



**Análise de antecedentes da intenção empreendedora de
alunos universitários: um estudo empírico no Brasil**

Luis Fernando Mendes Bernardi

Dissertação de Mestrado

Mestrado em Assessoria de Administração

Porto – 2018

**INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO
INSTITUTO POLITÉCNICO DO PORTO**



**Análise de antecedentes da intenção empreendedora de
alunos universitários: um estudo empírico no Brasil**

Luis Fernando Mendes Bernardi

**Dissertação de Mestrado
apresentada ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração do
Porto para a obtenção do grau de Mestre em Assessoria de
Administração, sob orientação do professor Especialista e Mestre Paulo
Jorge Pinheiro Gonçalves e da professora Doutora Anabela Mesquita
Teixeira Sarmiento**

Porto – 2018

**INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO
INSTITUTO POLITÉCNICO DO PORTO**

Resumo

Objetivo – O estudo analisa e mede alguns possíveis antecedentes da intenção empreendedora em alunos do ensino superior no Brasil.

Metodologia – Fundamentada pela revisão bibliográfica e um modelo teórico, realizou-se um estudo empírico de corte transversal, quantitativo confirmatório, que investigou a relação entre a intenção e a atitude empreendedora, perante possíveis antecedentes preditivos destas. Os dados foram recolhidos com um instrumento de medida, disponibilizado *online*, permitindo obter uma amostra válida de 489 respondentes. As hipóteses foram testadas através de um modelo confirmatório de equações estruturais.

Resultados e conclusões – Comprovaram-se, através dos testes de hipóteses, como preditores diretos, simultaneamente em 76% da intenção empreendedora, a norma subjetiva, a atitude e o controle comportamental. A utilidade percebida prediz totalmente a atitude em 67%. Concluímos existir uma relação significativa, direta e positiva entre possíveis variáveis antecedentes da intenção empreendedora e igual relação do preditivo da atitude. Foram obtidos níveis de correlação interessantes entre as variáveis estudadas e assegurada a validade convergente e discriminante das escalas de medida.

Limitações/implicações - Os resultados precisam ser analisados com atenção, perante uma amostra de conveniência. A escolha de determinadas variáveis de estudo, como explicativas, pode constituir outra limitação. Quanto às implicações teóricas, uma intenção e atitude empreendedoras, e o que pode influenciar estas, são determinantes na vida do estudante e no empreendedorismo universitário. As implicações práticas do estudo permitem inferir algumas recomendações para os gestores e uma gestão empreendedora do setor universitário.

Originalidade/valor – Este trabalho procurou conhecer que tipo de antecedentes empreendedores podem influenciar a atitude e intenção empreendedora do estudante universitário. Este estudo contribui, à data, com um novo modelo de relações entre variáveis antecedentes e consequentes, no âmbito de uma educação empreendedora universitária e a compreensão de factos humanos e sociais.

Palavras-chave: Educação empreendedora, ensino superior, empreendedorismo; intenção empreendedora.

Abstract

Purpose - The study analyzes and measures some possible antecedents of the entrepreneurial intention in students of higher education in Brazil.

Methodology - Based on a bibliographic review and a theoretical model, an empirical cross-sectional, confirmatory quantitative study was conducted to investigate the relationship between the intention and the entrepreneurial attitude, in view of possible predictive antecedents. Data were collected through a online measurement tool where a valid sample of 489 respondents was obtained. The hypotheses were tested using a structural equation model.

Findings and conclusions - Through the hypothesis tests, the subjective norm, the attitude and the behavioral control were verified as direct predictors, simultaneously in 76% of the entrepreneurial intention. Perceived utility fully predicts attitude at 67%. We conclude that there is a significant, direct and positive relationship between possible antecedent variables of the entrepreneurial intention and the same predictive relation of the attitude. Interesting correlation levels were obtained between the variables studied and convergent and discriminant validity of the measurement scales was assured.

Limitations /implications - The results need to be carefully analyzed, with a convenience sample. The choice of certain study variables, as explanatory, may be another limitation. As for the theoretical implications, an entrepreneurial intention and attitude, and what can influence, are conjunctures in the personal life of student and university entrepreneurship. The practical implications of the study allow us to infer some recommendations for managers and entrepreneurial management of the university.

Originality/value - This work sought to know what kind of entrepreneurial background may influence the attitude and entrepreneurial intention of the university student. To date, this study contributes with a new model of relations between antecedent and consequent variables, within a university entrepreneurial education and understanding human and social facts.

Key words: Entrepreneurial education; higher education; entrepreneurship; entrepreneurial intentions.

“O presente determina o futuro, mas o presente aproximado não determina aproximadamente o futuro.”

Edward Norton Lorenz

Agradecimentos

Aos colaboradores deste trabalho,

Ao professor mestre Paulo Gonçalves, que se manteve sempre disponível para os esclarecimentos e orientações necessárias para o desenvolvimento desta dissertação.

À professora doutora Anabela Mesquita, pelo apoio indispensável para esta pesquisa.

Ao Magnífico Reitor do Instituto Federal do Triângulo Mineiro, doutor Roberto Gil, em especial, pelo apoio à realização deste mestrado.

Aos colegas do IFTM, Instituto Federal do Triângulo Mineiro de Ituiutaba, particularmente, diretores, professores e técnicos administrativos, pelo apoio à aplicação dos questionários.

Aos docentes do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, pelo ensinamento e pela simpatia com os brasileiros.

Aos diretores, professores e técnicos administrativos, de modo especial, das instituições de ensino superior de Ituiutaba, UEMG, Universidade do Estado de Minas Gerais, UFU, Universidade Federal de Uberlândia, FTM, Faculdade Triângulo Mineiro e UNOPAR, Universidade Norte do Paraná, pelo apoio à aplicação dos questionários.

Aos cerca de 5160 alunos das instituições de ensino superior visitadas durante o período da coleta de dados, em especial, de A a Z, todos os nomes aqui representados.

À Maria Cristina Bruno de Assis, pelo apoio psicológico durante o desenvolvimento desta pesquisa, minha esposa querida!

Ao sr. Leonardo Junqueira Bernardi e à sra. Laila Maria Mendes Bernardi, meus pais, pelo apoio quanto a minha educação.

A Deus pela vida!

Muitíssimo obrigado!

Lista de abreviaturas

ATC	Atitude em relação ao comportamento
AUC	Autoconfiança
CCP	Controle comportamental percebido
CENN	Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios
CFI	<i>Comparative Fit Index</i>
CRI	Criatividade
FGV	Fundação Getúlio Vargas
FTM	Faculdade Triângulo Mineiro
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
GFI	<i>Goodness-of-Fit Index</i>
GUESSS	<i>Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey</i>
IEP	Intenção empreendedora
IES	Instituições de ensino superior
IFTM	Instituto Federal do Triângulo Mineiro
KMO	<i>Kaiser-Meyer-Olkin</i>
KS	Teste de <i>Kolmogorov-Smirnov</i>
LSD	<i>least-significance difference</i>
MBA	<i>Master in Business Administration</i>
MIT	<i>Massachusetts Institute of Technology</i>
NFI	<i>Normed Fit Index</i>
NSB	Norma subjetiva
PCFI	<i>Parsimony Comparative Fit Index</i>
RMSEA	<i>Root Mean Square Error of Aproximation</i>
SPSS	<i>Statistical Package for Social Sciences</i>
TCP	Teoria do comportamento planejado
TEA	Taxa Específica de Empreendedorismo
UEMG	Universidade do Estado de Minas Gerais
UFU	Universidade Federal de Uberlândia
UNOPAR	Universidade Norte do Paraná
USP	Universidade de São Paulo
UTB	Utilidade percebida
VEM	Variância extraída média
VMS	<i>Venture Mentoring Service</i>
X ² /gl	A razão entre o Qui-quadrado e os graus de liberdade

Índice geral

Introdução	1
Contextualização	2
Motivação e importância do estudo	3
Questão geral de investigação e objetivos da pesquisa	3
Metodologia, hipóteses e modelo de investigação	5
Contribuição esperada	6
Estrutura da dissertação	7
Capítulo I – O empreendedorismo nos negócios e na educação	8
1.1 Os influenciadores da concepção de empreendedorismo	9
1.2 As características do indivíduo para a gestão no processo empreendedor	11
1.2.1 O processo empreendedor	11
1.2.2 As inter-relações entre as habilidades e as responsabilidades do gestor	13
1.3 A educação empreendedora	15
1.3.1 A globalização do ensino do empreendedorismo	15
1.3.2 A educação empreendedora no Brasil	16
1.3.3 Metodologias e orientações para fomento da educação empreendedora	19
1.3.4 Incentivos para a educação e a cultura empreendedora na universidade	21
1.3.4.1 A procura por uma nova identidade empreendedora	21
1.3.4.2 Os relacionamentos da universidade com a comunidade	23
1.4 Resumo do capítulo	25
Capítulo II – O contexto da intenção empreendedora	27
2.1 As pesquisas no meio acadêmico sobre a intenção para empreender	28
2.1.1 A evolução dos estudos das intenções empreendedoras	28
2.1.2 Os novos rumos para investigar	30
2.2 A intenção empreendedora no âmbito educacional	31
2.2.1 A convergência das pesquisas para o foco no estudante	31
2.2.2 O cenário do empreendedorismo na educação brasileira	32
2.2.3 As contribuições das intenções para a educação	34
2.3 A teoria do comportamento planejado no âmbito das intenções empreendedoras	36
2.3.1 A utilização da teoria	36
2.3.2 Os preceitos teóricos	37

2.3.3 Condições para análise das previsões	40
2.3.4 Eventuais contribuições teóricas de algumas variáveis de estudo	40
2.4 Resumo do capítulo	43
Capítulo III – Metodologia e desenho da investigação	45
3.1 Procedimentos de investigação	46
3.1.1 A metodologia	46
3.1.2 Caracterização da pesquisa e do objeto de estudo	47
3.2 A apresentação do modelo teórico e hipóteses de investigação	48
3.2.1 O modelo do estudo e as variáveis de investigação	48
3.2.1.1 Grupos de itens associados à escalas e variáveis do modelo	49
3.2.2 Formulação de hipóteses de investigação	52
3.3 A população alvo e a seleção da amostra	58
3.4 O instrumento de medida e a coleta de dados	61
3.4.1 A elaboração do instrumento de medida	61
3.4.2 O pré-teste do questionário	62
3.4.3 Processo de aplicação do questionário	62
3.5 Resumo do capítulo	63
Capítulo IV – Apresentação, análise e discussão de resultados	64
4.1 Procedimentos utilizados na análise dos dados da pesquisa	65
4.2 Caracterização da amostra	68
4.2.1 Diferenças por gênero e faixa etária	68
4.2.2 Diferenças por instituições e tipo de ensino	69
4.2.3 Diferenças por modalidade de estudo	70
4.2.4 Diferenças por área e o período de estudo	70
4.2.6 Diferenças por experiência no trabalho	72
4.2.7 Diferenças por obtenção de aula sobre empreendedorismo	72
4.2.8 Diferenças em ser empresário	72
4.3 Análise fatorial exploratória e confirmatória	73
4.3.1 Escala norma subjetiva	73
4.3.2 Escala atitude	74
4.3.3 Escala criatividade	76
4.3.4 Escala utilidade percebida	77
4.3.5 Escala autoconfiança	79

4.3.6 Escala controle comportamental percebido	81
4.3.7 Escala intenção empreendedora	83
4.4 Análise da fiabilidade fatorial das escalas de medida	84
4.4.1 Fiabilidade da norma subjetiva	84
4.4.2 Fiabilidade da atitude	85
4.4.3 Fiabilidade da criatividade	85
4.4.4 Fiabilidade da utilidade percebida	86
4.4.5 Fiabilidade da autoconfiança	86
4.4.6 Fiabilidade do controle comportamental percebido	87
4.4.7 Fiabilidade da intenção empreendedora	87
4.5 Análise da sensibilidade fatorial	88
4.6 Análise da validade convergente e divergente	88
4.7 Análise descritiva das escalas de avaliação de medida	89
4.7.1 Escala da norma subjetiva	89
4.7.2 Escala da atitude	90
4.7.3 Escala da criatividade	90
4.7.4 Escala da utilidade percebida	91
4.7.5 Escala da autoconfiança	91
4.7.6 Escala da controle comportamental percebido	92
4.7.7 Escala da intenção empreendedora	93
4.8 Análise descritiva por variáveis sociodemográficas	93
4.8.1 Diferenças por gênero	93
4.8.2 Diferenças por idade	94
4.8.3 Diferenças por modalidades de estudo	95
4.9 Análise e estatística inferencial: teste de hipóteses	96
4.10 Discussão dos resultados	98
4.11 Resumo do capítulo	103
Capítulo V – Conclusões e considerações finais	105
Conclusão geral	106
Síntese de conclusões e implicações gerais teóricas do estudo	109
Síntese de conclusões e implicações gerais práticas do estudo	110
Recomendações para a gestão	113
Limitações do trabalho	114

Linhas futuras de investigação	114
Referências bibliográficas	116
Apêndice	129
Apêndice I - Nota introdutória do questionário	130
Apêndice II - Questionário	131
Apêndice III - Modelo final de equações estruturais com variáveis latentes	137

Índice de figuras

Figura 1- Modelo de investigação proposto	6
Figura 2 - Esquema da dissertação	7
Figura 3 - O processo empreendedor.....	12
Figura 4 - A evolução das pesquisas sobre as intenções empreendedoras	29
Figura 5 - Preditores individuais e contextuais da IEP.....	35
Figura 6 - Teoria do comportamento planejado	38
Figura 7 - Proposta de variáveis preditivas de atitude.....	41
Figura 8 - Modelo da análise proposta	49
Figura 9 - Submodelo de relação relativo à descrição da hipótese 1.....	53
Figura 10 - Submodelo de relação relativo à descrição da hipótese 2.....	54
Figura 11 - Submodelo de relação relativo à descrição da hipótese 3.....	55
Figura 12 - Submodelo de relação relativo à descrição da hipótese 4.....	56
Figura 13 - Submodelo de relação relativo à descrição da hipótese 5.....	57
Figura 14 - Submodelo de relação relativo à descrição da hipótese 6.....	58
Figura 15 - Modelo de investigação definido.....	63
Figura 16 - Modelo fatorial confirmatório da escala norma subjetiva	74
Figura 17 - Modelo fatorial confirmatório inicial da escala atitude	76
Figura 18 - Modelo fatorial confirmatório final da escala atitude.....	76
Figura 19 - Modelo fatorial confirmatória inicial da escala criatividade	77
Figura 20 - Modelo fatorial confirmatória final da escala criatividade.....	77
Figura 21 - Modelo fatorial confirmatório da escala utilidade percebida	79
Figura 22 - Modelo fatorial confirmatório da escala autoconfiança	81
Figura 23 - Modelo fatorial confirmatório inicial da escala controle comportamental percebido	82
Figura 24 - Modelo fatorial confirmatório final da escala controle comportamental percebido	82
Figura 25 - Modelo fatorial confirmatório inicial da escala intenção empreendedora.....	84
Figura 26 - Modelo fatorial confirmatório final da escala intenção empreendedora	84

Índice de quadros

Quadro 1 - Hipóteses de investigação	5
Quadro 2 - Definições do empreendedorismo no âmbito do empreendedor	11
Quadro 3 - Disseminação do empreendedorismo no Brasil	18
Quadro 4 - Estudos empíricos embasados na TCP	37
Quadro 5 - Questões relacionadas com a atitude.....	49
Quadro 6 - Questões relacionadas com a norma subjetiva.....	50
Quadro 7 - Questões relacionadas com o controle comportamental percebido	50
Quadro 8 - Questões relacionadas com a criatividade.....	50
Quadro 9 - Questões relacionadas com a utilidade percebida	51
Quadro 10 - Questões relacionadas com a autoconfiança	51
Quadro 11 - Questões relacionadas com a intenção empreendedora	51
Quadro 12 - Cursos do ensino superior em Ituiutaba	59
Quadro 13 - População e amostra do estudo	60
Quadro 14 - Hipóteses de investigação	63
Quadro 15 - Resumo análise de resultados por variáveis sociodemográficas	103
Quadro 16 - Quadro resumo dos objetivos iniciais propostos.....	108

Índice de tabelas

Tabela 1 - TEA segundo faixa etária	33
Tabela 2 - TEA segundo nível de escolaridade	33
Tabela 3 - Faixa etária e gênero.....	69
Tabela 4 - Instituições de ensino superior e tipo de ensino	69
Tabela 5 - Modalidade de estudo.....	70
Tabela 6 - Área de estudo	70
Tabela 7 - Período do curso	71
Tabela 8 - Experiência com o trabalho	72
Tabela 9 - Estudantes que já obtiveram aulas de empreendedorismo	72
Tabela 10 - Familiares e estudantes empresários	73
Tabela 11 - Validade fatorial exploratória da norma subjetiva	73
Tabela 12 - Validade fatorial exploratória inicial da atitude	75
Tabela 13 - Validade fatorial exploratória final da atitude.....	75
Tabela 14 - Validade fatorial exploratória da criatividade	76
Tabela 15 - Validade fatorial exploratória inicial da utilidade percebida	78
Tabela 16 - Validade fatorial exploratória final da utilidade percebida	78
Tabela 17 - Validade fatorial exploratória inicial da autoconfiança	80
Tabela 18 - Validade fatorial exploratória final da autoconfiança	80
Tabela 19 - Validade fatorial exploratória do controle comportamental percebido.....	82
Tabela 20 - Validade fatorial exploratória da intenção empreendedora.....	83
Tabela 21 - Índice de <i>alfa de Cronbach</i> da norma subjetiva.....	84
Tabela 22 - Índice de <i>alfa de Cronbach</i> de atitude.....	85
Tabela 23 - Índice de <i>alfa de Cronbach</i> de criatividade.....	85
Tabela 24 - Índice de <i>alfa de Cronbach</i> de utilidade percebida	86
Tabela 25 - Índice de <i>alfa de Cronbach</i> de autoconfiança	86
Tabela 26 - Índice de <i>alfa de Cronbach</i> do controle comportamental percebido	87
Tabela 27 - Índice de consistência <i>alfa de Cronbach</i> da intenção empreendedora.....	87
Tabela 28 - Sensibilidade fatorial	88
Tabela 29 - Validade convergente e divergente das escalas.....	89
Tabela 30 - Tendências quanto à escala norma subjetiva.....	89
Tabela 31 - Tendências quanto à escala atitude	90
Tabela 32 - Tendências quanto à escala criatividade	90

Tabela 33 - Tendências quanto à escala utilidade percebida.....	91
Tabela 34 - Tendências quanto à escala autoconfiança.....	92
Tabela 35 - Tendências quanto à escala controle comportamental percebido	92
Tabela 36 - Tendências quanto à escala intenção empreendedora	93
Tabela 37 - Resultados das escalas em função do gênero	94
Tabela 38 - Resultados das escalas em função da idade.....	95
Tabela 39 - Resultados das escalas em função das modalidades de estudo	96
Tabela 40 - Matriz de correlações de <i>Pearson</i> entre as variáveis em estudo	96
Tabela 41 - Resultados do modelo de equações estruturais com variáveis latentes.....	97
Tabela 42 - Resumo final dos resultados obtidos	104

Introdução

Contextualização

No século XVII o empreendedor era visto como o principal gerenciador de recursos, sendo que todos os demais trabalhadores dependiam dele para a sua subsistência (Cantillon's, 2010). No século XX, Schumpeter (1942) o descrevia como um agente de mudança, que ao ser auxiliado pelo sistema de crédito, era capaz de reorganizar os fatores produtivos em novas combinações de produção (Roobbins, 1968).

Atualmente, a nível internacional e institucional, o empreendedor está integrado num processo, este reconhecido como empreendedorismo, no qual, o indivíduo que empreende, se dispõe à criação de um novo negócio, seja uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente (GEM, 2016; Lima et al., 2016).

Os empreendedores têm contribuído, ao longo dos anos, para a geração de empregos e a melhoria econômica das nações (Roberts, Murray & Kim, 2015). Isto converge para o interesse dos cientistas em investigar quais são as motivações para alguém se tornar um empreendedor (Davidsson, 1995). As pesquisas iniciais procuravam explicar características psicológicas dos empresários, embora, sem os fundamentos científicos necessários (Dornelas, 2007). Novos estudos, respaldados na psicologia e na administração modernas, puderam sugerir que a intenção para desenvolver um novo negócio, pode ser proveniente, não apenas de empresários (Lima, Lopes, Nassif & Silva, 2015), assim como, ser explicada por uma ação fundamentada ou um comportamento planejado (Ajzen, 1991).

As pesquisas atuais a respeito das intenções empresariais diferenciam-se dos estudos anteriores nas condições em que a criação de uma empresa ou a análise das características comportamentais, não necessitam de ter apenas o empresário como foco (Davidsson, 1995), pelo que, desta forma, seria útil, também, explorar quais os indivíduos que desejam ou não, criar os seus próprios negócios. No Brasil é ainda incipiente este campo de estudo (Ferreira, Loiola & Gondim, 2017), mesmo que as pesquisas relacionadas com a atitude e a intenção empreendedora aconteçam em diferentes organizações pelo mundo (GEM, 2016).

Há uma certa inclinação para realizar estudos nas instituições de ensino superior (IES), pois, muitos trabalhos científicos concentram-se em ambientes universitários (Roberts et al., 2015), apesar de que, o empreendedorismo não é um curso do currículo mínimo no Brasil, normalmente é oferecido pelas universidades como uma escolha opcional para o aluno (Lopes, 2010). O tema tem atraído o interesse de diversos estudiosos da psicologia

social e cognitiva, com o objetivo de compreender o papel de preditivos individuais e contextuais da formação empreendedora no indivíduo (Ferreira et al., 2017).

É nesta conjuntura de análise que se baseia este estudo, sendo razoável que a gestão universitária compreenda melhor os preditivos das intenções dos alunos em gerar negócios, pois, são eles o elo principal da integração da cultura empreendedora universitária com o meio empresarial (Lima, et al., 2015).

Motivação e importância do estudo

O potencial de habilidades no indivíduo poderá gerar (ou não) a sua intenção em iniciar, o ato de criar, desenvolver e estabelecer algum empreendimento (Chiavenato, 2014; Lima, et al., 2016). Deste modo, é admissível que as habilidades para empreender possam ser aprimoradas em estudantes (Lopes, 2010; Heather & Gordon, 2011; Dornelas, Spinelli & Adans, 2014; Endeavor, 2017), pelo que isto levanta uma reflexão inicial e aproximação desta temática sobre quais poderão ser os reais e possíveis antecedentes da intenção de empreender.

Neste contexto, a motivação para este trabalho no âmbito científico é suprir, em parte, a demanda existente no Brasil, em que as pesquisas empíricas relacionadas com os preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora, entre universitários, são poucas (Ferreira et al., 2017). Acrescenta-se a este motivo, uma eventual contribuição para a educação empreendedora no que respeita ao desenvolvimento das competências empresariais no ambiente universitário (Silva, Furtado & Zanini, 2015), perante lacunas na literatura revista e trabalhos anteriores.

A importância destas pesquisas remete para a possibilidade de estimular a economia através da melhoria da qualidade de ensino voltada ao empreendedorismo, dado que a criação de empresas pode proporcionar soluções para o desemprego e favorecer o desenvolvimento econômico das nações (Davidsson, 1995; Dahl & Reichstein, 2007; Piperopoulos, 2012; Roberts et al., 2015).

Questão geral de investigação e objetivos da pesquisa

O empreendedor é percebido como o agente de mudança, o criador, o gestor, aquele que identifica novas oportunidades e faz delas o seu papel nas organizações (Schumpeter,

1942; Kirzner, 1973; Cantillon's, 2010 e Lima, et al., 2016). Em consequência da relevância disto, nos últimos anos, inúmeras pesquisas ocorreram em vários países, tendo utilizado a intenção empreendedora como campo de estudo, por variados motivos (Al-Harrasi, Al-Zadjali & Al-Salti, 2014; Liñán & Alain, 2015; Ferreira et al., 2017). Nesses estudos constatou-se a existência de diferentes preditores da intenção empreendedora, cada qual com a sua perspectiva de influência (Franke & Luthje, 2004; Nabi et al. 2006; Wilson et al. 2007). Essencialmente, os preditores são fundamentados pela Teoria do Comportamento Planejado – TCP – reconhecida, também, para a compreensão sobre a predisposição ao comportamento empreendedor (Liñán & Alain, 2015; Ferreira et al., 2017).

Sendo ainda vigente o campo de pesquisas sobre a intenção empreendedora de alunos no Brasil (Ferreira et al., 2017) e com o propósito de gerar novas contribuições e reflexão sobre a temática, propõe-se a seguinte questão geral a investigar: será que existe alguma relação entre a intenção empreendedora e a atitude do estudante universitário no Brasil e os seus possíveis antecedentes preditivos?

Neste sentido, este trabalho de investigação tem como objetivo genérico analisar e mensurar empiricamente, por meio de um modelo, alguns possíveis antecedentes da intenção empreendedora de estudantes do ensino superior no Brasil. E, assim, sendo alicerçado pela revisão da literatura, o modelo será testado de modo a favorecer o conhecimento, dar uma explicação e apresentar os prováveis fatores-chave que levam o aluno a desejar empreender. Para que isto seja elucidado de modo específico, têm-se os objetivos secundários a complementar:

- analisar e descrever os conceitos teóricos da intenção empreendedora, norma subjetiva, atitude, controle comportamental percebido, criatividade, utilidade percebida e autoconfiança;
- mensurar e analisar, empiricamente, as relações e as capacidades preditivas entre as variáveis da intenção empreendedora fundamentadas no modelo proposto;
- mensurar e analisar as relações das variáveis sociodemográficas e verificar se existem significâncias estatísticas entre elas.

Para além dos objetivos anteriores levantados, acrescenta-se a premissa sustentada por alguns pesquisadores, em que a educação formal poderá auxiliar o empreendedor iniciante e incentivar as suas intenções para empreender (Lopes, 2010; Lima, et al., 2015). Em

função disso, é importante, também, sugerir de que forma o futuro empreendedor poderá aprender (Lopes, 2010). E neste aspecto, propõe-se outro objetivo secundário de estudo:

- apresentar alguns estudos, com a finalidade de contribuir para uma maior reflexão sobre a educação universitária empreendedora no Brasil.

Metodologia, hipóteses e modelo de investigação

A metodologia adotada nesse trabalho foi dividida em duas etapas:

1. a revisão literária realizada por meio da recolha de dados secundários relacionados com elementos pré-selecionados e exemplificados da literatura fundamentada com os conceitos deste estudo;
2. a mensuração de dados primários, recorrendo a um instrumento de medida, estruturado e respaldado em estudos empíricos de natureza similar ao objeto deste estudo.

Assim, esta pesquisa caracteriza-se como descritiva, quantitativa, exploratória e, sobretudo, confirmatória. Deste modo, realizamos um estudo empírico e hipotético-dedutivo.

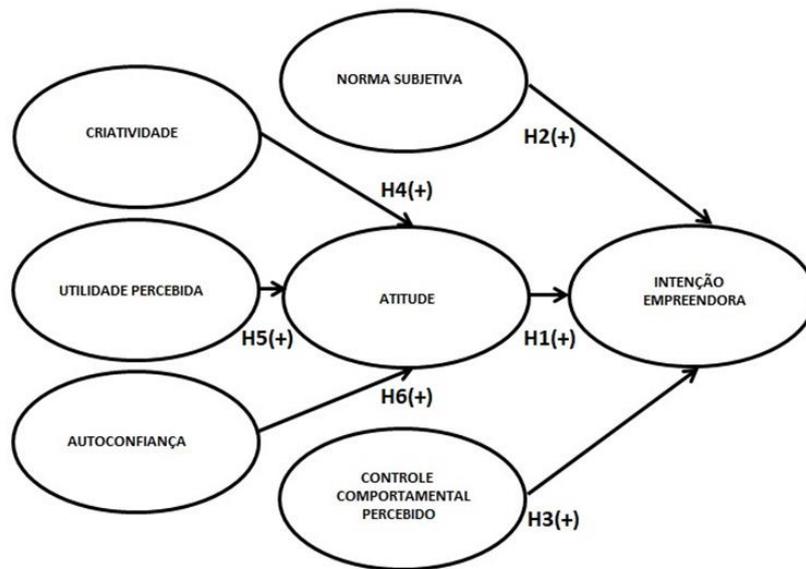
Para fornecer uma resposta à questão geral de investigação, assim como, analisar os objetivos deste trabalho, as seguintes hipóteses operacionais foram propostas (Quadro 1), tendo ainda presente o modelo teórico proposto (Figura 1), a examinar e investigar.

Quadro 1 - Hipóteses de investigação

Hipótese	Descrição
H1(+)	A atitude influencia direta e positivamente a intenção empreendedora
H2(+)	A norma subjetiva influencia direta e positivamente a intenção empreendedora
H3(+)	O controle comportamental percebido influencia direta e positivamente a intenção empreendedora
H4(+)	A criatividade influencia direta e positivamente a atitude em relação ao comportamento
H5(+)	A utilidade percebida influencia direta e positivamente a atitude em relação ao comportamento
H6(+)	A autoconfiança influencia direta e positivamente a atitude em relação ao comportamento

Fonte: elaboração própria

Figura 1- Modelo de investigação proposto



Fonte: elaboração própria, com referência em Ajzen (1991), Liñán e Chen (2009) e Miranda et al. (2017)

Contribuição esperada

As motivações pessoais e a disponibilidade de recursos, como as habilidades do indivíduo, em conjunto, desempenham um papel importante a respeito do comportamento das pessoas (Ajzen, 1985; Ajzen, 1991). Diante da possibilidade de desenvolver a economia por estímulo do ensino voltado ao empreendedorismo, favorecendo a habilidade de empreender nas pessoas (Davidsson, 1995), é possível e recomendável o presente estudo, no ambiente da educação superior brasileira. Também é possível que as universidades forneçam recursos mais pró-ativos para auxiliar os alunos a criarem empreendimentos (Roberts et al., 2015), contribuindo com a motivação que eles necessitam.

Desta forma, ao identificar empiricamente o perfil empreendedor dos alunos e demonstrar diferentes cenários educativos relacionados com o empreendedorismo, esta pesquisa pretende contribuir com o favorecimento, a criação de ideias e ações para os docentes e os discentes, estimulando o aprendizado, em especial, dos alunos e das suas intenções em favor ao comportamento empreendedor, assim como, os gestores acadêmicos, universitários e empresariais, no exercício de seus ofícios para auxiliar a disseminação do empreendedorismo.

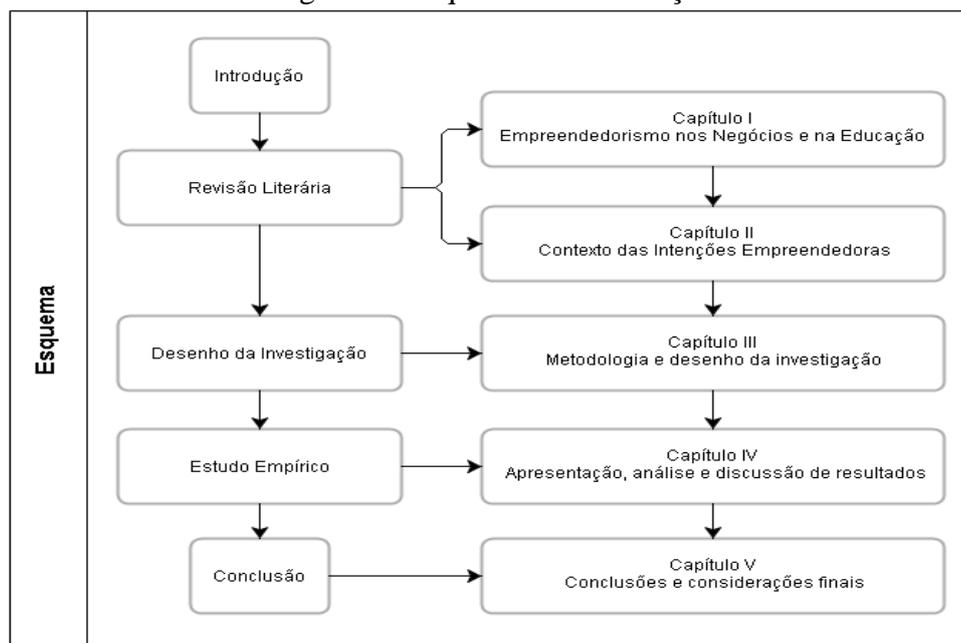
Estrutura da dissertação

A estrutura deste trabalho está esquematizada na Figura 2, sendo iniciada com a introdução, em que abrangeu a contextualização sobre o tema, a motivação e importância do estudo, a questão geral de investigação e os objetivos. Descreveu-se, ainda, a metodologia e as hipóteses relacionadas com o modelo de investigação e a contribuição do estudo esperada.

