais obteve confiabilidade baixa. Os demais podem ser tidos como preditores da Intenção Empreendedora pois tiveram alfa de Cronbach acima de 0,8.

Observou-se também que para todos os constructos do modelo, os valores de correlações entre as variáveis foram, em sua maioria, moderadas e fortes e o alfa de Cronbach esteve de 0,8, exceto para o constructo Normas Sociais que não apresentou correlação entre as variáveis e o alfa de Cronbach foi negativo.



Inferir-se, a partir da análise dos dados, que os acadêmicos do BICT possuem intenção empreendedora baixa, fato que pode estar relacionado ao modelo de educação a que eles estão submetidos. Entretanto, mesmo com baixa intenção empreendedora, o estudo mostrou que eles julgam-se ser capazes de empreender e de desenvolver atitudes empreendedoras.

A principal contribuição teórica desta pesquisa foi a utilização de métodos quantitativos para analisar o tema estudado, utilizando-se de análise descritiva de dados (média, variância, desvio padrão) além de analisar correlações e confiabilidade dos constructos da pesquisa. No que diz respeito às limitações do estudo, destaca-se que a amostra foi pequena e impactou na significância dos dados. Outra limitação da pesquisa foi a dificuldade de acesso aos acadêmicos.

A partir deste estudo, surgem oportunidades para pesquisas futuras. A saber: (a) utilizar esta pesquisa com a utilização de uma amostragem probabilística com intuito de obtenção de uma extrapolação dos dados para a população; (b) Integrar ao modelo testado a análise de novos constructos, como por exemplo, normas subjetivas e mentalidade empreendedora. (c) utilização deste modelo de pesquisa com outros perfis de respondentes.



Referências

ABBASIANCHAVARI, A.; MORITZ, A. (2021). The impact of role models on entrepreneurial intentions and behavior: a review of the literature. **Management Review Quarterly**, v. 71, p. 1-40, 2021.

ABEBE, M. A. Social and institutional predictors of entrepreneurial career intention: Evidence from hispanic adults in the U.S. **Journal of Enterprising Culture**, v. 20, n. 1, p. 1-23, 2012.

AJZEN, I. **Attitudes, personality, and behavior**. Milton Keynes: Open University Press, 1988.

_____. Nature and operation of attitudes. **Annual Review of Psychology**, v. 52, p. 27-58, 2001.

_____. Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. **Journal of Applied Social Psychology**, v. 32, n. 4, p. 665-683, 2002.

_____. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 50, n. 2, p. 179-211, 1991.

ALMEIDA, F. S.; TEIXEIRA, R. M. Influência da família e das redes sociais na criação de negócios por jovens empreendedores. **Pretexto**, v. 15, n. 2, p. 110-128, 2014.

AQUINO, Thomaz Martins de. **Influência das aceleradoras no processo empreendedor: um estudo multicaseos**. 2020. Tese de Doutorado.

ARAÚJO, U. P. et al. Expectativas e estratégias de ação em relação à inserção profissional. **Revista Brasileira de Orientação Profissional**, v. 9, n. 2, p. 81-96, 2008.

AUDRETSCH, D.; BELITSKI, M. Three-ring entrepreneurial university: in search of a new business model. **Studies in Higher Education**, v. 46, n. 5, p. 977-987, 2021.

BARROSO, C.; MELLO, G. **O acesso da mulher ao ensino superior brasileiro**. Comunicação. XXVII SBPC. Belo Horizonte, 1975.

BEZANILLA, M. J. et al. Developing the entrepreneurial university: factors of influence, **Sustainability**, v. 12, n. 3, p. 2-19, 2020.



BIRD, B. Implementing entrepreneurial ideas: the case for intentions. **Academy of Management Review**, v. 13, n. 3, p. 442-454, 1988.

BRANDSTÄTTER, H. Personality aspects of entrepreneurship: A look at five metaanalyses. **Personality and Individual Differences**, v. 51, n. 3, p. 222-230, 2011.

BRYMAN, A. **Quality and quantity in social research**. London: Unwin Hyman, 1990.

BYGRAVE, W. D.; HOFER, C. W. Theorizing about entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 16, n. 2, 13-22, 1991.

CALLEGARI-JACQUES, S. M. **Bioestatística: princípios e aplicações**. Tradução. [s.l.] Artmed Editora, 2009.

CASERO, J. C. D. et al. The Influence of University Context on Entrepreneurial Intentions. In **Entrepreneurial Universities** (pp. 65-81). Springer: United States. 2017. doi: 10.1007/978-3-319-47949-1_5.

