

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO

FECAP

CENTRO UNIVERSITÁRIO ÁLVARES PENTEADO

PROGRAMA DE MESTRADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

ANTONIO VICENTE TAVARES DE SOUZA JUNIOR

**A INFLUÊNCIA DE FATORES CONTEXTUAIS E
INDIVIDUAIS NAS INTENÇÕES EMPREENDEDORAS DE
ESTUDANTES DE CURSOS DA ÁREA DE NEGÓCIOS**

São Paulo

2022

ANTONIO VICENTE TAVARES DE SOUZA JUNIOR

**A INFLUÊNCIA DE FATORES CONTEXTUAIS E INDIVIDUAIS NAS
INTENÇÕES EMPREENDEDORAS DE ESTUDANTES DE CURSOS DA
ÁREA DE NEGÓCIOS**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Ciências Contábeis do Centro Universitário Álvares Penteado, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

Orientadora: Profa. Dra. Vilma Geni Slomski

São Paulo

2022

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO - FECAP
CENTRO UNIVERSITÁRIO ÁLVARES PENTEADO

Prof. Dr. Edison Simoni da Silva
Reitor de Pós-Graduação

Prof. Dr. Ronaldo Fróes de Carvalho
Pró-Reitor de Graduação

Prof. Dr. Alexandre Sanches Garcia
Pró-Reitor de Pós-Graduação

FICHA CATALOGRÁFICA

S729i	<p>Souza Junior, Antonio Vicente Tavares de</p> <p>A influência de fatores contextuais e individuais nas intenções empreendedoras de estudantes de cursos da área de negócios / Antonio Vicente Tavares de Souza Junior. - - São Paulo, 2022.</p> <p>68 f.</p> <p>Orientador: Profª. Dra. Vilma Geni Slomski</p> <p>Dissertação (mestrado) – Fundação de Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP – Centro Universitário Álvares Penteado – Programa de Mestrado em Ciências Contábeis.</p> <p>1. Empreendedorismo. 2. Estudantes universitários. 3. Avaliação de comportamento – Estudantes.</p> <p>CDD: 338.04</p>
-------	--

ANTONIO VICENTE TAVARES DE SOUZA JUNIOR

**A INFLUÊNCIA DE FATORES CONTEXTUAIS E INDIVIDUAIS NAS INTENÇÕES
EMPREENDEDORAS DE ESTUDANTES DE CURSOS DA ÁREA DE NEGÓCIOS**

Dissertação apresentada ao Centro Universitário Álvares Penteado, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

COMISSÃO JULGADORA:

Prof. Dr. Carlos Eduardo Facin Lavarda
Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC

Prof. Dr. Edson Ricardo Barbeiro
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP

Profa. Dra. Vilma Geni Slomski
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP
Professora Orientadora – Presidente da Banca Examinadora

São Paulo, 22 de dezembro de 2022.

Ao meu amigo espiritual João Marinheiro
que me ensinou que “paciência é uma virtude
que todos devemos aprender” e me mostrou
toda espiritualidade que me guia nessa
fantástica jornada denominada vida.

Agradecimentos

Agradeço aos Orixás, Exus e a todos os servos de Jesus que pacientemente sempre me direcionaram para o bem, amor e gratidão de viver. O espiritual me faz entender que sou aquilo que desejo ser, que nada é tão distante que não se possa alcançar e, acima de tudo, entender que a vida é semelhante a um trem cujas pessoas que amo desembarcaram em diversas estações antes mesmo que eu pudesse imaginar, ao passo que viver o hoje é fundamental para saborear o denominado “presente”.

Agradeço à minha orientadora, Profa. Dra. Vilma Geni Slomski, que pacientemente se dedicou em mostrar um profundo respeito com a Ciência; as orientações foram de grande valia não apenas para a pesquisa, mas para a vida. Sem sombra de dúvidas, este trabalho é nosso, obrigado por literalmente me tirar da zona de conforto.

Aos membros da banca, Prof. Dr. Edson Ricardo Barbeiro e Prof. Dr. Carlos Eduardo Facin Lavarda, extremamente qualificados e atentos a qualquer oportunidade de melhoria, as contribuições e conversas trouxeram para o trabalho uma qualidade que não conseguiria alcançar sem vocês, muito obrigado por tudo.

Ao amor da minha vida, Juliana Santos do Nascimento de Almeida, por segurar na minha mão, dando-me coragem para encarar um mestrado, você é uma companheira extraordinária, eu não teria chegado até aqui sem sua ajuda, amo você incomensuravelmente.

A minha avó, Izabel do Carmo Dias, pela grande oportunidade de ser mais do que um neto, por todos os anos que passamos juntos e pelos ensinamentos na intenção de que eu pudesse ser um homem íntegro, honesto e valoroso.

Agradeço aos meus pais, Neusa Amaral Dias Albino e Sérgio Ricardo Albino Silva, por nunca terem desistido de mim, obrigado, sou grato por tudo e acreditem, o melhor ainda está por vir.

As minhas irmãs, Patricia Amaral Sales e Gabriela Dias Albino, vocês são grandes amigas, companheiras e sobretudo parceiras para todas as horas, há em mim uma memória afetiva de uma infância boa, harmoniosa complementada como uma vida adulta de grande amizade, amor e muito carinho.

Agradeço ao meu cunhado, Claudio Sales, seu coração é de ouro, obrigado por todos os incentivos nos almoços de domingo.

A intenção empreendedora é o primeiro passo do processo de criação de novos empreendimentos.

(Liñan & Chen, 2009, p. 595).

Resumo

Souza, A. V. T. de, Jr. (2022). *A influência de fatores contextuais e individuais nas intenções empreendedoras de estudantes de cursos da área de negócios*. (Dissertação de Mestrado). Centro Universitário Álvares Penteado, Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado - FECAP, São Paulo, SP, Brasil.

Esta pesquisa teve como objetivo analisar a influência de fatores contextuais e individuais nas intenções empreendedoras de estudantes de cursos da área de negócios. Para tanto realizou-se uma pesquisa descritiva de abordagem quantitativa. Os dados foram coletados por meio de questionário, aplicado *in loco* junto a 229 ingressantes do 1º ano de cursos da área de negócios (Ciências Contábeis, Administração e Economia). Os dados foram analisados por meio da análise descritiva, modelo de mensuração e Modelo de Equação Estrutural (MEE). Foi possível constatar que, no contexto estudado, fatores contextuais como a Educação (EDU) têm relação positiva com fatores individuais como as Atitudes Pessoais (AP) com 5,5%, seguidos do Ambiente de Negócios (AN) que explica as Normas Subjetivas (NS) com 3,4%. Já as Intenções Empreendedoras (IE) são explicadas com 68,0% (R^2) pelos fatores pessoais (atitudes pessoais, normas subjetivas e controle comportamental). Nestes termos, pode-se inferir que: (i) a educação é um antecedente positivo das atitudes pessoais; (ii) o ambiente de negócio é um antecedente positivo das normas subjetivas; (iii) já as políticas públicas não têm relação positiva com o controle comportamental percebido dos estudantes. Identificou-se também que as atitudes pessoais, o controle comportamental percebido, exceto as normas subjetivas, são elementos fundamentais para que os discentes desenvolvam a intenção de empreender. Concluiu-se assim que, aspectos socioculturais são mediadores de fatores psicológicos e exercem efeitos positivos e significativos nas intenções de carreira empreendedora de estudantes do ensino superior, com implicações para a política pública e universitária que deve promover o desenvolvimento de competências para uma cultura de empreendedorismo.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Intenção empreendedora. Teoria do Comportamento Planejado (TCP). Fatores contextuais e individuais. Cursos da área de negócios.

Abstract

Souza, A. V. T. de, Jr. (2022). *The influence of contextual and individual factors on the entrepreneurial intentions of students of business courses*. (Masters dissertation). Centro Universitário Álvares Penteado, Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado - FECAP, São Paulo, SP, Brazil.

This research aimed to analyze the influence of contextual and individual factors on the entrepreneurial intentions of students of business courses. For that, descriptive research with a quantitative approach was carried out. Data were collected through a questionnaire applied *in loco* to 229 freshmen of the 1st year of courses in the business area (Accounting Sciences, Administration and Economics). Data were analyzed using descriptive analysis, measurement model and Structural Equation Model (SEM). It was possible to verify that, in the context studied, contextual factors such as Education (EDU) have a positive relationship with individual factors such as Personal Attitudes (PA) with 5.5%, followed by the Business Environment (AN) which explains the Subjective Norms (NS) with 3.4%. On the other hand, Entrepreneurial Intentions (EI) are explained with 68.0% (R^2) by personal factors (personal attitudes, subjective norms and behavioral control). Accordingly, it can be inferred that: (i) education is a positive antecedent of personal attitudes; (ii) the business environment is a positive antecedent of subjective norms; (iii) on the other hand, public policies do not have positive relationship with the perceived behavioral control of students. It was also identified that personal attitudes, perceived behavioral control, except for subjective norms, are fundamental elements for the investigated students to develop entrepreneurial intentions. Thus, it is concluded that sociocultural aspects are mediators of psychological factors and exert positive and significant effects on the entrepreneurial career intentions of higher education students, with implications for public and university policy that should promote the development of competences for a culture of entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneurial intention. Theory of Planned Behavior (TCP). Contextual and individual factors. Business courses.

Lista de Figuras

Figura 1. Construtos representativos da Teoria do Comportamento Planejado (TCP)	20
Figura 2. Modelo conceitual segundo Kobylińska (2022, p. 97).	35
Figura 3. Resultados do modelo relacional da pesquisa.	51

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Construtos e assertivas do instrumento de pesquisa.....	42
Tabela 2 - Relação entre objetivos, instrumento de pesquisa e referencial teórico da pesquisa	43
Tabela 3 - Síntese dos pressupostos do modelo de mensuração e estruturação	45
Tabela 4 - Perfil dos respondentes.....	46
Tabela 5 - Estatística descritiva dos construtos	47
Tabela 6 - Resultados do modelo de mensuração.....	49
Tabela 7 - Resultados do modelo estrutural	50
Tabela 8 - Hipóteses testadas e decisões	52

Lista de Abreviaturas e Siglas

AN	– Ambiente de Negócios
AP	– Atitude Pessoal
AVE	– <i>Average Variance Extracted</i>
CCP	– Controle Comportamental Percebido
CP	– Controle Comportamental
EDU	– Educação
Enade	– Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes
GUESS	– <i>Global University Entrepreneurial Spirit Students's Survey</i>
HTMT	– <i>Heterotrait-Monotrait</i>
IBGE	– Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IE	– Intenção Empreendedora
IES	– Instituição de Ensino Superior
MEE	– Modelo de Equação Estrutural
NS	– Normas Subjetivas
PLS	– <i>Partial Least Square</i>
PLS-SEM	– Modelagem de Equações Estruturais de Mínimos Quadrados Parciais
PP	– Política Pública
QIE	– Questionário de Intenção Empreendedora
SEM	– <i>Structural Equation Modeling</i>
T	– Coeficiente de Caminho
TAF	– Teoria da Ação Fundamentada
TCP	– Teoria do Comportamento Planejado
TIC	– Tecnologia de Comunicação da Informação
UFSM	– Universidade Federal de Santa Maria
VIF	– <i>Variance Inflation Factor</i>

Sumário

1 Introdução	12
1.1 Justificativa.....	12
1.2 Situação problema e questão de pesquisa.....	14
1.3 Objetivo da Pesquisa	16
2 Referencial Teórico.....	18
2.1 Base teórica para o estudo das intenções empreendedoras.....	18
2.2 Fatores contextuais e empreendedorismo.....	21
2.3 Pesquisas anteriores sobre intenções empreendedoras de estudantes universitários.....	24
2.4 Modelo conceitual e desenvolvimento de hipóteses.....	34
2.4.1 Educação (EDU) e Atitude Empreendedora (AP).....	35
2.4.2 Ambiente de Negócio (AN) e Normas Subjetivas (NS).....	36
2.4.3 Políticas Públicas (PP) e Controle Comportamental Percebido (CCP)	36
2.4.4 Atitudes Pessoais (AP) e Intenções Empreendedoras (IE).....	37
2.4.5 Normas Subjetivas (NS) e Intenções Empreendedoras (IE).....	37
2.4.6 Controle Comportamental (CP) e Intenções Empreendedoras (IE)	38
3 Metodologia da Pesquisa.....	39
3.1 Abordagem e Tipo de pesquisa	39
3.2 Campo de pesquisa	39
3.3 População e amostra da pesquisa	39
3.4 Métodos, técnicas e procedimento de coletas de dados.....	40
3.4.1 Elaboração do instrumento de coleta de dados	41
3.4.2 Pré-teste do instrumento.....	43
3.5 Métodos, técnicas e procedimento de análise de dados.....	43
3.5.1 Modelagem de Equações Estruturais com Mínimos Quadrados Parciais.....	43
4 Resultados e Discussões.....	46
4.1 Dados demográficos dos colaboradores da pesquisa.....	46
4.2 Fatores determinantes das intenções empreendedoras de estudantes da área de negócios	48
4.2.1 Modelo de mensuração.....	48
4.2.2 Modelo estrutural	50
4.2.3 Intenções para empreender: uma discussão dos achados na área de negócios	51
5 Conclusões	55
Referências	59
Apêndice A – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido	66
Apêndice B – Protocolo de Pesquisa	66

1 Introdução

O empreendedorismo tem papel crucial no desenvolvimento social, econômico e cultural de cada país, pois reduz o desemprego e impulsiona o progresso tecnológico com a promoção da inovação e da riqueza (Hernández-Sánchez, Cardella & Sánchez-García, 2020; Landström & Harirchi, 2019; Lopes, Ferreira, Farinha, & Raposo, 2020). Neste contexto, o empreendedorismo define-se como a “criação de uma atividade econômica que se concentra na novidade, no pensamento sistêmico e na proatividade” (Landström & Harirchi, 2019, p. 19). Nesta lógica, Cavallo, Ghezzi e Balocco (2019, p. 1300) acrescentam que o empreendedorismo se apresenta como “uma ferramenta para resolver problemas sociais e econômicos” que ocorrem em “uma comunidade de atores interdependentes, indivíduos, entidades e órgãos reguladores inseridos em determinada área geográfica”.

Nesta linha de pensamento, pesquisas (Bin-Nashwan & Al-Daihani, 2020; International Labour Office [ILO], 2020) destacam que o empreendedorismo é um dos principais fatores do crescimento econômico. Para Bigos e Michalik (2020), 99,8% do número total de empresas (micro, pequenas, médias ou grandes) empregam 66% da população ativa. Todavia, a crise sanitária de covid-19 gerou impactos nos quadros do empreendedorismo e nas condições de trabalho, ainda não devidamente considerados pela ciência. Em acordo, Ignat e Constantin (2020) destacam que as novas perspectivas sobre a temática do empreendedorismo merecem atenção da literatura científica. Para Ratten (2020), apesar das circunstâncias, muitos empreendedores conseguiram inovar e transformar a crise em oportunidade para seus negócios. Por outro lado, algumas empresas decretaram falência ou intervenção judicial por não terem suportado o acúmulo de dívidas e despesas inesperadas. Essa incerteza e situação desfavorável tem impacto negativo no desenvolvimento da intenção de empreender (Ruiz-Rosa, Gutiérrez-Taño e García-Rodríguez, 2020).

1.1 Justificativa

O empreendedorismo, segundo Hernández-Sánchez, Cardella e Sánchez-García (2020), depende do desenvolvimento e otimização das competências dos empreendedores sendo fruto do conhecimento e da motivação destes para promover a expansão da inovação e produtividade. Estudos nesta área do conhecimento (Bigos & Michalik, 2020; Cazeri, Anholon, Rampasso, Quelhas, & Leal, 2021; Fayolle & Linán, 2014; Herman & Stefanescu, 2017; Hernández-Sánchez et al., 2020) exploram a relação entre intenções e comportamento empreendedor, fato que contribui para uma melhor compreensão do processo de criação de ambientes de negócios.

O estudo de Meoli, Fini, Sobrero e Wiklund (2020) discute as mudanças drásticas ocorridas no mundo do trabalho como resultado do avanço tecnológico e da globalização da economia, fatos que influenciam na forma como as pessoas decretam suas escolhas de carreira. Destacam ainda os autores que para os jovens – especialmente estudantes universitários – o empreendimento empresarial ganha popularidade.

Pesquisas (Al-Jubari, 2019; Meoli, Fini, Sobrero, & Wiklund, 2020; Nguyen & Duong, 2021) ressaltam que a intenção empreendedora influencia o comportamento empreendedor, sendo consenso (Gomes, Sousa, Santos, Oliveira, Oliveira, & Lopes, 2021; Miriti, 2020) a ideia de que o empreendedorismo se apresenta como oportunidade de carreira para estudantes universitários e possibilidade de novos empregos (Meoli et al., 2020), desenvolvendo deste modo recursos humanos e contribuindo para o desenvolvimento econômico (Aljaaidi & Waddah, 2021; Kisubi, Korir, & Bonuke, 2021; Mohammed, Qataan, Ghawanmeh, & Alqaadan, 2021; Nguyen & Duong, 2021). Além de gerar empregos, promove a inovação e o desenvolvimento econômico dos países (Kisubi et al., 2021; Miriti, 2020; Mohammed et al., 2021; Nguyen & Duong, 2021).

Tais contribuições do empreendedorismo reforçam a ideia de que os fatores determinantes do processo de criação de novas empresas são de natureza eminentemente pessoal e contextual. A crise gerada pela pandemia de covid-19 proporcionou novas oportunidades de negócios, todavia trouxe com ela a necessidade de novo perfil de competências dos profissionais. A digitalização da economia tem implicações na forma como as atividades produtivas são conduzidas, na compreensão das profissões e nos tipos de empregos existentes. Em pesquisa recente, Nguyen e Duong (2021) destacam que, com a integração de novas Tecnologias de Comunicação da Informação (TICs), no âmbito do trabalho novos setores da economia e novas profissões apareceriam. Ou seja, novos empreendimentos precisam de planos para a digitalização da empresa e uso de tecnologias digitais para vender seu produto ou serviço.

A importância de identificar para melhor compreender os fatores determinantes do processo de criação de novas empresas é reforçada pelo papel significativo que o empreendedorismo desempenha na geração de empregos, em especial como oportunidade de carreira para estudantes universitários.

Esta pesquisa tem como base a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) criada por Ajzen (1991, 2011), que é uma das teorias mais utilizadas para explicar as intenções empreendedoras segundo o modelo da psicologia social. Tal perspectiva tem como principal argumento o fato de que a intenção de realizar um comportamento está condicionada a três

fatores: a predisposição de ter o comportamento (atitude pessoal), a influência das pessoas com quem o indivíduo se relaciona (normas subjetivas) e a percepção que o indivíduo tem das suas capacidades para agir (controle percebido do comportamento). Nesta lógica, um dos primeiros passos do processo empreendedor é a intenção (Ajzen, 1991, 2011; Fayolle & Liñán, 2014; Lee & Wong, 2004), isto é, “sentir-se pronto para iniciar um negócio. O último passo do processo é transformar uma ideia em um negócio, ou seja, agir e se engajar em atividades empreendedoras” (Gieure, Benavides-Espinosa, & Roig-Dobón, 2020, p. 2).