O corpo do trabalho constituiu-se pela revisão literária, apresentando, em seu primeiro capítulo, uma revisão sobre a concepção do empreendedorismo a nível de estudos internacional e no Brasil, nos negócios e na educação. No segundo capítulo, relevamos a análise no contexto da intenção empreendedora de acordo com vários autores, que serviu de apoio para esta investigação empírica.

A parte empírica estrutura-se no terceiro capítulo, com o desenho de investigação, os fundamentos na metodologia e nos métodos da investigação realizados. Sugere-se um modelo a ser testado. Nesta fase, formulam-se as hipóteses, as ações estratégicas para medir, aplicar e coletar os dados da pesquisa. Os resultados são apresentados no quarto capítulo, através da análise do estudo empírico e da interpretação estatística dos dados principais coletados. No capítulo final apresentam-se as conclusões, as implicações para o estudo, as recomendações para gestão, limitações e as linhas futuras de investigação.

Figura 2 - Esquema da dissertação



Fonte: elaboração própria

Capítulo I – O empreendedorismo nos negócios e na educação

Este capítulo tem início por meio de uma explanação sobre o empreendedorismo e a sua evolução conceitual, nos negócios e na educação. Segue para a análise processual e uma breve comparação entre as habilidades e as responsabilidades do gestor nas organizações. Por fim, em um cenário de incentivo às intenções dos alunos para os negócios, trataremos da educação empreendedora a nível internacional e no Brasil e uma reflexão sobre a disseminação da cultura empreendedora universitária.

1.1 Os influenciadores da concepção de empreendedorismo

No século XVII o economista, empresário e banqueiro Richard Cantillon, introduziu pela primeira vez a expressão empreendedorismo, através da sua obra *Essai sur la Nature du Commerce en Général* - Ensaio sobre a Natureza de Comércio em Geral (Cantillon's, 2010). Para ele, os empresários - fazendeiros e banqueiros - são os principais gestores de recursos. Trabalham com riscos devido à incerteza, especialmente pelo mercado competitivo e pelo gosto da mudança.

O ensaio de Cantillon tornou-se mais conhecido no século XX devido à tradução para o idioma inglês, realizada por Chantal Saucier e editado por Mark T Hornton. Apesar das avaliações de Cantillon serem profundas, tornaram-se menos úteis ao longo do tempo devido às expressões e interpretações consideradas retrogradadas (Cantillon's, 2010).

No século XX o economista austríaco Schumpeter contribuiu com os atuais conceitos sobre o empreendedorismo no seu livro “A Teoria do Desenvolvimento Econômico” (Audretsch, 2003). Para Schumpeter o empreendedor é o agente de mudança, que ao ser auxiliado pelo sistema de crédito, é capaz de reorganizar os fatores produtivos em novas combinações de produção (Roobbins, 1968). E que “a mudança na vida econômica sempre começa com as ações de um indivíduo emérito – o empreendedor - e depois se espalha para o resto da economia” (Schumpeter & Swedberg, 2003, p. xi).

No seu clássico de 1942, *Capitalismo e Democracia*, Schumpeter argumentava que as grandes corporações enraizadas no mercado tendem a resistir às mudanças, forçando os

empreendedores a iniciarem novas empresas para procurarem atividades inovadoras Schumpeter (1942, p. 13, citado por Audretsch 2003):

a função dos empreendedores é reformar ou revolucionar o padrão de produção por meio da exploração de uma invenção ou, mais geralmente, de uma possibilidade tecnológica não testada de produzir uma nova mercadoria ou de produzir uma certa mercadoria de uma maneira nova (...).

Outro influenciador dos novos conceitos sobre o empreendedorismo, Kirzner (1973) afirmava que os empreendedores desempenham um papel importante no sistema de mercado. Qualquer que seja o momento vivenciado pela economia, são os empreendedores que tomam as decisões dos seus negócios e alertam para as possíveis mudanças a serem adaptadas para que suas organizações percebam os novos rumos da economia (Kirzner, 1973). Do ponto de vista econômico, esta visão de Kirzner é, também, apresentada por Audretsch (2003), onde o empreendedor é alguém que se especializa em assumir a responsabilidade e toma as decisões julgadoras que afetam a forma e o uso de bens, os recursos ou instituições, contribuindo para toda a economia (Audretsch, 2003).

As formas de retratarem o empreendedor, no momento em que os pesquisadores e estudiosos vivenciaram as ocorrências previamente demonstradas, revelam uma diferenciação destes conceitos. As diferenças são ainda mais substanciais pela proliferação de subcategorias¹ de pesquisas acerca do empreendedorismo, que introduzem novas terminologias (Sharma & Chrisman, 1999).

No decurso desta investigação, servirá como paradigma a definição adotada pelo GEM², pois, é arraigada pelos conceitos históricos da maioria dos pesquisadores, enquanto considera o empreendedorismo como o ato de criar um novo negócio, seja uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente (Lima et al., 2016).

No Quadro 2 é possível verificar um resumo das definições de empreendedorismo, que no decorrer dos anos, diversos estudiosos e economistas se propuseram a fazê-las.

¹ Apenas as definições de intraempreendedores e empreendedores coletivos serão abordadas neste trabalho em conformidade com o atual objeto de estudo. *Vide*, respectivamente, os subtítulos “O processo empreendedor” e “As inter-relações entre as habilidades e as responsabilidades do gestor”, capítulo I.

² O GEM, *Global Entrepreneurship Monitor*, é um consórcio internacional de pesquisas sobre empreendedorismo. Recuperado do *website* GEM, a 2016-10-31, em <http://www.gemconsortium.org/about/news>

Quadro 2 - Definições do empreendedorismo no âmbito do empreendedor

Essência de definição	Publicação
A atividade empreendedora envolve a identificação, do empreendedor, das oportunidades dentro do sistema econômico.	(Penrose, 1959)
O empreendedorismo é o ato da inovação envolvendo a dotação dos recursos existentes com a nova capacidade de produção de riqueza.	(Drucker, 1985)
O empreendedorismo é a capacidade que o empreendedor tem em visualizar novas entradas para oportunidades de negócios.	(Lumpkin & Dess, 1996)
O campo do empreendedorismo envolve o estudo mercadológico para as fontes de oportunidades para os negócios; os processos de descoberta de empreendimentos; a avaliação e a exploração de mercados.	(Shane & Venkataraman, 2000)
O empreendedorismo é um processo social dependente do contexto de mercado através do qual os indivíduos e as equipes criam riquezas, reunindo pacotes únicos de recursos para explorar as oportunidades de negócios.	(Ireland, Hitt & Sirmon, 2003)
O empreendedorismo é a maneira de ser do empreendedor e o processo para criação e desenvolvimento da atividade econômica, combinando a possibilidade de riscos, a criatividade e/ou a inovação com o gerenciamento da percepção de mercado, seja, em uma organização nova ou em uma existente.	(Comissão das Comunidades Europeias, 2003)

Fonte: Ahmad e Seymour (2008)

1.2 As características do indivíduo para a gestão no processo empreendedor

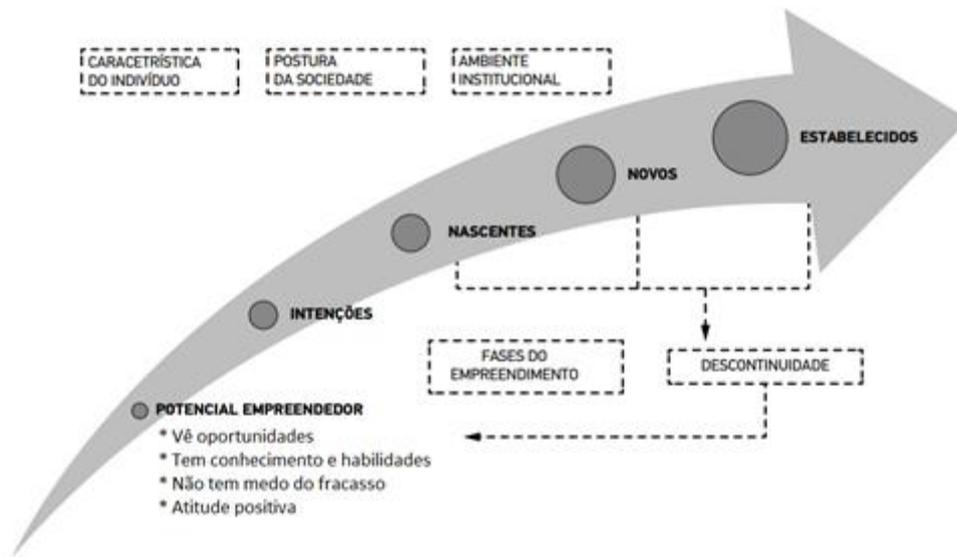
1.2.1 O processo empreendedor

A análise do empreendedorismo realizada pelo GEM adota uma visão processual, considerando as diversas etapas que caracterizam o fenômeno empreendedor que envolvem aqueles que têm as características necessárias para iniciar e gerir os seus negócios³. Nesta visão há também o papel do empreendedor, dotado de responsabilidades e habilidades para desempenhá-las (Chiavenato, 2014). Este papel passa a ser analisado, compreendido e conceituado de forma a um entendimento mais focado na atividade realizada dentro da organização (Barreto, 1998).

A representação na Figura 3 engloba cinco momentos do processo empreendedor: 1) o potencial para o sujeito para empreender, suas habilidades e perspectivas para o negócio; 2) a intenção dos indivíduos em iniciar um negócio; 3) a criação, o nascimento do empreendimento; 4) o seu desenvolvimento por meio de dois estágios, nascentes e novos; 5) culminando com a etapa em que o negócio é estabelecido (Lima, et al., 2016).

³ Recuperado do *website* GEM, a 2016-10-31, em <http://www.gemconsortium.org/about/news>

Figura 3 - O processo empreendedor



Fonte: GEM (2016)

Nas etapas demonstradas dentro do processo empreendedor, conforme a figura anterior, acolhe-se a concepção de que a intenção empreendedora (IEP) do indivíduo são as percepções que ele tem sobre o seu potencial para empreender (Lima, Lopes, Nassif & Silva, 2015). No entanto, o potencial empreendedor deverá, preliminarmente, estar arraigado no indivíduo, proporcionando as condições necessárias para visualizar as oportunidades para o negócio, ter conhecimento e habilidades, ser destemido ao fracasso e realizar uma atitude positiva diante dos desafios mercadológicos (Lima et al., 2016). Já os momentos da criação, do desenvolvimento e do estabelecimento do empreendimento, são relacionados ao conhecimento, habilidades e experiência para iniciar, gerir e propiciar a continuidade para o negócio (Lima, et al., 2016).

Ao ser desenvolvida e estabelecida a organização empresarial, existe uma nova abordagem relacionada com as ações do gestor que devem ser ponderadas, pois, proporciona a visão sobre a forma de qualificar as suas características ou habilidades num foco de ação dentro de uma organização já constituída (Barreto, 1998). Neste sentido, Pinchot (1985) conceitua o intraempreendedorismo como sendo a nova abordagem, e a define como a prática de desenvolver algo novo dentro de uma empresa existente para explorar uma nova oportunidade e criar o valor econômico.

Segundo Bosma et al. (2010) há diferenças em relação aos conceitos, pois, o empreendedorismo refere-se a um processo de cima para baixo, de modo que os gestores utilizam e promovem iniciativas e esforços na organização para alcançar melhorias na força de trabalho; já o intraempreendedorismo relaciona-se com o nível individual, ocorrendo de baixo para cima, ou seja, relacionado com a proatividade do indivíduo no trabalho e as iniciativas dos colaboradores.

Em qualquer das situações, no transcorrer do processo empreendedor, seja do ponto de vista do empreendedorismo ou do intraempreendedorismo, a iniciativa de criar, promover e gerir o negócio é de um indivíduo empreendedor, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas (Barreto, 1998; Dornelas, 2008).

1.2.2 As inter-relações entre as habilidades e as responsabilidades do gestor

Como esclarecido, anteriormente, os momentos do processo empreendedor, que envolvem o potencial das suas habilidades, a intenção em iniciar, o ato de criar, desenvolver e estabelecer o empreendimento, nestas situações, necessitam de competências do indivíduo que deverão, antecipadamente, estar enraizadas em suas mentes. Sobretudo, nesse aspecto, Duarte e Barbosa (2013) complementam que as habilidades devem dar suporte às responsabilidades do gestor, pois, as iniciativas para o desenvolvimento do negócio, têm que estar convergentes com as responsabilidades que os gestores adquirem no decorrer do processo empreendedor.

Neste contexto, ao considerar que o gestor necessita de habilidade, afirma Chiavenato (2014) que esta característica consiste em saber de que maneira a capacidade da pessoa é possível transformar o conhecimento em ações, pelo que, a habilidade poderá resultar em um desempenho desejado dentro da organização. Seja qual for nível da organização para executar as responsabilidades, Katz (1986) complementa que o administrador necessita de desenvolver algumas habilidades, tais como:

- técnica, quando utiliza procedimentos, técnicas e conhecimentos de um campo de especialização;
- humana, relativa à capacidade de trabalhar com outras pessoas, motivá-las e entendê-las, seja individualmente ou como membros de um grupo;

- conceitual, ao ser capaz de coordenar e integrar os interesses e as atividades de uma organização, isto implica ver a organização como um todo e entender como a dinâmica das partes afeta as demais.

Quanto ao outro aspecto referenciado por Duarte e Barbosa (2013), em especial, à responsabilidade, Certo (2003) orienta que esta é a obrigação atribuída aos gestores para que eles executem as atividades designadas ao bom funcionamento do empreendimento. Considerando que, para melhorar o desempenho das funções do gestor, complementam Duarte e Barbosa (2013), que os principais níveis das responsabilidades que os gestores se deparam nas organizações, são:

- operacionais, que supervisionam os empregados;
- gerenciais intermediárias, que supervisionam os gerentes;
- institucionais, que são responsáveis pela administração global.

Há outro ponto de vista, no qual Dornelas (2008) relaciona no campo da psicologia humana as responsabilidades e as habilidades, necessárias para desempenhá-las. E exemplifica que é necessário: 1) ser visionário e saber como agir; 2) tomar decisões de maneira responsável; 3) fazer a diferença na equipe de trabalho, sabendo explorar ao máximo as oportunidades; 4) ser determinado e dinâmico de maneira coerente; 5) correr riscos de forma prudente.

Os gestores devem possuir habilidades especiais e a presença ou a ausência delas, pode contribuir, de certa forma e respectivamente, para a sobrevivência ou para a mortalidade das empresas no Brasil (Bedê, 2016). Isto reforça, também, a percepção de Dornelas (2008), pois, para este, alguns dos motivos que podem levar à falência de boa parte das empresas gerenciadas por jovens empreendedores, é o despreparo e o fato de não contemplarem adequadamente as habilidades técnicas por falta de conhecimento.

Tratando-se da integração das habilidades e das responsabilidades com o conhecimento, Chiavenato (2014) admite que é o elemento chave do empreendedor em seus empreendimentos, pois, o gestor deverá possuir como um acervo de informações, conceitos, ideias, experiências e aprendizagem, a respeito de sua especialidade. Desta forma, Lopes (2010) recomenda que as organizações atuais necessitam que os cursos de administração de empresas, gerem maiores e melhores conhecimentos com a finalidade de contribuir para o sucesso dos gestores.

No decorrer do processo empreendedor, o conhecimento muda a cada instante, devido às transformações e inovações no mercado, cada vez mais intensas, pelo que desta forma, há necessidade de aprimorá-lo, em função das novas responsabilidades que os empreendedores se deparam a cada momento (Lopes, 2010).

Neste enquadramento de informações, ao se perceberem as inter-relações entre as habilidades e as responsabilidades dos gestores nas organizações (Robbins, Judge & Sobral 2012), e que as características individuais podem ser aprimoradas com a aquisição de novos conhecimentos dentro de instituições de ensino (Dornelas, 2008; Lopes 2010; Coan, 2011), é concebível que haja a necessidade maior para tornar as pessoas mais estruturadas e preparadas tecnicamente, dando-lhes a oportunidade de desenvolver, antecipadamente, os seus potenciais para empreender, favorecendo as suas IEP (Lima, Lopes, Nassif & Silva, 2015). Desta forma, estes indivíduos poderão mitigar os riscos dos seus futuros negócios, tornando-os, ao mesmo tempo, empreendedores e administradores de suas carreiras empresariais (Lima, Lopes, Nassif & Silva, 2015).

1.3 A educação empreendedora

1.3.1 A globalização do ensino do empreendedorismo

O surgimento da educação para o empreendedorismo pode ser datado em 1938, quando o professor Shigeru Fijii, pioneiro em ensino na universidade de Kobe, no Japão, iniciou o ensino voltado para o empreendedorismo (McMullan & Long, 1987; Tsordia & Papadimitriou, 2015).

Algum tempo depois, a maioria dos cursos e programas de empreendedorismo foram pioneiros e introduzidos nas universidades norte americanas (Keat, Selvarajah & Meyer, 2011). E, esta iniciação, cujas origens em Harvard, em 1947, em que visava qualificar ex-combatentes de guerra para a abertura de pequenos negócios, contribuiu para influenciar outros países (Henrique & Cunha, 2008; Piperopoulos, 2012).

Por volta dos anos 80 e 90, os governos dos países europeus reconheceram também o empreendedorismo como um recurso a ser cultivado, tal como na Europa Oriental pós-comunista. Naquela época, as escolas de negócios na Ásia, lançaram programas de empreendedorismo, bem como publicações científicas que abordam tais questões (Dana, 1990), apesar de que a China e a Índia existiam muitos empreendedores, nestes países o

empreendedorismo ainda pode ser considerado um campo relativamente novo na educação (Bjerke, 2007).

Na América Latina, inúmeras universidades foram criadas em diferentes países, que além de cursos de administração, também fornecem aulas de empreendedorismo, como complementação nas suas unidades curriculares em outras áreas do ensino, seja no superior ou no ensino médio (Lopes, 2010; Dornelas, Spinelli & Adans, 2014).

Na visão de Heather e Gordon (2011) o ensino do empreendedorismo é uma ciência, assim como uma arte, onde a primeira é direcionada às habilidades funcionais necessárias para a abertura de empresas, enquanto a segunda refere-se aos aspectos criativos do empreendedorismo.

No entanto, algumas pessoas ainda argumentam que não é possível ensinar empreendedorismo, pois, para elas, o ato de empreender é uma questão de personalidade e característica psicológica particular, já contida em cada indivíduo (Heather & Gordon, 2011). Numa perspectiva oposta, para muitos pesquisadores que realizam trabalhos empíricos, a capacidade de empreender pode ser ensinada ou aprendida e intensificada nas pessoas (Dornelas, 2007).

Desta forma, por ser considerada um processo pedagógico envolvido no encorajamento de comportamentos e mentalidades de atividades empresariais, a educação empreendedora espalhou-se à escala global, em virtude da capacidade de criar e aumentar a consciencialização, bem como, promover o auto-emprego, como uma escolha de carreira entre os jovens estudantes (Piperopoulos, 2012; Roberts et al., 2015).

1.3.2 A educação empreendedora no Brasil

No ano de 1981 a educação empreendedora teve as suas origens no Brasil, com a inclusão de unidades curriculares em cursos de especialização em administração na Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo, que em 1984 passou para graduação em administração (Dolabela, 2008), também mestrado, doutorado e MBA⁴ (Lopes, 2010). Neste mesmo ano a Universidade de São Paulo iniciou um curso de criação de empresas com implementações para base tecnológica em organizações (Lopes, 2010).

⁴ MBA - *Master in Business Administration*, Mestre em Administração de Negócios – São cursos de pós-graduação *lato sensu* oferecidos por instituições de ensino superior (CNE/CES, 2001).

Embora, o empreendedorismo possa ser ensinado nas universidades ou outras instituições de ensino especializadas, e de certa forma, pode ser doutrinado diferentemente dos métodos tradicionais (Coan, 2011), naquela época, o ensino do empreendedorismo era novo para o meio acadêmico brasileiro, onde os professores utilizavam métodos pedagógicos tradicionais de ensino para ministrarem as suas aulas (Rocha, Bacchi, Guerra, Rôla & Pinheiro, 2011).

Na década de 90 a educação empreendedora expandiu-se com a criação de entidades como o Sebrae⁵ e o Softex⁶ (Silva et al., 2015), também para os cursos de graduação em administração em todo o país (Martens & Freitas, 2008). Neste período, ocorreu uma significativa expansão do ensino de administração, atingindo 1941 cursos com cerca de 110 habilitações e mais de 38 mil concluintes no ano de 1998 (Henrique & Cunha, 2008).

O ensino do empreendedorismo era realizado em atividades de simulação de negócios, difíceis de implantar no formato das graduações e pós-graduações nacionais, pelo que o estudo de caso, como uma prática pedagógica, seria necessário para melhor adaptação à realidade brasileira, como uma maneira de reforço ao conteúdo teórico (Henrique & Cunha, 2008).

Devido ao cenário nacional favorável ao empreendedorismo, é possível que no Brasil exista uma tendência para um crescimento significativo em relação à educação, embora se perceba que o aumento dos empreendedores com baixa escolaridade⁷ possa ser um fator preocupante com as consequências negativas que a falta de conhecimento e informação podem ocasionar (Lima, et al., 2015). Para estimular a atividade empreendedora, entre outros aspectos, alguns especialistas sugerem melhorias nas políticas governamentais na educação e maior apoio aos recursos financeiros (Silva et al., 2015).

Este estímulo pode ser representado, também, por pesquisas relacionadas com o empreendedorismo. Afirmam Iizuka e Moraes (2014) que o assunto é amplamente

⁵ Sebrae - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – “Em 9 de outubro de 1990, o nome Cebrae foi modificado para Sebrae pelo decreto nº 99.570, parte da Lei nº 8029, de 12 de abril. A entidade desvinculou-se da administração pública e transformou-se em uma instituição privada, sem fins lucrativos, mantida por verbas doadas das maiores empresas do país. De lá para cá, o Sebrae ampliou a sua estrutura de atendimento para todo o país, capacitou inúmeras pessoas e ajudou na criação e desenvolvimento de milhares de micro e pequenos negócios - Recuperado do *website* Sebrae, a 2017-09-15, em <http://www.sebrae.com.br>.

⁶ Softex - Associação para promoção da excelência do Software Brasileiro – é uma Organização Social Civil de Interesse Público – OSCIP – para promoção de ações para a melhoria da competitividade da indústria brasileira de software e serviços de tecnologia da informação (Softex, 2017).

⁷ *Vide* o subtítulo “O cenário do empreendedorismo na educação brasileira”, Capítulo II.

debatido no principal congresso acadêmico em administração no Brasil, o EnAnpad⁸ e consideram que os debates ocorrem devido à necessidade que as instituições de ensino têm para oferecerem uma adequação ao potencial empreendedor dos alunos.

É importante repensar a educação no Brasil, tendo em vista a disseminação da cultura empreendedora como um fator gerador de oportunidades e fomentadora de desenvolvimento (Dolabela, 2008; Lopes, 2010). Para Greatti, Gralik, Vieira e Sela (2010) os cursos de administração no Brasil devem, não somente, responder às necessidades do mercado de trabalho, mas, também, transformar a realidade desse mercado, assim como as características e habilidades essenciais do aluno para suas carreiras empresariais.

Aliado a estes fatos, a formação do professor, além da influência instrumental – relacionada com o ensino – tem que contemplar motivações, habilidades comportamentais e conhecer o perfil de seus alunos, havendo, desta forma, a necessidade de mudanças educacionais, principalmente no que diz respeito à própria metodologia de ensino (Lima, et al., 2015).

No Quadro 3 são demonstradas algumas ações introduzidas no Brasil para a disseminação do empreendedorismo nas instituições de ensino.

Quadro 3 - Disseminação do empreendedorismo no Brasil

Ano	Ocorrência
1981	Inclusão de unidades curriculares na FGV - Fundação Getulio Vargas.
1990/1991	Surgimento do Sebrae; Paulo Goldsmith, prof. da FGV desenvolve a primeira competição de planos de negócios - <i>Business Plan: Latin America Moot Corp.</i>
1996	O livro "O Segredo de Luísa", do professor Fernando Dolabela, com influência na metodologia de ensino brasileira.
2000	A criação na USP - Universidade de São Paulo - do Centro Minerva de Empreendedorismo.
2004/ 2005	Na FGV, surgimento do CENN – Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios.
2008	Introdução da competição de inovação em produtos <i>Idea to Product Latin America</i> em 2008, aberto para estudantes de escolas de tecnologia.
2010	Competições de <i>Business Plan</i> em inúmeras escolas do país.
2011/ 2015	Os cursos da ONG Endeavor ⁹ se espelham na metodologia dos EUA, entre outros projetos de sucesso. Surgiram os desafios, como os projetos do Sebrae, para selecionar conteúdos cada vez mais sofisticados para atender ao público que procura o apoio ao empreendedorismo.

Fontes: adaptado de Lopes (2010) e Lima, et al. (2015)

⁸ Recuperado do *website* Anpad a 2017-10-22, em [https:// www.anpad.org.br](https://www.anpad.org.br)

⁹ A Endeavor é uma organização global sem fins lucrativos com a missão de multiplicar o poder de transformação do empreendedor brasileiro (Endeavor, 2017).

1.3.3 Metodologias e orientações para fomento da educação empreendedora

Quando se trata de ensino do empreendedorismo, segundo Lopes (2010), não tem origem nas escolas convencionais, mas, em cursos de administração de empresas, ao passo que, por exigência das organizações que se tornaram mais complexas no decorrer dos anos, os gerenciantes destas empresas, pleitearam para os seus colaboradores, uma adequada capacitação para os negócios, incentivando, desta forma, as instituições de ensino a se adaptarem às necessidades do mercado.

Mas, a questão é saber se há possibilidade em qualificar os empreendedores, e também, o que deve ser ensinado para estas pessoas. Existem pesquisas que fundamentam a relação da educação formal com o estímulo para o aprendizado do empreendedorismo, aumentando a possibilidade para o sucesso dos empreendedores nos negócios (Kim, Aldrich & Keister, 2003; Todorovic, McNaughton & Et.Guild, 2005; Silva et al., 2015).

Diante da premissa sustentada por alguns pesquisadores, de que a educação formal pode auxiliar o empreendedor nascente e incentivar a sua IEP, em razão disso, é importante, também, sugerir de que forma o futuro empreendedor deve aprender (Lopes, 2010).

Existem várias metodologias sendo aprimoradas para a iniciação ou fomento do ensino do empreendedorismo, independentemente do ambiente ou área do conhecimento. Em um estudo sobre a educação empreendedora no Brasil, Coan (2011) reuniu diversos trabalhos científicos, cada qual com a sua proposta metodológica. Alguns dos trabalhos referidos pela autora são citados:

- no âmbito da educação fundamental, Ferreira (2001) destaca a importância da educação e o papel da escola em preparar os alunos para o mercado de trabalho. Fundamentada em Perrenoud (1999), a autora propõe a construção de um banco de talentos a partir do trabalho dos empresários a ser realizado dentro da escola, como uma forma eficiente para garantir a empregabilidade;
- no ambiente do ensino médio, as pesquisadoras Corbelline e Batista (2004) analisaram o empreendedorismo juvenil e destacaram que ser cidadão do mundo, no cenário globalizado, constitui uma ação de constante reflexão, perante a procura de uma Sociedade mais humana e justa. Demonstraram que o programa *Life Learning Project*, originário dos Estados Unidos, contribui para o desenvolvimento social dos

adolescentes e de sua aprendizagem, por meio de uma metodologia que projeta a educação, como empreendedora e para a vida;

- na sua proposta metodológica em contribuir com a educação profissional e tecnológica, Paiva (2002) destaca a cultura e as práticas empreendedoras. Neste cenário, o aluno é considerado o empreendedor da “sua empresa” e tem como seu parceiro, o professor, que agindo de forma ativa, proporciona instruções necessárias para que o estudante atinja os seus objetivos;
- no contexto da educação superior, a obra intitulada “Oficina do Empreendedor”, de Dolabela (1999), apresenta os resultados da aplicação da experiência do programa Softex¹⁰ e propõe uma metodologia de ensino universitário sobre o empreendedorismo, que é oferecida a docentes de cursos de graduação, sendo direcionada para diferentes áreas do ensino, não somente para os administradores. Os alicerces dessa metodologia, segundo o autor, consistem na criação de uma cultura para o ensino do empreendedorismo nas universidades. Proporciona trabalhar a teoria fundamentada na obra de Fillion (1999), dentro da qual procura incentivar o ato de ter e realizar visões mercadológicas.

Apesar da existência de inúmeros trabalhos contendo diferentes propostas pedagógicas, não é comum um currículo de educação empreendedora, contemplar o desenvolvimento das habilidades dos docentes, quanto às suas qualificações para o ensino do empreendedorismo, o que, mais uma vez, indica a distância entre os educadores e as metodologias de ensino propostas (Lopes, 2010).

Para muitos países, assim como o Brasil, afirmam Gimenez, Camargo, Moraes e Kloswski (2014), há falta de conhecimento das habilidades, cuja finalidade prática é compreender em quais condições e com quais atitudes dos docentes, seria possível promover o incentivo adequado para a educação empreendedora de seus alunos. Pensando nisso, para contribuir com tais questões, estes autores realizaram as seguintes propostas:

- não se limitar ao ensino da administração ou gestão apenas, mas, privilegiar o desenvolvimento das competências empreendedoras;
- romper com os tradicionais modelos de ensino e analisar novas metodologias e técnicas que permitam colocar em prática o aprendizado do aluno;

¹⁰ Vide o subtítulo “A educação empreendedora no Brasil”, Capítulo I.

- explorar o ambiente acadêmico em face às características do ecossistema de negócios local;
- estimular a formação de professores para que haja conciliação entre a experiência acadêmica e as práticas empreendedoras;
- harmonizar as iniciativas empreendedoras da região com os esforços para a educação empreendedora dos alunos;
- incentivar as atividades extracurriculares e testes em laboratório voltados à simulação do ambiente voltado para os negócios.

Seja como for, quanto à metodologia empregada para a educação empreendedora, é perceber que existe uma diversidade de estudos nestas áreas, assim como a exposição do ambiente e das habilidades, que eventualmente, os docentes podem contemplar.

Estas propostas, aliadas às diferenciadas metodologias, podem auxiliar na ampliação do repertório de ações a serem promovidas para o fomento da educação, principalmente, quanto à formação empreendedora de excelência, conseqüentemente, na IEP dos alunos (Coan, 2011; Gimenez et al., 2014; Ferreira et al., 2017).

1.3.4 Incentivos para a educação e a cultura empreendedora na universidade

1.3.4.1 A procura por uma nova identidade empreendedora

Quanto às IES que almejam uma identidade voltada para o empreendedorismo, pode-se pensar na ação empreendedora como motivador da cultura organizacional. Desta forma, Robbins et al. (2012) consideram que a cultura da empresa é gerada pela componente humano; já a cultura organizacional refere-se a um sistema de valores compartilhados pelos membros de uma organização que a diferencia das demais. Para McShane (2001) é o padrão básico de suposições, valores e crenças compartilhadas que regem a forma como os funcionários pensam e agem sobre os problemas e as oportunidades nas organizações.

A função da universidade deve estimular ações favoráveis ao empreendedorismo e a disseminação da cultura empreendedora, não só pelos seus alunos, mas, também, nos seus trabalhos prévios e de terceiros, em relação à pesquisas e desenvolvimento educacional, tanto científico quanto tecnológico (Rita, Oliveira, Gomes, Costa & Nascimento, 2008; Lopes, 2010).

Por outro lado, o sucesso das IES dependerá, também, do desempenho dos seus recursos humanos, embora pouco se sabe sobre a orientação empresarial dos departamentos acadêmicos e, como tal, essa orientação poderia promover a atividade de empreendedorismo (Todorovic et al., 2005).

Para auxiliar neste pré-requisito, algumas propostas oriundas de trabalhos científicos podem contribuir para a mudança cultural institucional nas universidades brasileiras. O relatório internacional GUESS¹¹ sugere as seguintes atividades para aplicação nas IES no Brasil (Lima, Lopes, Nassif & Silva, 2015):

- oferecer mais programas de educação superior, cursos e atividades voltadas para o âmbito empresarial;
- formar e treinar professores em educação para os negócios;
- aproximar dos empreendedores e vivenciar suas experiências;
- maiores práticas educacionais voltadas para o empreendedorismo;
- diversificar as ofertas de cursos e atividades em universidades além do plano de negócios;
- desenvolver atividades extracurriculares, como cursos de MBA, centros de empreendedorismo, desenvolvimento de incubadoras de empresas, competições de plano de negócios e eventos que estimulam o empreendedorismo.

Entre outros aspectos, há significativo valor nas pesquisas sobre as IEP no sentido de auxiliar e nortear novas formas de procedimentos ou metodologias educacionais (Davidsson, 1995). Sabe-se, no entanto, que o campo de pesquisa sobre as IEP no Brasil ainda é novo, e para favorecer esta iniciação científica, há um leque de trabalhos acadêmicos, em outros países, que podem auxiliar na demonstração de novas práticas do ensino empreendedor, favorecendo uma eventual mudança na cultura educacional brasileira (Ferreira et al., 2017).