CLARK, B. Em busca da universidade empreendedora. In: AUDY, J. L. N.; MOROSINI, M. C. **Inovação e empreendedorismo na universidade**. Porto Alegre: Edipucrs, p. 28-41, 2006.

CORRÊA, J. C. S.; SILVEIRA, R. L. L.; BROCHIER, R. B. Sobre o conceito de desenvolvimento regional: Notas para debate [Edição especial]. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 15, n. 7, p. 3-15, 2019.

CORREIA-SANTOS, S.; CAETANO, A.; CURRAL, L. Atitude dos estudantes universitários face ao empreendedorismo: Como identificar o potencial empreendedor? **Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão**, v. 9, n. 4, p. 2-14, 2010.

DOS REIS, T. L.; DOS SANTOS, R. H. Empreendedorismo jovem: motivações, dificuldades e particularidades. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 6, n. 2, p. 3665, 2021.

ETZKOWITZ, H. Research groups as 'quasi-firms': the invention of the entrepreneurial university. **Research Policy**, n. 32, 2003.

ETZKOWITZ, H; ZHOU, C. Triple Helix twins: innovation and sustainability. **Science and Public Policy**, v. 33, n. 1, p. 77-83, 2006.



FERNANDES, N. P. et al. Quem é o empreendedor? A busca por uma definição do conceito através da produção científica brasileira. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação**, v. 7, n. 3, p. 27-62, 2020.

FIGUEIREDO FILHO, D. B. et al. Desvendando os Mistérios do Coeficiente de Correlação de Pearson: O retorno. **Leviathan - Cadernos de Pesquisa Política**, n. 8, p. 66-95, 2014.

FRESE, M.; GIELNIK, M. M. The psychology of entrepreneurship. **Annual Review Organizational Psychology Organizational Behavior**, v. 1, p. 413-1.438, 2014. doi: 10.1146/annurev-orgpsych-031413-091326.

GADDIS, G. M.; GADDIS, M. L. Introduction to biostatistics. Part 2: descriptive statistics. **Ann Emer Med**, v. 19, p. 309-315, 1990.

GALVÃO, A. R. **A importância da formação em empreendedorismo no desenvolvimento regional**: O programa de empreendedorismo na região do sabor. (Tese de Doutorado, Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal), 2019.

GARCEZ, A. P. B. (2019). **Efeitos dos fatores cognitivos e psicológicos em ambiente de praxe académica na intenção empreendedora**: Um estudo aplicado à FCSH da UBI (versão final após defesa). (Dissertação de Mestrado, Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal).

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR.

Empreendedorismo no Brasil 2018/Coordenação de Simaria Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores – Curitiba: IBQP, 2019.

GUERRERO, M.; URBANO, D. Effectiveness of technology transfer policies and legislation in fostering entrepreneurial innovations across continents: an overview. **The Journal of Technology Transfer**, v. 44, n. 5, p. 1347-1366, 2019.

HAIR, J. et al. **Análise Multivariada de Dados 6. ed.** [Tradução Adonai Schlup Sant Ánnae Alselmo Chaves Neto]. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HISRIC, R. D.; PETERS, M. P. Establishing a new business venture unit within a firm. **Journal of Business Venturing**, v. 1, p. 307-322, 1986.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. **Sinopse estatística da Educação Superior 2021**. Brasília: Inep, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/acesso-a->



informacao/dados-abertos/sinopses-estatisticas/educacao-superior-graduacao. Acesso em: 13/05/2023.

JANSSEN, Nina. **A importância do empreendedorismo para o crescimento econômico e suas barreiras no Brasil**. 2020. Trabalho de conclusão de curso graduação em ciências econômicas. Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, p. 74. 2020.

JUPP, V. **The Sage Dictionary of Social Research Methods**. London: Sage, 2006.

KACPERCZYK, A. J. Social influence and entrepreneurship: The effect of university peers on entrepreneurial entry. **Organization Science**, v. 24, n. 3, p. 664-683, 2013.

KRISTIANSEN, S.; INDARTI, N. Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. **Journal of Enterprising Culture**, v. 12, n. 1, p. 55-78, 2004.

KRUEGER, J. N.; REILLY, M.; CARSRUD, A. Competing models of entrepreneurial intentions. **Journal of Business Venturing**, v. 15, n. 5-6, p. 411-432, 2000.

KRUEGER, N. The cognitive infrastructure of opportunity emergence. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 24, n. 3, p. 5-23, 2000.

LA ROVERE, R. L. et al. Políticas evolucionárias de apoio ao empreendedorismo. **Revista de Empreendedorismo e Inovação Sustentáveis**, v. 6, n. 1, p. 100121, 2021.