Neste sentido, estudos (Aljaaidi & Waddah, 2021; Gieure et al., 2020) buscam entender os antecedentes das intenções de empreender e a ligação entre intenções e comportamento. As pesquisas investigam características da personalidade do empreendedor (Aljaaidi & Waddah, 2021; Gieure et al., 2020; Kisubi et al., 2021; Lopes et al., 2020; Mohammed et al., 2021). Embora os resultados variem entre os estudos, muitos indicam haver uma ligação positiva entre a intenção empreendedora e alguns fatores de personalidade, como autoconfiança, capacidade de gestão de risco, necessidade de realização e locus de controle (Lopes et al. 2020; Mohammed et al., 2021; Oliveira, Almeida, Perez, Slomski, & Souza, 2022). No entanto, uma pessoa é cercada por uma variedade de *fatores contextuais* (ambiente de negócios, políticas públicas e educação) que precisam também ser considerados pelas pesquisas (Gieure, Benavides-Espinosa & Roig-Dobón, 2019; Kobylńska, 2022).

Em busca da presença de variáveis contextuais nas intenções e comportamento empreendedor de universitários, Gieure, Benavides-Espinosa e Roig-Dobón (2019), em estudo anterior, testaram a validade da teoria do comportamento planejado (TCP), o estudo focou nas intenções empreendedoras dos estudantes, considerando a variável contextual do ambiente universitário. Os resultados da pesquisa apontaram o papel de destaque que a variável educacional desempenha nas intenções dos estudantes em empreender ao término do curso.

1.2 Situação problema e questão de pesquisa

Nas últimas décadas o empreendedorismo é amplamente estudado (Aljaaidi & Waddah, 2021; Kisubi et al., 2021; Lopes et al., 2020; Mohammed et al., 2021; Nguyen & Duong, 2021) porém, num contexto de mudanças de expectativas do mercado, torna-se necessário o desenvolvimento de estudos que atentem para o papel que exercem fatores contextuais nas intenções de empreender de universitários (Bonaccorsi et al., 2020; Hernández-Sánchez et al., 2020; Kuckertz et al., 2020a; Lopes et al., 2020).

Nesta linha de pensamento, Georgescu e Herman (2020, p. 1) ressaltam que “a taxa de desemprego em geral é alta, mas tende a ser ainda maior entre os jovens, fato que os pressiona

a se tornarem empreendedores”. Nesta lógica, tornou-se consenso (Georgescu & Herman, 2020; Gomes et al., 2021) a ideia de que o empreendedorismo proporciona um aumento do trabalho autônomo entre profissionais recém-formados e precisa ser considerado pela universidade, seu enfrentamento requer a implementação de currículos que apoiem e incluam amplamente estes jovens.

Os achados de estudos (Aljaaidi & Waddah, 2021; Choudhury & Mandal, 2021; Georgescu & Herman, 2020; Gieure et al., 2020; Gomes et al., 2021; Kisubi et al., 2021; Lopes et al., 2020; Maritz, Perenyi, De Waal & Buck, 2020; Mohammed et al., 2021; Nguyen & Duong, 2021) evidenciam a vital importância do papel que exercem tanto os fatores extrínsecos ao indivíduo (ambiente familiar, educacional, social e empresarial) como também os aspectos intrínsecos (atitudes, normas subjetivas, necessidade de realização, autoeficácia etc.) nas intenções e comportamento empreendedor.

Em específico, o estudo de caso realizado na Estônia por Kallas e Parts (2020) demonstra existir relação entre fatores psicológicos, contextuais, intenções empreendedoras e tomada de decisão quanto à criação de empreendimento por parte dos universitários. Neste sentido, são apontadas lacunas que precisam ser preenchidas com estudos qualitativos e quantitativos que melhor expliquem a influência de fatores contextuais e individuais nas intenções de empreender de estudantes universitários, pois ainda faltam explicações para os motivos pelos quais os indivíduos se envolvem em atividades de empreendedorismo, o que reforça a necessidade de maior atenção das pesquisas neste âmbito.

Em suma, a ideia de que fatores psicológicos e contextuais influenciam positivamente nas atitudes de um indivíduo em relação à realização de um comportamento motivam este estudo e a formulação da seguinte questão: Qual é a influência de fatores contextuais e individuais nas intenções empreendedoras de estudantes de cursos da área de negócios?

O empenho em responder esta questão poderá ampliar o escopo das pesquisas sobre o tema em questão, pois muitos se concentram em examinar apenas o papel de fatores psicológicos como características pessoais (Akanbi, 2013), motivações individuais (Camelo-Ordaz, Diáñez-Gonzalez, & Ruiz-Navarro, 2016) e antecedentes pessoais (Camelo-Ordaz et al., 2016), deixando uma lacuna ainda a ser preenchida e que demanda maior atenção sobre a influência de fatores externos na formação da intenção empreendedora, os quais podem desempenhar um papel crucial na formação e desenvolvimento das intenções empreendedoras dos estudantes universitários, caso sejam considerados por formuladores de política e educadores como potenciais empreendedores (Kruja-Demneri, 2020).

Nesta linha de pensamento, este estudo tomou como base a teoria do comportamento planejado (Ajzen, 1991), a fim de melhor esclarecer o papel desempenhado por variáveis pessoais, como atitudes, normas subjetivas, controle comportamental percebido e contextuais como política pública, educação, ambiente de negócios favorável na região ou país. Tomou-se por base o estudo de Kobylińska (2022, p. 106) para explorar fatores contextuais na formação das intenções empreendedoras de estudantes universitários do Brasil, em especial da área de negócios.

1.3 Objetivo da Pesquisa

Tendo em vista a problemática estabelecida elaborou-se como objetivo geral analisar a influência que fatores contextuais (educacional, governamental e empresarial) e individuais (normas subjetivas, atitudes, controle comportamental percebido) exercem nas intenções empreendedoras de estudantes de cursos da área de negócios, procurando identificar processos motivacionais subjacentes à intenção de carreira empreendedora e expectativas dos estudantes para se engajarem em projetos empresariais depois de formados.

Entende-se que a aquisição e a otimização de competências empreendedoras aumentam a probabilidade de sucesso na escolha de caminhos do empreendedorismo dos futuros profissionais. Espera-se que este estudo contribua para o enriquecimento da literatura sobre a análise de aspectos psicológicos como o de examinar a influência das atitudes pessoais, normas subjetivas, controle comportamental percebido e intenções empreendedoras. Desta forma, a literatura pertinente poderá ser enriquecida com a perspectiva de melhor compreensão do papel que fatores externos como o ambiente familiar, educacional, de negócios e social podem exercer nas intenções de empreender de estudantes universitários.

A educação empreendedora e o empreendedorismo apresentam-se como uma forma de promover o pleno emprego e a inclusão social dos futuros profissionais nas áreas de negócios. Nesta lógica, este estudo pretende contribuir para o repensar dos currículos, que precisam considerar estratégias e ações nas quais os traços de personalidade e intenções empreendedoras sejam reforçados, especialmente no que se refere a fatores determinantes do comportamento empreendedor dos futuros profissionais da área de negócios, em especial da área contábil.

Sendo assim, espera-se que este estudo contribua também para demonstrar a necessidade de políticas de fomento das intenções empreendedoras de estudantes universitários não apenas no contexto acadêmico. Neste sentido, universidades e governos podem se unir, especialmente os de países em desenvolvimento como é o caso do Brasil, para implementarem

propostas que se traduzam em políticas e programas de apoio e em efeitos positivos no âmbito empreendedor.

2 Referencial Teórico

Nesta seção são discutidos os principais conceitos e construtos que dão sustentação à pesquisa, tais como empreendedorismo, Teoria do Comportamento Planejado (TCP); intenções empreendedoras, fatores contextuais e empreendedorismo; pesquisas anteriores, modelo conceitual e hipóteses do estudo, conforme segue.

2.1 Base teórica para o estudo das intenções empreendedoras

O empreendedorismo apresenta-se como ferramenta para o “o crescimento econômico e a competitividade entre os países” (Landström & Harirchi, 2019, p. 19). Em acordo, Cavallo et al. (2019, p. 1300) apontam o empreendedorismo como a “criação de uma atividade econômica que se concentra na novidade, tem como base o pensamento sistêmico”, torna-se “uma ferramenta para resolver problemas sociais e econômicos”, os quais ocorrem em “uma comunidade de atores interdependentes, indivíduos, entidades e órgãos reguladores inseridos em determinada área geográfica” (Cavallo, Ghezzi & Balocco, 2019, p. 1300). Essas ideias definem o empreendedorismo como eixo propulsor do desenvolvimento econômico e da inovação.

O empreendedorismo como “mola propulsora” para a criação de empregos contribui para o desenvolvimento social e o crescimento econômico dos países (Aljaaidi & Waddah, 2021; Kisubi et al., 2021; Lopes et al., 2020; Mohammed et al., 2021; Nguyen & Duong, 2021). Neste sentido, estudantes do ensino superior são vistos como uma fonte promissora de empreendedores. Cientes disso, “governos de todo o mundo tendem a construir ecossistemas empreendedores por meio da implementação de propostas de educação para o empreendedorismo para universitários” (Lu, Song & Pan, 2021, p. 1).

Em acordo com este pensamento, Tomy e Pardede (2020, pp. 1423-1447) ressaltam que o empreendedorismo tem sido considerado uma opção de carreira atrativa para os estudantes. Assim, as universidades devem “se concentrar no desenvolvimento de uma mentalidade empreendedora entre os estudantes de graduação”.

Pesquisas recentes (Aljaaidi & Waddah, 2021; Choudhury & Mandal, 2021; Georgescu & Herman, 2020; Gieure et al., 2020; Gomes et al., 2021; Kisubi et al., 2021; Lopes et al., 2020; Maritz et al., 2020; Mohammed et al., 2021; Nguyen & Duong, 2021) defendem a ideia de que a universidade é um dos principais contextos de fomento do empreendedorismo. A maioria destes trabalhos tem como base a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) desenvolvida por Ajzen (1991) e busca investigar a ligação entre intenções e comportamento empreendedor,

contribuindo para uma melhor compreensão do processo de criação e desenvolvimento de negócios.

Se a percepção de um indivíduo sobre a intenção de iniciar um negócio é positiva, seus esforços para alcançar tal objetivo tenderão a ser ainda maiores. Gieure, Benavides-Espinosa e Roig-Dobón (2020, p. 1) definem intenção como "comportamentos voltados para iniciar um negócio", neste contexto, a intenção empreendedora é o primeiro passo. E, no caso do estudante universitário, o compromisso de iniciar um novo negócio após a conclusão do curso de graduação. De acordo com Gieure et al. (2020), as IE pertencem à psicologia cognitiva, uma área da psicologia social, e são um importante desfecho individual no contexto do desenvolvimento da carreira profissional.

Neste contexto, o controle volitivo pode ser previsto apenas a partir de intenções "do indivíduo para realizar determinado comportamento" (Ajzen, 2006, p. 1). Desta forma, o comportamento humano é orientado por três tipos de crenças:

- a) crenças sobre as prováveis consequências e experiências associadas ao comportamento (crenças comportamentais);
- b) crenças sobre as expectativas normativas e comportamentos de outros (crenças normativas);
- c) crenças sobre a presença de fatores que podem facilitar ou impedir o desempenho do comportamento, ou crenças de autocontrole. (Ajzen, 2006, p. 1).

Essas crenças comportamentais, conforme Ajzen (2006, p. 1), produzem atitude favorável ou desfavorável, as crenças normativas referem-se à pressão social percebida, enquanto a norma subjetiva e crenças de controle dão origem ao controle comportamental percebido. A norma subjetiva e a percepção de controle comportamental conduzem à formação de uma intenção comportamental, conforme a figura a seguir que retrata a relação entre os construtos da TCP.

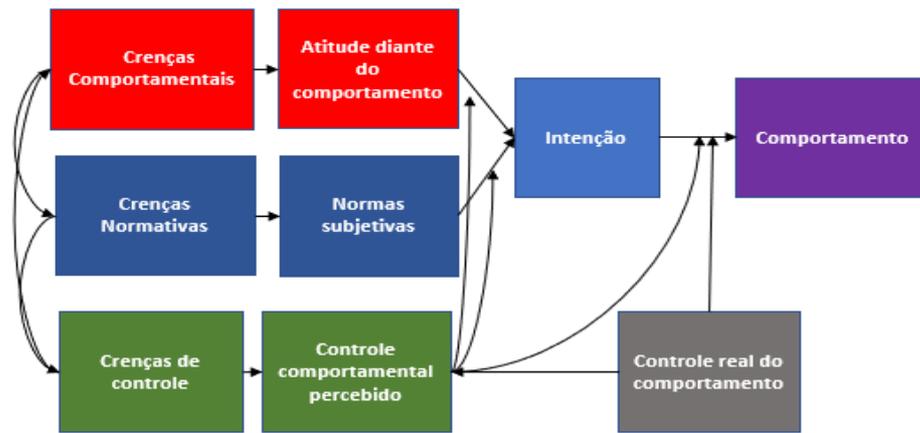


Figura 1. Construtos representativos da Teoria do Comportamento Planejado (TCP)

Nota. Fonte: “Constructing a theory of planned behavior questionnaire.” I. Ajzen (2006). New York: Psychology Press, p. 1.

Essas relações positivas entre os construtos da TCP demonstram que, na Teoria do Comportamento Planejado (TCP), a intenção tem relação com a atitude, com a percepção social aceitável e com o controle comportamental percebido. Para Ajzen (2006), quando existe um grau suficiente de controle real “espera-se que os indivíduos realizem suas intenções para tal comportamento. A intenção é então assumida como o antecedente imediato do comportamento” (Ajzen, 2006, p. 1), sendo assim, as intenções provam ser o melhor preditor do comportamento planejado.

A TCP (Ajzen, 1991, 2011) tem sido utilizada para prever intenções comportamentais e antecedentes imediatos ao comportamento explicados como: (a) crenças comportamentais que preveem as atitudes de um indivíduo em relação à realização de um comportamento (avaliação positiva ou negativa de um comportamento específico); (b) crenças normativas ou normas subjetivas, pressão social percebida em relação à realização desse comportamento; (c) à medida que incluem o controle comportamental percebido, pelo menos parcialmente, explica-se até que ponto os indivíduos têm controle sobre as ações necessárias para realizar um determinado comportamento, não só intenções.

Em acordo com Lortie e Castogiovanni (2015, p. 937), a premissa básica da Teoria do Comportamento Planejado é que “algum tipo de intencionalidade em relação ao comportamento precede qualquer comportamento planejado”. Neste sentido, tornar-se empreendedor envolve engajar-se em um processo intencional para desenvolver e colocar em prática uma ideia. Desta forma, a atitude pessoal em relação a um comportamento influencia a intenção de realizar tal comportamento. Em acordo, Wurthmann (2014, p. 696) complementa afirmando que “atitudes em relação a um comportamento são altamente preditivas de intenções de se envolver nesse comportamento, explicando mais de 50% da variância”.

O controle comportamental percebido ou percepção de autoeficácia no contexto do empreendedorismo refere-se à percepção de facilidade ou dificuldade de colocar em prática as ações para se tornar um empreendedor. Esse comportamento demanda a capacidade do indivíduo de se autoavaliar, de acreditar em si mesmo, nas suas habilidades intelectuais e capacidade de lidar com adversidades, de superar desafios. As intenções fazem a mediação entre esses fatores e o comportamento (Gieure et al., 2020).

Em relação às normas subjetivas, Gieure et al. (2020) explicam que as normas sociais compreendem a percepção de pressão social dos pares, da família e, por sua importância para os empreendedores, a sociedade, bem como o apoio familiar, experiência e conhecer outros que começaram seus próprios negócios. Portanto, normas subjetivas mais fortes em relação ao empreendedorismo significam intenções mais fortes para iniciar um negócio. As normas subjetivas ou a pressão social percebida para se tornar ou não um empreendedor são fundadas na crença de que a percepção das pessoas pode influenciar o surgimento de novos empreendimentos (Gieure et al., 2020).

Pesquisas recentes com foco no empreendedorismo (Aljaaidi & Waddah, 2021; Choudhury & Mandal, 2021; Georgescu & Herman, 2020; Gieure et al., 2020; Gomes et al., 2021; Kisubi et al., 2021; Lopes et al., 2020; Maritz et al., 2020; Mohammed et al., 2021; Nguyen & Duong, 2021) incorporam teorias da psicologia social, tais como a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) de Ajzen (1991) e a Teoria da Ação Fundamentada (TAF) de Fishbein e Ajzen (1977, 2011). A TCP (Ajzen, 1991) é um modelo utilizado para explicar como atitudes, normas subjetivas e controle comportamental percebido podem influenciar o comportamento humano. Estes modelos teóricos se concentram em formas de prever o comportamento planejado para entender os antecedentes das intenções, em especial de estudantes universitários como potenciais empreendedores.

2.2 Fatores contextuais e empreendedorismo

O empreendedorismo é um processo que pode ser compreendido por meio de diferentes fatores (Georgescu & Herman, 2020). A maioria das pesquisas sobre este tema tem preocupações com traços de personalidade, comportamento cognitivo dos empreendedores etc., todavia as motivações para empreender têm alta propensão de serem influenciadas também pelo contexto (Choudhury & Mandal, 2021). Sendo assim, o empreendedorismo ou a criação de novos empreendimentos é uma parte importante da dinâmica dos negócios. Nos últimos anos, o empreendedorismo ganha cada vez mais atenção em todo o mundo, tanto na pesquisa quanto na política. A identificação da IE de um indivíduo ajuda na otimização da formação daqueles

que vão iniciar novos negócios e, assim, criar valor para indivíduos e sociedade (Choudhury & Mandal, 2021).

Em acordo, Aljaaidi e Waddah (2021) observam que existe carência de estudos que investiguem melhor a influência de fatores contextuais nas intenções e no comportamento empreendedor. Este estudo toma como base esta lacuna do conhecimento e busca investigar forças que pressionam e/ou motivam os egressos a se envolverem em projetos empresariais mediante o cenário de crise econômica instaurado pela pandemia da covid-19.

Este estudo está voltado para fatores contextuais entendidos como de impulso e de pressão (Goyanes, 2015), tais como situações de desemprego e pressão familiar que motivam alguém a se tornar empreendedor. Já os fatores de atração, como a proatividade dos empreendedores em fazer algo especial sem pressão externa. Em acordo, Aljaaidi e Waddah (2021) destacam que apoios formais e informais têm um grande impacto na intenção empreendedora. Os suportes formais se referem a subsídios governamentais, políticas favoráveis, fácil acesso a crédito, ambiente favorável de negócios para empreendedores nascentes, suporte de clientes e redes de fornecedores etc., enquanto o suporte informal inclui o apoio da família, pais, amigos e da sociedade (Aljaaidi & Waddah, 2021).