Para exemplificar, em um destes trabalhos institucionais, Rauch e Hulsink (2015) ao avaliarem estudantes de dois mestrados em educação empresarial na Holanda, compararam os resultados nas fases anteriores e após as atividades práticas. Constataram, empiricamente, um impacto positivo das atividades práticas nas atitudes dos alunos em

¹¹ GUESS – *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* - O GUESS é um grande projeto de pesquisa global sobre empreendedorismo estudantil (GUESS, 2017)

relação ao empreendedorismo, no aumento da intenção deles em se tornarem empresários e desenvolverem negócios.

Aliás, Rauch e Hulsink (2015) consideram que os professores devem permitir que os alunos explorem ativamente as oportunidades que são imaginadas, moldadas e criadas em um processo empreendedor, pelo que desta forma, a educação para o empreendedorismo precisa ir além do conhecimento e da compreensão, devendo aplicar os conceitos de outras maneiras: dos teóricos aos realísticos e práticos.

Ao considerarem que as propostas para incentivar novas formas de educação podem ser provenientes de uma percepção mais estruturada da realidade, afirmam Todorovic et al. (2005) que não deve ser apenas algo debatido, sem que haja um parâmetro a ser seguido, mesmo sendo importante a inovação nas universidades para obtenção de uma nova identidade educacional, pois, é crucial ter um ambiente tolerante ao risco e desenvolver uma cultura organizacional correta, assim como obter o apoio das partes envolvidas.

1.3.4.2 Os relacionamentos da universidade com a comunidade

É possível que a resolução de problemas, ao vivenciar situações do mundo real, seja também útil para favorecer a disseminação da cultura empresarial (Hynes, 1996). Assim, as inter-relações das IES com organizações empresariais externas para a constituição de apoio institucional para troca de conhecimentos, poderão ser proveitosas para a carreira profissional dos alunos. Para favorecer estes contatos, Simões (2009) defende a criação de negócios, através de redes de inovação¹², onde as IES devem promover o desenvolvimento de relacionamentos com outros agentes da rede, a fim de influenciar a decisão de potenciais empreendedores iniciantes.

Dado que o processo de criação de empresas não é um ato ou fato isolado, as organizações devem envolver-se numa série de ligações, na reciprocidade de troca de conhecimentos, entre as empresas, o governo e as IES, procurando atingir uma maior compatibilidade com o meio envolvente (Simões, 2009). Pode-se dizer que nesta forma de cultura há a concepção da ideia da universidade empreendedora, normalmente, uma instituição ativa onde procura, frequentemente, transformar a sua estrutura e a sua organização com o intuito de favorecer as conexões externas com as empresas e o apoio do governo, e nesse

¹² As redes de inovação auxiliam na redução das incertezas através da cooperação entre os agentes internos e externos às IES, promovem a produção e o compartilhamento de conhecimentos e recursos, a diminuição dos riscos do negócio, ganhos de eficiência devido à divisão do trabalho, entre outros benefícios (Simões, 2009).

contexto, fomentar as pesquisas científicas, gerar a troca de conhecimento e de tecnologia. (Clark, 1998). Essa transformação requer a junção de grupos de pessoas de diversas unidades da universidade com o objetivo de transformar a orientação e a sua estrutura universitária em harmonia com os valores acadêmicos (Lopes, 2010).

Como exemplo, o Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) seguiu uma abordagem de "mãos para fora" para o engajamento empresarial e a provisão de mais recursos – educacionais e infra-estrutura - através de um programa de incentivo ao empreendedorismo conhecido como *Venture Mentoring Service* (VMS)¹³ em contraste com muitas outras universidades nos Estados Unidos e no exterior - que estimulam projetos apenas internos - este programa se apoia na crença de que o incentivo nas atividades empresariais melhora a educação dos estudantes de graduação (Roberts et al., 2015).

Nas IES os grupos de pessoas são formados pelo corpo docente, discente e os funcionários. Estes, podem-se tornar empreendedores, intraempreendedores¹⁴ ou empreendedores coletivos¹⁵ (Röpke, 1998; Schmidt & Dreher, 2007), pois, dentro destas formações encontram-se os subsídios para a existência de interações entre a universidade, meio ambiente e organizações empresariais. Desta forma, sendo percebida como uma organização interativa com a comunidade, a universidade torna-se empreendedora (Röpke, 1998; Schmidt & Dreher, 2007).

As universidades empreendedoras devem promover um tipo de economia multifacetada, onde necessitam, juntamente com os diferentes ambientes e entidades, produzir, não só, conhecimento e o capital humano, antes, deverão funcionar como importantes atores institucionais na construção e sustentabilidade de redes de inovação locais e disseminação da cultura do conhecimento empresarial, contribuindo ativamente para a ligação entre os diversos atores da rede (Simões, 2009).

¹³ O *Venture Mentoring Service* - é um serviço gratuito e confidencial exclusivamente para a comunidade MIT. O VMS aproveita o conhecimento e a experiência de ex-alunos voluntários e outros líderes empresariais para ajudar potenciais empreendedores afiliados ao MIT a aprender o que necessitam saber para começar e manter um negócio. As atividades do VMS também giram em torno da crença de que o apoio ativo das atividades empresariais melhora a educação dos estudantes e ex-alunos do MIT, fortalece o papel do MIT como líder mundial em inovação e amplia a base de potencial apoio financeiro do MIT. As relações entre mentores e empreendedores aspirantes são estabelecidas com base nas necessidades e preferências de cada empreendedor. Os interesses dos mentores disponíveis são considerados como um dos vários programas MIT para empresários. O VMS se esforça para manter seu foco em oferecer ajuda e conselhos práticos aos estudantes - Recuperado do *website* VMS, a 2017-07-10, em <http://vms.mit.edu>

¹⁴ Vide o subtítulo “O processo empreendedor”, Capítulo I.

¹⁵ O empreendedorismo coletivo é um esforço de uma equipe que recorre ao talento e criatividade das partes, onde procuram a melhoria constante, envolvendo todos para o trabalho em conjunto (Schmidt & Dreher, 2007).

Embora a cultura organizacional possa ser moldada pela componente humana, existem barreiras psicológicas contrárias às mudanças que são claramente percebidas quando a organização passa por rápidas transformações (Robbins et al., 2012). Para vencer estas barreiras Robbins et al. (2012) sugerem que os gestores não podem apenas estar limitados a costumes ou ideologias anteriores, pelo que, devem demonstrar as características e os benefícios da nova cultura, de forma a adotar e a motivar as pessoas a se comprometerem com as mudanças.

Considerando que a finalidade do ensino no Brasil é para os estudantes e, principalmente, para eles, a qualidade na educação deverá surtir os seus efeitos (MEC, 2015). Desse modo, é fundamental que os gestores e o corpo docente universitário compreendam qual é o grau de importância das intenções dos alunos em desenvolver (novos) negócios, pois são os estudantes o elo principal da integração da cultura empreendedora universitária com o meio empresarial (Lima, et al., 2015).

1.4 Resumo do capítulo

Na abordagem inicial, por meio da perspectiva de pesquisadores, foram demonstrados os diferentes cenários evolutivos para o entendimento do empreendedorismo, de sua origem até a atualidade. Houve a caracterização deste fenômeno e do seu protagonista, o empreendedor.

Posteriormente, as ações do empreendedor foram demonstradas como integrantes do processo para a criação do negócio, que englobam, pelo menos, as suas intenções em iniciar a empresa, desenvolver, estruturar e culminar com o momento em que o seu negócio é estabelecido. Na integração desse processo, são perceptíveis as relações das habilidades e as responsabilidades do gestor, os quais foram referidas como fundamentais para adequada gestão. Por sua vez, estas qualificações foram apresentadas como a inspiração necessária para influenciar a educação empreendedora e as intenções em estudantes, dado que são necessários incentivos para aprimorar os conhecimentos do indivíduo.

Originária do ambiente do ensino superior, em virtude das exigências das empresas, a educação empreendedora tornou-se um processo pedagógico de ocorrência em escala global. Dentro do contexto brasileiro, diferentes entidades passaram a transmitir os ensinamentos do empreendedorismo, cada uma à sua maneira, contribuindo para a

disseminação e melhorias educacionais. E assim, foram demonstrados alguns estudos brasileiros respaldados por metodologias de ensino e algumas propostas pedagógicas para estimular o conhecimento do aluno, que abrangem o âmbito da educação fundamental, o ambiente do ensino médio, a educação profissional e tecnológica e no contexto da educação superior. Também, foram apresentadas algumas práticas de ensino para os docentes e atividades de fomento ao empreendedorismo para aplicação nas instituições de ensino superior.

Por fim, para que estas metodologias de ensino sejam realizadas, propôs-se, que as instituições de ensino que almejam a identidade dirigida para o empreendedorismo, devam considerar as ações empreendedoras como influenciadoras da cultura organizacional. Estas ações deverão envolver os alunos e os professores, assim como, a comunidade empresarial. E, neste ambiente, existe a possibilidade de se criar a universidade empreendedora, cujo objetivo é transformar a orientação e a estrutura universitária, em harmonia com os valores acadêmicos, incentivando o jovem empreendedor a iniciar e gerir os seus negócios.

Capítulo II – O contexto da intenção empreendedora

O capítulo anterior enfatizou-se pela conceituação do empreendedorismo e a sua disseminação por meio da educação para os negócios. Entre o capítulo anterior e o atual, há uma relação, de que o conhecimento para a gestão poderá, também, realizar-se através do ensino, aprendizado e o seu estímulo, em um contexto favorável ao empreendedorismo, propondo-se um cenário de intenções empreendedoras no ambiente educacional.

Assim, neste capítulo trataremos da análise das intenções empreendedoras. No início, apresentaremos a evolução das pesquisas, dos atuantes para os negócios aos iniciantes para o empreendedorismo, e a razão para isto. Segue-se para as intenções no âmbito educacional, o cenário brasileiro e as contribuições do ensino para a comunidade acadêmica. Finalizaremos com os fundamentos da teoria do comportamento planejado, seus conceitos principais e importância para a investigação das intenções em empreender.

2.1 As pesquisas no meio acadêmico sobre a intenção para empreender

2.1.1 A evolução dos estudos das intenções empreendedoras

No ano de 1989 James Carland e assessores relacionaram pesquisas do século XIX e XX e constataram, que inicialmente, os pesquisadores procuraram compreender as características psicológicas e comportamentais em pessoas atuantes no mundo dos negócios (Dornelas, 2007). Já as análises sobre as IEP tiveram as suas projeções no meio acadêmico no final da década de 1980, afirmam Ferreira et al. (2017) que as estas pesquisas iniciais abrangiam a psicologia social e a cognitiva, com o objetivo de compreender o papel de variáveis individuais e contextuais em aspirantes aos negócios.

Nos anos noventa, percebeu-se uma variedade de IEP como estrutura, confirmando, desta forma, a aplicabilidade do conceito em diversificadas configurações (Liñán & Alain, 2015). Entre os anos de 2004 a 2015 (Figura 4), houve um crescimento mundial de 41% nas pesquisas sobre as IEP, sendo que os anos de 2011 e 2013 foram os mais frutíferos em publicações.

Figura 4 - A evolução das pesquisas sobre as intenções empreendedoras



Fonte: Ferreira et al. (2017)

As análises empíricas das IEP ou comportamentos são cada vez mais frequentes. Afirmam Liñán e Chen (2009) que a maioria dos estudos têm os seus próprios instrumentos *ad hoc* de pesquisa e que as comparações entre esses trabalhos tornam-se bastante problemáticas, uma vez que as diferenças entre as medidas construtivas são, por vezes, substanciais.

Alguns pesquisadores realizaram revisões sistemáticas da literatura relacionadas com as IEP com o intuito de classificá-las. Para exemplificar, a revisão de Liñán e Alain (2015) agrupa a literatura sobre a IEP em cinco fases, normalmente:

1. dos elementos centrais e metodológicos do modelo de IEP, como os quais, analisam as variáveis, suas correlações e a influência das mesmas dentro do modelo almejado;
2. dos preditores individuais a nível pessoal, em que, segundo os autores, esta categoria é a maior, e inclui artigos que analisam o efeito de traços pessoais, variáveis psicológicas, dados demográficos ou experiência em IEP;
3. das inter-relações entre as instituições de ensino com as IEP, onde tais artigos avaliam os programas de educação das IES e os relacionam com as IEP, procurando investigar, entre outros fatores, a eficiência ou a eficácia desses programas;
4. da influência de variáveis nos diferentes ambientes das instituições de ensino, estes trabalhos focam os ambientes regionais, culturais ou institucionais na configuração das IEP. São comparadas amostras entre diferentes países, ou entre regiões em cada país, com o intuito de investigar disparidades relacionadas ao contexto nas IEP nos participantes da pesquisa;
5. do processo empresarial e o vínculo da intenção com o comportamento. Onde estes estudos, apesar de especializados, em particular, no empreendedorismo dentro de um

processo que vai além das IEP, têm o intuito de investigar o comportamento real do empresário.

Apesar da importância desses estudos para a comunidade científica e do crescimento dessas pesquisas na esfera internacional, afirmam Ferreira et al. (2017), que no Brasil, existem poucos trabalhos no campo de estudo sobre o que leva as pessoas a empreender e a respeito dos efeitos da educação empreendedora nas pessoas.

Neste sentido, a comunidade científica brasileira, de certa forma, poderá beneficiar-se, caso os estudiosos locais puderem se servir de abundantes informações provenientes de outros países, no contexto das pesquisas sobre as IEP.

2.1.2 Os novos rumos para investigar

Muitos trabalhos científicos contribuem com as suas perspectivas de análises e modelos, um tanto diferenciados e em condições especiais, procurando caracterizar as IEP em pessoas, ainda sem vivências nos negócios.

Normalmente focam os estudantes do ensino superior, uma vez que nos ambientes universitários há a possibilidade de favorecimento de ideias para a geração de novos empreendimentos, bem como podem auxiliar para a solução de problemas de desemprego e o desenvolvimento econômico nos países (Davidsson, 1995). Nesse aspecto, a influência da educação empreendedora sobre as IEP, em especial, tem sido tratada com mais atenção atualmente, favorecendo o surgimento de muitos trabalhos que indicam as diferentes motivações comportamentais entre os aspirantes ao empreendedorismo (Ferreira et al., 2017).

Para exemplificar, no âmbito educativo, o projeto internacional de pesquisas da GUESSSS¹⁶ faz comparações geográficas e temporais, para investigar a intenção e as atividades empreendedoras em alunos em cerca de 1000 universidades e 122 mil estudantes no mundo. No Brasil, os estudos das IEP em instituições de ensino superior, embasados pela GUESSSS e representados pelo trabalho de Lima, Lopes, Nassif, e Silva (2015) identificaram os desafios e as oportunidades para o aprimoramento do ensino superior brasileiro, quanto ao empreendedorismo.

¹⁶ Recuperado do *website* GUESSSS, a 2017-08-15, em <https://www.guesssurvey.org>

Os estudos realizados com base em diferentes modelos reforçam a importância de avaliar as intenções e comportamentos empreendedores nas pessoas (Davidsson, 1995). É reconhecido que muitas dessas pesquisas ocorrem no cenário educacional, pelo que se percebe que a educação é um fator favorável ao desenvolvimento do empreendedorismo (Lima, et al., 2015).

2.2 A intenção empreendedora no âmbito educacional

2.2.1 A convergência das pesquisas para o foco no estudante

Complementam-se às análises prévias que os “estudos eram orientados para encontrar as características psicológicas dos fundadores de empresas, mas não estavam correlacionados com as descobertas contemporâneas da psicologia” (Dornelas, 2007, pp. 3-4). Anos se passaram e verificou-se que esta linha de pesquisa era incapaz de dar resposta à pergunta: o que faz as pessoas desenvolverem novos empreendimentos? (Davidsson, 1995).

Muitos pesquisadores têm desenvolvido diferentes tipos de estilos de pesquisa explicativos que têm em consideração, não apenas as características psicológicas gerais dos empreendedores, mas, também, as atitudes específicas, os antecedentes pessoais e as variáveis situacionais (Davidsson, 1995). Um ramo particular dessa abordagem foca a fase de pré-decisão, por exemplo, o interesse, a preferência pela carreira empresarial e as características nata dos empreendedores (Krueger & Brazael, 1994). Para Lima, Lopes, Nassif e Silva (2015) a intenção de desenvolver um novo negócio pode ser explicada por uma ação fundamentada ou um comportamento planejado, sendo razoável a relação entre intenções e comportamentos.

E, se tais fatos estão fundamentados, os estudos das IEP, talvez, tenham algumas vantagens distintas sobre as comparações entre os estudos das características dos empresários.

Para Davidsson (1995) ao investigar as IEP, tais estudos evitam encontrar as características comportamentais apenas nos empresários, pois, desconsideram a possibilidade de que a formação de novas empresas é sempre um fenômeno minoritário ou que é mais útil saber que tipos de indivíduos desejam ou não, criar seus próprios negócios. A observação de Davidsson é reforçada por outra constatação de Lima et al. (2016), pois, para estes pesquisadores, negócios desenvolvidos por pessoas com maior escolaridade tendem a ser

melhor estruturados e, em geral, esses indivíduos estão aptos a procurar bons empregos, assim, os seus empreendimentos tendem a ser mais por oportunidade do que necessidade¹⁷.

Em uma alusão a tais constatações, ao analisarem as produções empreendedoras dos ex-alunos do MIT, nos EUA, no ano de 2014, caso fosse um país, estima-se que este seria a 10ª maior economia do mundo com um PIB de 1,9 trilhão de dólares em vendas mundiais, onde cerca de 30.000 empresas empregavam quatro e meio milhões de pessoas (Roberts et al., 2015).

A hipótese de que mais e melhor educação para o empreendedorismo afetará positivamente o desenvolvimento de atitudes empresariais, habilidades, proficiências e IEP dos alunos para iniciar novas empresas, se confirmada, poderá resultar em um crescimento da atividade empresarial (Piperopoulos, 2012).

2.2.2 O cenário do empreendedorismo na educação brasileira

Dada a possibilidade de que pessoas com formação acadêmica mais estruturada abram negócios repletos em conhecimento, a ampliação da parcela da população com acesso à formação superior e pós-graduação pode afetar positivamente o cenário do empreendedorismo no Brasil (Lima, et al., 2016). Assim, é importante conhecer o cenário do empreendedorismo praticado em instituições de ensino nacionais e as expectativas dos alunos em tornarem empreendedores.

Na Tabela 1, ao observar as faixas etárias entre 18 a 24 anos e 25 a 34 anos, presume-se que os empreendedores podem estar ou não frequentando escolas, qualquer que seja o nível de escolaridade. De acordo com o consórcio GEM¹⁸, o Brasil apresenta uma elevada Taxa Específica de Empreendedorismo (TEA) inicial na população.

¹⁷ O empreendedorismo por necessidade está relacionado pela falta de opção de trabalho e renda. Cedeu espaço no Brasil para o empreendedorismo por oportunidade. Em outras palavras, parte dos novos empreendedores brasileiros estão iniciando seus negócios por acreditarem numa oportunidade, não somente pela falta de opção de renda (Lima, et al., 2016).

¹⁸ Recuperado do *website* GEM, a 2016-10-31, em <http://www.gemconsortium.org/about/news>

Tabela 1 - TEA¹⁹ segundo faixa etária

Países	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos
Brasil	20,1	22,9	19,7	17,5	15,0
África do Sul	6,7	6,3	8,4	9,6	3,1
Alemanha	4,2	5,0	5,7	4,8	3,2
China	8,5	15,3	11,2	9,6	5,7
Estados Unidos	10,7	15,6	16,8	11,7	7,3
Índia	9,9	11,1	11,5	10,4	9,4
México	7,7	12,1	12,0	7,2	6,1
Rússia	6,5	9,6	6,3	6,5	1,5

Fonte: GEM (2016)

Na Tabela 2, quanto ao nível de escolaridade menor, nota-se uma maior taxa de empreendedorismo inicial no ensino superior no Brasil (19,5%). Na medida que o nível de escolaridade aumenta, a taxa passa para 20,5%, porém, diminui quando se trata de ensino superior (14,4%) sendo isto é o oposto nos demais países. Para o GEM²⁰, tal constatação indica um ambiente próprio para ações políticas e programas educacionais na faixa pós-secundário. Apesar disto, os brasileiros que estão realizando algum tipo de pós-graduação têm maiores chances de estarem à frente de um empreendimento inicial do que em outras faixas de escolaridade.

Tabela 2 - TEA segundo nível de escolaridade²¹

Países	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	Experiência pós-graduação
Brasil	19,5	20,5	14,4	22,9
África do Sul	4,6	7,4	11,9	
Alemanha	1,9	4,7	7,1	
China	6,6	11,2	12,1	18,5
Estados Unidos	10,1	10,6	13,1	14,0

¹⁹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe GEM (2016).

²⁰ Recuperado do *website* GEM, a 2016-10-31, em <http://www.gemconsortium.org/about/news>

²¹ Alguma educação = ensino fundamental completo e ensino médio incompleto no Brasil; secundário completo = ensino médio completo e superior incompleto; pós-secundário = superior completo, especialização incompleto e completo e mestrado incompleto; experiência pós-graduação = mestrado completo; doutorado incompleto e completo GEM (2016).

Índia	8,1	11,3	14,1	6,1
México	7,0	11,2	14,9	17,1
Rússia	6,4	2,8	7,1	

Fonte: GEM (2016).

Sendo assim, em outra percepção extraída da Tabela 2, é visível que no Brasil o desenvolvimento da pós-graduação *stricto sensu*, dada a alta TEA nesta faixa de escolaridade (22,9%), há ampliação do número de mestres e doutores. Isto, segundo a pesquisa, tende a resultar em um número maior de empreendimentos repletos de conhecimento e de valor agregado.

Por outro lado, foi constatado que ao cursar disciplinas de empreendedorismo, há diminuição do desafio de iniciar novas empresas entre os alunos empreendedores (Sebrae & Endeavor, 2016). Contudo, sabe-se que o empreendedorismo não é uma disciplina do currículo mínimo no Brasil, sendo normalmente uma escolha opcional para o aluno das IES (Lima, Lopes, Nassif & Silva, 2015). Além dos cursos de administração, há a presença dessa disciplina em cursos, como engenharia, computação, turismo, comunicação social, fonoaudiologia, educação física, entre outros (Lopes, 2010).

Segundo o relatório do Sebrae e Endeavor (2016), dos potenciais empreendedores, a maioria dos alunos que pretende empreender em até 3 anos, após a graduação, já cursou disciplinas de empreendedorismo, quando comparada aos alunos que não têm prazo para empreender. Há, então, uma possível relação direta entre esses dois fatores.

Diante deste cenário, percebe-se a dimensão dos estudantes das IES que intencionam criar novos negócios no Brasil. Desta forma, o crescente interesse da comunidade científica em compreender os motivos que levam as pessoas a empreender, pode revelar alguns caminhos para melhorias educacionais (Liñán & Alain, 2015; Ferreira et al., 2017).

2.2.3 As contribuições das intenções para a educação

Como relatado anteriormente, nos últimos anos um número crescente de pesquisas em diferentes países utilizam como campo de estudo as IEP²², por variados motivos (Al-Harrasi et al., 2014; Liñán & Alain, 2015; Ferreira et al., 2017).

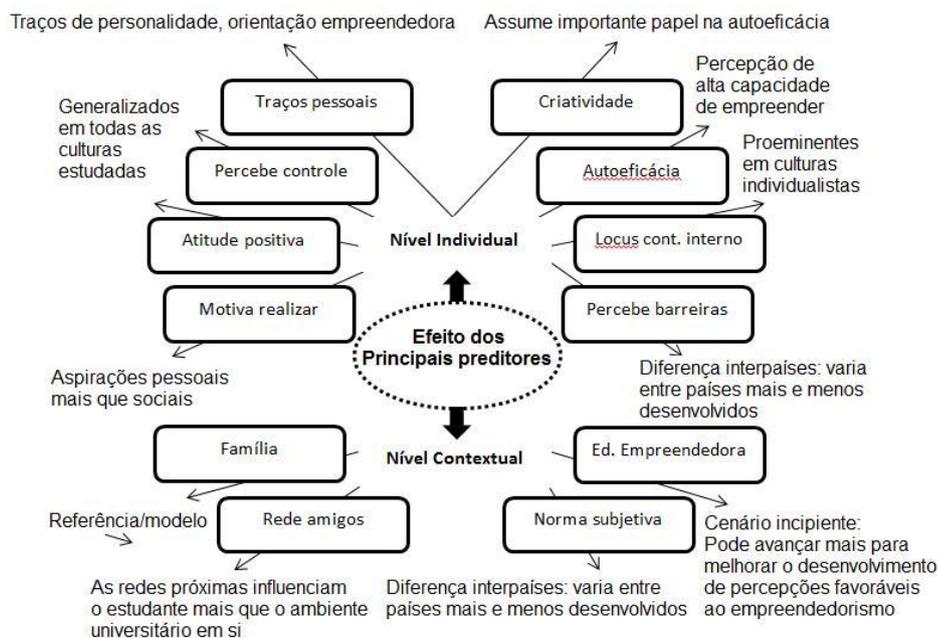
²² Vide o subtítulo “A evolução dos estudos das intenções empreendedoras”, Capítulo II.

De forma exemplificativa é possível constatar diferentes variáveis/preditores da IEP, cada qual com a sua finalidade, havendo, em boa parte delas, a aplicação no ambiente educacional, vejamos:

- a contribuição de Wilson et al. (2007) onde considera que a educação para o empreendedorismo exerce um efeito maior na autoeficácia das mulheres e, por meio disso, na IEP;
- os estudos de Franke e Luthje (2004) evidenciaram que os estudantes universitários de língua alemã exibem menores IEP do que homólogos do MIT e atribuem essa diferença à qualidade na educação para empreendedorismo;
- há trabalhos focados especificamente no empreendedorismo como um processo, indo além da IEP para prever o comportamento. Neste caso, Nabi et al. (2006), por sua vez, analisam a literatura sobre a transição do aluno para o início da educação empreendedora e identificaram várias lacunas a serem abordadas.

Em outro estudo, neste caso, de cunho literário, aplicado dentro do contexto específico educacional, conforme a Figura 5, percebem-se que as variáveis investigadas podem ou não se diferenciar em termos de importância e efeito sobre as intenções ao comportamento empreendedor, dependendo da situação cultural em cada país.

Figura 5 - Preditores individuais e contextuais da IEP



Fonte: adaptado de Ferreira et al. (2017)

É importante destacar que, de acordo com os preditores psicológicos investigados em cada grupo de alunos, tal fato pode deixar a subentender alguns indícios para onde as iniciativas de políticas públicas poderão atuar em benefício da educação empreendedora. Exemplificando²³:

1. o estudo da IEP no Brasil demonstra que o ensino do empreendedorismo nas IES talvez não esteja atingindo o seu objetivo (Lima, Lopes, Nassif & Silva, 2015);
2. para Packham, Jones, Miller et al., (2010) há relativo consenso de que os estudantes que ingressam nas IES alemãs são menos propensos a seguir carreira empreendedora do que na Polônia e França. Provavelmente por encontrar maiores ofertas de inserção no trabalho formal;
3. na Uganda, Gielnik, Frese, Kahara-Kawuki et al. (2013) verificaram um significativo efeito positivo do treinamento na intenção empreendedora, no conhecimento e no planejamento da ação e na autoeficácia empresarial. Isso sugere que há impacto positivo nos programas relacionados com o conteúdo da ação empreendedora.

Na maioria dos casos há convergência dos distintos autores em estabelecerem como base a TCP²⁴, acreditando numa maior precisão para encontrar empiricamente os mais eficazes preditores da IEP nas pessoas (Liñán & Alain, 2015; Ferreira et al., 2017), qualquer que seja a finalidade destas pesquisas nesse contexto.

2.3 A teoria do comportamento planejado no âmbito das intenções empreendedoras

2.3.1 A utilização da teoria

Muitas pesquisas sobre as IEP fundamentam-se na TCP, embora com finalidades distintas (Ferreira et al., 2017), seja para comparar cada país e o respectivo grau de empreendedorismo nas pessoas (GEM, 2016) ou, para pesquisas internacionais envolvendo estudantes²⁵, ou onde os estudos individuais, como no caso de Rauch e Hulsink (2015), ao analisarem e compararem grupos de estudantes de dois mestrados em educação para o empreendedorismo. O Quadro 4 apresenta outros estudos ocorridos em diferentes países com fundamentação na TCP.

²³ A exemplificação se limita à determinadas localidades ou IES dentro de cada país, portanto, não necessariamente, reflete em todos os casos do ensino do empreendedorismo no país em questão.

²⁴ TCP – Teoria do comportamento planejado, tradução própria de TPB – *Theory of planned behavior* (Ajzen, 1985).

²⁵ Recuperado do *website* GUESSS, a 2017-08-15, em <https://www.guesssurvey.org>.

Quadro 4 - Estudos empíricos embasados na TCP

AUTORES	PAÍS	AMOSTRA
Liñán e Chen (2009)	Espanha e Taiwan	519
Zhao, Seibert e Lumpkin (2010)	EUA	15.423
Olufunso (2010)	África do Sul	701
Zampetakis, Andriopoulos, Gotsi et al. (2011)	Inglaterra	180
Sandhu, Fahmi e Riaz (2011)	Malásia	267
Lin, Carsrud e Jagoda et al. (2013)	Sri Lanka	353
Nabi e Liñán (2013)	Espanha e Grã-Bretanha	619
Moralista e Delariarte (2014)	Filipinas	100
Mortan, Ripoll e Carvalho et al. (2014)	Espanha e Portugal	394

Fonte: Ferreira et al. (2017)

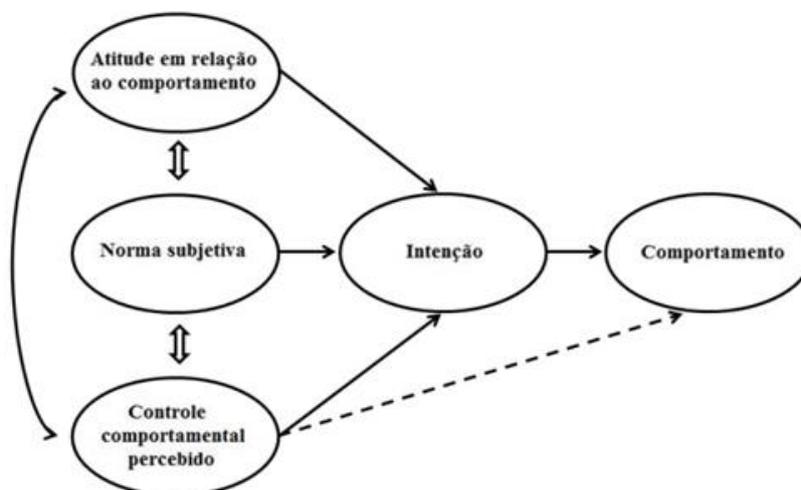
É um fato que a TCP é importante e necessária para a construção de uma previsão para as intenções comportamentais (Fini, Grimaldi, Marzocchi & Maurizio, 2009; Liñán & Alain, 2015). Nesse aspecto, a teoria sugere um modelo, cuja estrutura utiliza testes para a validação que são convergentes para sustentarem as intenções comportamentais específicas (Ajzen, 1991).

2.3.2 Os preceitos teóricos

A TCP incorpora alguns dos conceitos centrais nas ciências sociais e comportamentais, o que de alguma forma, permite a previsão e a compreensão de comportamentos específicos em contextos específicos, como exemplo, propensões à candidatura em eleição, problemas com alcoolismo, opção por voto, roubo, mentir, etc (Ajzen, 1991).

Na Figura 6 estão esquematizados os três preditivos, que são: 1- a atitude; 2- a norma subjetiva; 3- o controle comportamental. Estes, em relação à intenção comportamental, refletindo sobre o ponto de vista da teoria proposta por Ajzen (1991).

Figura 6 - Teoria do comportamento planejado



Fonte: Ajzen (1991).

Ao considerar o atual estudo, a TCP estará relacionada às pesquisas que consideram, como almejado, estes três preditivos da intenção em relação ao comportamento empreendedor.

Sendo assim, conforme apresentado, o primeiro preditivo é a atitude em relação ao comportamento (ATC), que se define como a disposição para responder favoravelmente ou não a um objeto, pessoa, instituição ou comportamento (Ajzen, 1991), por exemplo, “prefiro abrir uma nova empresa do que ser o gerente de uma existente” (Luthje & Franke 2003, p. 147). Afirmam Fishbein e Ajzen (1975) que a atitude é a forma de manifestação das crenças de uma pessoa, que de um modo geral, tais crenças lidam com a compreensão do indivíduo sobre si, em seu ambiente, e desta forma, se a pessoa acredita ter certos atributos, poderá estar disposta à realizar o comportamento em questão. Ou seja, no exemplo acima, caso o indivíduo esteja disposto a abrir a empresa, isto significa que a compreensão de si, sobre o ambiente para empreender, é propenso a ser positivo. Assim, para Moutinho e Roazzi (2010), quanto mais positiva for a avaliação do sujeito sobre a sua condição de executar a ação, maior a sua intenção ao comportamento.