LIÑÁN, F.; CHEN, Y. **Testing the entrepreneurial intention model on a two-country sample**. 2006.

LIÑÁN, F.; FAYOLLE, A. A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses and research agenda. **International Entrepreneurship Management Journal**. New York: Springer Science, Business Media, 2015.

LORTIE, J.; CASTOGIOVANNI, G. The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions. **International Entrepreneurship and Management Journal**, published online: Mar. 2015.



MALHOTRA, N. **Pesquisa de Marketing**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MARSDEN, P. V.; WRIGHT, J. D. **Handbook of Survey Research**. 2. ed. Bingley, UK: Emerald Press, 2010.

MCHUGH, M. L. Descriptive statistics. Part II: most commonly used descriptive statistics. **J Spec Pediatr Nurs**, v. 8, p. 111-116, 2003.

MINELLO, I. F. **Resiliência e Insucesso Empresarial**: o comportamento do empreendedor diante do fracasso nos negócios. Curitiba: Appris, 2014.

MORIANO, J. et al. Understanding entrepreneurial intention. **Journal of Career Development**, p. 1-32, 2011.

NOWAK, H. The Role of the Polish Higher Education System in the Development of Entrepreneurship. **Entrepreneurial Business and Economics Review**, v. 4, n. 1, p. 43-59, 2016.

NUNNALLY, J. C.; BERNSTEIN, I. H. The Assessment of Reliability. **Psychometric Theory**, v. 3, p. 248-292, 1994.

PENNINGS, J. M. E.; WANSINK, B. Channel contract behavior: The role of risk attitudes, risk perceptions, and channel members' market structures. **Journal of Business**, v. 77, n. 4, p. 697-723, 2004.

POPESCU, C. C. et al. An analysis of the determinants of entrepreneurial intentions among students: a Romanian case study. **Sustainability**, v. 8, n. 8, p. 771, 2016.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RODRIGUES, C. F. S.; LIMA, F. J. C.; BARBOSA, F. T. Importance of using basic statistics adequately in clinical research. **Brazilian Journal of Anesthesiology** (English Edition), v. 67, n. 6, p. 619-625, 2017.

RUDA, W.; MARTIN, R. A.; DANKO, B. Target Group-Specific Design of Student Entrepreneurship Support: a German example focusing on start-up motives and barriers. **Acta Polytechnica Hungarica**, v. 6, n. 3, p. 5-22, 2009.

SANTOS, E. I.; SÁ BARRETO, R. C.; GUZMAN, S. J. M. Modelo estrutural para os fatores determinantes da oferta de empreendedores criativos: Ilhéus e



Itabuna. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 1, p. 160-195, 2017.

SCHAEFER, R.; MINELLO, I. F. Educação Empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. **Pensamento Contemporâneo em Administração**. v. 10, n. 3, p. 60-81, 2016.

SCHAEFER, R.; MINELLO, I. F. A Formação de Novos Empreendedores: natureza da aprendizagem e educação empreendedora. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 11, n. 3, p. 2, 2017.

SCHLAEGEL, C.; KOENIG, M. Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models. **Entrepreneurship Theory and Practice**. v. 38, n. 2, p. 291-332, 2014.

SHAPERO, A. The entrepreneurial event. In. C. A. Kent (Ed.) **The environment for entrepreneurship**. Lexington, Mass: Lexington Books, 1984.

SILVEIRA, A.; BIZARRIAS, F. S.; CARMO, H. M. O. Entrepreneurial intention of participants of the startup weekend: Longitudinal analysis. **International Journal of Advances in Management and Economics**, v. 6, p. 90-102, 2017.

SOUTARIS, V.; ZERBINATI, S.; AL-LAHAM, A. Do entrepreneurship programs raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. **Journal of Business Venturing**, v. 22, n. 1, p. 566-591, 2007.

SOUZA, E. C. L. et al. Atitude empreendedora: Validação de um instrumento de medida com base no modelo de resposta gradual da Teoria de Resposta ao Item. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 14, n. 5, 230-251, 2013.

THOMAS, A. S.; MUELLER, S. L. A case for comparative entrepreneurship: Assessing the relevance of culture. **Journal of International Business Studies**, v. 31, p. 287-301, 2000.

THOMPSON, E. R. Individual Entrepreneurial intent: construct clarification and development of an internationally reliable metric. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 33, n. 3, p. 669-694, 2009.



THOMPSON, E. R. Individual entrepreneurial intent: construct clarification and development of an internationally reliable metric. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 33, n. 3, p. 669-694, 2009.

WU, S.; WU, L. The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 15, n. 4, 752- 774, 2008.