Neste estudo investiga-se o papel da educação, do ambiente de negócios, da política governamental como contextos que determinam as intenções empreendedoras. Nesta lógica, Joseph (2017, p. 2) em seu estudo apresenta antecedentes sociais (família, educação, política governamental) como preditivos das intenções de empreender. Assim, os fatores podem se constituir tanto em fator de atração para um indivíduo como de pressão para outro. Fatores de impulso e atração têm impacto na motivação de um indivíduo para o empreendedorismo.

Em acordo, Choudhury e Mandal (2021, pp. 2-3) destacam “o papel da educação como um preditivo importante na motivação e decisão de empreendedores nascentes”. A formação inicial é uma das dimensões essenciais na motivação dos acadêmicos para seguirem carreira empreendedora. A intenção empreendedora é influenciada pelo nível de escolaridade, histórico educacional, qualidade da educação, conhecimento adquirido e educação empreendedora.

As mudanças curriculares, a contemplação do tema empreendedorismo e a atenção do corpo docente são fundamentais para disseminar ideias sobre os potenciais e desafios de empreender. Palestrantes, pesquisadores, empresários, professores podem informar aos estudantes sobre o segmento de mercado, produtos, regulamentação tributária, fraudes, acesso a capital, orçamento, gestão financeira, gestão de risco e cadeia de suprimentos em diferentes planos de negócio, a fim de mostrar o cenário real. Eles também podem organizar *workshops* convidando empresários para discutir seus conhecimentos e experiências com os alunos.

Organizar tais sessões pode ajudar o aluno a ter seus horizontes ampliados e a pensar a este respeito.

As normas regulatórias e política governamental precisam ser favoráveis para empreender. Costuma demorar certo tempo para que as pequenas empresas sejam registradas pelos órgãos reguladores. O custo de fazer negócios aumenta com subornos e linhas de crédito não favoráveis para novas *startups*. A percepção negativa das pessoas sobre a estrutura política e regulatória desmotiva o desenvolvimento do empreendedorismo. O apoio regulatório inclui subsídios disponíveis, política tributária favorável, licenciamento fácil para novos empreendedores, ao passo que a estrutura política implica uma condição política estável, processo de registro menos burocrático, sistemas judiciais favoráveis etc.

Um preditivo importante que pode afetar as intenções empreendedoras dos universitários é o ambiente de negócios que deve ser “atrativo para os alunos pensarem em *startups*” (Choudhury & Mandal, 2021, p. 2) pequenos empreendimentos enfrentam dificuldades como o processo de registro, falta de capital inicial, e para dificultar existe o fator idade dos recém-formados, sem falar em subornos e/ou extorsões que podem ocorrer dependendo das condições dos governos. Além disso, a agitação política e a visão negativa da sociedade desmotivam os alunos para trabalharem por conta própria (Choudhury & Mandal, 2021, pp. 2-3).

Estas ideias demonstram que atitudes positivas podem influenciar favoravelmente os graduados para se envolverem em grupos de *startups*, enquanto visões negativas desmotivariam empreendedores nascentes. A pandemia gerada pela covid-19 contribuiu para o avanço do empreendedorismo, em especial no desenvolvimento e identificação de atitudes e competências essenciais para futuros empreendedores (McKellar, 2020).

O desemprego entre os jovens é um fenômeno mundial que precisa de medidas radicais por parte das universidades e governos de todo o mundo (Bigos & Michalik, 2020; Georgescu & Herman, 2020). Isso significa dizer que a promoção do empreendedorismo pode ser uma medida primordial para responder situações de crise econômica.

Em acordo, Maritz, Perenyi, De Waal e Buck (2020) reconhecem que políticas de restauração e de incentivo devem ser implementadas; os empresários serão os fatores-chave na criação de novos negócios, com foco na identificação de oportunidades e de estímulo à atividade econômica. Outros estudos (Arrighetti, Caricati, Landini, & Monacelli, 2016; Devece, Peris-Ortiz, & Rueda-Armengot, 2016; Hundt & Sternberg, 2014) demonstraram que, em tempos de crise econômica, a taxa de empreendedorismo diminui consideravelmente e afeta negativamente a intenção empreendedora.

Apesar disso, Kuckertz et al. (2020a) dizem que, como os empreendedores estão acostumados a lidar com a incerteza, podem demonstrar flexibilidade e adaptar seus modelos de negócios às novas situações. Resta aos governos, pesquisadores e educadores investigar o efeito de fatores contextuais e individuais na aceitação do empreendedorismo e na intenção de iniciar um negócio, a fim de construir quadros de referência e informações para criar propostas alternativas e significativas para motivar tanto os estudantes que já trabalham por conta própria como também os que pretendem se envolver em projetos empreendedores depois de formados.

2.3 Pesquisas anteriores sobre intenções empreendedoras de estudantes universitários

Nesta seção serão apresentados estudos sobre intenções de se tornar um empreendedor realizados por estudiosos do empreendedorismo. Para tanto, fez-se um levantamento das principais pesquisas nacionais e estrangeiras dos últimos anos, a fim de elaborar o “estado da arte” sobre o assunto, de modo a entender qual tem sido a evolução do conhecimento na temática do empreendedorismo.

A pesquisa de Gieure et al. (2020) teve como objetivo estudar a relação entre intenções e comportamento empreendedor, tendo como base a teoria do comportamento planejado de Ajzen (1991, 2011). O estudo foi quantitativo com base em uma matriz de comportamentos que engloba competências empreendedoras, os construtos da teoria do comportamento planejado, intenções e comportamento empreendedor. Os resultados demonstraram que as atitudes pessoais não influenciavam diretamente nas intenções empreendedoras, já as normas subjetivas influenciavam diretamente intenções empreendedoras, ou seja, normas subjetivas se mostram cruciais no estudo porque têm dupla dimensão influenciando o comportamento empreendedor, por normas que regem suas vidas como meio ambiente, família etc. As conclusões apontam a necessidade de apoio aos indivíduos que estão dispostos a se tornarem empreendedores e a terem sucesso mesmo em mercados altamente competitivos.

A presente pesquisa terá como base esse estudo, em especial, as variáveis e os construtos da (TCP) de Ajzen (2011) utilizados para analisar as intenções e comportamento empreendedor dos concluintes investigados. Esta pesquisa converge com o estudo de Gieure et al. (2020) ao estudar as intenções e comportamento empreendedor de universitários, porém avança no conhecimento ao entender os fatores psicológicos envolvidos de fatores externos, contexto no qual os indivíduos vivem e são condicionados por ele.

O objetivo de pesquisa de Choudhury e Mandal (2021) foi investigar o papel dos fatores ambientais familiares, sociais, educacionais e empresariais na intenção empreendedora entre os estudantes universitários da pesquisa. Os dados foram coletados através de questionário e

entrevista presencial no distrito de Dhaka e contou com uma amostra de 300 alunos, sendo 180 alunos de universidades privadas e 120 alunos de universidades públicas. Os resultados apontaram que as regras e políticas sociais desempenham um papel importante na intenção dos graduados em empreender. Outros fatores econômicos são importantes, tais como a disponibilidade de recursos financeiros para *startups*, uma vez que para o estudante estes são escassos. A estrutura familiar também influencia, uma vez que o estudante depende da família para tomar a decisão de empreender. Já outros fatores como a visão da sociedade e a formação empreendedora não tiveram impactos maiores nas intenções e comportamento empreendedor dos estudantes investigados. Os autores concluíram que a intenção empreendedora entre os jovens formados em Bangladesh depende de vários fatores: a disponibilidade de empréstimos para graduados que almejam iniciar uma *startup* é escassa, a opinião familiar influencia na decisão de empreender, uma vez que os alunos precisam pedir a opinião dos pais antes de tomar uma decisão importante intencionada em empreender.

Na pesquisa de Kobylińska (2022), analisou-se a influência de variáveis pessoais e contextuais nas intenções empreendedoras de estudantes da Polônia. O estudo foi realizado por meio de análise crítica da literatura e pesquisa estatística, aplicando uma metodologia quantitativa causal (modelagem de equações estruturais), a análise fatorial também foi utilizada no contexto empreendedor. A amostra foi de 332 respondentes poloneses. Os resultados supõem uma contribuição teórica e prática para a promoção de intenções empreendedoras de estudantes universitários dentro e fora do contexto educacional, programas de promoção do empreendedorismo promovidos pelas universidades devem centrar-se no desenvolvimento de atitude dos potenciais empreendedores. A autora conclui transmitindo a mensagem de que, apesar de todos os obstáculos que existem ao lançar um negócio, a via do empreendedorismo pode ser uma alternativa interessante.

Na pesquisa de González e Kobylińska (2022), investigou-se a influência de variáveis pessoais nas intenções empreendedoras de estudantes da Polônia e da Espanha. A metodologia empregada foi um modelo estrutural integrado baseado em equações estruturais que foi desenvolvido a partir de um conjunto de percepções de estudantes de ambos os países, o modelo foi escolhido por suas vantagens no estudo do comportamento humano e seu ótimo potencial preditivo, permitindo o uso de indicadores reflexivos. Os resultados supõem uma contribuição teórica e prática para a promoção de intenções empreendedoras de estudantes universitários dentro e fora do contexto educacional, sugerindo um possível efeito de variáveis pessoais nas intenções empreendedoras. Concluíram os autores que as variáveis pessoais por si só poderiam determinar a intenção empreendedora; o estudo poderia ajudar a promover os atributos

necessários no contexto educacional, ou seja, motivação, autoeficácia e intenção para realizar essa tarefa; é necessária uma boa atitude e disposição por parte dos alunos, embora o empreendedorismo seja um processo consciente, intencional e voluntário, a criação de empresas não está isenta de condições próprias de cada empreendedor dependendo do histórico de modelagem e reforços recebidos durante o desenvolvimento. Estes aspectos permitiram aos autores concluir que o ensino superior deve conhecer as condições que afetam os alunos no que diz respeito à autoeficácia, motivação e intenção.

Na pesquisa de Alin e Esra (2022), investigaram-se os fatores que influenciam as intenções empreendedoras, particularmente os graduados em universidades locais colocando a Teoria do Comportamento Planejado como aspiração teórica para dar uma contribuição substancial ao enquadramento da pesquisa. Utilizou-se o método de pesquisa quantitativa como abordagem de pesquisa, os dados foram obtidos por meio da distribuição de questionários aos alunos de 11 universidades da cidade de Mogadíscio, capital da Somália. Os resultados apontam que a atitude pessoal e o comportamento do controle percebido têm um papel importante na intenção empreendedora, além disso foi visto que as normas subjetivas não tiveram efeito significativo na intenção empreendedora. Concluíram os autores que o governo deve estabelecer estruturas e procedimentos adequados por meio de seus ministérios e agências para auxiliar novos negócios, especialmente estudantes de pós-graduação em administração. Saber que o financiamento do governo está disponível pode incentivar os alunos a se envolverem em atividades empreendedoras.

O estudo de Gelaidan e Abdullateef (2018) pesquisou os efeitos diretos e significativos hipotéticos do apoio educacional e relacional na intenção dos estudantes de administração de se tornarem empreendedores. Foram utilizados método quantitativo estatístico de coleta e análise de dados. O tamanho da amostra para este estudo foi de 364 estudantes da universidade de Utara na Malásia. Os resultados indicam que a educação empresarial formal promoverá significativamente as atitudes dos estudantes de negócios para se tornarem empreendedores. Da mesma forma, ao oferecer educação empreendedora detalhada, as universidades podem incentivar o fluxo de ideias criativas, competências empresariais essenciais e conhecimento adequado dos processos de empreendedorismo. Concluíram os autores que os órgãos reguladores do sistema educacional precisam disponibilizar fundos e outros recursos que permitirão que a formação em empreendedorismo seja bem incorporada no currículo das universidades.

A pesquisa de Sampene, Khan, Agyeman e Opoku (2022) examinou a intenção empreendedora entre estudantes universitários através das lentes da teoria do comportamento

planejado. O método utilizado foi a abordagem quantitativa através de *design* de estudo de pesquisa. A amostra contou com 370 alunos da *University of Cape Coast School of Business* e a análise foi utilizada como modelagem de equações estruturais. Os resultados sugerem que construtos como atitude empreendedora, normas subjetivas, capacidade empreendedora percebida e a educação influenciam diretamente a intenção empreendedora. Além disso, o estudo constatou que a educação para o empreendedorismo medeia a relação entre atitude, normas subjetivas, capacidade empreendedora percebida e intenção empreendedora. Concluíram os autores que as descobertas empíricas contribuem para uma melhor compreensão dos fatores subjacentes que influenciam a intenção empreendedora dos alunos.

Em consonância, Rives e Bañón (2015) buscaram estudar a influência de variáveis como atitude pessoal, normas subjetivas e controle percebido na decisão do aluno de criar uma empresa quando terminar seus estudos. A pesquisa utilizou a metodologia desenvolvida pelo projeto *Global University Entrepreneurial Spirit Students's Survey* (GUESS) que utiliza a TCP de Ajzen (2011) como suporte teórico. A amostra foi composta por 335 alunos da Faculdade de Ciências do Trabalho da Universidade de Múrcia do curso 2014-2015. Os resultados indicaram que a universidade e o meio social têm influência sobre as atitudes pessoais e controle percebido que, por sua vez, determinam significativamente a intenção de empreender. As autoras ressaltam a importância das universidades de criarem ambientes favoráveis ao desenvolvimento de novas ideias, gerando um clima propício que aumente a intenção em empreender. Concluem que o ambiente próximo do aluno, como pais, amigos e colegas, influencia nas intenções de empreender.

Georgescu e Herman (2020) investigaram os fatores que influenciam nas intenções empreendedoras dos alunos do último ano dos cursos de engenharia e ciências econômicas da Romênia, com atenção especial a sua formação familiar empreendedora, exploraram a relação entre a eficácia da educação para o empreendedorismo e a intenção empreendedora. A pesquisa foi quantitativa. Os dados foram coletados junto a 617 acadêmicos, a análise dos dados foi por meio da estatística descritiva e uma análise hierárquica de regressão múltipla. Os resultados apontaram que alunos com *background* familiar empreendedor relataram uma intenção empreendedora maior do que aqueles sem *background*. As variáveis que influenciaram positivamente as intenções empreendedoras dos alunos foram histórico familiar empreendedor, eficácia da educação para o empreendedorismo e traços de personalidades empreendedoras. Os autores ressaltam que a ênfase deve ser colocada tanto na educação formal quanto na informal empreendedora, aumentando a propensão dos jovens a escolherem uma carreira empreendedora. Os autores concluíram que, no atual ambiente econômico e social, a aquisição

e desenvolvimento das habilidades relevantes para o empreendedorismo é um desafio para a educação dos jovens. O empreendedorismo apresenta-se como um caminho para uma carreira empreendedora e a viabilidade para a integração dos jovens no mercado de trabalho. As conclusões corroboram a hipótese de que alunos que têm uma família empreendedora se beneficiam dessa educação informal manifestando intenção empreendedora e se destacando dos estudantes sem tal formação.

A pesquisa de Stolze e Sailer (2021) teve como objetivo investigar como as Instituições de Ensino Superior (IES), independentemente do seu nível atual de empreendedorismo, devem evoluir no longo prazo para abordar caminhos empreendedores, ao estimular um debate mais amplo por meio do engajamento. Os autores esclarecem a importância do tema empreendedorismo, apoiando o desenvolvimento da educação e o avanço estratégico das IES. Os dados foram coletados através de um *workshop* realizado na cidade do Cabo, África do Sul. Os resultados sugerem que, por conta da pandemia de covid-19, ocorreu urgentemente uma readaptação do ensino, o chamado ensino híbrido, trazendo o desafio de mesclar o presencial com o *online*. Os autores ressaltam que a IES tem que ser ponte de inovação e empreendedorismo, permitindo as conexões entre diferentes campos de ação. Os resultados mostram que houve poucas perdas potenciais nas IES que buscaram caminhos empreendedores, pois o maior risco é não desenvolver uma mentalidade mais empreendedora e de criação de valor. Os autores concluíram que a pesquisa contribuiu para as IES oferecendo uma perspectiva de previsão sistemática desenvolvida e muito necessária, uma vez que as estratégias de implementação adotadas são fundamentais para o sucesso, pois cada instituição deve desenvolver seu próprio caminho empreendedor.

A pesquisa de Marcon, Silveira e Frizon (2020) analisou a influência de fatores sociodemográficos e comportamentais sobre dois grupos de indivíduos, os que possuem intenção de empreender e os que não possuem intenção de empreender. O método utilizado foi quantitativo descritivo, adotando questionário e o método de regressão logística com uma amostra populacional de 371 estudantes universitários do curso de administração dos 3 e 4º anos de IES localizadas na região sudoeste do Paraná. Os resultados indicam que os fatores comportamentais são os que possuem maior poder de explicação nas intenções empreendedoras, destacando-se os fatores referentes ao acesso à educação para o empreendedorismo e à atividade profissional atual. As autoras destacam, na conclusão do estudo, a evidência da educação empreendedora, que se apresenta como um apoio à formação de melhores empreendedores, uma vez que proporciona habilidades e aperfeiçoamentos de competências, além de possibilitar cenários de oportunidades de negócios.

A pesquisa de Marcon, Silveira e Frizon (2021) utilizou a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) com o objetivo de identificar a influência do comportamento planejado e dos valores humanos na intenção empreendedora (IE) de estudantes universitários de 11 cursos de graduação matriculados no 3º e 4º anos do curso de administração, no sudoeste do Paraná, Brasil. A pesquisa foi quantitativa e os dados foram coletados por meio de Questionário de Intenção Empreendedora (QIE), de Liñán e Chen (2009), aplicado a uma amostra de 403 estudantes e analisados por meio de métodos estatísticos. Os resultados apontam que o construto Atitudes Pessoais foi o mais influente na intenção empreendedora em relação aos demais. Percepção de Controle do Comportamento ficou em segundo lugar, o interesse manifestado pelos alunos quanto à realização pessoal, por meio da carreira empreendedora, é um resultado que não pode ser ignorado, pois ampara e conduz à reflexão da necessidade dessas IES se voltarem para a adoção da educação empreendedora. Os autores concluem que a autopromoção pode ser um indicador de interesse dos alunos pela carreira empreendedora, cabendo chamar atenção e destacar que, das 11 IES pesquisadas, apenas cinco ofereciam algum tipo de programa de ensino do empreendedorismo extraclasse, e somente 47,2% dos alunos pesquisados havia participado de programas ofertados, mesmo assim, nesse ambiente, os alunos revelaram intenção de empreender e interesse quanto à carreira empreendedora.