O segundo preditivo é a norma subjetiva (NSB), reconhecida como a pressão social percebida pelo indivíduo para executar ou não um dado comportamento (Ajzen, 1991). Por exemplo, “os meus familiares mais próximos pensam que devo seguir uma carreira como empreendedor(a)” (Tsordia & Papadimitriou, 2015, p. 29). Segundo Moutinho e Roazzi

(2010) a norma subjetiva é a força da crença normativa e a motivação para concordar com alguém de referência do indivíduo. Para estes autores, há de se decidir o quão é importante para o indivíduo realizar um determinado comportamento por referência de alguém de sua confiança. Complementa Ajzen, (1991) que as atitudes em relação à diferentes comportamentos contribuem, de forma significativa, para a previsão de intenções, enquanto os resultados das pesquisas para as NSB, não possuem um padrão claramente discernível. Contudo, as variações quanto aos efeitos da NSB em relação à intenção ao empreendedorismo, são consideradas, na percepção de Ferreira et al. (2017), geralmente em função de características culturais dos países, se individualistas ou coletivistas, pela presença ou ausência de apoio social, próximas ou distantes do indivíduo.

O terceiro preditivo da intenção é o controle comportamental (CCP), este se refere à percepção da pessoa sobre a dificuldade ou facilidade de realizar o comportamento de seu interesse (Ajzen, 1991). Como exemplo, “para iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim” (Liñán & Chen, 2009). Tendo em conta as experiências passadas, as deficiências e os obstáculos, consideram, Lima, Lopes, Nassif e Silva (2015), que está relacionado com o sentimento de capacidade empresarial do indivíduo, também com o grau de controle percebido por este, sobre seu comportamento para agir de forma empreendedora. Neste caso, afirmam Moutinho e Roazzi (2010) que se a percepção de controle é baixa, a possibilidade de que o sujeito realize uma ação preventiva, também será baixa, contudo, caso a pessoa esteja de acordo sobre a importância de adotar o comportamento e avaliar positivamente as consequências da eventual ação, assim, o controle irá influenciar a intenção de executar um determinado comportamento.

Os preditivos anteriores ao serem compreendidos como propensões, em maior ou menor grau em cada indivíduo (por exemplo, alunos), levam à constatação, em maior ou menor grau, da intenção ao comportamento (Ajzen, 1991). A variável dependente das anteriores, segundo este autor, pode ser representada como a intenção em relação ao comportamento, que é a intenção do indivíduo sobre as percepções que ele tem em relação à possibilidade de iniciar o comportamento.

Ao analisar o comportamento “empreendedor”, afirmam Lima, Lopes, Nassif, e Silva (2015), que a IEP é um conjunto das ações a serem implementadas pelas pessoas para estabelecerem novos negócios de maneira independente ou para criar ideias novas nas organizações existentes. (por exemplo, “adota uma postura audaciosa e agressiva para

maximizar a probabilidade de explorar oportunidades potenciais numa empresa a qual participa?" (Fini et al., 2009, p. 46)). Desta forma, dependendo da manifestação no indivíduo de ATC, CCP e NSB, em maior ou menor grau, tende a manifestar ou não uma intenção em maior ou menor grau a um comportamento em questão. Tal constatação leva a crer, considerável a previsão de um comportamento (Ajzen, 1991). No entanto, afirmam Moutinho e Roazzi (2010) que apesar de não haver uma perfeita correspondência entre a intenção e o comportamento, as pessoas normalmente agem em acordo com suas intenções.

2.3.3 Condições para análise das previsões

Ressalta-se que, para a previsão de um determinado comportamento ser precisa, utilizando-se a TCP, algumas condições têm de ser cumpridas ao serem estabelecidos os questionamentos quanto ao público-alvo (Ajzen, 1985), normalmente:

- 1- as medidas de intenção e de CCP devem ser compatíveis com o comportamento a ser previsto (por exemplo, se o comportamento a ser previsto é "doar dinheiro para a Cruz Vermelha", então, avalia-se a intenção "para doar dinheiro para a Cruz Vermelha" - não a intenção de "doar dinheiro", em geral, nem a intenção "para ajudar a Cruz Vermelha");
- 2- a condição para uma previsão comportamental ser precisa é que a intenção e a percepção de controle comportamental devam permanecer estáveis no intervalo, entre a avaliação e a observação do comportamento;
- 3- para a precisão do CCP, a previsão do comportamento, nesse caso, deve melhorar na medida em que as percepções de CCP reflitam adequadamente o controle real.

Segundo Ajzen (1985), se tais elementos, acima descritos, forem mantidos, há maior possibilidade de acerto quanto ao comportamento futuro em questão. Caso contrário, a intenção que é submetida a variações ambientais significativas, pode ser comprometida, e assim, moldar o comportamento (Haggard, Eitam, Ajzen & Dasgupta, 2015).

2.3.4 Eventuais contribuições teóricas de algumas variáveis de estudo

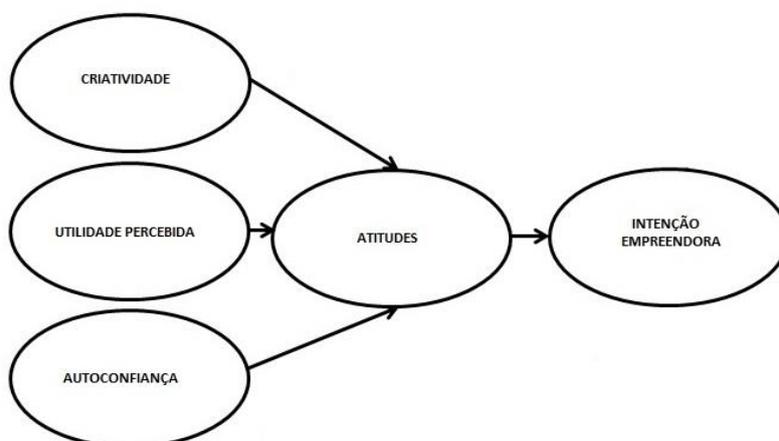
Como anteriormente apresentado, as principais variáveis propostas pela TCP são, ATC, CCP, NSB e a IEP (Ajzen, 1991; Lima, Lopes, Nassif & Silva, 2015). No atual estudo estão relacionadas com o conceito contemporâneo de empreendedor, aquele que cria um

novo negócio, seja uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente (Lima et al., 2015).

Entre estas variáveis, é importante salientar a ATC, uma vez que em um estudo sobre as habilidades, em que abrangeu a intenção pela carreira empreendedora em estudantes de graduação, Watchravesringkan et al. (2013) constataram que esta exerce uma expressiva influência na intenção; para Kim e Hunter (1993) e Soomro e Shah (2015), a ATC, empiricamente, é um antecedente com uma forte correlação positiva com a intenção ao comportamento empreendedor.

Sabendo que as pesquisas nesta área no Brasil são incipientes (Ferreira et al., 2017), e, considerando que foi demonstrado que as diferentes culturas podem exercer influências distintas diante das variáveis observadas²⁶ (Ferreira et al., 2017), e desta forma, “como não se dá conta de todas as variáveis, tamanha é a complexidade e diversidade da natureza humana, tem que se decidir quais tomar, sem logo curvar-se ante as mais mensuráveis” (Demo, 2009, p. 135). Sendo assim, a ATC pode ser identificada como a disposição para responder favoravelmente, ou não, a um objeto, pessoa, instituição ou evento (Ajzen, 1991). Também permite descobrir oportunidades novas ao nível do comportamento, que se baseia em ações necessárias à transformação dessa oportunidade numa atividade (Trigo, 2003). Neste contexto é admissível associar a ATC à novos preditores, como a criatividade, a utilidade percebida e a autoconfiança, construídos a partir de Miranda, Chamorro-Mera e Rubio (2017) e Liñán e Chen (2009), como apresentada na Figura 7.

Figura 7 - Proposta de variáveis preditivas de atitude



Fonte: Miranda et al. (2017)

²⁶ Vide o subtítulo “Incentivos para a educação e a cultura empreendedora na universidade”, Capítulo II.

Primeiramente, tratando-se da criatividade (CRI), a sua definição e escolha, parte do pressuposto de que um empresário é uma pessoa com a capacidade para gerar e implementar novas ideias, que reconhece uma oportunidade e cria algo novo, por exemplo, um novo produto, um serviço, uma empresa, utilizando distintos meios para explorar tal oportunidade para desenvolver um negócio empresarial (Zampetakis et al., 2011). Ao considerar o empreendedorismo e o comportamento inovador, normalmente, são associados à criatividade, ou seja, são características geralmente descritas como diferenciais entre empresários (Cliff, Jennings & Greenwood, 2006). Existem vários autores que destacam a CRI de uma pessoa como um antecedente importante ao comportamento, porém pouco analisado quanto às IEP (Ward, 2004; Zampetakis, Gotsi, Andriopoulos & Moustakis, 2011). Outros estudos estabeleceram uma relação positiva entre a CRI e a identificação das oportunidades para os negócios, com influência na ATC (Zampetakis, Kafetsios, Bouranta, Dewett & Moustakis, 2009; Zampetakis et al., 2011). É nesse aspecto que há oportunidade para realização de novos entendimentos de sua relação com a atitude em alunos do ensino superior.

Em outro aspecto, pesquisadores sobre o empreendedorismo ofereceram diferentes modelos com a variável utilidade percebida (UTB) para demonstrar os elementos que influenciam a predisposição de um indivíduo para seguir uma carreira empresarial (Douglas & Shepherd, 2000; Gatewood, Shaver, Powers & Gartner, 2002). Do ponto de vista desses pesquisadores, a utilidade percebida é definida como as percepções “antecipadas” do indivíduo sobre o rendimento e a quantidade de esforço de trabalho para alcançar esse rendimento, o risco envolvido, além de outros fatores, como as atitudes da pessoa em relação ao desejo de independência e percepções do ambiente de negócios. Como exemplo, a UTB exerce significativa influência sobre a variável ATC em testes no ambiente de empreendedorismo acadêmico em universidades espanholas (Miranda et al., 2017). Em outro estudo de IEP desenvolvido por Douglas e Shepherd (2000), em que se baseia na UTB, reflete as percepções antecipadas do indivíduo sobre o rendimento financeiro, o risco envolvido – seja no negócio ou na propensão de seguir uma carreira empresarial, ainda assim, estes pesquisadores afirmam sua influência na variável ATC.

Na literatura sobre o empreendedorismo, algo também a ser observado é a concepção sobre a autoconfiança (AUC). Define-se como a capacidade de confiar em si e tornar mais fácil convencer os outros a desenvolver a motivação individual para que as pessoas continuem se esforçando até atingir os objetivos preestabelecidos (Bénabou & Tirole, 2002). É vista,

ainda, como um dos principais antecedentes da IEP em alunos do ensino secundário, segundo Ferreira, Raposo, Rodrigues, Dinis e Paço (2012). Para Robinson, Stimpson, Huefner e Hunt (1991) os empresários têm maior grau de autoconfiança do que os não empresários. A autoconfiança também pode ser considerada como um valioso patrimônio individual e um sucesso pessoal importante, porque torna as pessoas mais felizes sendo mais fácil convencer os outros, corretamente ou incorretamente, assim, melhora a motivação do indivíduo para realizar projetos e perseverar na busca dos seus objetivos (Al-Harrasi et al., 2014). Contudo, na visão de Miranda et al. (2017), em recente estudo, a sua influência é inexistente no que diz respeito à variável ATC em relação ao empreendedorismo.

Desta forma, esta dissertação enquadra-se numa linha de pesquisa na qual pode ser observada a necessidade de continuar analisando a intenção empreendedora no contexto universitário, utilizando-se de uma combinação de trabalhos científicos e experiências dentro de outras linhas de pesquisas. Afirmam Laville e Dionne (1999), p. 166 que,

as pesquisas nas quais as pessoas são atingidas indiretamente, a partir de documentos – termo que engloba todas as formas de traços humanos -, são as mais numerosas no campo das ciências humanas. Não é, portanto, ao acaso que começamos por abordar a fonte documental de dados, antes de passarmos às questões relativas à população e amostra.

2.4 Resumo do capítulo

Neste capítulo, primeiramente, foi analisada e apresentada a evolução dos estudos sobre as IEP, com foco nos empresários, depois, para os “aspirantes” ao empreendedorismo. Posteriormente, enfatizou-se que este novo foco de pesquisas visava investigar e compreender as intenções dos estudantes, pelo fato de que poderiam contribuir, no futuro, para a solução de problemas de desemprego e o desenvolvimento econômico dos países. Reconhecida como a fase da pré-decisão, o indivíduo passou a ser analisado de acordo com as suas pretensões psicológicas voltadas para uma carreira empreendedora. Assim, foi definido o conceito da IEP, como sendo a predisposição da pessoa para desenvolver um novo negócio.

Relatamos, também, que estes trabalhos sobre as IEP podem contribuir com uma eventual melhoria na qualidade da educação empreendedora, seja para orientações às políticas

públicas ou verificações da eficiência de programas de ensino empreendedor nas universidades. Devido a esta importância, retratamos o cenário do ensino do empreendedorismo no Brasil, pois, demonstra o ambiente onde as pesquisas poderão atuar.

Uma vez que foi aceita pela comunidade científica com a fundamentação de maior utilização para a realização dos estudos, a TCP foi analisada de forma sucinta, na essência de seus preceitos teóricos e modelo, sendo a proposta indicada para a compreensão e a predisposição ao comportamento empreendedor.

Como demonstrado, a ATC, a NSB e o CCP foram as variáveis propostas para explicar a IEP. Constituem, também, a base do modelo fundamentada na TCP. Assim, foram conceituadas a ATC, como a disposição para responder favoravelmente, ou não, a um evento; a NSB, como a pressão social percebida pelo indivíduo para executar, ou não, um comportamento; o CCP referindo-se à percepção da pessoa a respeito da dificuldade ou da facilidade para realizar o comportamento de seu interesse.

Por fim, as novas variáveis, como a CRI, a UTB e a AUC, foram apresentadas como possíveis antecedentes da ATC, indicando novos conceitos agregados a investigar no estudo da IEP. Assim, foram conceituadas a CRI, como a pessoa com capacidade para gerar e implementar novas ideias e criar algo novo; a UTB com as percepções “antecipadas” do indivíduo sobre o seu rendimento e o seu esforço no trabalho para alcançar os seus objetivos de independência pessoal; AUC, como a capacidade de confiar em si e tornar mais fácil convencer os outros a desenvolver a motivação individual necessária para realização de tarefas.

Capítulo III – Metodologia e desenho da investigação

Após a revisão da literatura, mostraremos no atual capítulo, o desenho de investigação desta pesquisa, bem como, a descrição do método para a coleta de dados.

No início, realizaremos uma síntese da atual metodologia e a caracterização do objeto deste estudo. Em seguida, apresentaremos o modelo deste estudo, as variáveis psicológicas a investigar, especialmente, o controle comportamental, a norma subjetiva, a atitude, a criatividade, a utilidade percebida, a autoconfiança e a intenção empreendedora. Posteriormente, formularemos as hipóteses e o instrumento de medida utilizado para a coleta de dados. No final, apresentaremos o processo para a elaboração e a aplicação do questionário.

3.1 Procedimentos de investigação

3.1.1 A metodologia

A ideia central desta dissertação é conhecer a intenção para o comportamento empreendedor humano, em particular, numa amostra de alunos universitários do Brasil. E, em quais circunstâncias são influenciados, se por outros indivíduos ou pela ação conjunta com o ambiente e a Sociedade.

Para realizar esta investigação é necessário compreender os seus aspectos metodológicos. Para Pinto (1969) a metodologia visa descobrir, classificar e definir os diversos tipos de métodos, de maneira a compor um sistema geral que os unifique racionalmente e explique as suas relações mútuas. Já Laville e Dionne (1999) definem a metodologia como uma reflexão sobre a natureza da pesquisa científica e o modo como o saber é construído em ciências humanas, igualmente, uma reflexão sobre o método, suas variedades, suas práticas e seus efeitos.

Assim, o alicerce metodológico desta dissertação é a formação e um contributo para o conhecimento, por meio da pesquisa empírica de naturezas exploratória, quantitativa, descritiva e confirmatória. Afirma Demo (2009) que o empirismo trata o fatural da realidade, é mensurável, produz e analisa dados, justapondo a pesquisa teórica, onde se dedica à reconstrução e aprimoração de teorias, conceitos e ideias.

É importante destacar que esta investigação é em ciências humanas, com aplicação às ciências sociais, sendo que não se pode limitar o conhecimento científico, pois, para Laville e Dionne (1999), a simples observação de fatos humanos e sociais traz problemas de muita complexidade, dado que submeter os fatos humanos à experimentação, pode não ser um fim, posto que fornecerá outras alternativas à investigação e desta forma, é possível que alguns indivíduos reajam de maneira diferente de outros, cada reação poderá abrir outro campo para novas investigações.

3.1.2 Caracterização da pesquisa e do objeto de estudo

A pesquisa científica pode se referir aos mais diversos objetos e procurar diferentes objetivos de estudo, pelo que, para melhor organização dos fatos, e conseqüentemente, o seu entendimento, é natural classificá-la (Gil, 2010).

Algo importante a considerar, inerente à pesquisa exploratória deste estudo, é facto da validação de certas escalas de medida, ocorrer e ser objeto de teste pela 1ª vez no Brasil. Há, pois, a necessidade de cautela e precaução da validação, quer das escalas, quer do modelo proposto. Este fundamenta-se nos trabalhos desenvolvidos por Liñán e Chen (2009), em conformidade com a aplicação de um instrumento específico para medir a IEP em estudantes do ensino superior, também, respaldada por Miranda et al. (2017), em seus estudos sobre o empreendedorismo académico em universidades espanholas, bem como, na TCP de Ajzen (1991).

Ao se observar a construção do problema e o objeto de investigação desta pesquisa, e tendo o presente pensamento de Gil (2010), é adequado a sua análise através de uma metodologia científica, e a formulação de hipóteses, sendo estas, meras suposições e explicações provisórias do(s) problema(s). Acrescenta Lima (2008), quando se especifica a necessidade de avaliar as hipóteses, por meio de análise de dados, entende-se de natureza quantitativa a pesquisa. De acordo com o referido e pelo fato de se apresentar um novo modelo de pesquisa empírica²⁷, considerando a necessidade da sua prévia validação e da respectiva estrutura de hipóteses e a existência de relações admissíveis, entre as variáveis utilizadas, a sua natureza é de abordagem quantitativa (Lima, 2008).

²⁷ Vide “O modelo do estudo e as variáveis de investigação”, Capítulo III.

Para Gil (2010) a pesquisa consiste, principalmente, em determinar o objeto a investigar no estudo, selecionar as variáveis capazes de influenciá-lo, avaliar os efeitos que tais variáveis podem produzir no objeto. Por outro lado, pode-se referenciar esta pesquisa como confirmatória, pois, segundo Kirk e Miller (1986), se a pesquisa segue os trâmites normais e o experimento resulta da forma como se esperava, sendo que a abordagem quantitativa não está dirigida apenas para a descoberta do novo, trata-se muito mais de um tipo de pesquisa confirmatória ainda que no mesmo modelo respeitando sempre o conceitual já existente.

Paralelamente, o fato de descrever as características de uma população ou fenômeno em estudo (Rosenberg & Kosslyn, 2010), torna esta pesquisa descritiva, pois, tem como objetivo a descrição das características da população acessível e possíveis relações entre as variáveis a serem analisadas (Gil, 2010).

Em face do aludido, para esta investigação e trabalho, reitera-se constituir uma pesquisa quantitativa, exploratória, descritiva e confirmatória.

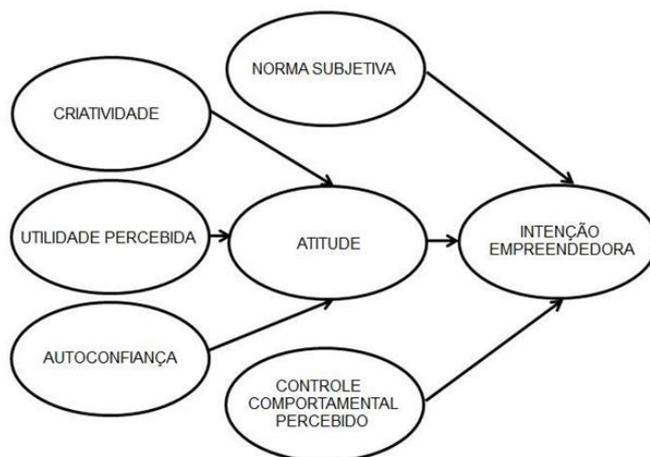
3.2 A apresentação do modelo teórico e hipóteses de investigação

3.2.1 O modelo do estudo e as variáveis de investigação

Decorrente do objetivo genérico deste estudo, inerente à identificação de possíveis antecedentes da intenção empreendedora em alunos do ensino superior no Brasil, o modelo teórico foi elaborado e proposto em conformidade com a revisão da literatura. O modelo foi fundamentado nos estudos das variáveis psicológicas individuais, estruturadas e contidas na TCP de Ajzen (1991) e nos estudos das IEP de alunos universitários referenciados por de Liñán e Chen (2009) e Miranda et al. (2017). Assim, na Figura 8, são apresentadas a norma subjetiva, a atitude e o controle comportamental percebido, assim como, as suas inter-relações²⁸ (antecedentes) com a intenção empreendedora. Para além da variável atitude contida na TCP, são evidenciadas outras possíveis variáveis e as suas (cor)relações, que, por sua vez, são apresentadas como a criatividade, a utilidade percebida e a autoconfiança.

²⁸ São as relações mútuas entre as variáveis independentes e dependentes onde uma pode ser ou estar influenciada por outra.

Figura 8 - Modelo da análise proposta



Fonte: elaboração própria, com referência em Ajzen (1991), Liñán e Chen (2009) e Miranda et al. (2017)

De acordo com o modelo de variáveis latentes anterior, estas foram medidas por escalas de medida (formadas por um conjunto de itens/questões) selecionadas, igualmente, a partir da revisão de literatura, suscetíveis de medir os conceitos em causa.

3.2.1.1 Grupos de itens associados à escalas e variáveis do modelo

Os grupos de itens associados a cada variável e respectiva escala, entre as variáveis do modelo, remetem-nos para os estudos precedentes relacionados com o seu referencial teórico.

a) Atitude

O Quadro 5 apresenta os três itens referentes à escala da variável atitude. Foram adaptados das questões propostas por Liñán e Chen (2009).

Quadro 5 - Questões relacionadas com a atitude

Item	Variável atitude
ATC1	Ser um(a) empreendedor(a) implica mais vantagens do que desvantagens para mim
ATC2	Uma carreira como empreendedor(a) é atraente para mim
ATC3	Se tivesse oportunidade e recursos, eu gostaria de criar a minha empresa
ATC4	Ser empreendedor(a) implicaria grandes satisfações para mim
ATC5	Entre várias alternativas profissionais, eu preferiria ser um(a) empreendedor(a)

Fonte: elaboração própria

b) Norma subjetiva

O Quadro 6 apresenta os três itens referentes à escala da variável norma subjetiva. Foram adaptados das questões de Tsordia e Papadimitriou (2015).

Quadro 6 - Questões relacionadas com a norma subjetiva

Item	Variável norma subjetiva
NSB1	Os meus familiares mais próximos pensam que devo seguir uma carreira como empreendedor(a)
NSB2	Meus amigos mais próximos pensam que eu devo seguir uma carreira como um(a) empreendedor(a)
NSB3	As pessoas que são importantes para mim pensam que eu deveria seguir uma carreira como empreendedor(a)

Fonte: elaboração própria

c) Controle comportamental percebido

O Quadro 7 apresenta os seis itens referentes à escala da variável controle comportamental percebido, os quais foram adaptados das questões de Liñán e Chen (2009).

Quadro 7 - Questões relacionadas com o controle comportamental percebido

Item	Variável controle comportamental percebido
CCP1	Para iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim
CCP2	Estou preparado(a) para iniciar uma empresa
CCP3	Posso controlar o processo de criação de uma nova empresa
CCP4	Conheço os detalhes práticos necessários para criar uma empresa
CCP5	Sei como desenvolver um projeto empreendedor (de uma empresa)
CCP6	Se eu tentasse iniciar uma empresa, teria uma alta chance de sucesso

Fonte: elaboração própria

d) Criatividade

O Quadro 8 apresenta os cinco itens referentes à escala da variável criatividade. Os quais foram adaptados das questões de Jorge (2016).

Quadro 8 - Questões relacionadas com a criatividade

Item	Variável criatividade
CRI1	Sou bom(boa) em questionar o modo como normalmente se fazem as coisas
CRI2	Sou capaz de ver problemas que outras pessoas não veem
CRI3	Procuro novas soluções, mesmo quando não são necessárias
CRI4	Encontro soluções especiais e surpreendentes para os problemas
CRI5	Tenho muitas ideias

Fonte: elaboração própria

e) Utilidade percebida

O Quadro 9 apresenta os cinco itens referentes à escala da variável utilidade percebida. Foram adaptados das questões de Miranda et al., (2017).

Quadro 9 - Questões relacionadas com a utilidade percebida

Item	Variável utilidade percebida
UTB1	Ser empreendedor(a) implicaria um grau muito elevado de autonomia (independência)
UTB2	O nível de estresse envolvido em ser um(a) empreendedor(a) não seria muito grande para mim
UTB3	O retorno financeiro que eu conseguiria ao tornar-me um(a) empreendedor(a) seria alto
UTB4	A satisfação pessoal de ser um(a) empreendedor(a) seria muito alta
UTB5	A qualidade de vida que eu iria ficar ao tornar-me um(a) empreendedor(a) seria muito elevada

Fonte: elaboração própria

f) Autoconfiança

O Quadro 10 apresenta os quatro itens referentes à escala da variável autoconfiança. Foram adaptados das questões de Miranda et al. (2017).

Quadro 10 - Questões relacionadas com a autoconfiança

Item	Variável autoconfiança
AUC1	As outras pessoas normalmente agem de acordo com os meus desejos e isso depende principalmente de mim
AUC2	O alcance ou não de um objetivo depende principalmente de mim e do meu comportamento
AUC3	Quando eu faço planos, estou certo(a) de que eles vão se concretizar
AUC4	Posso determinar a maior parte do que vai acontecer na minha vida

Fonte: elaboração própria

g) Intenção empreendedora

O Quadro 11 apresenta os seis itens referentes à escala da variável intenção empreendedora. Foram adaptados das questões de Liñán e Chen (2009).

Quadro 11 - Questões relacionadas com a intenção empreendedora

Item	Variável IEP
IEP1	Estou pronto(a) para fazer qualquer coisa para ser um(a) empreendedor(a)
IEP2	O meu objetivo profissional é tornar-me um(a) empreendedor(a)
IEP3	Farei todos os esforços para criar e manter a minha própria empresa
IEP4	Estou determinado(a) a criar uma empresa no futuro
IEP5	Tenho muito seriamente pensado em iniciar uma empresa
IEP6	Tenho a intenção firme de um dia criar uma empresa

Fonte: elaboração própria

3.2.2 Formulação de hipóteses de investigação

Após a apresentação do modelo teórico e das variáveis e escalas de investigação, inventariamos, agora, as hipóteses operacionais objeto de estudo neste trabalho.

As hipóteses, segundo Gil (2010), consistem em expressões verbais que podem ser definidas como verdadeiras ou falsas e devem ser reconhecidas como respostas ao problema de investigação. Relembramos que o problema geral de estudo se traduz em:

será que existe alguma relação entre a intenção empreendedora e a atitude do estudante universitário no Brasil e os seus possíveis antecedentes preditivos?

Complementarmente, para Correa e Mesquita (2013), as hipóteses expressam a questão de investigação de maneira que permitem ser testadas, bem como, possibilitam prever a natureza da resposta ao problema. Sendo assim, tendo em conta a revisão de literatura e estudos anteriores²⁹ sobre a intenção empreendedora em estudantes do ensino superior, propomos as hipóteses de estudo. Estas são identificadas a seguir e referem-se às inter-relações a investigar, entre as variáveis, e as respectivas questões relacionadas com o modelo de estudo proposto.

A primeira possível inter-relação refere-se à atitude em relação ao comportamento. Pelo conceito da atitude, entende-se que é a forma de manifestação das crenças de uma pessoa, pela compreensão dela sobre si, em seu ambiente e, desta forma, se esse indivíduo acredita ter certos atributos para realizar o comportamento (Fishbein & Ajzen 1975). Fundamenta-se na percepção do aluno para os seus conhecimentos e as habilidades (antecipadas³⁰), assim como o seu entendimento de se sentir destemido ao fracasso e se há meios para realizar uma atitude positiva diante dos desafios mercadológicos (Lima et al., 2016). Assim, para Moutinho e Roazzi (2010) a avaliação do sujeito sobre a sua condição de executar a ação, quanto mais positiva for em termos de atitude, maior a sua intenção ao comportamento.

Em estudos no ambiente educacional, a atitude pessoal mostrou-se influenciar direta, significativa e positivamente a intenção empresarial de alunos do ensino médio (Osorio & Roldán, 2015), assim como, no ensino superior (Liñán & Chen 2009; Tsordia & Papadimitriou, 2015). Para Solesvik, Westhead, Kolvereid e Matlay (2012) a intensificação

²⁹ Como Liñán e Chen (2009), Moutinho e Roazzi (2010), Osorio e Roldán (2015), Tsordia e Papadimitriou (2015), Lima, Lopes, Nassif e Silva (2015) e de Miranda et al. (2017).

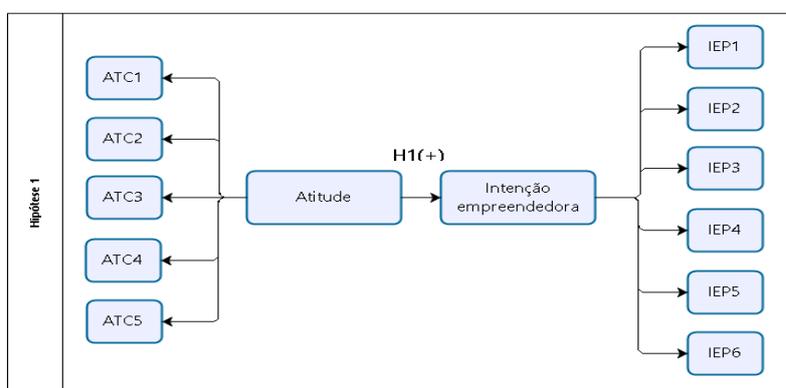
³⁰ Vide o subtítulo “As inter-relações entre as habilidades e as responsabilidades do gestor”, Capítulo I.

da intenção empreendedora em estudantes poderia ser estimulada se o ensino empresarial também procurasse promover uma didática específica para prover níveis mais altos de atitude para os alunos. Diante do exposto, este estudo procura dar resposta a primeira hipótese de investigação:

- **Hipótese 1(+)** - a atitude influencia direta e positivamente a intenção empreendedora.

A hipótese e as respectivas variáveis de associação e itens estão representadas na Figura 9.

Figura 9 - Submodelo de relação relativo à descrição da hipótese 1



Fonte: elaboração própria

Ao conceituar a norma subjetiva, Ajzen (1991) identifica-a como a pressão social percebida pelo indivíduo para executar ou não um comportamento. Nesse sentido, Liñán e Chen (2009) afirmam que ao se deixar ser influenciado pelas pessoas próximas, isto significa que alguém, por exemplo, um amigo ou parente, pode influenciar na decisão do estudante para a sua intenção ao comportamento empreendedor. Tal constatação também é reforçada por Miranda et al. (2017), pois, para estes autores, na presença ou na ausência de apoio social, o indivíduo poderá ser influenciado por alguém de sua confiança.

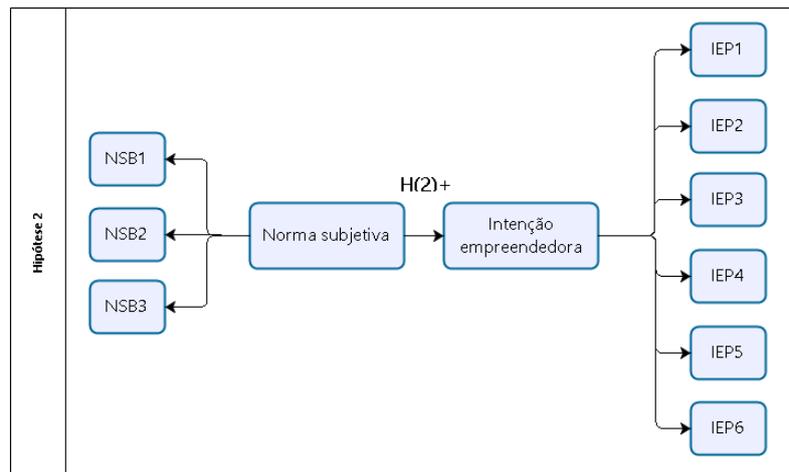
Nos estudos de Ferreira et al. (2012) e Tsordia e Papadimitriou (2015) a norma subjetiva apresentou a influência na intenção empreendedora em alunos; no entanto, de acordo com as pesquisas revisadas por Ferreira et al. (2017), os efeitos da variável são explicados, geralmente, em função de características culturais de cada população nos países, sendo predominantemente individualistas, não influenciados, ou coletivistas, influenciados.

Diante dos fatos aqui relatados, justifica-se a proposta da segunda hipótese de investigação:

- **Hipótese 2(+)** - A norma subjetiva influencia direta e positivamente a intenção empreendedora.

A hipótese e as respectivas variáveis de associação e itens estão representadas na Figura 10.

Figura 10 - Submodelo de relação relativo à descrição da hipótese 2



Fonte: elaboração própria

Quanto ao controle comportamental percebido, que se refere à percepção da pessoa a respeito da dificuldade ou da facilidade para realizar o comportamento de seu interesse (Ajzen, 1991), em outras palavras, é a percepção que o aluno tem de suas habilidades necessárias para iniciar um negócio e pensar em obter o sucesso (Chiavenato, 2014).

Ao considerarem comparativamente diferentes culturas, num estudo que envolveu estudantes espanhóis e tailandeses, Liñán e Chen (2009) constataram os efeitos positivos nas intenções de empreender em ambos. Tais efeitos também foram positivos em universidades ucranianas (Solesvik et al., 2012) e nas pesquisas em universidades gregas (Tsordia e Papadimitriou, 2015).

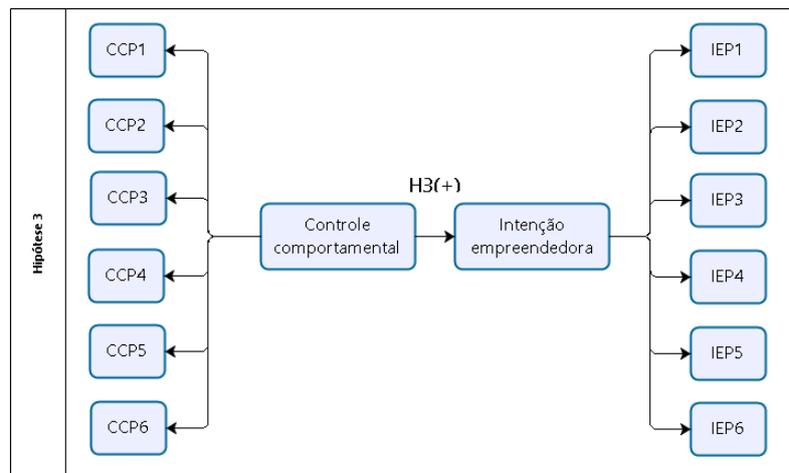
Embora os efeitos da variável controle comportamental percebido podem ser generalizados em todas as culturas estudadas, para Ferreira et al. (2017), há uma relação quando se percebem onde certas culturas que têm os alunos com pais empreendedores, estes apresentaram uma maior propensão à percepção de controle no que respeita a sua intenção para empreender.

Fundamentado nestas constatações, propõe-se a terceira hipótese para investigar:

- **Hipótese 3(+)** - O controle comportamental percebido influencia direta e positivamente a intenção empreendedora.

A hipótese e as respectivas variáveis de associação e itens estão representadas na Figura 11.

Figura 11 - Submodelo de relação relativo à descrição da hipótese 3



Fonte: elaboração própria

Entre as variáveis anteriores, no que diz respeito à atitude, é de se considerar que é um dos elementos que melhor prediz o comportamento (Kim & Hunter, 1993; Watchravesringkan et al., 2013; Soomro e Shah, 2015). Tais relações e influências foram confirmadas nos estudos de Liñán e Chen (2009), Osorio e Roldán (2015), Tsordia e Papadimitriou (2015). Neste sentido, na tentativa de explicá-la melhor, admite-se associá-la a outros preditivos (Liñán e Chen, 2009; Miranda et al., 2017).

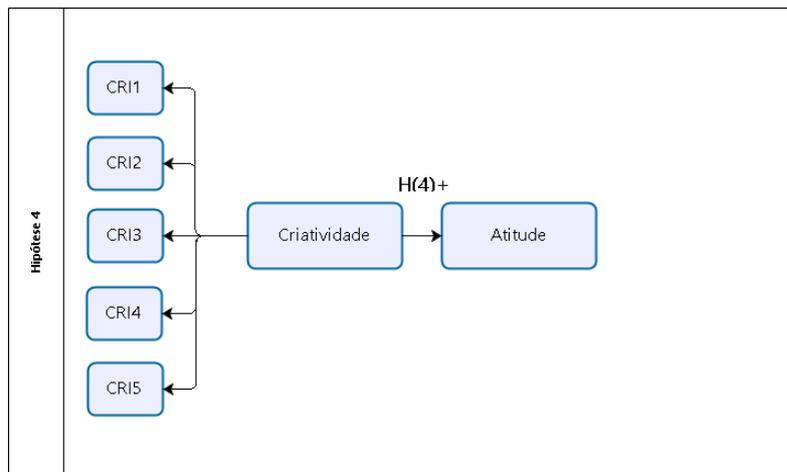
O primeiro deles é a criatividade. Esta é a percepção do estudante em ser capaz de gerar e implementar novas ideias e criar algo novo (Miranda et al., 2017).

Ao associá-la como uma característica inerente ao empreendedor (Cliff et al., 2006), e o fato de que, eventualmente, poderá influenciar a atitude (Zampetakis et al., 2009; Zampetakis et al., 2011), por estas razões, há de se investigar a quarta hipótese:

- **Hipótese 4(+)** - A criatividade influencia direta e positivamente a atitude em relação ao comportamento.

A hipótese e as respectivas variáveis de associação e itens estão representadas na Figura 12.

Figura 12 - Submodelo de relação relativo à descrição da hipótese 4



Fonte: elaboração própria

Outro possível preditivo da atitude é a utilidade percebida. Para Douglas e Shepherd (2000) e Gatewood et al. (2002), a utilidade percebida tem a ver com as percepções do indivíduo sobre o seu potencial para desenvolver um adequado rendimento no empreendimento, a quantidade de esforço para alcançar esse rendimento, o risco envolvido, as atitudes da pessoa em relação ao seu desejo de independência e as suas percepções sobre o ambiente de negócios.

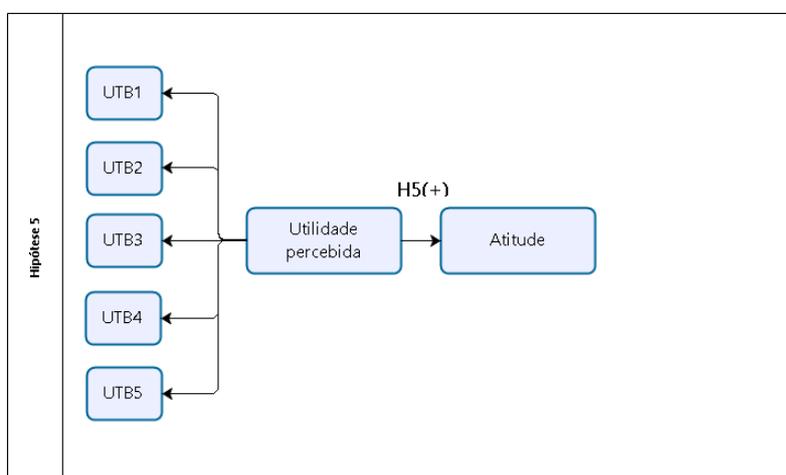
Pouco se sabe sobre a utilidade percebida no ambiente de empreendedorismo académico. No entanto, para melhor compreensão desta variável, relata-se que, em um dos estudos sobre as percepções antecipadas em indivíduos, neste caso, as percepções são em relação ao ato destas pessoas em investir no mercado financeiro, onde a utilidade percebida se mostrou-se influenciar positivamente para quem deseja empreender (Douglas & Shepherd, 2000). Em outro estudo, já no ambiente de universidades espanholas e aplicados em alunos, a utilidade percebida demonstrou influenciar significativamente a variável atitude (Miranda et al., 2017).

Sendo assim, de acordo com as razões aqui apresentadas, pelo que, eventualmente poderá influenciar a variável atitude em relação à intenção empreendedora, há de se investigar a quinta hipótese:

- **Hipótese 5(+)** - A utilidade percebida influencia direta e positivamente a atitude em relação ao comportamento.

A hipótese e as respectivas variáveis de associação e itens estão representadas na Figura 13.

Figura 13 - Submodelo de relação relativo à descrição da hipótese 5



Fonte: elaboração própria

A autoconfiança, também referenciada no modelo como eventual preditor da atitude, refere-se à percepção do indivíduo na capacidade de confiar em si e tornar mais fácil persuadir os outros a desenvolver a motivação individual para a realização de tarefas (Burns, 2011; Testas & Martins, 2015). Algumas constatações sobre a autoconfiança com o incentivo à carreira empreendedora foram relatadas nos estudos revisados por Ferreira et al. (2017), uma vez que se associam com uma forte influência da família e pela educação voltada aos negócios em indivíduos que estavam dispostos ou se tornaram empreendedores.

Embora o estudo de Miranda et al. (2017) não apresente influência em alunos, no que respeita à variável atitude, existe a constatação de fator positivo influenciando diretamente

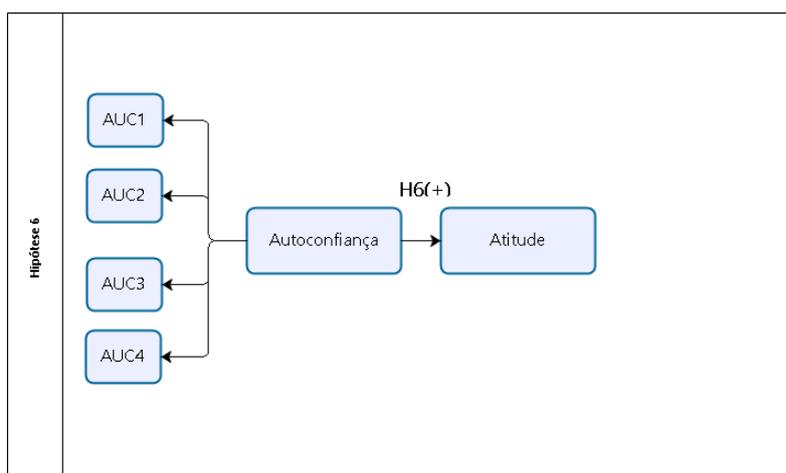
a variável intenção empreendedora, nos estudos de Ferreira et al. (2012), onde também avaliaram sujeitos estudantes.

Considerando também, que há possibilidade de algumas culturas divergirem de outras (Ferreira et al., 2017), admite-se, pois, que este é outro fator a investigar. Neste caso, se há alguma inter-relação da autoconfiança com a atitude. Desta forma, propõe-se a sexta hipótese de investigação:

- **Hipótese 6(+)** - A autoconfiança influencia direta e positivamente a atitude em relação ao comportamento.

A hipótese e as respectivas variáveis de associação e itens estão representadas na Figura 14.

Figura 14 - Submodelo de relação relativo à descrição da hipótese 6



Fonte: elaboração própria

3.3 A população alvo e a seleção da amostra

A população define-se como um conjunto de elementos, objetos ou pessoas, entre os quais se procura generalizar os resultados de uma pesquisa científica e determinar algumas de suas características (Coutinho, 2013). Pode ser dividida em dois tipos, sendo o primeiro, a população alvo, designada como um grupo inteiro de elementos que satisfazem os critérios de seleção, definidos antecipadamente e com certa característica em comum, sobre a qual incide o estudo estatístico (Gil, 2008; Fortin, 2009; Coutinho, 2013); o segundo é a

população acessível ou disponível, que é parte da população para a seleção da amostra e é constituída pela porção da população alvo acessível ao investigador (Coutinho, 2013).

Considera-se que, no atual estudo, a população acessível é estimada em cerca de 5160 alunos de instituições de ensino superior, distribuídos em diferentes cursos (Quadro 12), matriculados entre o 1º e 10º semestre do ano letivo de 2017, localizados na cidade de Ituiutaba, estado de Minas Gerais, região do Triângulo Mineiro, do estudo no Brasil.

Quadro 12 - Cursos do ensino superior em Ituiutaba

Categoria	Curso	Modalidade	População acessível³¹	Instituição
Graduação	Agronomia, direito, engenharia da computação, engenharia elétrica, psicologia, sistemas de informação	Bacharelado	2200	³² UEMG
	Ciências biológicas, educação física, pedagogia, química	Licenciatura		
	Tecnologias em agronegócio, gestão ambiental, produção sucoalcooleira	Tecnólogo		
	Ciência da computação	Bacharelado	300	³³ IFTM
	Análise e desenvolvimento de sistemas, tecnologia em alimentos, tecnologia em processos químicos	Tecnólogo		
	Administração, ciências biológicas, ciências contábeis, engenharia de produção, física, geografia, história, matemática, pedagogia, química, serviço social	Bacharelado	1900	³⁴ UFU
	Ciências biológicas, geografia, história, pedagogia, química	Licenciatura		
	Administração, publicidade e propaganda, ciências contábeis	Bacharelado	60	³⁵ FTM
	Administração, ciências biológicas, ciências contábeis, serviço social	Bacharelado	700	³⁶ UNOPAR
	Pedagogia	Licenciatura		
	Gestão ambiental, gestão de recursos humanos, logística, processos gerenciais, tecnologia em estética e imagem pessoal, tecnologia em segurança do trabalho	Tecnólogo		
Total			5160	

Fontes: UEMG, IFTM, UFU, FTM, UNOPAR (2016)

Outra importante definição é a amostra, que é um subconjunto da população, constituindo uma representação em menor dimensão da população alvo (Fortin, 2009). Diante da

³¹ A população acessível em conformidade com os dados obtidos no departamento técnico de cada instituição ou por meio de contagem individual realizada pelos auxiliares da pesquisa e do pesquisador.

³² UEMG - Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG, 2016).

³³ IFTM – Instituto Federal do Triângulo Mineiro (IFTM, 2016).

³⁴ UFU – Universidade Federal de Uberlândia (UFU, 2016).

³⁵ FTM – Faculdade Triângulo Mineiro (FTM, 2016).

³⁶ UNOPAR – Universidade Norte do Paraná (UNOPAR, 2016)

impossibilidade de aceder a toda a população, segundo Coutinho (2013), há uma técnica que permite selecionar as amostras intencionais, conhecida como não probabilística. Em outras palavras, baseia-se na seleção da amostragem por conveniência, devido à disponibilidade e acessibilidade dos respondentes e cuja probabilidade de um determinado elemento pertencer a amostra não é igual à dos restantes elementos (Hill & Hill, 2009). Em face destas observações, para a atual pesquisa, utilizamos uma amostra não probabilística, mas, suficientemente robusta, para a realização de testes estatísticos e validação da estrutura de hipóteses.

Para Lima (2008) a representatividade estatística da população investigada amplia a credibilidade das conclusões alcançadas. Desta forma, é importante calcular o tamanho da amostra por grupo de variável. Segundo Hair, Anderson, Tatham e Black (2009) este tamanho deve ser, de pelo menos, dez observações por cada item – questões - de cada variável. Considerando, que no inquérito atual e estudo existem questões relativas a sete variáveis, contendo, ao todo, 35 itens, devem-se apresentar 350 respostas válidas, minimamente.

No mês de outubro do ano de 2017 obtiveram-se 489 questionários validados por meio de respostas dos estudantes de graduação do ensino superior público e privado (Quadro 13). Isto significa que, a relação entre o número total de itens e o tamanho da amostra, são considerados adequados e acima do mínimo, podendo se esperar, deste modo, maior credibilidade em relação a este valor quantitativo obtido. Neste contexto, em um subgrupo, cuja a amostragem é representativa da população, as características desta amostra podem ser utilizadas, segundo (Malhotra & Birks, 2006), para fins estatísticos, com o objetivo de obter inferências sobre parâmetros da população, testes de hipóteses e algumas estimativas.

Quadro 13 - População e amostra do estudo

População	Todos os alunos do ensino superior no Brasil
População acessível	5160 alunos do ensino superior localizados na cidade Ituiutaba, estado de Minas Gerais, região do Triângulo Mineiro, Brasil.
Amostra válida	489 alunos representantes do ensino superior localizados na cidade Ituiutaba, estado de Minas Gerais, região do Triângulo Mineiro, Brasil.
Percentual de amostra válida em relação à população acessível	$(489 / 5160) * 100 = 9,47\%$

Fonte: elaboração própria

3.4 O instrumento de medida e a coleta de dados

3.4.1 A elaboração do instrumento de medida

A técnica utilizada para a coleta de dados desta pesquisa foi um instrumento de medida, o questionário. Para Lima (2008) a observação direta da realidade de forma extensiva é associada à abordagem quantitativa, pelo que desta forma, é natural a formulação e a aplicação de um conjunto ordenado de questões e alternativas de respostas, cujo conteúdo detalha aspectos relativos à hipóteses de pesquisa e as variáveis privilegiadas.

Para construir o instrumento de medida foi necessária a revisão literária de produções científicas similares às finalidades e aos ambientes utilizados nesta pesquisa. O teor das questões foi adaptado dos trabalhos de Liñán e Chen (2009), de Tsordia e Papadimitriou (2015), de Jorge (2016); e Miranda et al. (2017).

Quanto ao conteúdo do questionário, é preciso ter em atenção os objetivos da pesquisa, o domínio conceptual e teórico sobre o problema e as hipóteses, devendo elaborar questões adequadas e alternativas de respostas pertinentes (Lima, 2008). Sendo assim, a estrutura (Apêndices I e II) foi dividida em três partes: 1) a introdutória, a qual apresentou o convite do investigador, bem como contendo o título e o objetivo da pesquisa. Neste caso, se enquadrando à confidencialidade do investigado baseado nos termos da Constituição Federal Brasileira, artigo 5º, incisos X e XIV (Constituição, 1988); 2) o conteúdo de teste psicológico, onde cada inquirido teve a oportunidade de preencher as questões relacionadas com a sua intenção empreendedora; 3) as condições sociodemográficas, sob as quais cada aluno especificou a sua integração no contexto social e demográfico.

A plataforma utilizada para coleta de dados da pesquisa, via *internet*, foi a *Limesurvey*³⁷. Nela o questionário com as variáveis dispostas e representadas por questões fechadas, sendo utilizadas escalas de Likert³⁸ de sete ou cinco pontos e medidas a partir das posições (1) discordo totalmente, a (7 ou 5) concordo totalmente. Das questões fechadas obtém-se os dados precisos, de carácter eminentemente quantitativo, que, uma vez tabulados, permitem a produção de tabelas, gráficos, entre outros (Lima, 2008). O conteúdo de teste

³⁷ A plataforma *Limesurvey* foi cedida generosamente pelo GAIE - Gabinete de Apoio à Inovação em Educação do ISCAP - Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, Portugal.

³⁸ A escala de Likert é muito utilizada em pesquisas na psicologia humana; representa uma série de campos que permite a precisão do respondente quanto a sua opinião, por exemplo, de acordo; ou totalmente de acordo; ou desacordo; nestes termos, com o enunciado (Laville & Dionne, 1999).

psicológico do questionário foi dividido em seis subpartes, contendo, no total, trinta questões. A parte sociodemográfica, treze questões.

3.4.2 O pré-teste do questionário

Ao concluir a redação e a digitação do questionário, é desejável providenciar uma aplicação piloto, cujos objetivos são estimar o tempo de preenchimento, averiguação do número de questões, clareza do enunciado e das questões, assim, correções quando necessárias, entre outros (Lima, 2008).

Vinte alunos do ensino superior no Brasil receberam o questionário para o pré-teste, o qual foi enviado por meio de correio eletrônico e um aplicativo de troca de mensagens instantâneas para *smartphones* e o *WhatsApp*³⁹. Conforme a necessidade e sugestões transmitidas, algumas inclusões/alterações foram realizadas pelo pesquisador, entre elas, a melhoria textual em alguns itens com o intuito de dirimir eventual dúvida e pequenos ajustes nos aplicativos.

3.4.3 Processo de aplicação do questionário

Após o pré-teste, para aplicar com sucesso o instrumento de medida foram realizadas as seguintes ações: 1) a nível organizacional e corpo docente – solicitação de autorização para o Reitor do IFTM, diretores gerais, diretores de ensino, coordenadores de cursos e professores em todas as instituições de ensino superior; 2) quanto aos alunos – visitas do pesquisador em salas de aula, onde uma breve enunciação do assunto foi transmitida aos estudantes para que pudessem inteirar-se da essência e objetivos da pesquisa para além do referido no questionário.

Em cada sala de aula houve a solicitação de *e-mails* e contatos do aplicativo *WhatsApp* aos representantes de turmas e alguns alunos escolhidos aleatoriamente. Por iniciativa do investigador, foi recomendada a retransmissão aos demais alunos, criando-se assim, uma rede de contatos dinâmica, onde cada aluno recebeu um *link* com o convite à participação na pesquisa; ao clicar, havia um redirecionamento ao *Limesurvey*. Neste caso, é necessário que as questões devam ser respondidas por escrito – digitadas – e na ausência do pesquisador (Lima, 2008).

³⁹ *WhatsApp* – aplicativo que disponibiliza serviços de mensagens e chamadas de uma forma simples e segura. Recuperado do *website WhatsApp*, a 2017-12-03, em <https://www.whatsapp.com>.

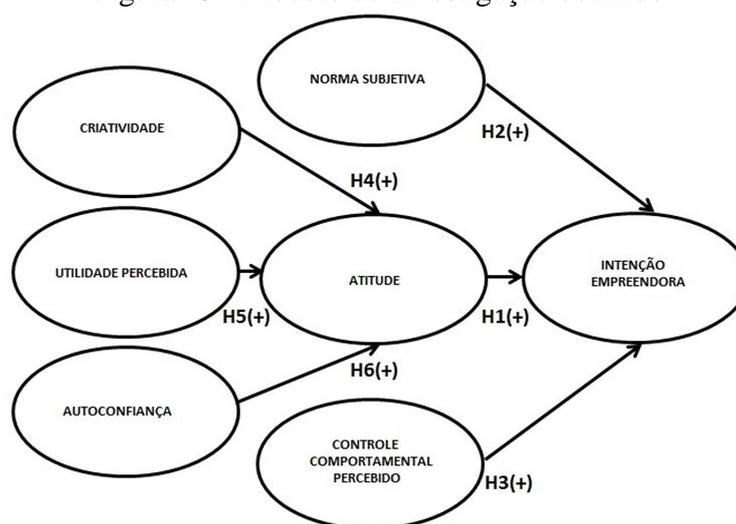
Dos testes preliminares à coleta de dados, estima-se que a distribuição dos questionários envolveu cerca de 5160 alunos em 92 salas de aula durante os períodos respectivos de maio e outubro de 2017. Ao findar a coleta dos questionários, a análise dos dados ocorreu por meio do *software* SPSS⁴⁰, versão 22.

3.5 Resumo do capítulo

Este capítulo foi representado pelo desenho da investigação, abrangendo os métodos e procedimentos para a recolha e análise das informações a serem obtidas.

Formula-se, em seguida, o modelo do estudo (Figura 15), as hipóteses de investigação (Quadro 14), assim como, as ações estratégicas para a coleta dos dados, onde foi apresentado o instrumento de medida e a sua estrutura.

Figura 15 - Modelo de investigação definido



Fonte: elaboração própria, com referência em Ajzen (1991), Liñán e Chen (2009) e Miranda et al. (2017)

Quadro 14 - Hipóteses de investigação

Hipótese	Descrição
H1(+)	A atitude influencia direta e positivamente a intenção empreendedora
H2(+)	A norma subjetiva influencia direta e positivamente a intenção empreendedora
H3(+)	O controle comportamental percebido influencia direta e positivamente a intenção empreendedora
H4(+)	A criatividade influencia direta e positivamente a atitude em relação ao comportamento
H5(+)	A utilidade percebida influencia direta e positivamente a atitude em relação ao comportamento
H6(+)	A autoconfiança influencia direta e positivamente a atitude em relação ao comportamento

Fonte: elaboração própria

⁴⁰ SPSS - *Statistical Package for the Social Sciences*

Capítulo IV – Apresentação, análise e discussão de resultados

Após a revisão de literatura e desenho da pesquisa, neste capítulo serão apresentados e analisados os resultados e dados primários obtidos, decorrentes da aplicação do instrumento de medida (questionário), com recurso ao programa estatístico de tratamento de dados SPSS vs20 e SPSS / AMOS Statistics v.22 e base de dados *Limesurvey*, versão 3.0.0 beta-1.

Os dados da amostra e resultados serão objeto de análise e discussão, bem como, será realizada uma avaliação das qualidades psicométricas das variáveis e escalas de medida utilizadas no estudo; igualmente, as hipóteses operacionais formuladas serão analisadas através de estatística inferencial, verificando se são ou não corroboradas.

4.1 Procedimentos utilizados na análise dos dados da pesquisa

Uma vez que os pesquisadores têm utilizado uma diversidade de ferramentas de análise estatísticas, com o intuito de ampliar a sua capacidade em avaliar e confirmar os resultados de pesquisas (Hair et al., 2009; Marôco, 2014), à vista disso, e com o recurso do SPSS, abordamos inicialmente a caracterização sociodemográfica da amostra recolhida. Na sequência realizamos a análise fatorial exploratória⁴¹ e a confirmatória⁴² de todas as variáveis do estudo. Para Hair et al. (2009) e Marôco (2014) a análise exploratória auxilia a construção da teoria, uma vez que se procura por padrões nos dados, obter um maior conhecimento sobre como as variáveis estão relacionadas; já a análise confirmatória, por sua vez, testa e confirma, ou não, a teoria.

Para o efeito analisamos a validade e fiabilidade das escalas de medida, a sensibilidade, a validade convergente e divergente (Hair et al., 2009; Marôco, 2014). Sendo assim, para uma melhor compreensão da análise estatística realizada, apresentamos uma explicação mais detalhada:

⁴¹ A análise fatorial exploratória é utilizada para se verificar a unidimensionalidade dos itens da escala (Hair et al., 2009). A unidimensionalidade é importante para confirmar “se todos os comportamentos envolvidos no conjunto se referem à mesma coisa” (Pasquali, 2007, p. 105); ou seja, se o conjunto de itens mede o único e o mesmo constructo (Pasquali, 2003). Para Pasquali (1999) ao se observar a unidimensionalidade de um instrumento, já se estabelece como uma primeira verificação da validade, pois, refere-se a uma análise do número de constructos teóricos medidos pelo teste.

⁴² A análise fatorial confirmatória permite ao pesquisador descobrir se existe uma relação entre um conjunto de variáveis observadas e os seus constructos subjacentes. É semelhante à análise fatorial exploratória. A principal diferença entre as duas é: se você quiser explorar padrões, use o EFA; se você quiser realizar testes de hipóteses, use o CFA - Recuperado do *website Statistics How To!*, a 2017-12-18, em <http://www.statisticshowto.com/factor-analysis>.

- a análise fatorial exploratória das escalas de medida - foi obtida de acordo com o método da análise de componentes principais com extração de itens, sendo, pelo menos, maior do que 0.40 de grau de saturação (*loading*⁴³), e o respetivo fator de comunalidade superior a 0.50, minimamente (Hair et al., 2009; Marôco, 2014). O teste Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)⁴⁴ mediu a adequação da amostra para cada variável no modelo e para o modelo completo, sendo que a estatística é uma medida de proporção de variância entre as variáveis que podem ser a variância comum, que contém os seguintes parâmetros: 0.00 a 0.49 inaceitável; 0.50 a 0.59 mísero; 0.60 a 0.69 medíocre; 0.70 a 0.79 razoável; 0.80 a 0.89 meritório; 0.90 a 1.00 excelente (Kaiser & Rice, 1974). Já o teste de Bartlett para homogeneidade de variâncias⁴⁵ foi utilizado para testar se as variações são iguais para todas as amostras. Este teste verifica se a suposição de variações iguais é verdadeira antes de executar determinados testes estatísticos, como a Anova;
- a análise fatorial confirmatória das escalas de medida – esta análise foi realizada segundo os parâmetros delineados por Byrne (2001), Kline (2005) e Marôco (2014), com o objetivo de verificar a estrutura fatorial obtida, conforme os intervalos de valores sendo, o rácio entre o qui-quadrado (χ^2) e os graus de liberdade (gl), ou seja, (χ^2/gl), em que um valor > 5 significa ajustamento mau; entre 2-5 sofrível; entre 1-2 bom; e < 1 muito bom. Para os mesmos autores, a RMSEA⁴⁶, para o qual se considerou o ajustamento, é inaceitável se o valor apresentar > 0.10 ; bom, entre 0.05-0.10; e muito bom se ≤ 0.05 , é apontada como o índice mais informativo da modelagem da estrutura de covariância; o CFI⁴⁷, que é considerado mau, se o valor for < 0.80 ; sofrível, entre 0.80-0.90; bom, entre 0.90-0.95; e muito bom, se ≥ 0.95 ; já o índice de qualidade de ajustamento (GFI)⁴⁸, também tem os mesmos parâmetros do CFI; para Mangin e Mallou (2006) o índice de ajustamento normalizado (NFI)⁴⁹ mede a redução proporcional em função do ajuste ao passar do modelo nulo para o modelo proposto, tendo ajustamento muito bom em ≥ 0.95 ;

⁴³ Os *loadings* são as cargas fatoriais

⁴⁴ Recuperado do *website Statistics How To!*, a 2017-12-18, em <http://www.statisticshowto.com/kaiser-meyer-olkin>.

⁴⁵ Recuperado do *website Statistics How To!*, a 2017-12-18, em <http://www.statisticshowto.com/bartletts-test>

⁴⁶ RMSEA - *Root Mean Square Error of Approximation* (Byrne, 2001).

⁴⁷ CFI - *Comparative Fit Index*

⁴⁸ GFI - *Goodness-of-Fit Index*

⁴⁹ NFI - *Normed Fit Index*

- a análise da fiabilidade fatorial das escalas de medida - neste caso, utilizamos a análise da consistência interna dos itens, realizando o cálculo do *alfa de cronbach*⁵⁰, em que o resultado que se apresentar superior a 0.60 é considerado adequado (Hill & Hill, 2009); também foi utilizado o índice de fiabilidade compósita⁵¹, que, para Marôco (2014), tal como no cálculo do *alfa de cronbach*, o coeficiente de consistência interna superior a 0.9 é muito boa; entre 0.8 e 0.9, boa; entre 0.7 e 0.8, razoável; entre 0.6 e 0.7, fraca, mas aceitável; menor que 0.6, não aceitável;
- a análise da sensibilidade fatorial - para realizar esta análise, recorreremos aos parâmetros de sensibilidade psicométrica das escalas de medida, tendo em conta as medidas de tendência central (média, mediana e moda), de dispersão (desvio padrão, mínimo e máximo) e de distribuição (o coeficiente de simetria e de curtose); realizamos, ainda, a avaliação da normalidade dos resultados, com base no teste de *Kolmogorov-Smirnov*⁵²;
- a análise da validade convergente e divergente - para a análise de validade convergente, o resultado é obtido através do cálculo da variância extraída média (VEM)⁵³, sendo o desejado de $VEM \geq 0.50$ (Fornell & Larcker, 1981; Marôco, 2014). Ao se analisar a validade divergente, para a sua confirmação, o valor de VEM obtido deverá ser superior ao quadrado do produto da correlação entre as escalas (Fornell & Larcker, 1981; Marôco, 2014);
- a análise descritiva por variáveis sociodemográficas - onde utilizamos os indicadores de tendência central e dispersão. Para comparar os grupos de alunos, utilizamos o teste *post hoc* de LSD⁵⁴ e o teste X²kw⁵⁵, onde foi possível afirmar qual a escala (ou quais) tem a maior tendência em relação ao grupo;

⁵⁰ O coeficiente *alfa de Cronbach* é uma forma de estimar a confiabilidade de um questionário aplicado em uma pesquisa. Mede a correlação entre respostas em um questionário através da análise do perfil destas respostas encaminhadas pelos respondentes, o coeficiente α é calculado a partir da variância dos itens individuais e da variância da soma dos itens de cada avaliador (Hora, Monteiro & Arica, 2010).

⁵¹ Segundo Marôco (2014), para o cálculo, tem-se a fórmula $FC = (\text{loading item } 1)^2 + (\text{loading item } 2)^2 + \dots / (\text{loading item } 1)^2 + (\text{loading item } 2)^2 + \dots + (1 - \text{loading item } 1) + (1 - \text{loading item } 2) + \dots$.

⁵² O teste de *Kolmogorov-Smirnov*, segundo Campos (1983), verifica adaptação de uma distribuição específica e muito bem conhecida, aos dados provenientes de uma distribuição desconhecida.

⁵³ Segundo Marôco (2014), para o cálculo, tem-se a fórmula $VEM = (\text{loading item } 1)^2 + (\text{loading item } 2)^2 + \dots / (\text{loading item } 1)^2 + (\text{loading item } 2)^2 + \dots + (1 - \text{loading item } 1) + (1 - \text{loading item } 2) + \dots$.