O estudo de Paiva, Lima e Rebouças (2021) teve como objetivo verificar a influência do perfil dos universitários brasileiros e portugueses na intenção empreendedora. O método utilizado foi quantitativo e descritivo, com uma amostra de 397 estudantes universitários: 285 indivíduos de uma universidade brasileira e 112 de uma universidade portuguesa. Os resultados permitiram apontar primeiramente que, para a amostra brasileira, 53,3% mostraram ter intenção empreendedora, sobretudo na influência positiva do contexto familiar na intenção empreendedora, apontando que os indivíduos cujos familiares têm negócio próprio tendem a influenciar positivamente para que o estudante tenha intenção empreendedora; já na amostra portuguesa, 75,7% manifestaram intenção empreendedora, isso porque o empreendedorismo é uma necessidade constante do mercado global e competitivo de Portugal proporcionando emprego e renda para a sociedade. Os autores concluíram que, de modo geral, em ambas as amostras, foram detectados mais homens do que mulheres com intenção empreendedora, assim verifica-se que o gênero masculino ainda detém um certo impacto no empreendedorismo.

O estudo de Cazeri, Anholon, Rampasso, Quellas e Leal (2021) objetivou refletir sobre o cenário pandêmico da covid-19 e o potencial empreendedor dos estudantes brasileiros, propondo diretrizes para subsidiar debates no meio acadêmico e melhor preparar futuros empreendedores para o mercado de trabalho. Os resultados evidenciaram que a crise agravou

os problemas relacionados ao empreendedorismo. Porém, uma melhor preparação dos jovens para compreender aspectos empreendedores contribui para uma melhor decisão; ter uma reserva financeira mínima pode garantir a sobrevivência do negócio diante do imprevisto, assim como observar a análise crítica das necessidades do cliente pode ser um grande diferencial para observar possíveis “gaps” de nichos de mercados. Os autores concluíram que o cenário atual pode influenciar diferentes tipos de potenciais empreendedores, os educadores precisam ter discussões com esses alunos sobre o ambiente de negócios na atual realidade econômica brasileira para esclarecer alguns aspectos sobre perfis, comportamentos e outras questões importantes que contribuirão para o sucesso futuro da atividade empreendedora brasileira.

Ignat e Constantin (2020) analisaram as facetas multidimensionais da resiliência empresarial em tempos de crise causada pela pandemia covid-19 na Romênia, focando os efeitos experimentados nas áreas mais ricas. O método de pesquisa consistiu na construção de um indicador composto compreendendo componentes apropriados para avaliar o nível de riqueza e “felicidade” de todos os condados romenos, retirados da base de dados do Instituto Nacional de Estatística da Romênia. Os resultados da pesquisa destacam que a resiliência empreendedora tende a ser mais forte qualitativa e quantitativamente em áreas menos desenvolvidas do que naquelas bem desenvolvidas, principalmente devido à falta de iniciativas empreendedoras. Apesar de serem menos resilientes do ponto de vista empresarial, qualitativamente, os condados romenos mais ricos podem se reinventar economicamente mais rápido. Os autores concluíram que é necessária uma abordagem sistemática nos componentes relevantes para elaborar estratégias sustentáveis para o bem-estar e o desenvolvimento urbano. Levando esses fatores em consideração, o desenvolvimento das pequenas e médias empresas desempenha um papel significativo na formação da dinâmica espacial, pois traz riqueza e atração para qualquer área; o empreendedor continua sendo o principal facilitador do crescimento regional através do papel do agente da mudança.

Giones et al. (2020) estudaram o impacto contínuo da pandemia da covid-19 no domínio do empreendedorismo, destacando maneiras pelas quais os empreendedores possam agir à luz da atual pandemia. Utilizou-se o *insight* como método de pesquisa. Os resultados indicam que os bloqueios (incluindo, em alguns casos, a introdução de controles fronteiriços e/ou proibição de viagens) desencadearam uma interrupção da atividade econômica que não se assemelha com tal demanda ou crise de oferta. Os autores concluíram que, para seguir em frente, não basta esperar que as coisas voltem “ao normal”, o caminho requer equilibrar a construção de resiliência, bem como estar pronto para novas oportunidades empresariais.

Em consonância, Gomes et al. (2021) explanaram os determinantes da intenção empreendedora na academia comparando dois momentos distintos, antes e durante a pandemia da covid-19. Utilizou-se a metodologia quantitativa através da aplicação de um questionário aos alunos do ensino superior nesses dois momentos cronológicos. Os resultados sugerem que é possível perceber que, em um contexto de normalidade social e econômica, sem os distúrbios causados pelo contexto pandêmico, os entrevistados consideram que, dentro da dimensão motivacional, apenas normas subjetivas não exercem impacto positivo na intenção empreendedora. Isso significa que os entrevistados tendem a não considerar a pressão social que pode ser exercida pelas pessoas mais próximas a eles, como família, amigos ou outras pessoas importantes em suas vidas na decisão de empreender. Concluíram os autores que, dada a dimensão motivacional, a atitude perante o comportamento e o controle comportamental percebido têm impacto positivo nas intenções empreendedoras durante a pandemia e que as normas subjetivas têm um impacto negativo nas intenções empreendedoras, essa relação de influência não mudou, antes ou durante a pandemia.

O estudo de Kuckertz et al. (2020a), cujo objetivo foi analisar *startups* em tempos de crise e lançou luz sobre três questões de pesquisas prementes que estão vinculadas à gestão de crises empresariais no nível micro e às iniciativas de políticas no nível macro, determinando as formas de adversidade enfrentadas por *startups* inovadoras à luz de um bloqueio imediato, compreendendo quais estratégias de enfrentamento as *startups* empregam no curso de gerenciamento de crise e identificando medidas de políticas específicas destinadas a protegê-las durante a crise do covid-19. O método envolvido foi a análise qualitativa com entrevistas semiestruturadas; foram convidados 16 empreendedores, sendo 10 fundadores de *startups* inovadoras dos segmentos de alimentos e *software*. Os resultados das entrevistas demonstram que as empresas estavam tendo que ajustar abruptamente sua infraestrutura organizacional, uma vez que os processos de geração de valor estavam paralisados e as cadeias de suprimentos foram afetadas pela crise, entretanto alguns entrevistados relataram que suas empresas não foram (inevitavelmente) afetadas pela crise do covid-19, seja porque seus negócios continuam a ser relevantes, apesar da crise, seja porque as empresas têm medidas em vigor antes da crise que reforçaram sua durabilidade e resiliência perante a pandemia. Os autores concluem que, enquanto as *startups* estão aproveitando com sucesso seus recursos disponíveis como uma resposta primária à crise, seu potencial de crescimento e inovação está em risco, ou seja, as medidas políticas não devem apenas fornecer ajuda para aliviar o caixa, é preciso medidas de longo prazo para garantir uma rápida recuperação e crescimento.

Bin-Nashwan e Al-Daihani (2020) examinaram as motivações intrínsecas e extrínsecas dos doadores da comunidade muçulmana, que contribuíram para os afetados pelo surto da covid-19 por meio de plataforma de mídia social, sobretudo das populações mais vulneráveis, afetando o bem-estar social e de negócios. O método adotado para este estudo foi a pesquisa transversal, os dados foram coletados através de pesquisa *online* realizada no Kuwait. A amostra foi composta por 565 pessoas: 356 do sexo feminino e 209 do sexo masculino. Os resultados mostram que projetos de caridade são motivações significantes, sugerindo o apoio e esforço de governos e organizações na captação de recursos *online* para os afetados por doenças epidêmicas. Os autores concluem que a religiosidade tem ligação direta com intenções comportamentais, corroborando assim com construtos da TCP de Ajzen (2011).

Ruiz-Rosa, Gutiérrez-Taño e García-Rodrigues (2020), baseados na Teoria do Comportamento Planejado (TCP) de Ajzen (2011), tiveram como objetivo estudar o interesse em promover projetos de empreendedorismo social, desenvolvendo soluções inovadoras para problemas sociais e ambientais observando a importância de se ter habilidade em situações de crises globais como a decorrente da covid-19. Utilizou-se uma pesquisa quantitativa, os dados foram coletados por meio de um levantamento junto a universitários da Espanha, testando um modelo estrutural explicativo de intenção empreendedora social e o impacto da crise da covid-19. Os resultados obtidos permitiram validar o modelo explicativo da intenção empreendedora social na perspectiva da TCP, mostrando que a intenção empreendedora diminui em tempos de profundas crises socioeconômicas e alta incerteza. Os autores concluíram que há uma relação positiva entre a atitude de empreendedorismo social dos universitários e sua intenção empreendedora social, havendo relação positiva entre o controle comportamental percebido da capacidade dos universitários de realizar projetos sociais, isso confirma que quanto mais positivas forem as percepções sobre as próprias habilidades, mais forte será a intenção de empreender.

Campos e Lima (2019) investigaram os fatores que favorecem o desenvolvimento das competências empreendedoras de proprietários-dirigentes em pequenas empresas. O método utilizado foi a pesquisa-ação, realizando uma intervenção de *coaching* junto a sete empreendedores ao longo de quatro meses; foram realizadas entrevistas semiestruturadas com os empreendedores antes e após a intervenção, as sessões foram gravadas e, depois, analisadas com técnicas de análise de dados qualitativos (Miles & Huberman, 1994). Os resultados revelaram que os fatores cognitivos favoreceram mais o desenvolvimento das competências do que os fatores de comportamento empreendedor. Os autores concluíram que os dados analisados revelaram que tanto os fatores ligados ao comportamento empreendedor quanto os

associados à cognição influenciam positivamente na busca pelo desenvolvimento de competências empreendedoras, ou seja, o fato de estarem à frente de uma empresa, na percepção deles, não os tornava empreendedores, contudo, à medida que foram se identificando como empreendedores, ganharam mais convicção e vontade para dirigir o empreendimento.

Silva, Krüger e Kaczam (2020) estudaram a relação entre motivação para aprender e intenção empreendedora de estudantes de cursos técnicos em Administração e Contabilidade do Colégio Politécnico da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). A metodologia empregada na pesquisa foi quantitativa, descritiva com procedimentos técnicos como pesquisa de levantamento, com a utilização de questionário para coleta de dados e estatística para análise. Os resultados apontam que os alunos estão motivados a aprender, o construto de normas subjetivas demonstra a influência do ambiente social sobre o comportamento do indivíduo e não houve correlação significativa entre motivação para aprender e intenção empreendedora. Concluem as autoras que, além dos alunos, o estudo pode apresentar contribuições para os docentes dos cursos pesquisados. Por meio dos resultados elucidados, os docentes podem ter conhecimento sobre intenção empreendedora e a motivação para aprender dos seus alunos, fator que pode desencadear em melhorias para a forma de ensino-aprendizagem utilizada, além de fomentar um ensino em prol do empreendedorismo.

A pesquisa de Tehseen e Haider (2021) investigou o impacto da atitude empreendedora, desejo percebido e viabilidade percebida entre estudantes de graduação da Malásia nas intenções empreendedoras. O estudo foi quantitativo, comparando dois grupos de alunos, ou seja, grupo A, formado por alunos que cursaram módulos de empreendedorismo sem dupla titulação, e grupo B, formado por alunos que cursaram módulos de empreendedorismo com dupla titulação. Os resultados apontam que a atitude empreendedora dos alunos do grupo B, a desejabilidade percebida e a viabilidade percebida impactaram positiva e significativamente as intenções de empreendedorismo. Concluíram os autores que universidades que têm parcerias com outras universidades estrangeiras que ofereçam módulo de empreendedorismo de alta qualidade motivam seus alunos a terem alta paixão empreendedora, desenvolvendo mais atitudes empreendedoras, estando mais dispostos e aptos a iniciar seu próprio negócio em comparação com estudantes de outras universidades que não têm parceria com outras universidades.

O estudo de Krüger, Borré, Lopes e Michelin (2021) objetivou analisar a relação dos antecedentes atitudinais, normas subjetivas, percepção comportamental e liderança na intenção empreendedora de estudantes do curso de Ciências Contábeis. A pesquisa foi quantitativa descritiva. A coleta de dados foi por meio de aplicação de questionário, a partir das escalas de

intenção empreendedora de Liñán e Chen (2009). Os resultados apontaram que as normas subjetivas foram destaque evidenciando intenção positiva dos estudantes para se tornarem empreendedores e que o contexto familiar interfere em suas decisões quanto a empreender. As autoras concluíram que o dinamismo do mundo contemporâneo desafia os profissionais a buscarem soluções inovadoras para os problemas que se apresentam, dessa forma, alguns aspectos comportamentais tornam-se ferramenta de transformação social, como é o caso do empreendedorismo e da liderança que dialogam entre si, uma vez que a liderança é considerada um requisito para a atividade empreendedora.

Com base neste levantamento prévio da literatura constata-se que a TCP tem sido usada na maioria dos estudos para prever intenções empreendedoras e que a premissa básica da Teoria do Comportamento Planejado (TCP) é que as intenções empreendedoras dos jovens são influenciadas não só por fatores psicológicos, mas também contextuais, e estes fatores desempenham um papel importante na tomada de decisão dos jovens para se envolverem em projetos empreendedores. Sendo assim, os aspectos sociais, econômicos, políticos, educacionais e tecnológicos precisam também ser considerados pelos estudos e pesquisas.

2.4 Modelo conceitual e desenvolvimento de hipóteses

Tendo em vista as discussões e relações teóricas do capítulo anterior, adotou-se o modelo explicativo aplicado em estudantes poloneses por Kobylińska (2022, p. 97), a fim de identificar preditivos contextuais e individuais das motivações empreendedoras de universitários do contexto brasileiro. Além de considerar variáveis contextuais de apoio ao empreendedorismo, tais como educação, políticas públicas, ambiente de negócios, testaram-se fatores individuais (normas subjetivas, controle comportamental percebido, atitudes pessoais) considerados cruciais para a intenção de se tornar um empreendedor. O modelo destaca a importância de fatores contextuais no desenvolvimento e otimização das características individuais do empreendedor, conforme a Figura 2 a seguir.

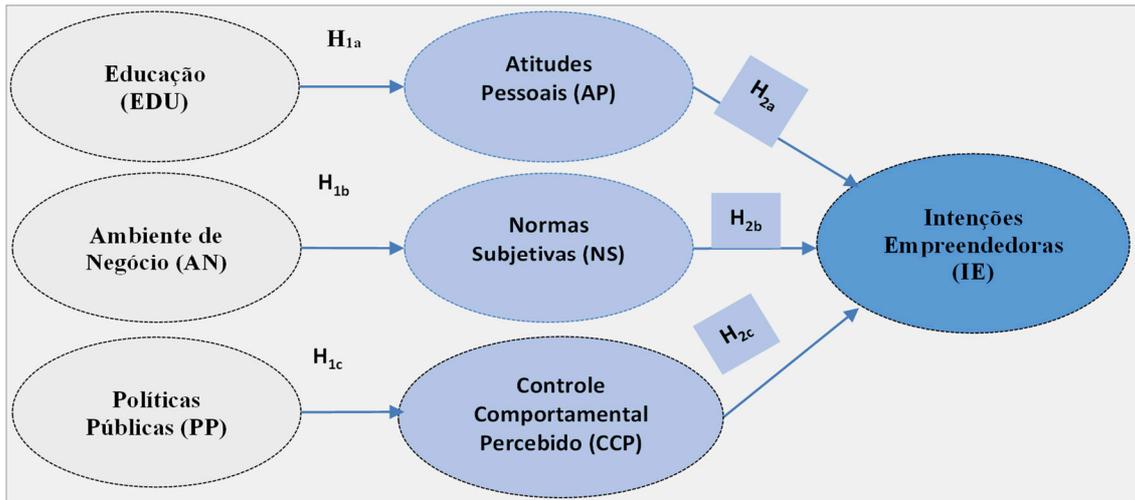


Figura 2. Modelo conceitual segundo Kobylińska.

Nota. Fonte: “Attitudes, subjective norms, and perceived control versus contextual factors influencing the entrepreneurial intentions of students from Poland”, U. Kobylińska (2022), *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 19, p. 97.

Como antecessoras de fatores individuais (que afetam diretamente as intenções empreendedoras), foram consideradas três variáveis pessoais do modelo TCP, intimamente relacionado ao empreendedorismo: atitudes pessoais (AP), norma subjetiva (NS) e controle comportamental percebido (CCP). De acordo com a revisão da literatura e modelo de base (Kobylińska, 2022), percebeu-se a necessidade de considerar fatores contextuais para compor o modelo, tais como: o Educacional (EDU), o Ambiente de Negócios (AN), a Política Pública (PP) como construtos preditores das Intenções Empreendedoras (IE). Os relacionamentos e a justificativa para a inclusão de construtos contextuais no modelo de intenções empreendedoras são descritos a seguir.

2.4.1 Educação (EDU) e Atitude Empreendedora (AP)

A inclusão de questões relacionadas ao empreendedorismo em programas educacionais tornou-se prática apenas nos últimos anos. Em acordo, Rives e Bañón (2015, p. 511) destacam que “as universidades passaram a entender a importância do papel que o empreendedorismo desempenha na formação dos alunos, isso fez com que passassem a fomentar uma cultura empreendedora”. Neste contexto, a educação empreendedora refere-se a “política e processos educacionais que desenvolvam e otimizem atitudes, habilidades e conhecimento empreendedor” (Kobylińska, 2022, p. 97). O desenvolvimento da educação para o empreendedorismo está relacionado à eficácia empreendedora percebida de um indivíduo. Esse conceito refere-se à “crença de que a pessoa pode realizar com sucesso tarefas empreendedoras e desempenhar o papel empreendedor” (Choudhury & Mandal, 2021, pp. 2-3). Em acordo, Kobylińska (2022, p. 97) acrescenta que a “eficácia empreendedora obtida como resultado do

processo de educação empreendedora tem efeito positivo na atitude, aumentando a intenção empreendedora”. Deste modo, foi desenvolvida a seguinte hipótese:

H_{1a}: Há uma relação positiva entre educação e atitudes pessoais.

2.4.2 Ambiente de Negócio (AN) e Normas Subjetivas (NS)

A motivação para empreender também pode ser explicada pelas influências do ambiente de negócios, ou seja, um ecossistema específico de apoio ao empreendedorismo. Um preditivo importante que pode afetar as intenções empreendedoras dos universitários é o ambiente de negócios que deve ser “atrativo para os alunos pensarem na criação de *startups*” (Choudhury & Mandal, 2021, p. 2). Esses fatores podem ter impacto positivo no ambiente do empreendedor, que será adicionalmente apoiado pela família, amigos e parentes que avaliarão positivamente a situação do empreendedor antes de iniciar um negócio e podem influenciar indiretamente as intenções do empreendedor, ou seja, “um ambiente propício ao empreendedorismo influenciará positivamente a situação do empreendedor antes de iniciar um negócio e podem influenciar indiretamente suas intenções de empreender” (Kobylińska, 2022, p. 13), bem como a atitude das pessoas que estão na vizinhança imediata do empreendedor (família e amigos) e apoiará o empreendedor em suas atividades. Para Choudhury e Mandal, (2021, p. 2), “A estrutura familiar também influencia uma vez que o estudante depende da família para tomar a decisão de empreender”. Nesse contexto, surgiu a seguinte hipótese:

H_{1b}: Há uma relação positiva entre ambiente de negócio e controle comportamental.

2.4.3 Políticas Públicas (PP) e Controle Comportamental Percebido (CCP)

As atividades empreendedoras também podem ser explicadas pela influência das políticas públicas dos governos. Novos empreendimentos são regulados por instituições públicas ou privadas. Choudhury e Mandal (2021, p. 2) definem políticas públicas como “apoio regulatório que inclui subsídios disponíveis, políticas favoráveis como licenciamento fácil, sistema tributário favorável para novos empreendedores”. De acordo com Kobylińska (2022, p. 99), “Novos empreendimentos, grandes, médios ou pequenos, são regulados por instituições públicas ou privadas. Tais regulamentações podem causar uma sensação de ameaça ou oportunidade para os empreendedores”. Essa influência será particularmente importante para a percepção do controle de seu comportamento por parte do empreendedor, pois ele se sentirá mais confiante em alcançar seus objetivos quando souber que há políticas públicas para apoiá-lo por meio de diversos programas, subsídios ou uma situação econômica estável. Para

Kobylińska, (2022, p. 99), “a política governamental tem a função de apoiar os empreendedores por meio de várias facilidades, como a redução de impostos e burocracias com impacto positivo nas atividades comerciais”. Esse apoio e fomento às atividades empreendedoras influenciará a percepção do controle comportamental por parte do empreendedor, pois ele se sentirá mais confiante se souber que o Estado pode apoiá-lo por meio de diversos programas, subsídios ou uma situação econômica estável. Assim, foi levantada a seguinte hipótese:

H_{1c}: Há uma relação positiva entre políticas públicas e controle comportamental.

2.4.4 Atitudes Pessoais (AP) e Intenções Empreendedoras (IE)

Nos modelos que explicam a formação da intenção empreendedora, as atitudes influenciam a intenção e o comportamento empreendedor por meio de outros aspectos como a motivação e a autoeficácia. No estudo de Georgescu e Herman (2020) foi comprovado que a motivação para iniciar um negócio é efetivamente influenciada pelas atitudes dos alunos em relação ao empreendedorismo, e a atitude pode explicar 50% da variância. As investigações (Choudhury & Mandal, 2021; Georgescu & Herman, 2020; Kobylińska, 2022) sobre as atitudes das pessoas em relação ao envolvimento na atividade empreendedora sugere que estas dedicam esforços e tempo ao empreendedorismo e percebem essa atividade como positiva e profissionalmente estimulante. Isso significa dizer que, se os alunos simpatizarem com as atividades empreendedoras, terão maior disposição para gastar tempo e esforço com a criação de novos negócios. Assim, formula-se a seguinte hipótese:

H_{2a}: Há uma relação positiva entre atitudes pessoais e intenções empreendedoras.

2.4.5 Normas Subjetivas (NS) e Intenções Empreendedoras (IE)

Choudhury e Mandal (2021) demonstram a existência de uma relação positiva entre normas subjetivas e intenções empreendedoras quando ressaltam que “nas regiões onde há uma maior aceitação social para a implementação de atividades empreendedoras, mais *startups* são criadas”, por sua vez mais empresas obtêm sucesso (Choudhury & Mandal, 2021, p. 2). Isso significa dizer que não apenas a assistência financeira ou gerencial, mas também o suporte psicológico manifestado por meio da aceitação das decisões servem de base para a tomada de decisão. A atitude desfavorável dos membros da família em relação ao empreendedorismo muitas vezes se traduz em relutância em seguir uma carreira empreendedora (Kobylińska, 2022). Assim, formula-se a seguinte hipótese:

H_{2b}: Há uma relação positiva entre normas subjetivas e intenções empreendedoras.

2.4.6 Controle Comportamental (CP) e Intenções Empreendedoras (IE)

O controle comportamental percebido refere-se à percepção das pessoas de quão fácil ou difícil é realizar um comportamento específico, envolve as experiências passadas das pessoas com a superação de dificuldades (Ajzen, 1991). O controle comportamental percebido é influenciado por crenças sobre controle, entendido como a avaliação das próprias habilidades para superar obstáculos específicos que podem surgir ao montar ou dirigir empresas (Kobylińska, 2022). A pesquisa de Kobylińska e Martinez Gonzales (2019, pp. 68-79) corrobora a ideia de que “crenças positivas de autoconceito influenciam positivamente a intenção de se tornar um empreendedor”. Neste contexto, foi levantada a seguinte hipótese:

H_{2c}: Há uma relação positiva entre controle comportamental e intenções empreendedoras.

3 Metodologia da Pesquisa

Nesta seção será discutida a abordagem metodológica da pesquisa, de acordo com Marconi e Lakatos (2003), o método é o conjunto de atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo e responder a questão de pesquisa.

3.1 Abordagem e Tipo de pesquisa

Tendo em vista que este estudo teve como objetivo “analisar a influência de fatores contextuais e individuais nas intenções empreendedoras de estudantes de cursos da área de negócios”, optou-se pela pesquisa descritiva de abordagem quantitativa. A pesquisa descritiva, em acordo com Triviños (1987, p. 110), é utilizada quando a intenção do pesquisador é entender determinada população, suas características, valores e problemas relacionados à cultura.

Para Triviños (1987, p. 110), “o estudo descritivo pretende descrever ‘com exatidão’ os fatos e fenômenos de determinada realidade”, de modo que é utilizado quando a intenção do pesquisador é conhecer determinada comunidade, suas características, valores e problemas relacionados à cultura. Em acordo com esta definição, a pesquisa quantitativa, segundo Richardson (1999), é caracterizada pelo emprego da quantificação, tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de métodos e técnicas estatísticas.

Já o método quantitativo centra-se na objetividade, considera que a realidade só pode ser compreendida pela análise estatística com base em dados recolhidos com auxílio de instrumentos padronizados. Neste sentido, a pesquisa quantitativa procura descrever as causas de um fenômeno, busca relações entre variáveis (Martins & Theóphilo, 2009).

3.2 Campo de pesquisa

Esta pesquisa delimitou-se aos cursos da área de negócios, oferecidos por um centro universitário localizado na cidade de São Paulo. A escolha desta instituição deve-se ao fato de que é pioneira na oferta do curso de Ciências Contábeis no país. Possui nota máxima (5) no Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade), bem como o fato de o pesquisador ter livre acesso para realização da pesquisa nesta instituição.

3.3 População e amostra da pesquisa

Participaram desta pesquisa alunos regularmente matriculados nos cursos alvo do estudo no ano de 2022. No curso de Ciências Contábeis havia 560 alunos, seguidos de 612 no curso de Administração e 404 no curso de Economia. Deste total foi selecionada uma amostra de

1.067 alunos pertencentes ao 1º (primeiro) ano de cada curso. Destes, 308 pertenciam ao curso de Ciências Contábeis; 494 ao de Economia; e 265 ao de Administração, distribuídos da seguinte forma:

- a) **Ciências Contábeis**, com 4 turmas, divididas em 2 períodos. No período matutino, distribuído em: 1º ano do 1º período com 62 alunos e no 2º período com 47 alunos. No período noturno, distribuído em: 1º período com 96 alunos e 2º período com 106 alunos. Destes, somente 77 participaram da pesquisa;
- b) **Economia**, com 4 turmas, divididas em 2 períodos. No período matutino, distribuído em: 1º ano do 1º período com 114 alunos e no 2º período com 92 alunos. No período noturno, distribuído em: 1º período com 147 alunos e no 2º período com 141 alunos. Destes, somente 98 participaram da pesquisa;
- c) **Administração**, com 4 turmas, divididas em 2 períodos. No período matutino, distribuído em: 1º ano do 1º período com 54 alunos e no 2º período com 50 alunos. No período noturno, distribuído em: 1º período com 79 alunos e 2º período com 82 alunos. Destes, somente 65 participaram da pesquisa

Sendo assim, na data e horário da aplicação do protocolo de pesquisa 240 questionários foram respondidos. Destes, 229 foram considerados válidos. Para o estabelecimento do tamanho mínimo da amostra da pesquisa foram observadas as recomendações de Ringle, Silva e Bido (2014) e Hair, Hult, Ringle e Sarstedt (2017) para a utilização da Modelagem de Equações Estruturais de Mínimos Quadrados Parciais (PLS-SEM). Ringle et al. (2014, p. 58) recomendam que o tamanho da amostra seja calculado pelo *software G*Power*, o que implica “avaliar o construto ou variável latente que recebe o maior número de setas ou tem o maior número de preditores”. Foram utilizadas três variáveis latentes exógenas, o tamanho do efeito utilizado foi 0,15, o nível de significância de α foi 0,05, o poder da amostra de $1-\beta$ foi 0,8. A amostra mínima calculada para o modelo foi de 77 respondentes. Portanto, a amostra de 229 questionários válidos mostra-se adequada ao mínimo estabelecido.

3.4 Métodos, técnicas e procedimento de coletas de dados

Os dados foram coletados por meio de questionário, aplicado *in loco* junto a ingressantes do 1º ano dos cursos da área de negócios. Martins e Theóphilo (2009, p. 90) definem o questionário como “um conjunto ordenado e consistente de perguntas a respeito de variáveis e situações que se deseja medir ou descrever”. Richardson, Peres, Wanderley, Correia e Peres (2012, p. 189) acrescentam que o questionário “cumprido pelo menos duas funções: descrever as características e medir determinadas variáveis de um grupo social”.

Para Chizzotti (2008, p. 55), o questionário consiste em um conjunto de questões pré-elaboradas, sistemática e sequencialmente dispostas em itens que constituem o tema da pesquisa, destacando que “é uma interlocução planejada”.

3.4.1 Elaboração do instrumento de coleta de dados

Foi elaborado um instrumento de coleta de dados possuindo 11 questões estruturadas e dividiu-se em duas partes representados pela Tabela 1, a saber:

- a parte I – teve como objetivo levantar dados demográficos dos respondentes a partir das seguintes questões: gênero, idade e curso matriculado;
- a parte II teve como base o estudo de Kobylínska (2022, p. 13). O objetivo foi o de investigar determinantes das intenções empreendedoras de estudantes de cursos na área de negócios, investigados a partir de 7 construtos, conforme a Tabela 2:
 - a) Atitudes Pessoais, subdivide-se em 4 assertivas (AP1, AP2, AP3 e AP4);
 - b) Normas Subjetivas, subdividido em 3 assertivas (NS1, NS2, NS3);
 - c) Controle Percebido, composta por 4 assertivas (CP1, CP2, CP3 e CP4);
 - d) Intenções Empreendedoras, que possui 5 assertivas (IE1, IE2, IE3, IE4 e IE5);
 - e) Ambiente de Negócios, formada por 4 assertivas (AN1, AN2, AN3 e AN4);
 - f) Políticas Públicas, com 3 assertivas (PP1, PP2 e PP3); e
 - g) Educação com 3 assertivas (EDU1, EDU2 e EDU3).

A Tabela 1 a seguir contempla a organização do instrumento de pesquisa; a escala utilizada foi Likert de 5 pontos.

Tabela 1
Construtos e assertivas do instrumento de pesquisa

Construtos	Assertivas
ATITUDES PESSOAIS	AP1 Ser um empreendedor implica mais vantagens do que desvantagens para mim.
	AP2 A carreira de empresário é atraente para mim.
	AP3 Se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa .
	AP4 Ser um empreendedor implicaria grande satisfação para mim.
NORMAS SUBJETIVAS	NS1 Os meus parentes ligados ao ramo do empreendedorismo aprovariam minha decisão de começar um negócio.
	NS2 Os meus amigos empreendedores aprovariam minha decisão de começar um negócio.
	NS3 A minha família aprovaria minha decisão de começar um negócio.
CONTROLE PERCEBIDO	CP1 Iniciar um negócio e manter funcionando seria fácil para mim.
	CP2 Estou preparado para iniciar um negócio .
	CP3 Eu conheço o processo de criação de novos negócios .
	CP4 Se eu tentasse iniciar um negócio , teria alta probabilidade de sucesso
INTENÇÕES EMPREENDEDORAS	IE1 Meu objetivo profissional é ser um empreendedor .
	IE2 Farei todos os esforços para iniciar e manter o meu próprio negócio .
	IE3 Estou determinado a criar um empreendimento empresarial no futuro.
	IE4 Tenho pensado muito seriamente em criar uma empresa .
	IE5 Tenho a firme intenção de iniciar um negócio dentro de pouco tempo.
AMBIENTE DE NEGÓCIOS	AN1 Para criar um empreendimento empresarial são necessárias condições e ambiente propício de negócio.
	AN2 A abertura de novos negócios é influenciada pelo avanço tecnológico e desenvolvimento do empreendedorismo no país .
	AN3 Uma boa relação oferta/demanda é imprescindível para criar um empreendimento empresarial.
	AN4 Subsídios governamentais são necessários para o início de novos negócios.
POLÍTICAS PÚBLICAS	PP1 Para criar uma empresa é necessário política tributária e incentivos governamentais , tais como desburocratização, acesso a linhas de crédito etc.
	PP2 A boa situação econômico-financeira do país contribui para criação de empreendimentos empresariais.
	PP3 Políticas governamentais são necessárias para a criação de novos negócios (leis, decretos, normas regulatórias etc.).
EDUCAÇÃO	EDU1 A construção de uma carreira empreendedora requer aprendizado contínuo .
	EDU2 A motivação para uma carreira empreendedora advém da aprendizagem sobre o empreendedorismo nos diferentes níveis de ensino, em especial, na universidade.
	EDU3 A criação de um negócio é motivada pela vivência do empreendedorismo .

Nota. Fonte: Adaptado de “Attitudes, subjective norms, and perceived control versus contextual factors influencing the entrepreneurial intentions of students from Poland”, U. Kobylińska (2022), WSEAS Transactions on Business and Economics, 19, p. 106; “El impacto del entorno del estudiante en sus intenciones de crear una empresa cuando finalice sus estudios” L. M. Rives, & A. R. Bañón (2015). Lan Harremanak-Revista de Relaciones Laborales, (32), p. 9.

Com intuito de buscar maior adequação entre objetivos e referencial teórico, elaborou-se a Tabela a seguir.

Tabela 2

Relação entre objetivos, instrumento de pesquisa e referencial teórico da pesquisa

Categoria	Objetivos	Autores
Parte I	1. Levantar dados demográficos dos estudantes investigados	Rives e Bañón (2015); Maritz et al. (2020); Gieure et al. (2020); Georgescu e Herman (2020); Choudhury e Mandal (2021); Nguyen e Duong (2021); Aljaaidi e Waddah (2021); Gomes et al. (2021); Kisubi et al. (2021); Kobylińska (2022).
Parte II	2. Identificar determinantes das intenções empreendedoras de estudantes de cursos da área de negócios	Ajzen (1991, 2011); Hundt e Sternberg (2014); Goyanes (2015); Arrighetti et al. (2016); Devece et al. (2016); Rives e Bañón (2015); Kuckertz et al. (2020a); Maritz et al. (2020); Gieure et al. (2020); Georgescu e Herman (2020); Bigos e Michalik (2020); McKellar (2020); Choudhury e Mandal (2021); Nguyen e Duong (2021); Aljaaidi e Waddah (2021); Gomes et al. (2021); Kisubi et al. (2021); Kobylińska (2022).

3.4.2 Pré-teste do instrumento

De acordo com Martins e Theóphilo (2009, p. 92), “O questionário precisa passar por testes antes de sua utilização definitiva, escolhendo-se uma amostra de 3 a 10 colaboradores”. O questionário foi pré-testado no mês de novembro de 2022, com quatro discentes do curso em Ciências Contábeis, que não fazem parte da amostra final. O instrumento foi considerado adequado ao trabalho proposto, de fácil manuseio e compreensão.

3.5 Métodos, técnicas e procedimento de análise de dados

A análise de dados ocorreu por meio da estatística descritiva, modelo de mensuração e Modelo de Equação Estrutural (MEE). De acordo com Collis e Hussey (2005, p. 186), “a estatística é um conjunto de métodos e teoria aplicados a dados quantitativos ao tomar decisões diante de uma incerteza.” Os dados coletados foram devidamente organizados e tabulados através do *software* Smart PLS, por designar-se como uma das principais ferramentas de análise de dados na área das ciências sociais aplicadas.

Após a realização da análise descritiva dos dados demográficos e dos construtos, efetuou-se o teste de normalidade Kolmogorov-Smirnov, o qual visa “testar se os valores amostrais são oriundos de uma população com suposta distribuição teórica ou esperada, neste caso a distribuição normal” (Fávero & Belfiori, 2017, p. 196), sendo o teste mais indicado para verificar a normalidade da distribuição de amostras com mais de 50 elementos.

3.5.1 Modelagem de Equações Estruturais com Mínimos Quadrados Parciais

Para testar as hipóteses de pesquisa, aplicou-se a Modelagem de Equações Estruturais (*Structural Equation Modeling* - SEM), utilizando-se os Mínimos Quadrados Parciais (*Partial*

Least Square – PLS), por meio do *software* estatístico *SmartPLS*. O PLS-SEM é aconselhado em estudos que busquem estimar modelos complexos de caminhos, para verificar as relações causais entre as variáveis latentes formadas pelos construtos analisados (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017).

Antes da aplicação do modelo PLS-SEM alguns pressupostos devem ser atendidos para o modelo de mensuração. Os testes estatísticos devem ser realizados para verificar a confiabilidade e validade dos modelos de mensuração e estruturação (Hair, Risher, Sarstedt & Ringle, 2019).

Na Tabela 3 apresenta-se uma síntese dos pressupostos do modelo de mensuração e estruturação.

Tabela 3
Síntese dos pressupostos do modelo de mensuração e estruturação

Pressupostos	Procedimentos	Descrição
Painel A – Modelo de Mensuração		
Validade Convergente	Cargas Externas	Representa a contribuição absoluta de um indicador para seu respectivo construto, em que as cargas externas dos indicadores devem ser maiores que 0,70 . Por outro lado, as cargas que apresentarem valores entre 0,40 e 0,70 só devem ser removidas quando a sua exclusão levar a um aumento da AVE acima do valor recomendável.
	Confiabilidade dos Indicadores <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	É o quadrado da carga externa de um indicador. Representa quanto da variação em um item é explicada pelo construto e é referida como a variação extraída do item. Verifica quanto, em média, as variáveis se correlacionam positivamente com os seus respectivos construtos, em que os valores de AVE de 0,50 ou superior indicam que, em média, o construto explica mais da metade da variância de seus indicadores.
Confiabilidade da Consistência Interna	Confiabilidade Composta	Avalia se a amostra da pesquisa está livre de vieses, ou se as respostas em seu conjunto são confiáveis, em que os valores devem ser maiores que 0,70 para uma escala aceitável e 0,60 para uma escala para fins exploratórios.
	<i>Alfa de Cronbach</i>	Fornecer uma estimativa da confiabilidade da consistência interna, por meio das intercorrelações das assertivas analisadas, em que os valores devem ser maiores que 0,70 para uma escala aceitável e 0,60 para uma escala para fins exploratórios.
Validade Discriminante	<i>Heterotrait-Monotrait (HTMT)</i>	Calcula a verdadeira correlação entre dois construtos, também conhecida como correlação desatenuada, em que o valor deve ser menor que 1,00 .
Painel B – Modelo de Estruturação		
Colinearidade	<i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	Os escores das variáveis latentes dos construtos preditores em uma regressão parcial são usados para calcular os valores de VIF, em que VIF acima de 5 são indicativos de prováveis problemas de colinearidade entre os construtos preditores, logo, o valor ideal é menor que 3 .
Avaliação das Relações Causais entre os Construtos	Coefficiente de Caminho (<i>T</i>)	Interpretação dos valores à luz da teoria.
Coefficiente de Determinação	R^2	Representa a quantidade de variância nos construtos endógenos por todos os construtos exógenos ligados a ele, em que os resultados são geralmente interpretados com valores de 0,25 , 0,50 e 0,75 , representam efeitos fraco, moderado e substancial, respectivamente.
Relevância Preditiva	Q^2	Prediz com precisão os pontos de indicadores nos modelos de mensuração reflexivos endógenos e construtos de um único item endógenos, em que os valores devem ser maiores que 0.
Tamanho do Efeito	f^2	Verifica o impacto de um construto exógeno no valor do R^2 de um construto endógeno, em que valores de 0,02 , 0,15 e 0,35 representam efeitos pequeno, médio e grande, respectivamente.