⁵⁴ O teste de diferença menos significativa (LSD ou o método de Fisher), equivale à vários testes t em que há a comparação entre as amostras independentes (Pestana & Gageiro, 2014; Marôco, 2014). A ideia principal do LSD é calcular a menor diferença significativa (ou seja, o LSD) entre duas médias, como se esses meios tivessem sido os únicos a serem comparados (isto é, com o teste) e declarar significativa qualquer diferença maior do que a diferença menos significativa. Recuperado do *website UT Dallas*, a 2018-03-10, em <https://www.utd.edu/~herve/abdi-LSD2010-pretty.pdf>.

⁵⁵ O teste não paramétrico Kruskal Wallis utiliza a seguinte fórmula: $H = \left[\frac{12}{(N(N+1))} \right] \left[\frac{\sum R_i^2}{n_i} + \frac{\sum R_j^2}{n_j} + \frac{\sum R_k^2}{n_k} \right] - 3(N+1)$ - Recuperado do *website CPAQV*, a 2018-04-11, em <http://www.cpaqv.org/estatistica/kruskalwallis.pdf>.

- avaliamos os resultados médios das várias escalas formadas, tendo-se recorrido a testes paramétricos, uma vez que, dada a elevada dimensão da amostra e considerando o teorema do limite central (TLC)⁵⁶ (Pestana e Gageiro, 2008; Hill & Hill, 2009; Marôco, 2010) em que com amostras superiores a 30 elementos, pode ser descurada a análise da normalidade. Neste contexto, recorreremos aos testes t ⁵⁷ para amostras independentes e ao teste *Anova*⁵⁸, considerando significativos os resultados cujo valor de p se apresente inferior a 0.05.

Na sequência das etapas, realizamos os testes de hipóteses do estudo, ao passo que foi necessário ajustarmos o modelo de equações estruturais⁵⁹ com as variáveis latentes, isto porque os *loadings* obtidos foram um pouco baixos em algumas escalas, assim como a baixa fiabilidade da escala de utilidade percebida e a existência de escalas com apenas 3 itens (Hair et al., 2009; Marôco, 2014). Neste modelo, que é considerado reflexivo⁶⁰, são avaliados os itens que constituem cada uma das variáveis. Desta forma, obtivemos o valor de significância de $p < 0.05$, a partir do qual, os resultados foram aceites como significativos.

Assim, para que todas estas etapas acima sejam demonstradas neste estudo, seguimos para a caracterização da amostra; posteriormente, faremos as análises das qualidades psicométricas e apresentaremos os resultados das hipóteses.

4.2 Caracterização da amostra

4.2.1 Diferenças por gênero e faixa etária

Representados na Tabela 3, do total de 489 alunos universitários brasileiros participantes da pesquisa, a maioria ($n=287$, 58.69%) é do gênero feminino e os demais ($n=202$, 41.31%) do masculino. De jovens a adultos, a faixa etária em maior proporção encontra-se

⁵⁶ Quando o tamanho da amostra (n) aumenta, independente da forma de distribuição da população, a distribuição amostral da média da amostra (x) converge para uma distribuição normal. Recuperado do *website* Pergunte ao Pó, a 2018-03-20, em https://perguntasapo.files.wordpress.com/2018/03/mqcs18_04_damostral-tlc-ic.pdf.

⁵⁷ Os testes t servem para testar as hipóteses sobre as médias de uma variável quantitativa numa dicotómica. Recuperado do *website* Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu, a 2018-03-20, em <http://www.estgv.ipv.pt/PaginasPessoais/malva/EstudosMercadoI/aulasMinhas/capitulo-%20Testes%20t.pdf>.

⁵⁸ O teste Anova permite a comparação de mais do que dois grupos no que diz respeito à localização. Recuperado do *website* Universidade D Coimbra, a 2018-03-20, em <http://www.mat.uc.pt/~cmtm/ECwww/ANOVA.pdf>.

⁵⁹ A análise de modelos de equações estruturais (AMEE) é uma técnica utilizada para testar a validade de modelos teóricos, dos quais definem as relações causais e hipotéticas entre as variáveis, sendo uma característica única da AMEE, a possibilidade de considerar vários tipos de variáveis, simultaneamente (Marôco, 2014). O objetivo, segundo este autor, é expandir a habilidade explanatória do pesquisador e a eficiência quanto aos cálculos estatísticos.

⁶⁰ Os constructos são reflexivos quando são verificadas as suas validações convergente, discriminante, da confiabilidade e da dimensionalidade das escalas de medida (Marôco, 2014).

entre 20 a 24 anos (n=219, 44.79%), seguidos pelos indivíduos com até 19 anos (n=106, 21,68%), entre 25 a 29 anos (n=72, 14.72%) e os demais, entre 30 a 69 anos (n=92, 18.81%).

Tabela 3 - Faixa etária e gênero

Gênero	N	%
Feminino	287	58.69
Masculino	202	41.31
Idade	N	%
Até 19 anos	106	21.68
20 a 24 anos	219	44.79
25 a 29 anos	72	14.72
30 a 34 anos	38	7.77
35 a 39 anos	17	3.48
40 a 44 anos	18	3.68
45 a 49 anos	11	2.25
50 a 54 anos	6	1.23
60 a 64 anos	1	0.20
65 a 69 anos	1	0.20
Total	489	100

Fonte: elaboração própria

4.2.2 Diferenças por instituições e tipo de ensino

Das IES, representadas na Tabela 4, participaram na pesquisa 438 (98.57%) alunos do ensino público e 51 (10.43%) alunos de instituições privadas.

Tabela 4 - Instituições de ensino superior e tipo de ensino

Resposta	N	%	Ensino
FTM	9	1.84	Privado
UNOPAR	42	8.59	
Subtotal	51	10.43	
IFTM	122	24.95	Público
UEMG	91	18.61	
UFU	225	46.01	
Subtotal	438	89.57	
Total	489	100	

Fonte: elaboração própria

4.2.3 Diferenças por modalidade de estudo

As modalidades de estudo demonstradas na Tabela 5 compreendem, na sua maioria, o bacharelado com 273 (55.83%) estudantes, seguidos por tecnólogo, (n=105, 21.47%), licenciatura, (n=83, 16.97%) e licenciatura e bacharelado (n=28, 5.73%).

Tabela 5 - Modalidade de estudo

Resposta	N	%
Bacharelado	273	55.83
Licenciatura	83	16.97
Licenciatura e Bacharelado	28	5.73
Tecnólogo	105	21.47
Total	489	100

Fonte: elaboração própria

4.2.4 Diferenças por área e o período de estudo

Quanto à área de estudo, os cursos voltados para o colégio de humanidades representam a maioria (n=219, 44.79%), seguidos pelas ciências exatas, tecnológicas e multidisciplinar (n=151, 30.88%), pelos tecnólogos, (n=84, 17.18 %), e por fim, das ciências da vida (n=35, 7.16%), com a menor parte de estudantes, conforme expresso na Tabela 6.

Tabela 6 - Área de estudo

Colégios	Grandes áreas	Área de estudo	*PU	**PR	***NT	%
Ciências da vida	Agrárias	Agronomia	0	5	5	
		Biológicas	1	21	22	
	Saúde	Educação Física	0	8	8	
Subtotal			35	34	35	7.16
Ciências exatas, tecnológicas e multidisciplinar	Computação	Análise e Des. de Sistemas	-	21	21	
		Ciência da Computação	-	38	38	
		Engenharia da Computação	-	5	5	
	Engenharias	Engenharia de Produção	-	33	33	
		Engenharia Elétrica	-	24	24	
	Exatas e da terra	Física	-	4	4	
		Matemática	-	8	8	
Subtotal			0	151	151	30.88
Colégio de humanidades	Sociais aplicadas	Administração	20	37	57	
		Ciências Contábeis	8	29	37	
		Direito	-	9	9	
	Humanas	Geografia	-	14	14	

		História	-	3	3	
		Pedagogia	6	44	50	
		Psicologia	-	15	15	
	Sociais aplicadas	Publicidade e Propaganda	3	-	3	
		Serviço Social	1	30	31	
Subtotal			38	181	219	44.79
	Ambiente e saúde	Gestão Ambiental	1	-	1	
		Gestão de Recursos Humanos	3	-	3	
	Gestão e negócios	Logística	1	-	1	
		Processos Gerenciais	1	-	1	
Tecnólogos	Produção industrial	Processos Químicos	-	48	48	
	Recursos naturais	Tecnologia em Agronegócio	-	9	9	
	Produção alimentícia	Tecnologia em Alimentos	-	15	15	
	Segurança no trabalho	Tec. em Segurança do Trabalho	1	-	1	
	Ambiente e saúde	Tec. em Estética e Imagem Pessoal	5	-	5	
Subtotal			12	72	84	17.18
Total			51	438	489	100

* PU = Ensino público; ** PR = Ensino Privado; *** NT = Número total de alunos

Fonte: elaboração própria

Como complemento da tabela anterior, sendo que as métricas - duração e carga horária - se fundamentam em concepções e critérios muito diferentes, a periodicidade dos cursos de graduação superior pode variar (MEC, 2001; MEC, 2007). A Tabela 7 evidencia que os participantes em cada período foram distribuídos em 346 (70.76%) alunos do 1º ao 5º semestres e 143 (29.24%) alunos do 6º até o 12º semestres.

Tabela 7 - Período do curso

Período (1º ao 5º)	N	%
1º Semestre	166	33.95
2º Semestre	4	0.82
3º Semestre	90	18.40
4º Semestre	8	1.64
5º Semestre	78	15.95
Subtotal	346	70.76
Período (6º ao 10º)	N	%
6º Semestre (A6)	5	1.02
7º Semestre (A7)	61	12.47
8º Semestre (A8)	15	3.07
9º Semestre (A9)	38	7.77
10º Semestre (10)	24	4.91
Subtotal	143	29.24
Total	489	100

Fonte: elaboração própria

4.2.6 Diferenças por experiência no trabalho

Representados na Tabela 8, a maior parte dos respondentes (n=374, 76.48%) tem experiência com trabalho, sendo ou não remunerado, ou seja, com ou sem fins lucrativos. Os demais (n=115, 23.52%), não. No momento de participação na pesquisa 212 (43.35%) alunos responderam que estavam trabalhando e 277 (56.65%), não.

Tabela 8 - Experiência com o trabalho

Experiência com trabalho	Sim	Não	%
Anterior	374		76.48
Atual		115	23.52
Total	489		100
Trabalha atualmente	Sim	Não	%
Anterior	212		43.35
Atual		277	56.65
Total	489		100

Fonte: elaboração própria

4.2.7 Diferenças por obtenção de aula sobre empreendedorismo

Quanto às aulas de empreendedorismo (Tabela 9), os alunos, que em alguma ocasião, receberam aulas sobre esta disciplina, 180 (36.81%) sim, afirmaram, os demais (n=309, 63.19%), negaram.

Tabela 9 - Estudantes que já obtiveram aulas de empreendedorismo

Aulas de empreendedorismo	N	%
Sim	180	36.81
Não	309	63.19
Total	489	100

Fonte: elaboração própria

4.2.8 Diferenças em ser empresário

Na Tabela 10 apresentam-se três condições de experiências em ser empresário: 1- em relação aos familiares próximos aos estudantes, considerando pai, mãe, tio(a), irmão, irmã, avô(ó) e esposa(o), 377 (77.10%) dos familiares têm, ou já tiveram empresas, ou realizaram algum tipo de trabalho autônomo, sendo que os demais (n=112, 22.90%), não; 2- ao serem questionados se possuíam empresa ou estavam desempenhando algum tipo de trabalho autônomo, no momento da participação da pesquisa, a minoria (n=53, 10.84%)

afirmou, a maioria (n=436, 89.16%) negou; 3- em outra questão, 85 (17.38%) dos estudantes responderam que foram proprietários, no passado, de algum tipo de empreendimento e 404 (82.62%) não exerceram esta condição.

Tabela 10 - Familiares e estudantes empresários

Familiares empresários	N	%
Sim	377	77.1
Não	112	22.9
Total	489	100
Estudantes empresários	N	%
Sim	53	10.84
Não	436	89.16
Total	489	100
Estudantes que foram empresários	N	%
Sim	85	17.38
Não	404	82.62
Total	489	100

Fonte: elaboração própria

4.3 Análise fatorial exploratória e confirmatória

4.3.1 Escala norma subjetiva

Para a representação da escala norma subjetiva foram selecionados 3 itens. O resultado obtido no teste de Kaiser-Meyer-Olin (KMO) (0.74) e a significância estatística do teste de Bartlett (Bartlett=691.17; $p=0.00$), permitem confirmar a adequação dos itens (Tabela 11) para a realização da análise fatorial, sendo que os itens analisados originam um único fator, isto é, uma estrutura fatorial unidimensional, explicando 78.68% da variância total. Também se verifica que todos os itens associados saturam com cargas fatoriais >0.40 e as comunalidades são superiores a 0.50, o que traduz uma adequada validade.

Tabela 11 - Validade fatorial exploratória da norma subjetiva

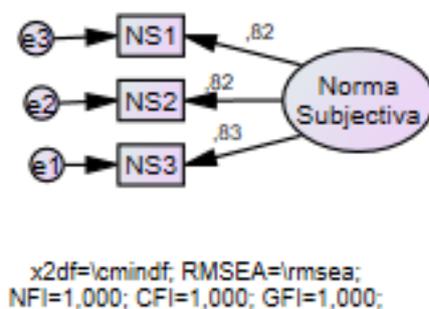
Item/descrição	Comunalidades	Loadings
1- Os meus familiares mais próximos pensam que devo seguir uma carreira como empreendedor(a)	0.79	0.89
2- Meus amigos mais próximos pensam que eu devo seguir uma carreira como um(a) empreendedor(a)	0.78	0.88

3- As pessoas que são importantes para mim pensam que eu deveria seguir uma carreira como empreendedor(a)	0.79	0.89
% de variância	78.68%	
KMO	0.74	
Teste de Bartlett (p)	691.17 (0.00)	

Fonte: elaboração própria

Após a obtenção da estrutura fatorial exploratória, procedemos à confirmação da mesma mediante uma análise fatorial confirmatória. Assim, de acordo com os índices de ajustamentos obtidos (Figura 16), a escala norma subjetiva apresenta um ajustamento fatorial perfeito, cujos valores representam NFI=1.00; CFI =1.00 e GFI=1.00.

Figura 16 - Modelo fatorial confirmatório da escala norma subjetiva



Fonte: elaboração própria

4.3.2 Escala atitude

Ao realizar a análise fatorial exploratória da escala atitude, os resultados obtidos (Tabela 12), mostram que os itens utilizados saturam com as cargas fatoriais >0.40 ; porém, o item 5 “Ser um(a) empreendedor(a) implica mais vantagens do que desvantagens para mim” apresenta uma comunlidade inferior a 0.50, pelo que teve que ser excluído. Desta forma, após a sua exclusão, procedemos com uma nova análise fatorial.

Tabela 12 - Validade fatorial exploratória inicial da atitude

Item/descrição	Comunalidades	Loadings
1- Uma carreira como empreendedor(a) é atraente para mim	0.81	0.90
2- Ser empreendedor(a) implicaria grandes satisfações para mim	0.78	0.88
3- Se tivesse oportunidade e recursos, eu gostaria de criar a minha empresa	0.71	0.84
4- Entre várias alternativas profissionais, eu preferiria ser um(a) empreendedor(a)	0.70	0.84
5- Ser um(a) empreendedor(a) implica mais vantagens do que desvantagens para mim	0.39	0.62
KMO	0.82	
Teste de Bartlett (p)	827.54 (0.00)	

Fonte: elaboração própria

Os resultados (Tabela 13) obtidos na nova análise fatorial exploratória, evidenciam comunalidades (>0.50) e cargas fatoriais (>0.40) adequadas; por outro lado, constatamos um valor de KMO (0.82) e a significância estatística no teste de Bartlett (Bartlett=1218.88, $p=0.00$) permitiu confirmar a adequação dos itens para a realização da análise fatorial, apresentando os itens uma estrutura fatorial unidimensional, em que os 4 itens explicam 76.90% da variância total.

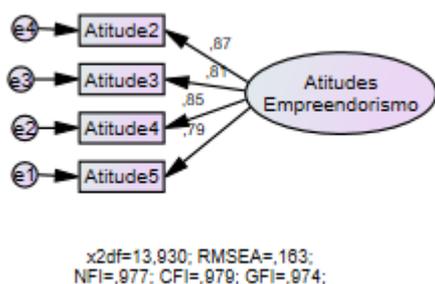
Tabela 13 - Validade fatorial exploratória final da atitude

Item/descrição	Comunalidades	Loadings
1- Uma carreira como empreendedor(a) é atraente para mim	0.81	0.90
2- Ser empreendedor(a) implicaria grandes satisfações para mim	0.80	0.89
3- Se tivesse oportunidade e recursos, eu gostaria de criar a minha empresa	0.74	0.86
4- Entre várias alternativas profissionais, eu preferiria ser um(a) empreendedor(a)	0.72	0.85
% de variância	76.90%	
KMO	0.82	
Teste de Bartlett (p)	1218.88 (0.00)	

Fonte: elaboração própria

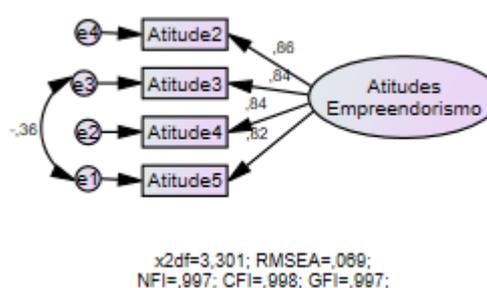
Após a análise exploratória foi realizada a análise confirmatória, utilizando-se a mesma estrutura da escala atitude. Assim, de acordo com os índices de ajustamentos obtidos (Figura 17) verificamos que a escala não apresentou os índices de ajustamento fatoriais iniciais adequados ($\chi^2_{gl}=13.93$, $RMSEA=0.16$), pelo que tivemos de proceder o seu ajustamento ao modelo. O novo modelo ajustado (Figura 18) através da correlação entre os resíduos dos itens 3 e 5, apresentou os índices adequados, cujos valores representam $\chi^2_{gl}=3.30$, $RMSEA=0.07$, $NFI=0.99$, $CFI=0.99$ e $GFI=0.99$.

Figura 17 - Modelo fatorial confirmatório inicial da escala atitude



Fonte: elaboração própria

Figura 18 - Modelo fatorial confirmatório final da escala atitude



Fonte: elaboração própria

4.3.3 Escala criatividade

Os resultados do teste de KMO (0.82) e a significância estatística no teste de Bartlett (Bartlett=827.54, $p=0.00$), permitem confirmar a adequação dos itens para a realização da análise fatorial. No que respeita aos itens alusivos à criatividade, os resultados obtidos da análise fatorial exploratória (Tabela 14) revelam que estamos perante uma estrutura unidimensional, em que os 5 itens que explicam 59.20% da variância total da criatividade. Todos os itens se apresentam adequados, seja nas comunalidades (>0.50), seja nas cargas fatoriais (>0.40).

Tabela 14 - Validade fatorial exploratória da criatividade

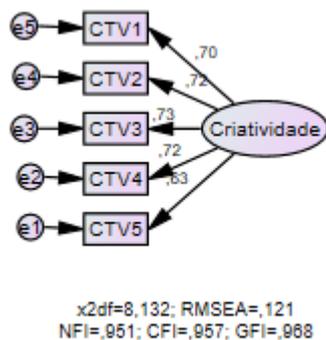
	Comunalidades	Loadings
1- Encontro soluções especiais e surpreendentes para os problemas	0.59	0.79
2 Procuo novas soluções, mesmo quando não são necessárias	0.61	0.79

3- Sou capaz de ver problemas que outras pessoas não veem	0.62	0.78
4- Sou bom(boa) em questionar o modo como normalmente se fazem as coisas	0.62	0.77
5- Tenho muitas ideias	0.52	0.72
% de variância	59.20%	
KMO	0.82	
Teste de Bartlett (p)	827.54 (0.00)	

Fonte: elaboração própria

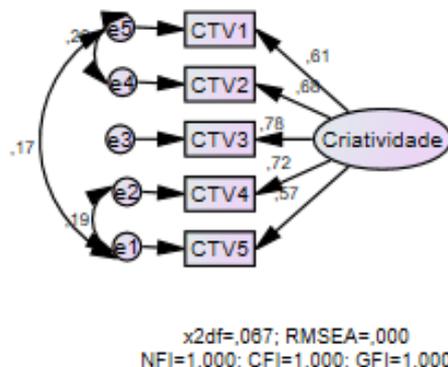
Dos resultados obtidos na análise fatorial confirmatória (Figura 19), foi possível verificar que, inicialmente, não se obtiveram índices de ajustamento fatoriais adequados ($\chi^2_{gl}=8.13$ e $RMSEA=0.12$), sendo como tal necessário proceder a um ajustamento ao modelo. Para o efeito, foram estabelecidas as correlações entre os resíduos dos itens 1 e 2, 4 e 5 e 1 e 5. Os índices de ajustamento deste novo modelo (Figura 20) já se apresentam adequados ($\chi^2_{gl}=0.07$; $RMSEA=0.00$; $NFI=1.00$; $CFI=1.00$; $GFI=1.00$).

Figura 19 - Modelo fatorial confirmatória inicial da escala criatividade



Fonte: elaboração própria

Figura 20 - Modelo fatorial confirmatória final da escala criatividade



Fonte: elaboração própria

4.3.4 Escala utilidade percebida

A escala utilidade percebida apresenta 5 itens. O resultado obtido no teste de Kaiser-Meyer-Olin (KMO) (0.75) e a significância estatística do teste de Bartlett (Bartlett=447.79; $p=0.00$), permitem confirmar a adequação dos itens (Tabela 15) para a realização da análise fatorial, Verifica-se que todos os itens saturam com cargas fatoriais >0.40 , embora

nem todas as comunalidades sejam superiores a 0.50, pois, os itens 4 “O nível de estresse envolvido em ser um(a) empreendedor(a) não seria muito grande para mim” e o 5 “Ser empreendedor(a) implicaria um grau muito elevado de autonomia (independência)” são inadequados, o que implicou as suas remoções e a realização de uma nova análise fatorial sem estes itens.

Tabela 15 - Validade fatorial exploratória inicial da utilidade percebida

Item/descrição	Comunalidades	Loadings
1- O retorno financeiro que eu conseguiria ao tornar-me um(a) empreendedor(a) seria alto	0.64	0.80
2- A qualidade de vida que eu iria ficar ao tornar-me um(a) empreendedor(a) seria muito elevada	0.64	0.80
3- A satisfação pessoal de ser um(a) empreendedor(a) seria muito alta	0.54	0.73
4- O nível de estresse envolvido em ser um(a) empreendedor(a) não seria muito grande para mim	0.30	0.55
5- Ser empreendedor(a) implicaria um grau muito elevado de autonomia (independência)	0.19	0.44
KMO	0.75	
Teste de Bartlett (p)	447.79 (0.00)	

Fonte: elaboração própria

A nova análise fatorial exploratória da escala utilidade percebida (Tabela 16) apresentou resultados das comunalidades (>0.50) e *loadings* (>0.40) adequadas; aliás, o teste KMO (0.68) e a significância estatística do teste de Bartlett (Bartlett=320.80, $p=0.00$), permitem confirmar a adequação dos itens para a realização da análise fatorial, existindo uma estrutura fatorial unidimensional, sendo que os 3 itens explicam 65.47% da variância total.

Tabela 16 - Validade fatorial exploratória final da utilidade percebida

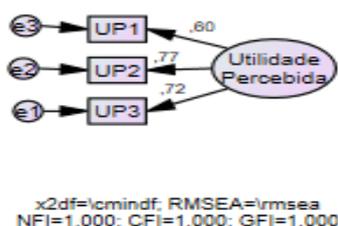
Item/descrição	Comunalidades	Loadings
1- O retorno financeiro que eu conseguiria ao tornar-me um(a) empreendedor(a) seria alto	0.68	0.82

2- A qualidade de vida que eu iria ficar ao tornar-me um(a) empreendedor(a) seria muito elevada	0.70	0.84
3- A satisfação pessoal de ser um(a) empreendedor(a) seria muito alta	0.59	0.77
% de variância	65.47%	
KMO	0.68	
Teste de Bartlett (p)	320.80 (0.00)	

Fonte: elaboração própria

Após a análise exploratória, recorremos a uma análise fatorial confirmatória da escala utilidade percebida. No sentido de testar a sua validade na estrutura obtida (Figura 21), de acordo com os índices de ajustamento obtidos, verificamos que a estrutura em questão tem um ajuste perfeito (NFI=1.00; CFI =1.00 e GFI=1.00).

Figura 21 - Modelo fatorial confirmatório da escala utilidade percebida



Fonte: elaboração própria

4.3.5 Escala autoconfiança

Para realizar a análise fatorial exploratória da escala autoconfiança, e para explicar os itens associados a esta escala, na Tabela 17 apresentamos os resultados obtidos, na qual é possível verificar que os itens utilizados saturam com cargas fatoriais >0.40 ; porém, as comunalidades não são todas superiores a 0.50. Deste modo procedemos à eliminação dos itens 4 “Posso determinar a maior parte do que vai acontecer na minha vida” e 5 “As outras pessoas normalmente agem de acordo com os meus desejos e isso depende principalmente de mim” para que fosse realizada uma nova análise fatorial sem estes itens. E, desta forma, procedemos para uma nova análise.

Tabela 17 - Validade fatorial exploratória inicial da autoconfiança

Item/descrição	Comunalidades	Loadings
1- Quando eu faço planos, estou certo(a) de que eles vão se concretizar	0.59	0.77
2- Alcançar o que eu quero é o resultado do meu próprio esforço e compromisso pessoal	0.57	0.76
3- O alcance ou não de um objetivo depende principalmente de mim e do meu comportamento	0.53	0.73
4- Posso determinar a maior parte do que vai acontecer na minha vida	0.41	0.64
5- As outras pessoas normalmente agem de acordo com os meus desejos e isso depende principalmente de mim	0.24	0.49
KMO	0.82	
Teste de Bartlett (p)	827.54 (0.00)	

Fonte: elaboração própria

Da nova análise fatorial exploratória (Tabela 18) obtivemos uma estrutura unidimensional com apenas 3 itens que explicam 64.34% da variância da autoconfiança. Todos os itens apresentam as comunalidades (>0.50) e cargas fatoriais adequadas (>0.40). O teste KMO (0.64) e a significância estatística no teste de Bartlett (Bartlett=321.38, $p=0.00$) também se apresentaram adequados.

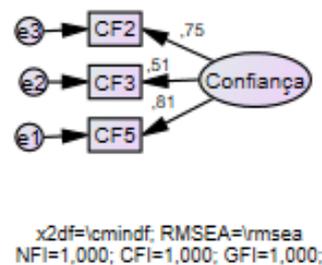
Tabela 18 - Validade fatorial exploratória final da autoconfiança

Item/descrição	Comunalidades	Loadings
1- Quando eu faço planos, estou certo(a) de que eles vão se concretizar	0.51	0.71
2- Alcançar o que eu quero é o resultado do meu próprio esforço e compromisso pessoal	0.72	0.85
3- O alcance ou não de um objetivo depende principalmente de mim e do meu comportamento	0.70	0.84
% de variância	64.34%	
KMO	0.64	
Teste de Bartlett (p)	321.38 (0.00)	

Fonte: elaboração própria

Os resultados da análise fatorial confirmatória (Figura 22) confirmam a mesma estrutura fatorial, com um ajustamento perfeito (NFI=1.00; CFI =1.00 e GFI=1.00), dado estarmos perante um modelo saturado ou totalmente determinado, o que permite confirmar a validade da escala autoconfiança.

Figura 22 - Modelo fatorial confirmatório da escala autoconfiança



Fonte: elaboração própria

4.3.6 Escala controle comportamental percebido

Os resultados do teste de KMO (0.87) e a significância estatística no teste de Bartlett (Bartlett=1642.63, $p=0.00$), permitem confirmar a adequação dos itens para a realização da análise fatorial. No que respeita aos itens do controle comportamental percebido, os resultados obtidos na análise fatorial exploratória (Tabela 19) revelam que estamos perante uma estrutura unidimensional, em que os 6 itens que explicam 65.13% da variância total. Todos os itens se apresentam adequados, seja nas comunalidades (>0.50), seja nas cargas fatoriais (>0.40). Todos os itens apresentam comunalidades (>0.50) e saturações fatoriais (>0.40) adequadas.

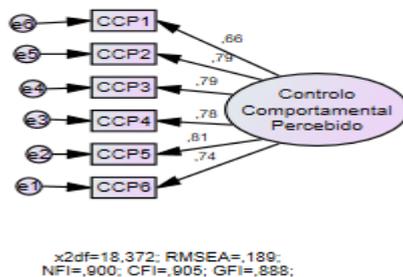
Tabela 19 - Validade fatorial exploratória do controle comportamental percebido

Item/descrição	Comunalidades	Loadings
1- Estou preparado(a) para iniciar uma empresa	0.70	0.84
2- Sei como desenvolver um projeto empreendedor (de uma empresa)	0.69	0.83
3- Posso controlar o processo de criação de uma nova empresa	0.68	0.83
4- Conheço os detalhes práticos necessários para criar uma empresa	0.65	0.81
5- Se eu tentasse iniciar uma empresa, teria uma alta chance de sucesso	0.64	0.80
6- Para iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim	0.54	0.74
% de variância	65.13%	
KMO	0.87	
Teste de Bartlett (p)	1642.63 (0.00)	

Fonte: elaboração própria

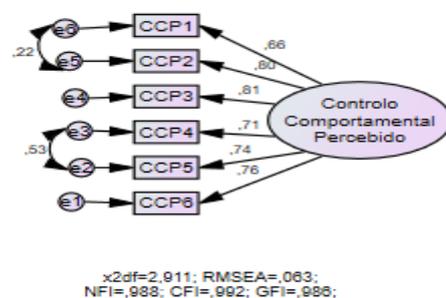
No entanto, dos resultados da análise fatorial confirmatória da escala controle comportamental percebido (Figura 23), não foi possível obter índices de ajustamento adequados ($\chi^2_{gl}=18.37$ e $RMSEA=0.19$) no modelo inicial pelo que se teve de proceder a ajustamentos. O novo modelo ajustado (Figura 24) com as correlações entre os resíduos de 1 e 2 e 4 e 5, já apresenta os índices de ajustamento adequados ($\chi^2_{gl}=2.91$, $RMSEA=0.06$, $NFI=0.99$, $CFI=0.99$, $GFI=0.99$).

Figura 23 - Modelo fatorial confirmatório inicial da escala controle comportamental percebido



Fonte: elaboração própria

Figura 24 - Modelo fatorial confirmatório final da escala controle comportamental percebido



Fonte: elaboração própria

4.3.7 Escala intenção empreendedora

No que respeita à escala da intenção empreendedora, a análise fatorial exploratória dos itens selecionados permitiu obter uma estrutura fatorial definida por apenas um fator (estrutura unidimensional), explicando todos os itens 76.68% de variância total; por outro lado, todos os itens apresentam as comunalidades (>0.50) e as cargas fatoriais (>0.40) adequadas. O teste KMO (0.90) e a significância estatística no teste de Bartlett (Bartlett=2676.35, p=0.00) permitem confirmar a adequação dos itens para a realização da análise fatorial.

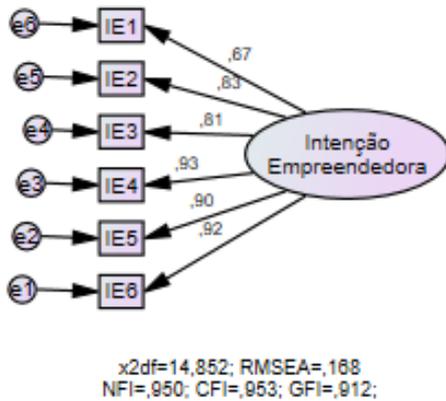
Tabela 20 - Validade fatorial exploratória da intenção empreendedora

Item/descrição	Comunalidades	Loadings
1- Estou determinado(a) a criar uma empresa no futuro	0.84	0.92
2- Tenho a intenção firme de um dia criar uma empresa	0.83	0.91
3- Tenho muito seriamente pensado em iniciar uma empresa	0.82	0.90
4- O meu objetivo profissional é tornar-me um(a) empreendedor(a)	0.78	0.88
5- Farei todos os esforços para criar e manter a minha própria empresa	0.75	0.87
6- Estou pronto(a) para fazer qualquer coisa para ser um(a) empreendedor(a)	0.59	0.77
% de variância	76.68%	
KMO	0.90	
Teste de Bartlett (p)	2676.35 (0.00)	

Fonte: elaboração própria

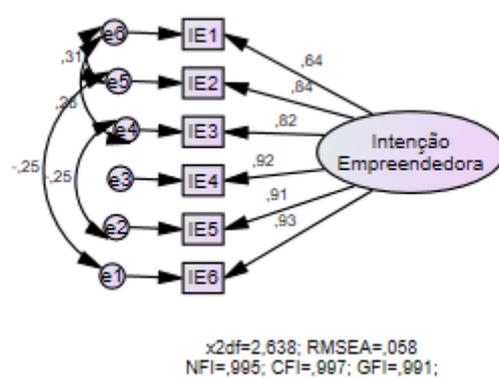
Os resultados da análise confirmatória (Figura 25) não revelam, inicialmente, os índices de ajustamentos adequados ($\chi^2_{gl}=14.86$ e $RMSEA=0.17$), pelo que se teve de proceder a uma nova análise. O novo modelo ajustado (Figura 26) com as correlações entre os resíduos dos itens 1 e 2, 1 e 3, 2 e 6, 3 e 5, já apresentam índices de ajustamento adequados ($\chi^2_{gl}=2.64$, $RMSEA=0.06$, $NFI=0.99$, $CFI=0.99$ e $GFI=0.99$).