Nota. Fonte: Elaborado pelo autor com base em “When to use and how to report the results of PLS-SEM” J. F. Hair, Jr., J. J. Risher, M. Sarstedt, & C. M. Ringle (2019). European Business Review, 31(1).

4 Resultados e Discussões

Nesta seção serão apresentados os resultados e discussões auferidos por intermédio da análise, interpretação e ordenação final dos dados oriundos da aplicação do questionário de pesquisa e que derivaram dos seguintes objetivos: perfil demográfico e fatores que influenciam as intenções empreendedoras dos estudantes no contexto estudado.

4.1 Dados demográfico dos colaboradores da pesquisa

Os acadêmicos foram questionados sobre suas intenções, atitudes e percepções em relação ao empreendedorismo; os dados demográficos como idade e gênero por curso foram utilizados como variáveis para os subgrupos representados. De acordo com o consórcio *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) (Björk, Saarela, Kotavaara, & Muhos, 2022, p. 7), a opção pela carreira empreendedora resulta no “crescimento de empresas (empreendedorismo nascente) e na criação de emprego e renda esperada no longo prazo”.

A Tabela 4 evidencia um perfil dos respondentes da pesquisa, com destaque para o sexo, faixa etária, curso de graduação e se exerce/exerceu atividade empreendedora.

Tabela 4

Perfil dos respondentes

Sexo	Freq.	%
Masculino	136	59%
Feminino	93	41%
Faixa etária	Freq.	%
até 20 anos	178	78%
entre 21 e 25 anos	42	18%
entre 26 e 30 anos	4	2%
acima de 30 anos	5	2%
Curso de Graduação	Freq.	%
Administração	64	28%
Ciências Contábeis	72	31%
Economia	93	41%

Nota. Fonte: Dados da pesquisa.

Os dados demográficos da Tabela 4 demonstram que a maioria dos respondentes é do sexo masculino (59%), possui idade até 20 anos (78%) e 41% pertencem ao curso de Economia. Percebe-se a existência de um número significativo de jovens nos cursos estudados. Nota-se, também, um número bastante significativo de mulheres nos cursos estudados, isso contribui para que cada vez mais as diferenças de gênero nas atividades empresariais diminuam e mais mulheres optem pela carreira empreendedora, pois, conforme preconiza o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) (Björk et al., 2022), existem menos mulheres do que homens envolvidas em atividades empreendedoras.

Essa lacuna de gênero no empreendedorismo só diminuiu com os impactos gerados pela pandemia de covid-19. A crise econômica gerada pela pandemia do coronavírus gerou efeitos negativos nos quadros do empreendedorismo, todavia permitiu a criação de novos negócios, com maior envolvimento das mulheres nas atividades empreendedoras (Björk et al., 2022; Ratten, 2020).

Na Tabela 5, apresentam-se os resultados da estatística descritiva dos construtos analisados na pesquisa.

Tabela 5
Estatística descritiva dos construtos

Indicadores	Mínimo	Máximo	Média	Desvio-Padrão	Coefficiente de Variação	Assimetria	Curtose
Ambiente Negócios							
AN1	1	5	3,585	1,127	31%	-0,502	-0,377
AN2	1	5	3,865	1,303	34%	-0,828	-0,555
AN3	1	5	4,013	1,309	33%	-1,159	0,105
AN4	1	5	3,821	1,294	34%	-0,864	-0,358
Atitudes Pessoais							
AP1	1	5	4,066	1,100	27%	-1,187	0,842
AP2	1	5	4,336	0,920	21%	-1,399	1,534
AP3	1	5	4,528	0,764	17%	-1,883	4,062
AP4	1	5	3,144	1,225	39%	-0,177	-0,836
Controle Comportamental							
CCP1	1	5	2,891	1,222	42%	0,065	-0,819
CCP2	1	5	2,293	1,273	56%	0,762	-0,429
CCP3	1	5	2,629	1,266	48%	0,374	-0,857
CCP4	1	5	3,083	1,165	38%	-0,079	-0,557
Educação							
EDU1	1	5	4,786	0,594	12%	-3,438	13,455
EDU2	1	5	3,987	1,205	30%	-1,007	0,033
EDU3	1	5	4,061	1,106	27%	-1,062	0,328
Intenções Empreendedoras							
IE1	1	5	3,170	1,436	45%	-0,204	-1,241
IE2	1	5	3,572	1,442	40%	-0,592	-0,981
IE3	1	5	3,376	1,501	44%	-0,386	-1,264
IE4	1	5	3,087	1,604	52%	-0,086	-1,552
IE5	1	5	2,380	1,475	62%	0,672	-0,971
Normas Subjetivas							
NS1	1	5	4,162	1,066	26%	-1,204	0,746
NS2	1	5	4,262	0,969	23%	-1,508	2,212
NS3	1	5	4,218	1,054	25%	-1,400	1,384
Políticas Públicas							
PP1	1	5	3,856	1,085	28%	-0,646	-0,385
PP2	1	5	4,345	0,955	22%	-1,594	2,231
PP3	1	5	4,013	1,049	26%	-0,854	0,076

Nota. Fonte: Dados da pesquisa.

De modo geral, somente as assertivas do Controle Comportamental e das Intenções Empreendedoras apresentaram maior dispersão das respostas, as demais foram consideradas baixas, o que pode indicar que os discentes da amostra não possuem características diferentes em relação às assertivas. Como o instrumento foi aplicado com alunos de diferentes cursos e

faixas etárias, as respostas podem ser divergentes. Também existem valores de assimetria e curtose que extrapolaram o intervalo desejável de -1 e +1, contudo nenhuma assertiva foi retirada da análise, pois não é um pressuposto para o modelo PLS-SEM, uma vez que não requer que os dados possuam distribuição normal (Hair et al., 2017).

4.2 Fatores determinantes das intenções empreendedoras de estudantes da área de negócios

Para estudar os fatores que influenciam as pessoas a se tornarem empreendedoras, utilizou-se um modelo estrutural desenvolvido a partir de um conjunto de variáveis que permitem explicar a intenção de empreender (IE), uma vez que este construto tem se mostrado um forte preditor do comportamento real. Deste modo, buscou-se responder quais construtos contextuais (educação, ambiente de negócios e políticas públicas) e pessoais (atitudes, normas subjetivas e controle comportamental percebido) influenciam positivamente as intenções de empreender dos estudantes de cursos na área de negócios. Para tanto, utilizou-se o modelo de mensuração e o modelo estrutural conforme exposto a seguir.

4.2.1 Modelo de mensuração

Antes de aplicar o modelo PLS-SEM, foram aplicados testes do modelo de mensuração reflexivo para avaliar sua adequação; são eles: validade convergente; confiabilidade da consistência interna; e validade discriminante (Hair et al., 2019). Os resultados são apresentados na Tabela 6.

Tabela 6
Resultados do modelo de mensuração

Variável Latente	Itens	Validade Convergente			Confiabilidade da Consistência Interna		Validade Discriminante HTMT menor que 1
		Cargas Fatoriais Externas	Confiabilidade dos Indicadores	AVE	Confiabilidade Composta	Alfa de Cronbach	
Ambiente Negócios	AN1	0,649	0,421	0,675	0,800	0,595	Sim
	AN2	0,964	0,929				
Atitudes Pessoais	AP1	0,599	0,359	0,676	0,891	0,833	Sim
	AP2	0,867	0,752				
	AP3	0,857	0,734				
	AP4	0,927	0,860				
Controle Comportamental	CC1	0,773	0,597	0,644	0,878	0,816	Sim
	CC2	0,871	0,759				
	CC3	0,757	0,573				
	CC4	0,805	0,648				
Educação	EDU1	0,769	0,591	0,553	0,773	0,573	Sim
	EDU2	0,698	0,487				
	EDU3	0,721	0,520				
Intenções Empreendedoras	IE1	0,902	0,814	0,767	0,929	0,898	Sim
	IE2	0,868	0,753				
	IE4	0,917	0,840				
	IE5	0,812	0,659				
Normas Subjetivas	NS1	0,885	0,783	0,647	0,845	0,728	Sim
	NS2	0,680	0,463				
	NS3	0,835	0,697				
Políticas Públicas	PP1	0,544	0,296	0,505	0,745	0,560	Sim
	PP2	0,892	0,795				
	PP3	0,650	0,423				

Nota. Valores recomendados para: i) cargas fatoriais externas > 0,7; ii) AVE > 0,5; iii) confiabilidade composta > 0,7; iv) alfa de Cronbach > 0,7; v) intervalo de confiança HTMT < 1

Fonte: Dados da pesquisa. Adaptado de “When to use and how to report the results of PLS-SEM” J. F. Hair, Jr., J. J. Risher, M. Sarstedt, & C. M. Ringle (2019). *European Business Review*, 31(1).

Após a retirada de três assertivas (AN3, AN4 e IE3), devido à baixa carga fatorial, quatro ainda apresentaram cargas ligeiramente inferiores a 0,70, mas superiores a 0,40. Entretanto, estas assertivas foram consideradas na pesquisa, visto que os valores da AVE ficaram acima de 0,5, o que sugere validade convergente adequada para todos os construtos. Os testes utilizados para mensurar a confiabilidade de consistência interna dos construtos, como a confiabilidade composta, apresentaram coeficiente superior ao valor mínimo de 0,70, contudo dois construtos apresentaram alfa de Cronbach ligeiramente inferiores a 0,60, por isso foram considerados na análise. Por fim, foi utilizado o teste de *Heterotrait-Monotrait* (HTMT), para verificar a validade discriminante, cujo intervalo de confiança para todas as variáveis latentes não inclui valor 1, portanto os construtos são explicitamente independentes uns dos outros. Concluída a validação do modelo de mensuração, na sequência, analisa-se o modelo de estruturação.

4.2.2 Modelo estrutural

Logo após a verificação da confiabilidade e da validade dos construtos do modelo estrutural, realizaram-se as estimativas das equações estruturais por meio da análise do *Bootstrapping*, para testar a força e a direção das variáveis sugeridas ao examinar a colinearidade (VIF), as relações do modelo estrutural (teste de hipóteses), o coeficiente de determinação (R^2), o tamanho do efeito (f^2) e a relevância preditiva (Q^2) (Hair et al., 2019). Os resultados da análise direta e da mediação são apresentados na Tabela 7.

Tabela 7

Resultados do modelo estrutural

Relação Estrutural	Coefficiente Estrutural	Erro-Padrão	Valor-t	Valor-p	VIF	f^2	R^2	Q^2
EDU → AP	0,234	0,069	3,380	0,000***	1,000	0,058	0,055	0,031
AN → NS	0,185	0,093	1,998	0,048**	1,000	0,036	0,034	0,04
PP → CCP	0,085	0,123	0,694	0,488	1,000	0,007	0,007	0,001
AP → IE	0,551	0,061	9,007	0,000***	1,441	0,658		
NS → IE	0,002	0,043	0,041	0,967	1,111	0,000	0,680	0,514
CCP → IE	0,396	0,054	7,272	0,000***	1,337	0,367		

Legenda: AN=Ambiente Negócios; AP=Atitudes Pessoais; CCP=Controle Comportamental; EDU=Educação; IE=Intenções Empreendedoras; NS=Normas Subjetivas; PP=Políticas Públicas.

Nota. f^2 : > 0,02 pequeno, > 0,15 médio e > 0,35 grande; Variância explicada R^2 : > 0,25 fraco, > 0,5 moderado e > 0,75 substancial; Valor recomendado para VIF < 5 .

Nota. Fonte. Adaptado de “When to use and how to report the results of PLS-SEM” J. F. Hair, Jr., J. J. Risher, M. Sarstedt, & C. M. Ringle (2019). *European Business Review*, 31(1).

Significância ao nível de ***1%, ** 5% e *10%.

Fonte: Dados da pesquisa.

Com base nos valores dos coeficientes de determinação (R^2) da Tabela 7, a educação explica as atitudes pessoais em 5,5%, enquanto ambiente de negócio explica as normas subjetivas em 3,4%. Já as intenções empreendedoras são explicadas em 68,0% (R^2) pelas atitudes pessoais, normas subjetivas e controle comportamental. Por fim, constata-se um valor baixo de explicação para as variáveis da Teoria do Comportamento Planejado, portanto os achados devem ser considerados com cautela.

Na Figura 3, apresenta-se o modelo relacional com os resultados estimados pela modelagem PLS-SEM.

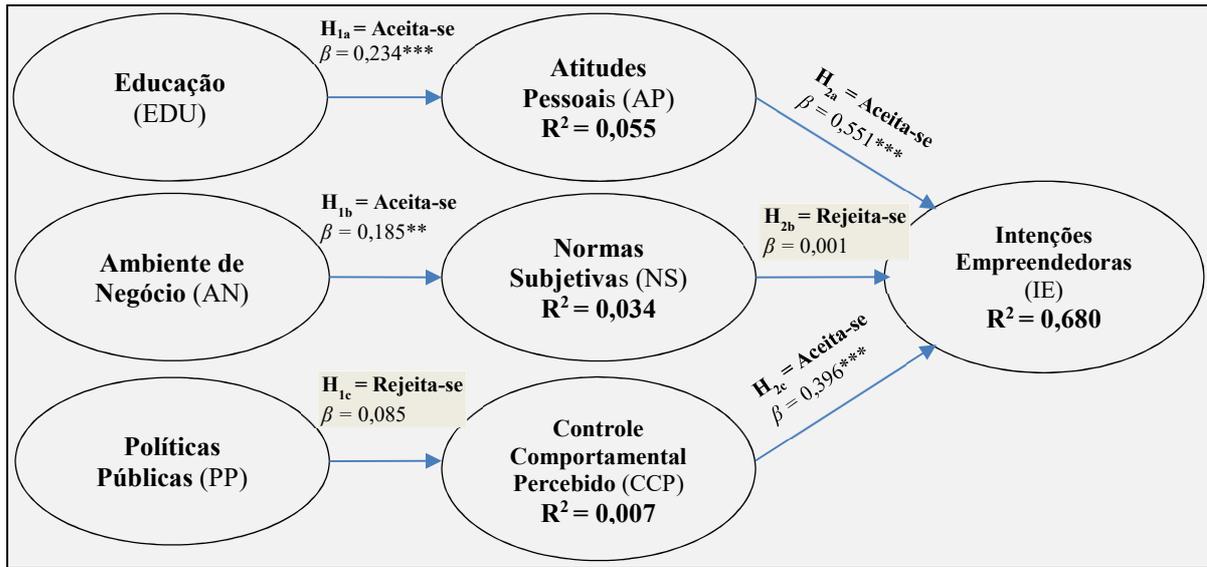


Figura 3. Resultados do modelo relacional da pesquisa.

Nota: ***significância ao nível de 1%; **significância ao nível de 5%; e *significância ao nível de 10%.

Os dados da Figura 3 demonstram quais fatores influenciam positivamente as intenções empreendedoras (IE) dos alunos investigados. Quanto aos fatores individuais, foi possível identificar que: (i) a educação é um antecedente positivo das atitudes pessoais ($\beta=0,234$; $p<0,01$; valor- $t=3,380$); (ii) o ambiente de negócio é um antecedente positivo das normas subjetivas ($\beta=0,185$; $p<0,05$; valor- $t=1,998$); (iii) já as políticas públicas não apresentaram significância estatística com o controle comportamental percebido ($\beta=0,085$; $p>0,10$; valor- $t=0,694$).

Quanto aos fatores pessoais: a) as atitudes pessoais ($\beta=0,551$; $p<0,01$; valor- $t=9,007$); e b) o controle comportamental ($\beta=0,396$; $p<0,01$; valor- $t=7,272$) são elementos determinantes para que os discentes desenvolvam intenções empreendedoras, entretanto: c) as normas subjetivas ($\beta=0,001$; $p>0,10$; valor- $t=0,041$) não possuem influência sobre as intenções empreendedoras dos acadêmicos investigados.

4.2.3 Intenções para empreender: uma discussão dos achados na área de negócios

Nesta seção são discutidas as relações existentes entre fatores pessoais tidos como preditores da intenção de se tornar um empreendedor. O modelo mostra também a importância de fatores contextuais na determinação das características individuais e intenções do empreendedor. A Tabela 8 apresenta uma síntese das decisões relativas às hipóteses testadas.

Tabela 8

Hipóteses testadas e decisões

Hipóteses da pesquisa	Decisão
H1a: Há uma relação positiva entre educação e atitudes pessoais.	Aceita-se
H1b: Há uma relação positiva entre ambiente de negócio e normas subjetivas.	Aceita-se
H1c: Há uma relação positiva entre políticas públicas e controle comportamental.	Rejeita-se
H2a: Há uma relação positiva entre atitudes pessoais e intenções empreendedoras.	Aceita-se
H2b: Há uma relação positiva entre normas subjetivas e intenções empreendedoras.	Rejeita-se
H2c: Há uma relação positiva entre controle comportamental e intenções empreendedoras.	Aceita-se

Nota. Fonte: Dados da pesquisa.