Figura 25 - Modelo fatorial confirmatório inicial da escala intenção empreendedora



Fonte: elaboração própria

Figura 26 - Modelo fatorial confirmatório final da escala intenção empreendedora



Fonte: elaboração própria

4.4 Análise da fiabilidade fatorial das escalas de medida

4.4.1 Fiabilidade da norma subjetiva

A fiabilidade fatorial de cada uma das escalas foi analisada em função do índice de consistência interna, *Alfa de Cronbach* (>60) e, também, do índice de fiabilidade compósita.

Quanto à norma subjetiva demonstrada na Tabela 21, a escala apresenta uma adequada fiabilidade, considerando os valores elevados de *alfa de Cronbach* (0.86) e de fiabilidade compósita obtidos (0.92).

Tabela 21 - Índice de *alfa de Cronbach* da norma subjetiva

Norma Subjetiva	Correlação de item total corrigida	<i>Alfa de Cronbach</i> se o item for excluído	<i>Alfa de Cronbach</i>	Fiabilidade Compósita
Os meus familiares mais próximos pensam que devo seguir uma carreira como empreendedor(a)	0.74	0.81		
Meus amigos mais próximos pensam que eu devo seguir uma carreira como um(a) empreendedor(a)	0.74	0.81	0.86	0.92
As pessoas que são importantes para mim pensam que eu deveria seguir uma carreira como empreendedor(a)	0.75	0.80		

Fonte: elaboração própria

4.4.2 Fiabilidade da atitude

Conforme os resultados da Tabela 22, verificamos que a fiabilidade da escala de atitude é adequada, considerando os valores de *alfa de Cronbach* (0.90) e da fiabilidade compósita (0.84).

Tabela 22 - Índice de *alfa de Cronbach* de atitude

	Correlação de item total corrigida	Alfa de Cronbach se o item for excluído	Alfa de Cronbach	Fiabilidade Compósita
Atitude Empreendedora				
Uma carreira como empreendedor(a) é atraente para mim	0.81	0.85	0.90	0.84
Se tivesse oportunidade e recursos, eu gostaria de criar a minha empresa	0.74	0.88		
Ser empreendedor(a) implicaria grandes satisfações para mim]	0.81	0.85		
Entre várias alternativas profissionais, eu preferiria ser um(a) empreendedor(a)	0.74	0.89		

Fonte: elaboração própria

4.4.3 Fiabilidade da criatividade

Em relação à fiabilidade da escala de criatividade (Tabela 23) os resultados obtidos para o *alfa de Cronbach* (0.83) e fiabilidade compósita (0.88) indicam que se apresenta adequada.

Tabela 23 - Índice de *alfa de Cronbach* de criatividade

Criatividade	Correlação de item total corrigida	Alfa de Cronbach se o item for excluído	Alfa de Cronbach	Fiabilidade Compósita
Sou bom(boa) em questionar o modo como normalmente se fazem as coisas	0.62	0.79	0.83	0.88
Sou capaz de ver problemas que outras pessoas não veem	0.63	0.79		
Procuro novas soluções, mesmo quando não são necessárias	0.64	0.79		
Encontro soluções especiais e surpreendentes para os problemas	0.65	0.78		
Tenho muitas ideias	0.57	0.81		

Fonte: elaboração própria

4.4.4 Fiabilidade da utilidade percebida

A escala de utilidade percebida apresenta-se adequada quanto à fiabilidade fatorial (Tabela 24), considerando os valores de *alfa de Cronbach* (0.73); porém, fraca, mas, aceitável em relação à fiabilidade compósita (0.69).

Tabela 24 - Índice de *alfa de Cronbach* de utilidade percebida

Utilidade Percebida	Correlação de item total corrigida	Alfa de Cronbach se o item for excluído	Alfa de Cronbach	Fiabilidade Compósita
O retorno financeiro que eu conseguiria ao tornar-me um(a) empreendedor(a) seria alto	0.57	0.63		
A satisfação pessoal de ser um(a) empreendedor(a) seria muito alta	0.51	0.71	0.73	0.69
A qualidade de vida que eu iria ficar ao tornar-me um(a) empreendedor(a) seria muito elevada	0.59	0.60		

Fonte: elaboração própria

4.4.5 Fiabilidade da autoconfiança

A escala de autoconfiança apresenta uma adequada fiabilidade fatorial (Tabela 25), considerando os valores de *alfa de Cronbach* (0.72) e boa fiabilidade compósita (0.82).

Tabela 25 - Índice de *alfa de Cronbach* de autoconfiança

Autoconfiança	Correlação de item total corrigida	Alfa de Cronbach se o item for excluído	Alfa de Cronbach	Fiabilidade Compósita
O alcance ou não de um objetivo depende principalmente de mim e do meu comportamento	0.58	0.58		
Quando eu faço planos, estou certo(a) de que eles vão se concretizar	0.44	0.75	0.72	0.82
Alcançar o que eu quero é o resultado do meu próprio esforço e compromisso pessoal	0.60	0.55		

Fonte: elaboração própria

4.4.6 Fiabilidade do controle comportamental percebido

No que respeita ao controle comportamental percebido, os resultados obtidos na análise da consistência interna dos seus itens (Tabela 26), que obteve um valor de *alfa de Cronbach* elevado (0.89) e do índice de fiabilidade compósita (0.93) muito bom, o que permitem confirmar a elevada fiabilidade desta escala.

Tabela 26 - Índice de *alfa de Cronbach* do controle comportamental percebido

Controle comportamental Percebido	Correlação de item total corrigida	Alfa de Cronbach se o item for excluído	Alfa de Cronbach	Fiabilidade Compósita
Para iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim	0.62	0.89		
Estou preparado(a) para iniciar uma empresa	0.75	0.87		
Posso controlar o processo de criação de uma nova empresa	0.74	0.87	0.89	0.93
Conheço os detalhes práticos necessários para criar uma empresa	0.72	0.87		
Sei como desenvolver um projeto empreendedor (de uma empresa)	0.75	0.87		
Se eu tentasse iniciar uma empresa, teria uma alta chance de sucesso	0.70	0.88		

Fonte: elaboração própria

4.4.7 Fiabilidade da intenção empreendedora

A fiabilidade da escala de intenção empreendedora é muito boa, conforme os valores da Tabela 27, para *alfa de Cronbach* (0.94) e para o índice de fiabilidade compósita (0.96).

Tabela 27 - Índice de consistência *alfa de Cronbach* da intenção empreendedora

Intenção Empreendedora	Correlação de item total corrigida	Alfa de Cronbach se o item for excluído	Alfa de Cronbach	Fiabilidade Compósita
Estou pronto(a) para fazer qualquer coisa para ser um(a) empreendedor(a)	0.68	0.94		
O meu objetivo profissional é tornar-me um(a) empreendedor(a)	0.83	0.93		
Farei todos os esforços para criar e manter a minha própria empresa	0.80	0.93		
Estou determinado(a) a criar uma empresa no futuro	0.87	0.92	0.94	0.96

Tenho muito seriamente pensado em iniciar uma empresa]	0.85	0.92		
Tenho a intenção firme de um dia criar uma empresa	0.86	0.92		

Fonte: elaboração própria

4.5 Análise da sensibilidade fatorial

No que se refere à sensibilidade das escalas, e conforme os resultados expressos na tabela 28, verificamos que as variáveis apresentam valores relativamente elevados nas diferentes escalas (de 1 a 5; e de 1 a 7 pontos); apresentam, igualmente, uma distribuição assimétrica negativa, o que revela que existe a tendência para valores mais elevados de cada uma das variáveis em estudo. De acordo com o teste de *Kolmogorov-Smirnov*, o qual deu significativo em todas as variáveis, é possível concluir que nenhuma das variáveis estudadas segue uma distribuição normal, facto este já um pouco confirmado com a análise da simetria.

Tabela 28 - Sensibilidade fatorial

Variável	Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo	Coefficiente	Coefficiente	KS (p)
					de Simetria	de Curtose	
Utilidade percebida	3.51	0.73	1.00	5.00	-2.54	0,45	0.11 (0.00)
Criatividade	3.91	0.74	1.00	5.00	-6.54	3.05	0.09 (0.00)
Autoconfiança	4.05	0.77	1.00	5.00	-9.90	5.18	0.16 (0.00)
Norma subjetiva	4.56	1.46	1.00	7.00	-4.18	-1.00	0.13 (0.00)
Atitude empreendedora	5.37	1.41	1.00	7,00	-10.00	3.00	0.15 (0.00)
Intenção empreendedora	4.34	1.63	1.00	7.00	-2.82	-3.59	0.07 (0.00)
Controle comportamental	3.63	1.37	1.00	7.00	-1.00	-3.05	0.06 (0.00)

Fonte: elaboração própria

4.6 Análise da validade convergente e divergente

Relativamente à validade convergente e divergente, notamos da análise da Tabela 29 e de acordo com o valor de VEM, este é superior a 0.50 em todas as escalas, o que sugere que existe validade convergente adequada. Quanto à variável divergente, também foi possível verificar que o valor de VEM em todas as variáveis é superior ao quadrado da sua correlação com as restantes, o que permite, também, confirmar este tipo de validade.

Tabela 29 - Validade convergente e divergente das escalas

	UTB	CRI	AUC	NSB	ATC	IEP	CCP
UTB	0.59 a						
CRI	0.09b	0.59a					
AUC	0.10b	0.06b	0.61a				
NSB	0.12b	0.04b	0.03b	0.79a			
ATC	0.29b	0.07b	0.05b	0.23b	0.82 a		
IEP	0.32b	0.10b	0.09b	0.27b	0.58b	0.82 a	
CCP	0.15b	0.15b	0.07b	0.18b	0.22b	0.40b	0.69a

a – VEM

b – quadrado do produto da correlação entre as escalas

Fonte: elaboração própria

4.7 Análise descritiva das escalas de avaliação de medida

4.7.1 Escala da norma subjetiva

No que respeita às questões sobre a norma subjetiva, os resultados da Tabela 30 apontam para uma opinião intermédia (valor 4 de 1 a 7) nas várias questões. A questão “As pessoas que são mais importantes pensam que eu deveria seguir uma carreira como empreendedor” é a que se destaca mais (M=4.67, Md=5.00, Dp=1.69).

Tabela 30 - Tendências quanto à escala norma subjetiva

Norma Subjetiva	1	2	3	4	5	6	7	M	Md	Dp
	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)			
Os meus familiares mais próximos pensam que devo seguir uma carreira como empreendedor(a)	33 (6.75%)	41 (8.38%)	27 (5.52%)	149 (30.47%)	87 (17.79%)	101 (20.65%)	51 (10.43%)	4.48	4.00	1.65
Meus amigos mais próximos pensam que eu devo seguir uma carreira como um(a) empreendedor(a)	27 (5.52%)	39 (7.98%)	28 (5.73%)	156 (31.90%)	88 (17.99%)	98 (20.05%)	53 (10.84%)	4.52	4.00	1.80
As pessoas que são importantes para mim pensam que eu deveria seguir uma carreira como empreendedor(a)	27 (5.52%)	43 (8.79%)	27 (5.52%)	125 (25.56%)	80 (16.35%)	117 (23.93%)	70 (14.31%)	4.67	5.00	1.69

Fonte: elaboração própria

4.7.2 Escala da atitude

Quanto às questões relacionadas com a atitude empreendedora, os resultados obtidos, conforme a Tabela 31, revelam que a maioria dos participantes aponta para uma maior concordância com as várias questões. O aspecto em maior destaque é o fato de que, se os participantes tivessem oportunidades e recursos gostariam de criar a sua própria empresa (M=5.95, Md=6.00, Dp=1.49).

Tabela 31 - Tendências quanto à escala atitude

	1	2	3	4	5	6	7			
	N	N	N	N	N	N	N			
Atitude empreendedora	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	M	Md	Dp
Ser um(a) empreendedor(a) implica mais vantagens do que desvantagens para mim	10 (2.04%)	19 (3.89%)	35 (7.16%)	61 (12.47%)	94 (19.22%)	177 (36.20%)	93 (19.02%)	5.28	6.00	1.46
Uma carreira como empreendedor(a) é atraente para mim	13 (2.66%)	25 (5.11%)	30 (6.13%)	38 (7.77%)	91 (18.61%)	177 (36.19%)	115 (23.52%)	5.37	6.00	1.54
Se tivesse oportunidade e recursos, eu gostaria de criar a minha empresa	10 (2.04%)	22 (4.50%)	12 (2.45%)	26 (5.32%)	42 (8.59%)	135 (27.61%)	242 (49.49%)	5.95	6.00	1.49
Ser empreendedor(a) implicaria grandes satisfações para mim	11 (2.25%)	28 (5.73%)	20 (4.09%)	45 (9.20%)	87 (17.79%)	155 (31.69%)	143 (29.24%)	5.47	6.00	1.55
Entre várias alternativas profissionais, eu preferiria ser um(a) empreendedor(a)	33 (6.75%)	49 (10.02%)	43 (8.79%)	63 (12.89%)	100 (20.45%)	109 (22.29%)	92 (18.81%)	4.72	5.00	1.83

Fonte: elaboração própria

4.7.3 Escala da criatividade

A análise dos itens associados à criatividade, representados na Tabela 32, permitiu constatar que, na maioria das questões, os participantes têm um alto nível de concordância. O aspecto que consideram mais relevante é o fato de os participantes considerarem ter muitas ideias (M=4.02, Md=4.00, Dp=1.02).

Tabela 32 - Tendências quanto à escala criatividade

	1	2	3	4	5			
	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)			
Criatividade						M	Md	Dp
Sou bom(boa) em questionar o modo como normalmente se fazem as coisas	9 (1.84%)	34 (6.95%)	70 (14.31%)	215 (43.96%)	161 (32.92%)	3.99	4.00	0.96
Sou capaz de ver problemas que outras pessoas não veem	7 (1.43%)	28 (5.73%)	72 (14.73%)	241 (49.28%)	141 (28.83%)	3.98	4.00	0.89
Procuro novas soluções, mesmo quando não são necessárias	8 (1.64%)	45 (9.20%)	76 (15.54%)	211 (43.14%)	149 (30.47%)	3.92	4.00	0.99

Encontro soluções especiais e surpreendentes para os problemas	9 (1.84%)	60 (12.26%)	130 (26.58%)	197 (40.29%)	93 (19.02%)	3.62	4.00	0.97
Tenho muitas ideias	10 (2.04%)	36 (7.36%)	81 (16.56%)	171 (34.96%)	191 (39.06%)	4.02	4.00	1.02

Fonte: elaboração própria

4.7.4 Escala da utilidade percebida

Quanto à utilidade percebida, os resultados na Tabela 33 apontam para um nível intermédio de concordância na maioria dos aspectos. A questão mais valorizada é o fato de ser empreendedor implicar um grau muito elevado de autonomia (independência) (M=4.03, Md=4.00, Dp=0.94).

Tabela 33 - Tendências quanto à escala utilidade percebida

Utilidade Percebida	1	2	3	4	5	M	Md	Dp
	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)			
Ser empreendedor(a) implicaria um grau muito elevado de autonomia (independência)	7 (1.43%)	34 (6.95%)	65 (13.29%)	213 (43.56%)	170 (34.76%)	4.03	4.00	0.94
O nível de estresse envolvido em ser um(a) empreendedor(a) não seria muito grande para mim	88 (17.99%)	144 (29.45%)	125 (25.56%)	98 (20.04%)	34 (6.95%)	2.69	3.00	1.18
O retorno financeiro que eu conseguiria ao tornar-me um(a) empreendedor(a) seria alto	17 (3.48%)	58 (11.86%)	196 (40.08%)	163 (33.33%)	55 (11.25%)	3.37	3.00	0.95
A satisfação pessoal de ser um(a) empreendedor(a) seria muito alta	16 (3.27%)	48 (9.82%)	110 (22.50%)	155 (31.69%)	160 (32.72%)	3.81	4.00	1.09
A qualidade de vida que eu iria ficar ao tornar-me um(a) empreendedor(a) seria muito elevada	22 (4.50%)	70 (14.31%)	165 (33.74%)	167 (34.15%)	65 (13.29%)	3.37	3.00	1.03

Fonte: elaboração própria

4.7.5 Escala da autoconfiança

Relativamente às questões sobre a autoconfiança na Tabela 34, os resultados obtidos apontam para valores mais elevados em todas as questões, sendo mais relevante o fato dos participantes considerarem, que alcançar determinado objetivo é resultado dos seus próprios esforços e compromissos pessoais (M=4.31, Md=5.00, Dp=0.96).

Tabela 34 - Tendências quanto à escala autoconfiança

Autoconfiança	1	2	3	4	5	M	Md	Dp
	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)			
As outras pessoas normalmente agem de acordo com os meus desejos e isso depende principalmente de mim	57 (11.65%)	80 (16.36%)	147 (30.06%)	163 (33.33%)	42 (8.59%)	3.11	3.00	1.14
O alcance ou não de um objetivo depende principalmente de mim e do meu comportamento	7 (1.43%)	27 (5.52%)	51 (10.43%)	156 (31.90%)	248 (50.72%)	4.25	5.00	0.95
Quando eu faço planos, estou certo(a) de que eles vão se concretizar	11 (2.25%)	64 (13.08%)	127 (25.97%)	191 (39.06%)	96 (19.63%)	3.61	4.00	1.02
Posso determinar a maior parte do que vai acontecer na minha vida	53 (10.84%)	111 (22.69%)	109 (22.29%)	145 (29.65%)	71 (14.51%)	3.14	3.00	1.23
Alcançar o que eu quero é o resultado do meu próprio esforço e compromisso pessoal	10 (2.04%)	25 (5.11%)	39 (7.97%)	146 (29.86%)	269 (55.01%)	4.31	5.00	0.96

Fonte: elaboração própria

4.7.6 Escala da controle comportamental percebido

Ao verificarmos as questões de controle comportamental percebido, na Tabela 35, os indivíduos tendem a discordar mais com as várias questões relacionadas com a sua capacidade para criar e manter uma empresa a funcionar. Destaca-se, entre as questões, o fato de os indivíduos referirem que concordam mais ou menos com a ideia, caso tentassem iniciar uma empresa, teriam uma alta chance de sucesso ($M=4.25$, $Md=4.00$, $Dp=1.59$).

Tabela 35 - Tendências quanto à escala controle comportamental percebido

Comportamento Percebido	1	2	3	4	5	6	7	M	Md	Dp
	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)			
Para iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim	60 (12.26%)	108 (22.09%)	100 (20.45%)	79 (16.15%)	99 (20.25%)	29 (5.93%)	14 (2.86%)	3.39	3.00	1.59
Estou preparado(a) para iniciar uma empresa	80 (16.36%)	113 (23.11%)	105 (21.47%)	60 (12.27%)	81 (16.56%)	36 (7.36%)	14 (2.86%)	3.23	3.00	1.66
Posso controlar o processo de criação de uma nova empresa	45 (9.20%)	91 (18.61%)	70 (14.31%)	97 (19.83%)	92 (18.81%)	68 (13.91%)	26 (5.32%)	3.83	4.00	1.71
Conheço os detalhes práticos necessários para criar uma empresa	86 (17.58%)	95 (19.43%)	78 (15.95%)	42 (8.59%)	90 (18.41%)	77 (15.75%)	21 (4.29%)	3.55	3.00	1.88
Sei como desenvolver um projeto empreendedor (de uma empresa)	76 (15.54%)	108 (22.09%)	67 (13.70%)	66 (13.49%)	90 (18.40%)	63 (12.89%)	19 (3.89%)	3.51	3.00	1.80

Se eu tentasse iniciar uma empresa, teria uma alta chance de sucesso	31 (6.34%)	50 (10.22%)	47 (9.61%)	148 (30.26%)	106 (21.68%)	67 (13.70%)	40 (8.18%)	4.25	4.00	1.59
--	---------------	----------------	---------------	-------------------------------	-----------------	----------------	---------------	-------------	-------------	-------------

Fonte: elaboração própria

4.7.7 Escala da intenção empreendedora

Quanto aos aspectos referentes à intenção empreendedora, os resultados demonstrados na Tabela 36 permitem constatar que a maioria dos participantes tendem a concordar mais com as várias questões. Destaca-se, mais, o facto de os participantes referirem que estão determinados a criar uma empresa no futuro (M=4.71, Md=4.32, Dp=1.84).

Tabela 36 - Tendências quanto à escala intenção empreendedora

Intenção empreendedora	1	2	3	4	5	6	7	M	Md	Dp
	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)			
Estou pronto(a) para fazer qualquer coisa para ser um(a) empreendedor(a)	59 (12.06%)	77 (15.75%)	82 (16.77%)	90 (18.40%)	89 (18.20%)	70 (14.32%)	22 (4.49%)	3.76	4.00	1.73
O meu objetivo profissional é tornar-me um(a) empreendedor(a)	56 (11.45%)	78 (15.95%)	56 (11.45%)	87 (17.79%)	93 (19.02%)	62 (12.67%)	57 (11.66%)	4.02	4.00	1.88
Farei todos os esforços para criar e manter a minha própria empresa	31 (6.34%)	59 (12.07%)	35 (7.16%)	93 (19.02%)	86 (17.58%)	94 (19.22%)	91 (18.61%)	4.62	5.00	1.84
Estou determinado(a) a criar uma empresa no futuro	32 (6.54%)	50 (10.22%)	39 (7.97%)	82 (16.77%)	93 (19.02%)	91 (18.61%)	102 (20.86%)	4.71	4.32	1.84
Tenho muito seriamente pensado em iniciar uma empresa	49 (10.02%)	73 (14.93%)	42 (8.59%)	74 (15.13%)	87 (17.79%)	86 (17.59%)	78 (15.95%)	4.32	5.00	1.95
Tenho a intenção firme de um dia criar uma empresa	39 (7.97%)	55 (11.25%)	37 (7.57%)	80 (16.36%)	81 (16.56%)	87 (17.79%)	110 (22.49%)	4.66	5.00	1.93

Fonte: elaboração própria

4.8 Análise descritiva por variáveis sociodemográficas

4.8.1 Diferenças por género

De acordo com os resultados obtidos pelo teste *t* (Tabela 37), é possível observar que existem diferenças significativas entre os géneros, apenas no que respeita à:

- norma subjetiva ($t = -2.28, p < 0.05$), é superior no grupo dos homens (M=4.74, Dp=1.38), de acordo com o teste *post hoc* de LSD, comparativamente às mulheres (M=4.43, Dp=1.50);

- intenção empreendedora ($t = -2.52$, $p < 0.05$), que é superior nos homens ($M=4.57$, $Dp=1.64$), comparativamente às mulheres ($M=4.19$, $Dp=1.61$).

Tabela 37 - Resultados das escalas em função do gênero

Escalas	Feminino (n=287)		Masculino (n=202)		t(p)
	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	
Utilidade percebida	3.49	0.73	3.52	0.72	-0.37 (0.71)
Criatividade	3.92	0.77	3.89	0.71	0.41 (0.69)
Autoconfiança	4.04	0.84	4.08	0.70	-0.59 (0.56)
Norma subjetiva	4.43	1.51	4.74	1.38	-2.28 (0.02)
Atitude empreendedora	5.32	1.42	5.46	1.39	-1.13 (0.26)
Intenção empreendedora	4.19	1.61	4.57	1.64	-2.52 (0.01)
Controle comportamental	3.59	1.39	3.68	1.36	-0.76 (0.45)

Fonte: elaboração própria

4.8.2 Diferenças por idade

No que respeita à relação com a idade (Tabela 38), a mesma apresenta-se, estatisticamente, significativa, apenas para:

- a criatividade ($x^2_{kw}=19.62$, $p=0,00$) que é superior nos participantes com idades entre os 45 e 49 anos ($M=4.34$, $Dp=0.50$), relativamente, em relação aos participantes mais novos (até 19 anos) ($p=0.00$). Por outro lado, esta mesma faixa etária (até 19 anos) apresenta resultados significativamente superiores aos restantes grupos, menos o grupo dos que têm entre 30 e 34 anos ($p=0.07$) e entre os 40 e os 44 anos ($p=0.20$);
- a norma subjetiva ($x^2_{kw}=17.74$, $p=0,01$) que é superior nos mais velhos (50-54 anos) ($M=5.72$, $Dp=0.99$) comparativamente, conforme o teste *post hoc* de LSD e em relação aos mais novos (até 19 anos) ($p=0.03$), 20-24 anos ($p=0.02$) e 45-49 anos ($p=0.04$);
- o controle comportamental percebido ($x^2_{kw}=18.82$, $p=0,00$) que é superior no grupo dos participantes mais velhos (50-54 anos) ($M=4.13$, $Dp=1.43$), relativamente aos participantes mais novos (até-19 anos) ($p=0.00$), 20-24 anos ($p=0.02$) e 25-29 anos ($p=0.02$).

Tabela 38 - Resultados das escalas em função da idade

Escalas	até -19																X ² kw (p)
	anos		20-24 anos		25-29 anos		30-34 anos		35-39 anos		40-44 anos		45-49 anos		50-54 anos		
	(n=106)		(n=219)		(n=72)		(n=38)		(n=17)		(n=18)		(n=11)		(n=6)		
	M	DP															
UTB	3.44	0.68	3.46	0.70	3.62	0.81	3.61	0.80	3.47	0.66	3.62	0.82	3.42	0.53	3.83	0.54	7.43(0.39)
CRI	3.68	0.69	3.90	0.75	4.00	0.71	3.87	0.83	4.20	0.62	3.92	0.77	4.34	0.50	4.16	0.75	19.62(0.00)
ATC	4.03	0.73	4.07	0.73	4.05	0.90	4.05	0.77	4.07	0.89	3.75	0.99	4.24	0.85	4.22	0.54	3.80(0.80)
NSB	4.41	1.40	4.41	1.45	4.93	1.57	4.58	1.35	5.09	1.35	4.79	1.39	4.24	1.43	5.72	0.99	17.74(0.01)
ATC	5.25	1.33	5.40	1.44	5.45	1.44	5.38	1.47	5.17	1.61	5.20	1.38	5.36	1.00	6.25	0.61	6.14 (0.52)
IEP	4.02	1.48	4.31	1.61	4.43	1.87	4.68	1.47	4.35	2.01	4.64	1.80	4.89	0.98	5.63	0.71	13.17(0.07)
CCP	3.31	1.20	3.60	1.30	3.61	1.55	3.82	1.34	4.05	1.59	4.02	1.70	4.39	1.10	5.13	1.43	18.82(0.00)

Fonte: elaboração própria

4.8.3 Diferenças por modalidades de estudo

Relativamente à associação com as modalidades de estudo (Tabela 39) verificamos nas seguintes variáveis:

- existem diferenças significativas entre modalidades de estudo na utilidade percebida ($x^2_{kw}=11.84$, $p=0,00$), sendo que o grupo com bacharelado ($M=3.57$, $Dp=0.68$) apresenta resultados superiores, relativamente, de acordo com o teste *post hoc* de LSD, com o grupo dos com licenciatura ($p=0.02$) e dos com licenciatura e bacharelado ($p=0.00$);
- os resultados relativos à atitude empreendedora ($x^2_{kw}=17.11$, $p=0,00$) são superiores nos alunos com bacharelado ($M=5.52$, $Dp=1.32$), comparativamente aos alunos com licenciatura ($p=0.00$) e bacharelado e licenciatura ($p=0.00$);
- a intenção empreendedora ($x^2_{kw}=24.05$, $p=0,00$) varia significativamente, sendo superior no grupo de alunos com curso tecnológico ($M=4.63$, $Dp=1.52$), relativamente aos alunos com licenciatura ($p=0.00$) e aos com licenciatura e também bacharelado ($p=0.00$);
- o controle comportamental percebido ($x^2_{kw}=20.48$, $p=0,00$) varia de modo significativo de acordo com as modalidades de estudo dos participantes ($p=0.00$), sendo significativamente superiores no grupo com curso tecnológico ($M=3.83$, $Dp=1.31$), comparativamente aos que têm licenciatura ($p=0.00$) e licenciatura e bacharelado ($p=0.00$).

Tabela 39 - Resultados das escalas em função das modalidades de estudo

Escalas	Licenciatura e Bacharelado								<i>X²_{kw}</i> (<i>p</i>)
	Bacharelado (n=273)		Licenciatura (n=83)		(n=28)		Tecnólogo (n=105)		
	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	
UTB	3.57	0.68	3.35	0.71	3.13	0.89	3.56	0.75	11.84 (0.00)
CRI	3.95	0.72	3.80	0.72	3.82	0.85	3.88	0.77	3.95 (0.27)
AUC	4.08	0.76	4.01	0.80	3.82	1.08	4.06	0.71	1.62 (0.65)
NSB	4.64	1.37	4.29	1.50	4.05	1.52	4.66	1.59	6.89 (0.08)
ATC	5.52	1.32	5.03	1.55	4.51	1.65	5.48	1.30	17.11 (0.00)
IEP	4.48	1.61	3.92	1.57	3.13	1.66	4.63	1.52	24.05 (0.00)
CCP	3.73	1.37	3.19	1.24	2.96	1.52	3.86	1.31	20.48 (0.00)

Fonte: elaboração própria

4.9 Análise e estatística inferencial: teste de hipóteses

Ao testar as hipóteses propostas, recorremos a uma análise de equações estruturais com variáveis latentes, ajustando o melhor modelo possível que explique as relações entre as diferentes variáveis. Porém, inicialmente e antes do teste, procedemos a análise das correlações entre as variáveis, com o intuito de verificar qual o nível de significância e a força das correlações existentes. Assim, dos resultados apresentados na Tabela 40, é possível verificar que as correlações variam entre o nível mais fraco (0.16) correspondente à relação entre a norma subjetiva e a autoconfiança, e o mais elevado (0.76), referente à relação existente entre o controle comportamental percebido e a intenção empreendedora.

Tabela 40 - Matriz de correlações de *Pearson* entre as variáveis em estudo

Variável	1	2	3	4	5	6	7
1. Utilidade percebida	1						
2. Criatividade	0.30**	1					
3. Autoconfiança	0.31**	0.24**	1				
4. Norma subjetiva	0.35**	0.21**	0.16**	1			
5. Atitude empreendedora	0.54**	0.26**	0.22**	0.48**	1		
6. Intenção empreendedora	0.57**	0.31**	0.30**	0.52**	0.76**	1	
7. Controle comportamental	0.39**	0.38**	0.27**	0.43**	0.47**	0.63**	1

**p<0.01

Fonte: elaboração própria

Posteriormente, para testar as hipóteses, estudamos as relações existentes de acordo com o modelo, por nós ajustado, de equações estruturais com variáveis latentes (Apêndice III).

Em conformidade com os índices de ajustamento obtidos ($\chi^2/g.l=3.23$; RMSEA=0.07; NFI=0.87; CFI=0.91; GFI=0.85) podemos verificar que o seu ajustamento é adequado, sendo como tal, válida a amostra em estudo.

Tendo em conta os resultados do modelo de estudo, podemos constatar, da Tabela 41 que:

- a autoconfiança influencia a atitude empreendedora, contribuindo, porém, para uma diminuição significativa da mesma em 0.32 pontos ($b=-0.32$, $p=0.00$). De acordo com esta relação, também podemos afirmar que a uma baixa autoconfiança está associada a uma alta atitude empreendedora;
- a criatividade não parece influenciar de modo significativo a atitude empreendedora, dado a ausência de relação significativa entre as duas variáveis ($b=0.00$, $p=0.99$);
- a atitude empreendedora tende a aumentar em 2.20 pontos devido ao aumento da utilidade percebida ($b=2.20$, $p<0.001$);
- é previsível que a intenção empreendedora aumente 0.72 pontos por aumento da atitude empreendedora ($b=0.72$, $p<0.001$);
- o maior controle comportamental contribui para uma melhoria significativa de 0.46 pontos na intenção empreendedora ($b=0.46$, $p<0.001$);
- a norma subjetiva está relacionada positivamente com a intenção empreendedora, contribuindo para o seu aumento em 0.13 pontos ($b=0.13$, $p=0.00$);
- a atitude empreendedora é explicada em 67% ($r^2=0.67$) pela utilidade percebida;
- a maior atitude empreendedora, o maior controle comportamental e a maior norma subjetiva contribuem em 76% ($r^2=0.76$) para a variação da intenção empreendedora.