O resultado da hipótese **H1a** revela uma relação positiva entre “educação” e “atitudes pessoais” (AP), desta forma a educação pode ser considerada um fator crucial na formação das intenções empreendedoras dos estudantes investigados. A Educação (EDU) como preditora de uma “Atitude Empreendedora” apresentou a relação mais significativa com 5,5%, demonstrando, deste modo, que processos educacionais possuem relação positiva com a atitude e, assim, na intenção empreendedora (IE). O item com significância maior foi: EDU1 - “A construção de uma carreira empreendedora requer aprendizado contínuo”. Em acordo, Kallas e Parts (2020) demonstram existir relação entre fatores psicológicos, contextuais, intenções empreendedoras e tomada de decisão quanto à criação de empreendimento por parte dos universitários. O estudo de Lu, Song e Pan (2021, p. 1) acrescenta que governos de todo o mundo tendem a construir “ecossistemas empreendedores por meio da implementação de propostas de educação para o empreendedorismo nos universitários”. Ao aceitar a **H1a**, este estudo corrobora as recentes pesquisas de Aljaaidi e Waddah (2021), Choudhury e Mandal (2021), Georgescu e Herman (2020), Gieure et al. (2020), Gomes et al. (2021), Kisubi et al. (2021), Lopes et al. (2020), Maritz, Perenyi, De Waal e Buck (2020), Mohammed, Qataan, Ghawanmeh e Alqaadan (2021) e Nguyen e Duong (2021).

Neste estudo, o “ambiente de negócio” (AN) apresentou relação positiva com as normas subjetivas aceitando-se a hipótese **H1b**. O ambiente de negócios (AN) apresentou-se como preditivo das normas subjetivas (NS) com 3,4%, especificamente, o item (AN3) “Uma boa relação oferta/demanda é imprescindível para criar um empreendimento empresarial” com (4,013). Isso demonstra que a intenção de empreender pode ser influenciada pelo ambiente de negócios onde a cooperação institucional, condições empresariais e políticas públicas podem facilitar a transição do empreendedor por todas as etapas do processo de desenvolvimento de um novo negócio. Pesquisas (Aljaaidi & Waddah, 2021; Gieure et al., 2020; Kisubi et al., 2021; Lopes et al., 2020; Mohammed et al., 2021) enfatizam que esses fatores (individual e contextual) podem ter um impacto positivo no ambiente do empreendedor, que será adicionalmente apoiado pela família e parentes que avaliarão positivamente a situação do

empreendedor antes de iniciar um negócio e podem influenciar indiretamente as intenções do empreendedor. Por outro lado, é importante caracterizar o contexto local (ambiente de negócios propício ao empreendedorismo, disponibilidade de infraestrutura adequada, investidores financeiros), e mais especificamente mecanismos de apoio ao empreendedorismo.

Diferente do pressuposto da pesquisa de Choudhury e Mandal (2021), os achados deste estudo não revelaram relação positiva entre “políticas públicas” (PP) e “controle comportamental” (CCP), rejeitando-se a hipótese **H1c**. Para Kobylińska (2022), políticas governamentais relacionadas a tributos e incentivos governamentais atraem os discentes dos cursos da área de negócios a seguirem uma carreira empreendedora. Porém, tal construto não foi estatisticamente significativo, o que contradiz os estudos de Choudhury e Mandal (2021) e Kobylińska (2022).

Esta é uma questão importante e de relevância para pesquisas futuras em outras regiões do país, pois a pandemia de covid-19 gerou impactos na economia, nos quadros do empreendedorismo e nas condições de trabalho. Isso demandou ações efetivas dos governos, tendo a digitalização da economia e o teletrabalho como condição de empregabilidade. Mesmo com este cenário, o construto “políticas públicas” não apresentou significância no contexto estudado.

O presente estudo identificou relação positiva entre atitudes pessoais e intenções empreendedoras, aceitando-se a hipótese **H2a**. Com base nos achados, é possível reforçar os resultados dos estudos de Aljaaidi e Waddah (2021), Georgescu e Herman (2020), Gomes et al. (2021), Kisubi et al. (2021), Lopes et al. (2020); Maritz et al. (2020), Mohammed et al. (2021) e Nguyen e Duong (2021).

O construto “normas subjetivas” (NS) **não** apresentou uma relação positiva com “intenções empreendedoras” (IE), rejeitando-se a hipótese **H2b**. As normas sociais não tiveram significância estatística no contexto estudado, não corroborando com o estudo de Choudhury e Mandal (2021) que destacam a relação positiva neste quesito e a importância do suporte informal incluindo o apoio da família, pais, amigos e da sociedade. Os autores destacam as dificuldades para iniciar e fazer a gestão do próprio negócio sem uma rede de apoio ou *network*, que influenciam a motivação para empreender e podem determinar a ocorrência de intenções empreendedoras.

Neste estudo, o resultado da hipótese **H2c** revela uma relação positiva entre “controle comportamental percebido” (CCP) e “intenções empreendedoras” (IE), e a hipótese **H2c** é aceita. Nesse contexto, o controle comportamental percebido para se tornar ou não um empreendedor é fundado “em crenças de que grupos ou indivíduos devem apoiar a criação de um negócio”

(Gieure et al., 2020, p. 3). Em acordo, recentes pesquisas (Aljaaidi & Waddah, 2021; Choudhury & Mandal, 2021; Mohammed et al., 2021; Nguyen & Duong, 2021) corroboram esse resultado.

Este estudo demonstra que um dos fatores contextuais que mais se destacou foi a “educação empreendedora”, por sua relação positiva com as “atitudes pessoais” e sua influência indireta com as “intenções de empreender”. Esses achados corroboram com o modelo de base desta pesquisa (Kobylińska, 2022) aplicado no contexto dos acadêmicos da Polônia. Nesta lógica, reforçam a ideia de que a atitude é uma predisposição favorável de uma pessoa para o comportamento, neste caso, o comportamento de criar uma empresa (Choudhury & Mandal, 2021; Gieure et al., 2020; Kobylińska, 2022).

Para a Teoria do Comportamento Planejado (TCP), a intenção é preditora do comportamento individual, isto é, indica o quanto a pessoa está preparada e quanto esforço pretende fazer para atingir o comportamento empreendedor (Kobylińska, 2022). Em acordo, Kobylińska (2022, p. 5) destaca que as atitudes das pessoas em relação ao seu próprio envolvimento na atividade empreendedora fazem com que percebam essa atividade como positiva e profissionalmente estimulante, com benefícios específicos, tais como *status* financeiro, pessoal, social etc., e, assim, empreendam esforços e tempo à criação de novos empreendimentos.

5 Conclusões

Esta pesquisa teve como objetivo analisar a influência de fatores contextuais e individuais nas intenções empreendedoras de estudantes de cursos da área de negócios. Constatou-se que 41% dos discentes investigados pertencem ao curso de Economia, que há predomínio de respondentes do sexo masculino e a maioria destes possui idade até 20 anos (78%).

Foi possível constatar que fatores individuais como atitudes pessoais (AP) é o construto que mais contribui para explicar as intenções empreendedoras dos estudantes pesquisados com 5,5%, seguido do controle comportamental percebido com 3,9%. O construto normas subjetivas (NS) não é preditivo das intenções de empreender dos alunos investigados. Assim, pode-se dizer que fatores pessoais se mostraram preditivos das intenções empreendedoras (IE) sendo explicadas com 68,0% (R^2) pelas atitudes pessoais, normas subjetivas e controle comportamental percebido.

Quanto a fatores contextuais, identificou-se a influência positiva nas intenções de empreender de modo que o construto Educação (EDU) como preditora de uma “Atitude Empreendedora” apresentou a relação mais significativa com 5,5%, demonstrando, desta forma, que a eficácia empreendedora pode ser resultado de processos educacionais e que estes refletem positivamente nas atitudes pessoais e, assim, na intenção de empreender. Esse resultado demonstra a importância de políticas e programas de atenção ao empreendedorismo em todos os níveis de ensino com vistas ao desenvolvimento da criatividade, da iniciativa pessoal, da autossuficiência e do bem-estar social.

O ambiente de negócios (AN) apresentou-se como preditivo das normas subjetivas (NS) com 3,4%, demonstrando que a intenção de empreender pode ser influenciada pelo ambiente de negócios (cooperação institucional, condições empresais, políticas públicas etc.) e, assim, podem facilitar o surgimento de novos negócios.

Em síntese pode-se dizer que: a) a educação é um antecedente positivo das atitudes pessoais; (b) o ambiente de negócio é um antecedente positivo das normas subjetivas. Ou seja, a educação empreendedora (conhecimento, habilidades para iniciar um negócio), o ambiente propício ao empreendedorismo (instituições cooperantes, infraestrutura adequada, disponibilidade de recursos, mecanismos de apoio ao empreendedorismo) e as normas subjetivas (apoio da família, de amigos etc.) foram fatores primordiais no contexto estudado.

Já o construto “políticas públicas” não teve relação positiva e significância estatística com o “controle comportamental percebido”, ou seja, a crença nas próprias capacidades de

realizar a ação de empreender. Quanto mais forte a crença de que você é capaz de administrar e gerenciar seu próprio negócio, maior o nível de intenção empreendedora. As condições regulatórias e a influência da política econômica e legal que determinam as atividades empreendedoras não foram percebidas como significantes. Leis e regulamentações podem causar uma sensação de ameaça ou oportunidade para os empreendedores. Por outro lado, regulamentos e procedimentos severos podem causar ameaça e declínio da intenção empreendedora dos jovens.

Neste quesito, o estudo constatou que, embora o mundo tenha vivenciado uma crise sanitária com impactos nos quadros do empreendedorismo e nas condições de trabalho, demandando ações efetivas dos governos às consequências econômicas da pandemia de covid-19, a digitalização da economia e o teletrabalho progrediram em todo o mundo e receberam mais apoio devido à pandemia. Nem todos os governos implementaram medidas efetivas para evitar um declínio significativo dos novos negócios, todavia o crescimento da economia como impulsionador de *startups* e modelo de negócios aumentou devido à pandemia. Mesmo com este cenário, o construto “políticas públicas” não apresentou significância no contexto estudado.

A pesquisa apresenta contribuições teóricas para a literatura da Teoria do Comportamento Planejado onde o construto intenções de empreender (IE) tem se mostrado um preditor do comportamento real. O estudo identificou quais fatores individuais e contextuais podem influenciar positivamente as intenções empreendedoras (IE) de iniciantes dos cursos da área de negócios e o quanto de esforço os estudantes pretendem despender para implementar o comportamento de empreender num futuro próximo, ou seja, criar e colocar em prática uma ideia.

Pode-se dizer que o empreendedorismo exerce um papel de destaque nas economias nacionais e mundiais, em especial as novas e pequenas empresas, existindo, assim, um crescente reconhecimento da importância dos empreendedores e do papel que as novas empresas desempenham no desenvolvimento econômico e bem-estar social. Neste sentido, conclui-se que indicadores contextuais e individuais são indícios que podem afetar a percepção dos estudantes dos cursos da área de negócios quanto às motivações para empreender e à escolha do empreendedorismo como uma opção de carreira depois de formados.

Espera-se que os resultados deste estudo contribuam de forma prática, para que as universidades, docentes e discentes dos cursos da área de negócios reflitam sobre o tema, sobretudo no que concerne a revisões curriculares que abarquem de forma transversal a temática do empreendedorismo.

A atenção do corpo docente é fundamental para disseminar ideias sobre oportunidades e desafios de empreender. Palestrantes, pesquisadores, empresários, professores podem contribuir para o aprendizado dos estudantes quanto a tipos de segmento de mercado, produtos, regulamentação tributária, normas, financiamento, transferência de ciência e tecnologia, infraestrutura física, empreendedorismo feminino, entre outros. Atividades como a criação e execução de planos de negócios, orçamento, gestão financeira, gestão de risco e cadeia de suprimentos em diferentes tipos de segmentos poderá instrumentalizar os estudantes com conhecimentos e habilidades empreendedoras tornando-os capazes de entender o papel significativo do emprego por conta própria e da empregabilidade como forma de suprir o desemprego e fomentar o desenvolvimento econômico do país.

Espera-se também que esta pesquisa sirva de subsídio para a implementação de políticas governamentais capazes de incentivar a criatividade, a autossuficiência, a iniciativa empreendedora, com atenção especial para o empreendedorismo estudantil no Brasil.

Todavia, uma das limitações desta pesquisa deve-se ao fato de que os dados foram coletados no final do segundo semestre letivo de 2022, este não foi um período favorável para a pesquisa. Os alunos poderiam estar desmotivados, cansados e preocupados com provas e trabalhos de final de semestre ou até mesmo de curso. Assim, final de semestre e de ano letivo não são períodos recomendados para a coleta de dados junto aos acadêmicos.

Recomenda-se para estudos futuros:

- a) replicar o modelo de estudo procurando identificar o potencial empreendedor dos estudantes, a partir de comparações entre gênero (masculino e feminino) e entre cursos de graduação na área de negócios ofertados por instituições de ensino superior no Brasil;
- b) determinar o potencial de empreendedorismo feminino em cursos de graduação na área de negócios e/ou outros cursos, este é um tema emergente que merece a atenção das novas pesquisas; e
- c) compreender melhor como as experiências de vida dos estudantes podem afetar suas intenções empreendedoras; estudantes que já tiveram experiências de negócios podem ser mais propensos a empreender do que aqueles que ainda não as tiveram.

Seria importante verificar também as percepções dos estudantes quanto ao construto “políticas públicas”, uma vez que as condições regulatórias e a política econômica influencia

as atividades empreendedoras, deste modo regulamentos e procedimentos severos podem causar ameaça e declínio da intenção empreendedora dos jovens.

Neste estudo, chama a atenção o fato de que o construto “políticas públicas” não apresentou significância estatística no contexto pesquisado. Esta pode ser uma questão importante para ser explorada pelas futuras pesquisas, a fim de melhor compreender as percepções dos estudantes neste quesito. O modelo testado corrobora alguns dos achados do modelo que serviu de base (Kobylińska, 2022) aplicado na Polônia. Por isso, outros estudos podem corroborar ou refutar os achados da presente pesquisa no contexto brasileiro, mas em outras regiões do Brasil, pois o modelo foi aplicado em uma escola de referência na área de negócios, localizada na cidade de São Paulo, centro financeiro do Brasil, considerada um dos maiores polos industriais da América Latina em todos os segmentos.

Referências

- Akanbi, S. T. (2013). Familial factors, personality traits and self-efficacy as determinants of entrepreneurial intention among vocational based college of education students in Oyo State, Nigeria. *The African Symposium*, 13(2), 66-76. https://www.researchgate.net/publication/362269785_The_African_Symposium_An_online_journal_of_the_African_Educational_Research_Network_FAMILIAL_FACTORS_PERSONALITY_TRAITS_AND_SELF-EFFICACY_AS_DETERMINANTS_OF_ENTREPRENEURIAL_INTENTION_AMONG_VOCATIONAL_
- Al-Jubari, I. (2019). College students' entrepreneurial intention: Testing an integrated model of SDT and TPB. *Sage Open*, 9(2), 1-15. DOI: 10.1177/2158244019853467
- Alin, L.D., & Esra, D. İ. L. (2022). Determinants of Somali Student's Entrepreneurial Intentions: The Case Study of University Students in Mogadishu. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(1), 130-142. DOI: 10.17494/ogusbd.1092867
- Aljaaidi, K. S., & Waddah, K. H. O. (2021). Entrepreneurial intention among students from college of business administration at northern border University: An exploratory study. *SMART Journal of Business Management Studies*, 17(1), 80-90. DOI: 10.5958/2321-2012.2021.00008.7
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organizational behavior and human. Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2006). *Constructing a theory of planned behavior questionnaire*. New York: Psychology Press. Recuperado de <https://people.umass.edu/~ajzen/pdf/tpb.measurement.pdf>
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 26(9), 1113-1127. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Arrighetti, A., Caricati, L., Landini, F., & Monacelli, N. (2016). Entrepreneurial intention in the time of crisis: A field study. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 22(6), 835-859. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2015-0326>
- Bigos, K., & Michalik, A. (2020). The influence of innovation on international new ventures' exporting in Central and Eastern Europe and Central Asia countries. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(3), 47-63. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=975942>
- Bin-Nashwan, S. A., & Al-Daihani, M. (2020). Fundraising campaigns via social media platforms for mitigating the impacts of the COVID-19 epidemic. *Journal of Islamic Marketing*, 12(3), 576-597. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2020-0200>
- Björk, P., Saarela, M., Kotavaara, O., & Muhos, M. (2022). *Global entrepreneurship monitor 2021/2022 finish report*. Finland: Kerttu Saalasti Institute, University of Oulu/Nivala.
- Bonaccorsi, G., Pierri, F., Cinelli, M., Flori, A., Galeazzi, A., Porcelli, F., & Pammolli, F. (2020). Economic and social consequences of human mobility restrictions under COVID-

19. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117(27), 15530-15535.
<https://doi.org/10.1073/pnas.2007658117>

- Camelo-Ordaz, C., Diáñez-González, J. P., & Ruiz-Navarro, J. (2016). The influence of gender on entrepreneurial intention: The mediating role of perceptual factors. La influencia del género sobre la intención emprendedora: El papel mediador de los factores de percepción. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(4), 261-277.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.brq.2016.03.001>
- Campos, T. M., & de Lima, E. O. (2019). Um estudo sobre os fatores que influenciam no desenvolvimento de competências empreendedoras. *Revista Pretexto*, 20(1), 38-56.
 DOI: <https://doi.org/10.21714/pretexto.v20i1.3231>
- Cavallo, A., Ghezzi, A., & Balocco, R. (2019). Entrepreneurial ecosystem research: Present debates and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(4), 1291-1321. doi: <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0526-3>.
- Cazeri, G. T., Anholon, R., Rampasso, I. S., Quelhas, O. L., & Leal, W., Filho (2021). Preparing future entrepreneurs: Reflections about the COVID-19 impacts on the entrepreneurial potential of Brazilian students. *Journal of Work-Applied Management*, 13(2), 277-283.
 Recuperado de: <https://doi.org/10.1108/JWAM-10-2020-0046>
- Chizzotti, A. (2008). *Pesquisa em ciências humanas e sociais*. (9a ed.). São Paulo: Cortez.
- Choudhury, A. H., & Mandal, S. (2021). The role of familial, social, educational and business environmental factors on entrepreneurial intention among university students in Bangladesh. *Materials Today: Proceedings*, 1-5.
<https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.03.256>
- Collis, J., & Hussey, R. (2005). *Pesquisa em administração: Um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação* (2a ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Devece, C., Peris-Ortiz, M., & Rueda-Armengot, C. (2016). Entrepreneurship during economic crisis: Success factors and paths to failure. *Journal of Business Research*, 69(11), 5366-5370. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.139>
- Fávero, L. P., & Belfiori, P. (2017) *Manual de análise de dados: Estatística e modelagem multivariada com Excel, SPSS e Stata*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2016). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75-93. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1111/jsbm.12065>
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663-666. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. New York: Psychology Press.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2011). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. New York: Psychology Press.

- Gelaidan, H. M., & Abdullateef, A. O. (2017). Entrepreneurial intentions of business students in Malaysia: The role of self-confidence, educational and relation support. *Journal of Small business and Enterprise Development*, 24(1), 54-67. <https://doi.org/10.1108/JSBED-06-2016-0078>
- Georgescu, M. A., & Herman, E. (2020). The impact of the family background on students' entrepreneurial intentions: An empirical analysis. *Sustainability*, 12(11), 4775. <https://doi.org/10.3390/su12114775>
- Gieure, C., Benavides-Espinosa, M. del M., & Roig-Dobón, S. (2019). Entrepreneurial intentions in an international university environment. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(8), 1605-1620. <https://doi.org/10.1108/IJEER-12-2018-0810>
- Gieure, C., Benavides-Espinosa, M. del M., & Roig-Dobón, S. (2020). The entrepreneurial process: The link between intentions and behavior. *Journal of Business Research*, 112, 541-548. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.088>
- Giones, F., Brem, A., Pollack, J. M., Michaelis, T. L., Klyver, K., & Brinckmann, J. (2020). Revising entrepreneurial action in response to exogenous shocks: Considering the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, 14, e00186. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00186>
- Gomes, S., Sousa, M., Santos, T., Oliveira, J., Oliveira, M., & Lopes, J. M. (2021). Opening the “Black Box” of university entrepreneurial intention in the era of the COVID-19 Pandemic. *Social Sciences*, 10(5), 181. <https://doi.org/10.3390/socsci10050181>
- González, C. O., & Kobylńska, U. (2022). Female entrepreneurship in Poland and Spain—comparative analysis. *Akademia Zarządzania*, 6(1), 202. <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/21230>
- Goyanes, M. (2015). Factors affecting the entrepreneurial intention of students pursuing. *Journalism and Media Studies: Evidence from Spain, Int. J. Media Manag.* 17(2), 109-126. <https://doi.org/10.1080/14241277.2015.1055748>
- Hair, J. F., Jr., Hult, T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: Sage.
- Hair, J. F., Jr., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Herman, E., & Stefanescu, D. (2017). Can higher education stimulate entrepreneurial intentions among engineering and business students? *Educational Studies*, 43(3), 312-327. <https://doi.org/10.1080/03055698.2016.1277134>
- Hernández-Sánchez, B. R., Cardella, G. M., & Sánchez-García, J. C. (2020). Psychological factors that lessen the impact of covid-19 on the self-employment intention of business administration and economics' students from Latin America. *International journal of environmental research and public health*, 17(15), 5293. <https://doi.org/10.3390/ijerph17155293>

- Hundt, C., & Sternberg, R. (2014). How did the economic crisis influence new firm creation? *Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik*, 234(6), 722-756. <https://doi.org/10.1515/jbnst-2014-0605>
- Ignat, R., & Constantin, M. (2020). Multidimensional facets of entrepreneurial resilience during the COVID-19 crisis through the lens of the wealthiest Romanian counties. *Sustainability*, 12(23), 10220. <https://doi.org/10.3390/su122310220>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. IBGE. (2020a). *Empresas fecharam as portas desde o início da pandemia no Brasil*. Recuperado de <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-07-19/716000->
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. IBGE (2020b). *Pesquisa pulso empresa: Entre as empresas que estavam fechadas na 1ª quinzena de junho, 39,4% encerraram atividades por causa da pandemia*. Recuperado de <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/>
- International Labour Office. ILO. (2020). *Global Wage Report 2020-21: Wages and minimum wages in the time of COVID-19*. International Labour Office (ILO).
- Joseph, I. (2017) Factors Influencing International Student Entrepreneurial Intention in Malaysia. *American Journal of Industrial and Business Management*, 7(4), 424-428. doi: 10.4236/ajibm.2017.74030.
- Kallas, E., & Parts, E. (2020). From entrepreneurial intention to enterprise creation: the case of Estonia. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(5), 1192-1214. <https://doi.org/10.1108/JEEE-07-2020-0235>
- Kisubi, M., Korir, M., & Bonuke, R. (2021). Entrepreneurial education and self-employment: does entrepreneurial self-efficacy matter? *SEISENSE Business Review*, 1(1), 18-30. <https://doi.org/10.33215/sbr.v1i1.498>
- Kobylińska, U. (2020). Personal and contextual factors affecting the intentions of commercialization of research results among academic teachers of technical universities - Concept of model and research process. In *Proceedings of the 35th International Business Information Management Association Conference (IBIMA)*. Education excellence and innovation management: A 2025 vision to sustain economic development during global. (pp. 838-846). Seville: Soliman Khalid (Ed.).
- Kobylińska, U., & Martinez Gonzales, J. A. (2019). Influence of personal variables on intention to undertake. A comparative study between Poland and Spain. *Engineering Management at Production and Services*, 11(1), 68-79. <https://doi.org/10.2478/emj-2019-0005>
- Kobylińska, U. (2022). Attitudes, subjective norms, and perceived control versus contextual factors influencing the entrepreneurial intentions of students from Poland. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 19, 94-106. DOI: 10.37394/23207.2022.19.10
- Krüger, C., Borré, M. L., Lopes, L. F. D., & Michelin, C. de F. (2021). O binômio liderança-emprededorismo: Uma análise a partir da teoria do comportamento planejado. *Perspectivas Online: Humanas & Sociais Aplicadas*, 11(31), 26-45. <https://doi.org/10.25242/8876113120212305>

- Kruja-Demneri, A. (2020). Entrepreneurial orientation, synergy and firm performance in the agribusiness context: An emerging market economy perspective. *Central European Business Review*, 9(1), 56-75. DOI:10.18267/j.cebr.229
- Kuckertz, A., Berger, E. S., & Prochotta, A. (2020a). Misperception of entrepreneurship and its consequences for the perception of entrepreneurial failure—the German case. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(8), 1865-1885. doi: 10.1108/IJEBR-02-2020-0060.
- Kuckertz, A., Brändle, L., Gaudig, A., Hinderer, S., Reyes, C. A. M., Prochotta, A., & Berger, E. S. (2020b). Startups in times of crisis—A rapid response to the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, 13(e00169). <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00169>
- Landström, H., & Harirchi, G. (2019). That's Interesting! in Entrepreneurship Research. *Journal of Small Business Management*, 57, 507-529. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12500>
- Lee, S. H., & Wong, P. K. (2004). An exploratory study of technopreneurial intentions: A career anchor perspective. *Journal of Business Venturing*, 19(1), 7-28. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00112-X](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00112-X)
- Liñan, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Lopes, J., Ferreira, J. J., Farinha, L., & Raposo, M. (2020). Emerging perspectives on regional academic entrepreneurship. *Higher Education Policy*, 33(2), 367-395. <https://link.springer.com/article/10.1057/s41307-018-0099-3>
- Lortie, J., & Castogiovanni, G. (2015). The theory of planned behavior in entrepreneurship research: What we know and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 935-957. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-015-0358-3>
- Lu, G., Song, Y., & Pan, B. (2021). How support for university entrepreneurship affects university students' Entrepreneurial Intentions: An Empirical Analysis from China. *Sustainability*, 13(6), 3224. <https://doi.org/10.3390/su13063224>
- Marcon, D. L., Silveira, A., & Frizon, J. A. (2020). Empreender ou não? Fatores condicionantes da intenção empreendedora. *Revista de Administração FACES Journal*, 19(1), 64-79. <https://doi.org/10.21714/1984-6975FACES2020V19N1ART7526>
- Marcon, D. L., Silveira, A., & Frizon, J. A. (2021). Intenção empreendedora e a influência das teorias do comportamento planejado e dos valores humanos. *Revista de Gestão e Secretariado*, 12(1), 178-204. <http://dx.doi.org/10.7769/gesec.v12i1.1150>
- Marconi, M. D. A., & Lakatos, E. M. (2003). *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Atlas.
- Maritz, A., Perenyi, A., De Waal, G., & Buck, C. (2020). Entrepreneurship as the unsung hero during the current COVID-19 economic crisis: Australian perspectives. *Sustainability*, 12(11), 4612. <https://doi.org/10.3390/su12114612>

- Martins, G. D. A., & Theóphilo, C. R. (2009). *Metodologia da investigação científica*. (pp. 143-164). São Paulo: Atlas.
- McKellar, Q (2020). *Higher education in the Arab World: Building a culture of innovation and entrepreneurship in Universities*, Springer, Cham., 95-107. https://doi.org/10.1007/978-3-319-73111-7_6
- Meoli, A., Fini, R., Sobrero, M., & Wiklund, J. (2020). How entrepreneurial intentions influence entrepreneurial career choices: The moderating influence of social context. *Journal of Business Venturing*, 35(3), 1-20. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.105982>
- Miriti, G. M. (2020). An exploration of entrepreneurial intentions among university students in Kenya. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 4(12), 1- 9. www.rsisinternational.org/journals/ijriss/Digital-Library/volume-4-issue-12/521-529.pdf
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage.
- Mohammed, S. A. S. A., Qataan, A. M. A., Ghawanmeh, F., & Alqaadan, F. (2021). Personality traits, self-efficacy, and students' entrepreneurial intention towards entrepreneurship-is there a contextual difference. *SMART Journal of Business Management Studies*, 17(1), 66-79. <http://dx.doi.org/10.5958/2321-2012.2021.00007.5>
- Nguyen, H. T., & Duong, D. C. (2021). Dataset on the effect of perceived educational support on entrepreneurial intention among Vietnamese students. *Data in Brief*, 35, 106761. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2021.106761>
- Oliveira, A. L. O., Almeida, C. de O., Perez, G., Slomski, V. G., & de Souza Junior, A. V. T. (2022). Fatores determinantes do comportamento empreendedor de concluintes do curso de Ciências Contábeis. *Revista Linceu On-Line*, 12(1), 94-124. https://liceu.fecap.br/LICEU_ON-LINE/article/view/1906
- Paiva, L. E. B., Lima, T. C. B. de, & Rebouças, S. M. D. P. (2021). Intenção empreendedora entre universitários brasileiros e portugueses. *Revista Reuna*, 26(1), 43-61. <https://revistas.una.br/reuna/article/view/1201>
- Ratten, V. (2020). Coronavirus (covid-19) and social value co-creation. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 42(3/4), 222-231. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-06-2020-0237>
- Richardson, B. (1999). *Printing, writers and readers in Renaissance Italy*. UK: Cambridge University Press.
- Richardson, R. J., Peres, J. D. S., Wanderley, J., Correia, L., & Peres, M. (2012). *Pesquisa social: Métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas.
- Ringle, C. M., Silva, D. da, & Bido, D. D. S. (2014). Modelagem de equações estruturais com utilização do SmartPLS. *Revista Brasileira de Marketing*, 13(2), 56-73. DOI: 10.5585/remark.v13i2.2717

- Rives, L. M., & Bañón, A. R. (2015). El impacto del entorno del estudiante en sus intenciones de crear una empresa cuando finalice sus estudios. *Lan Harremanak-Revista de Relaciones Laborales*, (32). <https://doi.org/10.1387/lan-harremanak.15443>
- Ruiz-Rosa, I., Gutiérrez-Taño, D., & García-Rodríguez, F. J. (2020). Social entrepreneurial intention and the impact of COVID-19 pandemic: A structural model. *Sustainability*, 12(17), 6970. <https://doi.org/10.3390/su12176970>
- Sampene, A. K., Li, C., Khan, A., Agyeman, F. O., & Opoku, R. K. (2022). Yes! I want to be an entrepreneur: a study on university students' entrepreneurship intentions through the theory of planned behavior. *Current Psychology*, 1-19. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03161-4>
- Silva, L. I. da, Krüger, C., & Kaczam, F. (2020). A relação entre motivação para aprender e intenção empreendedora em alunos dos cursos técnicos em administração e contabilidade. *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*, 8(2), 1-17. <https://doi.org/10.32888/cge.v8i2.43106>
- Stolze, A., & Sailer, K. (2021). An international foresight reflection on entrepreneurial pathways for higher education institutions. *Industry and Higher Education*, 35(6), 700-712. <https://doi.org/10.1177/0950422220981814>
- Tehseen, S., & Haider, S. A. (2021). Impact of university partnerships on students' sustainable entrepreneurship intentions: A comparative study. *Sustainability*, 13(9), 5025. <https://doi.org/10.3390/su13095025>
- Triviños, A. N. S. (1987). *Introdução à pesquisa em ciências sociais: A pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas.
- Tomy, S., & Pardede, E. (2020). Um modelo de intenção empreendedora com foco no ensino superior. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(7), 1423-1447. Recuperado de <https://doi.org/10.1108/IJEER-06-2019-0370>.
- Wurthmann, K. (2014). Business students' attitudes toward innovation and intentions to start their own businesses. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 691-711. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-013-0249-4>

Apêndice A – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

São Paulo, _____ de _____ de 2022.

INTENÇÕES EMPREENDEDORAS DE ESTUDANTES DE CURSOS DA ÁREA DE NEGÓCIOS

Prezado aluno,

Esta pesquisa pretende “investigar determinantes das intenções empreendedoras de estudantes de cursos da área de negócios”, portanto você faz parte da referida amostra.

Este protocolo de pesquisa possui 11 questões estruturadas. Está subdividido em 2 partes. A parte I possui 4 questões, a parte II tem 7 blocos com uma média de 4 assertivas em cada um. O questionário não possui identificação, seu caráter é estritamente acadêmico e os dados serão analisados em termos globais. Você precisará dispensar em torno de 10 minutos do seu tempo para respondê-lo. Sua participação é voluntária, mas decisiva para a realização desta pesquisa.

***Lembre-se que não há resposta errada desde que corresponda àquilo que você pensa.**

Antonio Vicente Tavares de Souza Junior. Mestrando – UNIFECAP

Profa. Dra. Vilma Geni Slomski - Orientadora

AUTORIZAÇÃO

Eu aceito participar desta pesquisa e permito que os dados sejam utilizados para a elaboração e divulgação de artigos científicos, ficando assegurado meu anonimato.

- () Sim
 () Não
 () Se não, por favor, justifique.

Apêndice B – Protocolo de Pesquisa

PARTE I – DADOS DEMOGRÁFICOS

Esta parte tem como objetivo levantar dados demográficos dos estudantes pesquisados.

1. Qual seu gênero?

- () Homem
 () Mulher
 () Outro

2. Qual sua faixa etária?

- () até 20 anos
 () de 21 a 25
 () de 26 a 30
 () de 31 a 35
 () de 36 a 40 anos
 () mais de 41 anos

3. Em qual curso de graduação você está matriculado?

- () Ciências Contábeis
 () Economia
 () Administração

PARTE II – DETERMINANTES DAS INTENÇÕES EMPREENDEDORAS

Esta parte tem como objetivo identificar fatores determinantes das intenções empreendedoras dos estudantes investigados.

5. Assinale o seu grau de concordância/discordância em cada uma das assertivas onde **1= Discordo Totalmente;** **5=Concordo Totalmente.**

BLOCO 1 – ATITUDES PESSOAIS

Até que ponto você concorda com as declarações a respeito de atitudes em relação ao empreendedorismo? Por favor, atribua um grau de concordância / discordância para cada uma das questões onde **1 significa “Discordo Totalmente”;** **2. “Discordo Parcialmente”;** **3. “Não Discordo e Nem Concordo”;** **4. “Concordo Parcialmente”;** **5. “Concordo Totalmente”.**

ASSERTIVAS	1	2	3	4	5
Ser um empreendedor implica mais vantagens do que desvantagens para mim.					
A carreira de empresário é atraente para mim.					
Se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa.					
Ser um empreendedor implicaria grande satisfação para mim.					

BLOCO 2 – NORMAS SUBJETIVAS

Se você decidisse iniciar um negócio, que pessoas próximas a você aprovariam sua tomada de decisão onde **1=Não Aprovariam;** **5=Aprovariam Totalmente.**

ASSERTIVAS	1	2	3	4	5
Os meus parentes ligados ao ramo do empreendedorismo aprovariam minha decisão de começar um negócio.					
Os meus amigos empreendedores aprovariam minha decisão de começar um negócio.					
A minha família aprovaria minha decisão de começar um negócio.					

BLOCO 3 – CONTROLE COMPORTAMENTAL PERCEBIDO

Você concorda com as afirmações a respeito de sua capacidade empreendedora? Atribua um grau de concordância/discordância para cada uma das assertivas onde **1=Definitivamente Não;** **5=Definitivamente Sim.**

ASSERTIVAS	1	2	3	4	5
Iniciar um negócio e manter funcionando seria fácil para mim.					
Estou preparado para iniciar um negócio.					
Eu conheço o processo de criação de novos negócios.					
Se eu tentasse iniciar um negócio , teria alta probabilidade de sucesso.					

BLOCO 4 – INTENÇÕES EMPREENDEDORAS

Em relação as suas intenções empreendedoras, assinale Verdadeiro ou Falso considerando **1=Totalmente Falsa;** **5=Totalmente Verdadeira.**

ASSERTIVAS	1	2	3	4	5
Meu objetivo profissional é ser um empreendedor.					
Farei todos os esforços para iniciar e manter o meu próprio negócio.					
Estou determinado a criar um empreendimento empresarial no futuro.					
Tenho pensado muito seriamente em criar uma empresa.					
Tenho a firme intenção de iniciar um negócio dentro de pouco tempo.					

BLOCO 5 – AMBIENTE DE NEGÓCIO

Até que ponto você concorda com as declarações a respeito do ambiente de negócios? Atribua um grau de concordância/discordância para cada uma das assertivas onde **1=Discordo Totalmente; 5=Concordo Totalmente.**

ASSERTIVAS	1	2	3	4	5
Para criar um empreendimento empresarial são necessárias condições e ambiente propício de negócio.					
A abertura de novos negócios é influenciada pelo avanço tecnológico e desenvolvimento do empreendedorismo no país.					
Uma boa relação oferta/demanda é imprescindível para criar um empreendimento empresarial.					
Subsídios governamentais são necessários para o início de novos negócios.					

BLOCO 6 – POLÍTICAS PÚBLICAS

A respeito das políticas públicas na criação de um novo negócio, atribua um grau de concordância/discordância para cada uma das assertivas onde **1=Discordo Totalmente; 5=Concordo Totalmente.**

ASSERTIVAS	1	2	3	4	5
Para criar uma empresa é necessário política tributária e incentivos governamentais tais como desburocratização, acesso a linhas de crédito etc.					
A boa situação econômico-financeira do país contribui para criação de empreendimentos empresariais.					
Políticas governamentais são necessárias para a criação de novos negócios (leis, decretos, normas regulatórias etc.).					

BLOCO 7 – EDUCAÇÃO

Acerca da formação para o empreendedorismo, qual seu grau de concordância das assertivas? Assinale Verdadeiro ou Falso **considerando 1= Totalmente Falsa; 5=Totalmente Verdadeira.**

ASSERTIVAS	1	2	3	4	5
A construção de uma carreira empreendedora requer aprendizado contínuo.					
A motivação para uma carreira empreendedora advém da aprendizagem sobre o empreendedorismo nos diferentes níveis de ensino, em especial, na universidade.					
A criação de um negócio é motivada pela vivência do empreendedorismo.					

AGRADECIMENTO

Agradecemos antecipadamente sua colaboração e colocamo-nos à disposição para as informações que se fizerem necessárias.

Gostaríamos ainda de saber se você tem interesse em receber os resultados desta pesquisa?

() Sim

() Não

Se a resposta for sim, para qual *e-mail* devem ser enviados os resultados?