Tabela 41 - Resultados do modelo de equações estruturais com variáveis latentes

<i>Variável independente</i>	<i>Variável dependente</i>	<i>Beta não estandarizado</i>	<i>Beta estandarizado</i>	<i>T</i>	<i>p</i>	<i>r²</i>	<i>Resultado da hipótese</i>
Atitude empreendedora		0.72	0.61	14.82	<0.001		H1 confirmada
Norma subjetiva	Intenção empreendedora	0.13	0.10	2.80	0.00	0.76	H2 confirmada
Controle comportamental		0.46	0.32	8.39	<0.001		H3 confirmada
Criatividade		0.00	0.00	0.01	0.99		H4 rejeitada
Utilidade percebida	Atitude empreendedora	2.20	0.86	10.18	<0.001	0.67	H5 confirmada
Autoconfiança		-0.32	-0.15	-2.98	0.00		H6 rejeitada

Fonte: elaboração própria

4.10 Discussão dos resultados

Em consideração aos resultados obtidos, realizamos, agora, uma discussão das principais conclusões do estudo teórico, em conformidade com a revisão da literatura abordada.

Reiteramos que esta investigação tem como objetivo geral analisar se existe alguma relação direta entre possíveis antecedentes da intenção empreendedora em alunos do ensino superior.

Para este efeito, foi utilizada uma amostra válida com 489 respostas, envolvendo alunos de diferentes faixas etárias, do sexo feminino e do masculino.

Todas as escalas (IEP, NSB, ATC, CCP, ATC, CRI e UTB) utilizadas no modelo proposto, para este estudo empírico, foram submetidas a análises da sua qualidade psicométrica, cujo objetivo foi testar se seria possível e viável, ou não, aquelas serem objeto de utilização.

Em uma fase inicial, foram elaboradas um conjunto de análises fatoriais exploratórias e confirmatórias.

Na análise fatorial exploratória, houve a eliminação dos itens prejudiciais das variáveis, nomeadamente: na variável atitude, cujo item 5 apresentou comunalidade insuficiente (0.39, ou seja, <0.5); na utilidade percebida (0.30 e 0.19) e a autoconfiança (0.41 e 0.24), ambos em seus itens 4 e 5, respectivamente, também considerados insuficientes os índices (<0.5). Após esta depuração estatística, foi possível verificar que todas as variáveis do estudo se apresentam em uma estrutura unidimensional formada por um único fator explicativo (NSB=78.68%; ATC=76.90%; CRI=59.20%; UTB=65.47%; ATC=64.34%; CCP=65.13%; IEP=76.68%) da respetiva variância total.

Quanto à análise fatorial confirmatória verificamos que as variáveis norma subjetiva, utilidade percebida, escala autoconfiança apresentam um ajustamento fatorial perfeito (NFI=1.00; CFI=1.00 e GFI=1.00); já as restantes variáveis (ATC, CRI, CCP e IEP), apesar de não mostrarem um ajustamento perfeito, apresentam também resultados interessantes e minimamente aceitáveis, muito embora tiveram que se submeterem ao ajustamento para o modelo.

Em outro momento da análise de qualidade psicométrica, no que respeita à sensibilidade fatorial, esta foi analisada em função das medidas de tendência central, dispersão e distribuição, assim como, dos resultados da normalidade. Constatou-se que as variáveis

apresentaram valores relativamente elevados nas diferentes escalas (de 1 a 5; e de 1 a 7 pontos). Aliás, através de uma distribuição assimétrica negativa (UTB= -2.54; CRI= -6.54; AUC= 9.90; NSB= -4.18; ATC= -10.00; IEP= -2.82; CCP= -1.00), isto confirma a existência de uma tendência para valores mais elevados de cada uma das variáveis. Por outro lado, de acordo com o teste de *Kolmogorov-Smirnov*, o qual se apresentou significativo em todas as variáveis (kS (p): UTB= 0.11 (0.00); CRI= 0.09 (0.00); AUC= 0.16 (0.00); NSB= 0.13 (0.00); ATC= 0.15 (0.00); IEP= 0.07 (0.00); CCP= 0.06 (0.00)), foi possível concluir que todas estas variáveis seguem uma distribuição não normal, situação confirmada pela análise da simetria.

Relativamente à fiabilidade fatorial, tendo uma atenção ao valor do *alfa de Cronbach*, foi possível verificar que a fiabilidade compósita se revelou entre boa e muito boa, na maioria das escalas. De acordo com os resultados do estudo, estabeleceram-se entre 0.8 e 0.9, que é considerada boa (AUC=0.82; ATC=0.84; CRI=0.88); e superior a 0.9, considerada muito boa (NSB=0.92; CCP=0.93; IEP=0.96); no entanto, com valor entre 0.6 e 0.7 fraca, mas aceitável, ocorreu em apenas uma escala (UTB=0.69). Ao comparar com alguns dos itens de escala coincidentes, no estudo de Liñán e Chen (2009), verificaram-se os valores de fiabilidade entre 0.77 a 0.94; e no estudo de Miranda et al. (2017) os valores variaram entre 0.85 a 0.94; revelando, assim, em sua maioria, e comparativamente aos outros estudos referenciados, como um resultado muito bom de fiabilidade das escalas.

Após a análises da qualidade psicométrica, e ao realizar os ajustes necessários evidenciados e discutidos acima, obtiveram-se valores e condições adequados para prosseguir para a verificação das hipóteses.

Os resultados permitiram constatar a validação da maioria das hipóteses levantadas, aliçerçadas por pressupostos inerentes à revisão da literatura do estudo. Para testar as hipóteses utilizamos uma metodologia e um modelo de equações estruturais explicativo das relações existentes entre as variáveis. Seguem as constatações:

- na hipótese 1 “a atitude influencia direta e positivamente a intenção empreendedora”. A atitude, que é a disposição do aluno para responder favoravelmente a um evento, considerando que o evento possa ser a sua opção de carreira para empreender (Liñán & Chen, 2009), o aspecto em maior ênfase é a possibilidade de que, se os participantes da pesquisa tivessem oportunidades e recursos, eles gostariam de criar a própria empresa. A opinião positiva é condizente com a maioria, pois os alunos concordaram

com as várias questões dentro da escala de avaliação. Nesse aspecto, a hipótese 1 foi confirmada (conforme evidência na Tabela 41) e garantiu que a atitude influencia direta e positivamente a intenção empreendedora. Assim como, confirmada também nos outros estudos de Liñán e Chen (2009), Solesvik et al. (2012), Tsordia e Papadimitriou (2015) e Jorge (2016);

- na hipótese 2 “a norma subjetiva influencia direta e positivamente a intenção empreendedora”. A norma subjetiva, compreendida como o ponto de vista do aluno em relação à opinião de terceiros sobre as próprias ações desses alunos (Tsordia & Papadimitriou, 2015), destaca-se o fato de que, para os estudantes, as pessoas que são mais importantes em suas vidas, pensam, que eles, os alunos, deveriam seguir uma carreira como empreendedor. No entanto, a maioria dos respondentes teve uma posição de ignorar a opinião de terceiros, mesmo sendo estes algum familiar, amigo ou uma pessoa próxima. Embora isto, uma pequena parcela aceita tal influência. Sendo assim, a hipótese 2 foi confirmada (conforme evidência na Tabela 41), em que a norma subjetiva está relacionada de forma direta e positiva com a intenção empreendedora, contribuindo, assim, com a sua influência direta em relação a intenção de empreender dos alunos. Esta situação havia sido confirmada também nos trabalhos de Ferreira et al. (2012) e de Tsordia e Papadimitriou (2015). Contudo, foi negada nos estudos de Liñán e Chen (2009); Solesvik et al. (2012);
- na hipótese 3 “o controle comportamental percebido influencia direta e positivamente a intenção empreendedora”. Quanto ao controle comportamental percebido, há percepção de algumas tendências para a insegurança dos alunos em relação ao ato de empreender. Nesse caso, apresentaram um alto nível de discordância com as questões. Ao utilizar-se como elemento preditivo, a intenção foi medir a percepção do indivíduo sobre a dificuldade ou a facilidade em realizar o comportamento de seu interesse (Liñán & Chen, 2009). Para a maioria dos estudantes, a questão que mais se destacou, revelou que eles não estão seguros quanto a uma alta chance de sucesso, caso se propusessem a iniciar uma empresa. Desta forma, a hipótese 3 foi confirmada (conforme evidência na Tabela 41), o que implica que o controle comportamental percebido exerce significativa influência, direta e positivamente na intenção empreendedora dos estudantes. Tal havia sido, igualmente, confirmado em outros estudos prévios (Liñán & Chen, 2009; Solesvik et al., 2012; Tsordia & Papadimitriou, 2015; Jorge, 2016);

- na hipótese 4 “a criatividade influencia direta e positivamente a atitude em relação ao comportamento”. A criatividade é o reconhecimento dos estudantes em criar algo novo ou implementar novas ideias (Miranda et al. 2017). Na atual pesquisa foi constatado que, para os estudantes da amostra, o fato de a maioria considerar ter muitas ideias, isto revela que estão propensos a contribuir com a criatividade. Apesar disso, a hipótese 4 (conforme evidência na Tabela 41) foi rejeitada, ou seja, a criatividade não influencia direta e positivamente a atitude em relação ao comportamento empresarial. No entanto, em outras pesquisas influenciou diretamente a variável intenção empreendedora (Zampetakis & Moustakis, 2006; Zampetakis et al., 2009). Quanto a sua influência direta na variável atitude, isto foi possível, embora em menor intensidade, no estudo de Miranda et al. (2017);
- na hipótese 5 “a utilidade percebida influencia direta e positivamente a atitude em relação ao comportamento”. A utilidade percebida procura medir a reflexão das percepções antecipadas dos estudantes sobre os elementos que, eventualmente, possam influenciar nas suas escolhas em seguir uma carreira empresarial (Douglas & Shepherd, 2000; Gatewood et al., 2002). Os resultados demonstraram um nível mais propenso em relação à posição intermediária dos respondentes. Apresentaram, como destaque, o fato de que, para os participantes, ser empreendedor implica um grau muito elevado de autonomia, e desta forma, a hipótese 5 foi confirmada (conforme evidência na Tabela 41). A confirmação da influência direta e positiva desta variável na atitude, por conseguinte, na intenção empreendedora, também foi percebida favoravelmente em relação aos estudos prévios de Douglas e Shepherd (2000) e Miranda et al. (2017);
- na hipótese 6 “a autoconfiança influencia direta e positivamente a atitude em relação ao comportamento”. A avaliação relacionada com a autoconfiança foi fundamentada no modelo de Miranda et al. (2017). Para estes autores, esta variável caracteriza-se por tornar mais fácil convencer os outros a desenvolver a motivação individual para que as pessoas continuem se esforçando, até atingir os objetivos preestabelecidos. Pela escala de avaliação, foi apresentado como destaque, o fato de os participantes considerarem, que alcançar um determinado objetivo é resultado do seu próprio esforço e compromisso pessoal. Do ponto de vista dos respondentes, há tendência de apresentarem concordância com as questões. Quanto à hipótese 6, previa-se que autoconfiança influenciasse direta e positivamente a atitude em relação ao comportamento, pois, havia sido apresentada como um dos principais antecedentes da

atitude empresarial dos estudos de Burns (2011) e Testas e Martins (2015). Ainda que, no presente estudo, tenha sido rejeitada a hipótese inicial formulada, ela tem significância se formulada em sentido inverso, ou seja, a autoconfiança influencia diretamente a atitude de modo negativo. Por outras palavras, maior a autoconfiança, menor é a atitude, menor a autoconfiança, maior é a atitude.

Para esta investigação foi possível cruzar alguns dados relativos às variáveis sociodemográficas, constituindo singulares estes resultados, pois, não foram encontrados em estudos afins.

Em termo das variáveis sociodemográficas, quanto ao gênero e dentro da norma subjetiva, os homens são mais influenciados que as mulheres, por opinião de terceiros próximos de seu convívio social. Assim como, na intenção empreendedora, os homens têm mais tendência a criarem novos negócios que as mulheres.

No que diz respeito à idade, são mais propensos à criatividade os alunos na faixa de 45-49 anos, contudo, os mais jovens, até 19 anos, também são mais inclinados à criatividade que as demais faixas. Ainda no quesito idade, quanto à norma subjetiva, na faixa de 50-54 anos, apresentaram-se mais propensos em aceitar a opinião de terceiros, do que as outras faixas mais jovens; e nesta mesma faixa de idade foram encontrados os estudantes com maior segurança e menor dificuldade em realizar o comportamento de seu interesse, ou seja, tendentes, assim, ao maior controle comportamental.

Quanto às modalidades de estudo, o grupo do bacharelado é mais inclinado na reflexão sobre as percepções antecipadas dos elementos que possam influenciar as suas escolhas em seguir uma carreira empresarial. Em outras palavras, nas condições relacionadas com a utilidade percebida. Este mesmo grupo é mais disposto para a atitude, ou seja, são mais motivados para responderem favoravelmente a uma situação relacionada com a carreira empreendedora. Já o grupo dos tecnólogos destaca-se na intenção empreendedora, pois, almejam mais em desenvolver as suas empresas; e também, no controle comportamental percebido. A seguir, o Quadro 15 apresenta um resumo com estes resultados.

Quadro 15 - Resumo análise de resultados por variáveis sociodemográficas

Variável sociodemográfica	Variável com maior influência	Grupo com maior influência
Gênero	Norma subjetiva e intenção empreendedora	Homens
Idade	Criatividade	Faixa etária 45 – 49 e até 19
	Norma subjetiva e controle comportamental	Faixa etária 50-54
Modalidades de estudo	Utilidade percebida e Atitude	Bacharelado
	Intenção empreendedora e controle comportamental	Tecnólogo

Fonte: elaboração própria

4.11 Resumo do capítulo

Este capítulo teve como objetivo apresentar e discutir os resultados obtidos do estudo empírico efetuado, de acordo com um modelo original proposto. Foram apresentadas e avaliada a qualidade psicométrica das escalas suscetíveis de medir e analisar os constructos do estudo. Uma vez que as escalas utilizadas já haviam sido utilizadas internacionalmente, este trabalho propôs a sua validação a nível nacional, analisando a sua prévia validade e fiabilidade.

Foi realizada uma análise fatorial confirmatória com o intuito de averiguar a possibilidade de validar a estrutura, objeto de análise, em contexto nacional. Após os ajustamentos necessários, com recurso à análise de correlações residuais (entre os resíduos de cada item) verificou-se a confirmação das estruturas sugeridas. Este trabalho apresentou seis hipóteses operacionais, as quais, com recurso a um modelo de equações estruturais com variáveis latentes foram objeto de teste, sendo a maioria das hipóteses confirmadas, tal como é evidenciado na Tabela 42 seguinte:

Tabela 42 - Resumo final dos resultados obtidos

<i>Hipótese</i>	<i>Relação</i>		<i>B</i>	<i>t</i>	<i>r²</i>	<i>Sentido</i>		<i>Resultado</i>
	<i>Estrutural</i>					<i>inicial</i>	<i>e final</i>	
H1	ATC → IEP		0.72	14.82		+	+	Confirmada
H2	NSB → IEP		0.13	2.80	0.76	+	+	Confirmada
H3	CCP → IEP		0.46	8.39		+	+	Confirmada
H4	CRI → ATC		0.00	0.01		+	+	Rejeitada
H5	UTB → ATC		2.20	10.18	0.67	+	+	Confirmada
H6	ATC → ATC		-0.32	-2.98		+	-	Rejeitada

Fonte: elaboração própria

Na apresentação dos resultados, também foi possível cruzar alguns dados relativos às variáveis sociodemográficas dos estudantes e constatar que os homens são mais influenciados que as mulheres em relação à opinião de terceiros (NSB) e estão mais propensos a criarem novos negócios (IEP); as pessoas mais criativas estão entre as faixas de até 19 anos ou entre as faixas de 45-49 anos (CRI); as mais receptivas à opinião de terceiros sobre seus comportamentos em negócios estão na faixa de 50-54 anos (NSB); ainda assim, nesta faixa, os alunos se sentem mais seguros em realizar um comportamento de seu interesse (CCP). Quanto à modalidade de estudo, os bacharéis refletem mais sobre as percepções antecipadas dos elementos que possam influenciar as suas escolhas em seguir uma carreira empresarial (UTB), e eles têm uma atitude favorável à carreira empreendedora (ATC); os tecnólogos, por sua vez, almejam mais em desenvolver seus negócios próprios (IEP) e têm maior facilidade para realizar o comportamento dos seus interesses (CCP).

Capítulo V – Conclusões e considerações finais

Neste capítulo abordaremos algumas considerações finais sobre a análise de antecedentes da atitude e intenção empreendedora em alunos do ensino superior no Brasil. Apresentamos uma conclusão geral e as principais conclusões teóricas e práticas do estudo. Demonstraremos, igualmente, as recomendações para a gestão, as limitações deste trabalho e algumas propostas para investigações futuras.

Conclusão geral

Desde já, relembramos o que foi realizado neste trabalho. Este iniciou-se com uma introdução, na qual foi possível contextualizar o tema, expressar a motivação para o mesmo e a importância para o estudo da atitude e intenção empreendedora de estudantes do ensino superior no Brasil, especialmente, localizados na cidade de Ituiutaba, estado de Minas Gerais. Apresentaram-se os objetivos gerais, as opções metodológicas e as hipóteses de investigação do modelo de estudo, fundamentais para alicerçar a questão geral de investigação.

O primeiro capítulo enfatizou a conceituação do empreendedorismo e a demonstração de sua propagação por meio da educação para os negócios. Foi possível abranger e apresentar uma conjuntura da educação empreendedora a nível internacional e no Brasil, com uma abordagem reflexiva sobre a cultura empreendedora universitária, em um cenário de incentivo à intenção empreendedora dos alunos para os negócios.

No segundo capítulo estabelecemos o enquadramento, pela abordagem de perspectivas e conceitos abrangentes sobre a teoria do comportamento planejado e a intenção empreendedora, num contexto acadêmico universitário. Deste modo, realizamos o primeiro dos objetivos, pois, foi possível analisar e descrever a relação e os conceitos teóricos sobre a intenção empreendedora, atitude, norma subjetiva e o controle comportamental percebido, assim como da criatividade, utilidade percebida e autoconfiança, que formam as variáveis do modelo estudo sugerido.

No terceiro capítulo, no âmbito já da parte empírica, foi realizado o desenho de investigação, de acordo com os fundamentos metodológicos da investigação, a descrição do modelo de estudo, as suas respectivas variáveis e as hipóteses de investigação a testar, bem como as ações estratégicas a aplicar na pesquisa e na coleta dos dados. Explicamos, ainda, o instrumento de medida utilizado.

No quarto capítulo foram apresentados e discutidos os resultados, de acordo com os procedimentos definidos para a análise dos dados da pesquisa. Assim, foi realizada a caracterização da amostra, a análise fatorial exploratória e confirmatória e da fiabilidade das escalas de medida, relativas às variáveis latentes do modelo, as quais foram objeto de depuração e estudo das suas qualidades psicométricas. Neste capítulo foi realizada, ainda, a avaliação da sensibilidade das escalas, das correlações entre as variáveis e da validade convergente e divergente, bem como realizada a análise estatística descritiva das variáveis sociodemográficas e análise estatística inferencial, para o teste às hipóteses operacionais, de acordo com um modelo de equações estruturais. Por fim, neste último capítulo, evidenciamos as ideias mais importantes desenvolvidas ao longo do estudo.

Nesta fase final do trabalho e investigação, torna-se adequado questionar o que se consegue obter com este estudo? Será que existe alguma relação entre a intenção empreendedora e a atitude do estudante universitário no Brasil e os seus possíveis antecedentes preditivos? Será que conseguimos cumprir os objetivos propostos inicialmente, neste estudo?

Sobre a questão a investigar, para respondê-la, foi realizada uma revisão teórica, pela qual mensuramos empiricamente e estabelecemos possíveis relações entre as variáveis, de acordo com um modelo teórico original. Quanto à extensão das relações entre as variáveis do modelo de estudo, por intermédio dos testes das hipóteses operacionais, com base numa metodologia de equações estruturais, afirmamos de modo conclusivo, que os preditivos da intenção empreendedora (da amostra de alunos brasileiros) foram todos aceites. No entanto, com base no mesmo modelo, verificamos e afirmamos também de modo conclusivo, que as relações entre os antecedentes preditivos da atitude, apenas a utilidade percebida exerce a influência positiva e direta.

Conjuntamente, foi possível verificar em termos da perspectiva sociodemográfica, a existência de algumas significâncias estatísticas entre as variáveis estudadas, em particular, as diferenças por gênero, a relação com a idade e as modalidades de estudo.

Em outro aspecto e recorrendo à fundamentação no referencial teórico, para apoiar o objetivo principal, confirmamos a realização do último objetivo, que foi a apresentação de alguns estudos com a finalidade de contribuir para a educação empreendedora, uma vez que apresentamos no Brasil, alguns estudos recentes amparados por metodologias e que fornecem propostas pedagógicas para o estímulo ao conhecimento e as habilidades do

aluno, onde abrangem a educação fundamental, ao ensino superior. Em outra perspectiva, contemplamos outros estudos que podem contribuir com o desenvolvimento das habilidades dos docentes, quanto as suas qualificações para o ensino do empreendedorismo, bem como, sugerem-se algumas atividades para aplicação nas instituições de ensino.

Face ao aludido, apresentamos o Quadro 16 com um resumo, onde se evidencia o cumprimento dos objetivos enunciados neste trabalho.

Quadro 16 - Quadro resumo dos objetivos iniciais propostos

Objetivos iniciais	
analisar e descrever os conceitos teóricos da intenção empreendedora, norma subjetiva, atitude, controle comportamental percebido, criatividade, utilidade percebida e autoconfiança;	✓
mensurar e analisar, empiricamente, as relações e as capacidades preditivas entre as variáveis da intenção empreendedora fundamentadas no modelo proposto;	✓
mensurar e analisar as relações das variáveis sociodemográficas e verificar se existem significâncias estatísticas entre elas;	✓
apresentar alguns estudos, com a finalidade de contribuir para uma maior reflexão sobre a educação universitária empreendedora no Brasil.	✓

Fonte: elaboração própria

É importante distinguir que, de acordo com os preditores psicológicos investigados, tal fato pode ajudar a compreender diferentes indicativos para onde as iniciativas de políticas de gestão poderão atuar em benefício da educação empreendedora (AlHarrasi et al., 2014; Liñán & Alain, 2015; Ferreira et al., 2017). Deste modo, de forma singular, elaboramos o nosso estudo com o intuito de auxiliar as IES que, porventura, poderão contribuir para a educação empresarial, no que diz respeito à compreensão em gerar previsões testáveis e úteis nos alunos do Brasil.

Diante do exposto, confirmamos a realização do objetivo genérico de estudo, pois, foi analisado e mensurado empiricamente, por meio do modelo de equações estruturais, alguns possíveis antecedentes da intenção empreendedora de estudantes do ensino superior no Brasil, assim como, de todos os objetivos especificados no início do trabalho. Descrevemos, em seguida, algumas implicações teóricas e práticas do estudo. Nesta

análise, apresentamos algumas recomendações para a gestão, para as limitações do estudo e para as investigações futuras.

Síntese de conclusões e implicações gerais teóricas do estudo

Ao desenvolver inicialmente este trabalho, procuramos elaborar uma investigação com um enquadramento do empreendedorismo, que abrangesse os negócios e a educação, dos seus primórdios e influenciadores conceituais à evolução das pesquisas científicas para investigar as IEP.

Em outras etapas, constatamos que para melhorar as ações do indivíduo para a gestão no processo empreendedor, são necessários estímulos peculiares para as suas habilidades, até mesmo com o intuito de geração de novos negócios (Duarte & Barbosa, 2013).

O conceito moderno de empreendedorismo compreende o ato de criar um novo negócio, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente (Lima et al., 2016). Nesse aspecto, foi constatado que a educação pode auxiliar o empreendedor nascente e incentivá-lo para a sua intenção em empreender (Lopes, 2010), proporcionando, desta forma, o desenvolvimento das habilidades necessárias para iniciar ou gerir empresas (Dornelas, 2008; Lopes 2010; Coan, 2011).

Visto que, ao retratar os estudos sobre as IEP percebemos os seus efeitos positivos a favor do ensino do empreendedorismo e, descobrimos, que estes estudos podem contribuir com a educação empresarial, fornecer condições para o incentivo às habilidades dos estudantes (Davidsson, 1995; Lima, et al., 2015; Ferreira et al., 2017).

Ao conhecermos que as IEP são as percepções que as pessoas têm a respeito da possibilidade de ser empreendedor (Lima, Lopes, Nassif & Silva 2015), e ao constatarmos que grande parte dos estudos sobre as intenções têm fundamentação e origem na TCP, muitas vezes realizados nas IES (Ferreira et al., 2017), deste modo, foram analisadas quais seriam as possíveis variáveis antecedentes das IEP. Muitos estudos indicam que esta teoria pode auxiliar a compreensão da intenção ao comportamento em estudantes e as suas predisposições para criar novos empreendimentos (Liñán & Chen, 2009; Tsordia & Papadimitriou, 2015; Ferreira et al., 2017; Miranda et al., 2017).

Desta forma, percebemos, na TCP, que os principais preditores da IEP são: 1) a norma subjetiva, que é o ponto de vista do aluno em relação à opinião de terceiros sobre as suas

próprias ações (Tsordia & Papadimitriou, 2015); 2) a atitude, compreendendo como a disposição do aluno pode responder favoravelmente a um evento (Liñán & Chen, 2009) e; 3) o controle comportamental percebido, que é a percepção do estudante sobre a dificuldade ou a facilidade em realizar o comportamento de seu interesse (Liñán & Chen, 2009).

Nesta investigação conseguimos apurar e concluir que, em termos de implicações gerais teóricas, tal como em estudos anteriores, que a norma subjetiva (Liñán e Chen, 2009; Ferreira et al., 2017), a atitude (Liñán & Chen 2009; Moutinho & Roazzi 2010; Westhead, Kolvereid & Matlay, 2012; Osorio & Roldán, 2015; Lima et al., 2016), e o controle comportamental (Solesvik et al., 2012; Tsordia & Papadimitriou, 2015) contribuem de forma direta e positiva para o aumento da IEP nos alunos de IES.

Entre estes possíveis preditores da IEP, em particular, a atitude, para o atual estudo e face ao seu adequado enquadramento, e de acordo com o modelo proposto a investigar, foram apresentados alguns eventuais preditores: 1) a criatividade, que é o reconhecimento dos estudantes em criar algo novo (Jorge, 2016); 2) a utilidade percebida, sendo a reflexão das percepções antecipadas dos estudantes sobre os elementos que, eventualmente, possam influenciar nas suas escolhas em seguir uma carreira empresarial (Miranda et al., 2017) e 3) a autoconfiança, que é a percepção que o aluno tem em tornar mais fácil convencer os outros a desenvolver a motivação individual (Miranda et al., 2017). Face a estas observações, verificamos e afirmamos de forma conclusiva também, que as relações entre os eventuais antecedentes preditivos da atitude, somente a utilidade percebida exerce a influência positiva, deste modo, ficando excluídas a criatividade e a autoconfiança.

Concluimos assim que, de acordo com a revisão da literatura efetuada e a apuração dos resultados estatísticos, é possível afirmar que, como antecedentes da IEP dos alunos de algumas IES no Brasil, algumas variáveis predizem diretamente as suas intenções para empreender.

Síntese de conclusões e implicações gerais práticas do estudo

Utilizamos uma metodologia de equações estruturais para a apuração dos resultados do trabalho empírico, relativos ao modelo de estudo proposto. Inicialmente, caracterizamos a amostra e realizamos a análise da validade e da fiabilidade fatorial de sete escalas de medida, assim como, analisamos a validade convergente e divergente, as análises

descritivas das escalas de medida e culminando com o teste de hipóteses. Assim, concluímos:

- foi assegurada a viabilidade de uso de todas as escalas propostas e a sua unidimensionalidade;
- em termos de validade convergente e divergente das escalas estas foram cumpridas;
- a fiabilidade de todas as escalas apresentaram-se aceitáveis; em termos de fiabilidade fatorial, apresentamos os valores adequados que variam entre 0.72 e 0.94, sendo que, para a fiabilidade compósita, os fatores apresentam entre 0.69 e 0.96, respectivamente, entre a fraca, mas aceitável e a muito boa.
- em relação à escala atitude, a validade fatorial exploratória apresentou em relação ao item 5 uma comunalidade de 0.39, sendo inadequada por ser inferior ao índice 0.5; destes modo, tivemos que excluir aquele item e realizar uma nova análise fatorial. Desta forma, sem o referido item, os itens variaram entre 0.72 a 0.81, sendo considerados adequados;
- Quanto à escala utilidade percebida, os itens 4 e 5 apresentaram, em termos de validade fatorial exploratória, respectivamente, valores de comunalidades 0.30 e 0.19. Sendo estas inadequadas, foram excluídos ambos os itens e realizamos uma nova análise fatorial. Na ausência destes itens, os valores dos itens variaram entre 0.59 a 0.70 e, assim, foram reconhecidos adequados;
- na escala autoconfiança, em termos de validade fatorial, os itens 4 e 5, apresentaram, respectivamente, comunalidades de 0.41 e 0.24, as quais, são inadequadas; por este motivo, excluímos ambos os itens e realizamos uma nova análise fatorial. Sem os itens referidos, na versão final exploratória, os valores dos itens variaram entre 0.51 a 0.72, sendo adequados;
- em relação à análise confirmatória, verificamos que as variáveis norma subjetiva, utilidade percebida e a autoconfiança apresentam índices de ajustamento perfeito (NFI=1.000; CFI=1.000 e GFI=1.000); enquanto que as variáveis atitude, criatividade, o controle comportamental percebido e a intenção empreendedora não apesarem os índices de ajustamento adequados Para o efeito, foram estabelecidas correlações entre os resíduos dos itens. Após isto, os índices de ajustamento de cada novo modelo apresentaram-se adequados, sendo possível confirmar todas as estruturas fatoriais obtidas;

- em relação ao teste de hipóteses, recorreremos às análises de equações estruturais com variáveis latentes, ajustando o melhor modelo possível que explique as relações entre as variáveis. Nesse aspecto, obtivemos interessantes níveis positivos de correlação entre as variáveis, sendo confirmadas as variáveis, atitude ($b=0.72$, $p<0.001$), controle comportamental ($b=0.46$, $p<0.001$) e norma subjetiva ($b=0.13$, $p=0.00$), associadas à intenção empreendedora nos estudantes;
- Quanto a alguns possíveis preditores diretos da atitude, no teste de hipóteses, consideramos não confirmadas as relações com a criatividade ($b=0.00$, $p=0.99$) e a autoconfiança ($b=-0.32$, $p=0.00$), as quais, não apresentaram significância para a variável atitude. Todavia, a relação entre a utilidade percebida foi confirmada, de acordo com $b=2.20$ e $p<0.001$;
- quanto às variáveis sociodemográficas, verificamos diferenças significativas, relativamente ao gênero, nomeadamente, na norma subjetiva ($t = -2.28$, $p < 0.05$) e na intenção empreendedora ($t = -2.52$, $p < 0.05$) que têm um maior impacto no grupo masculino;
- também, em termos de variáveis sociodemográficas, verificamos as diferenças significativas, relativamente à idade, com maiores propensão para a criatividade ($p=0.00$) que tem um maior impacto na faixa etária entre 45 – 49 e até 19 anos; na norma subjetiva ($p=0.01$) e no controle comportamental ($p=0.00$), ambos com o maior impacto na faixa etária entre 50-54 anos;
- no último grupo de análise das variáveis sociodemográficas, verificamos diferenças significativas, relativamente à modalidade de estudo, nomeadamente, na utilidade percebida ($p=0.00$) e na atitude ($p=0.00$) com o maior impacto em relação ao grupo bacharelado; na intenção empreendedora ($p=0.00$) e controle comportamental ($p=0.00$) que têm o maior impacto em relação ao grupo tecnólogo.

O principal contributo deste estudo foi construir um modelo e investigação singulares no Brasil, onde se propôs investigar um conjunto de possíveis antecedentes da intenção empreendedora de estudantes do ensino superior, pelo qual se obtiveram interessantes níveis preditivos de variáveis independentes na variável dependente, relativos aos alunos de IES, de modo que pode se verificar que:

- a variável intenção empreendedora é explicada em 76% ($R^2=0.76$) pelo efeito conjunto das variáveis independentes atitude, norma subjetiva e controle comportamental percebido dos estudantes;
- a variável atitude é explicada em 67% ($R^2=0.67$) pela variável utilidade percebida dos estudantes.

Recomendações para a gestão

Os conhecimentos gerados após a análise teórica e prática em torno dos resultados deste trabalho, pretenderam contribuir para as comunidades científica e acadêmica das IES, demonstrando possíveis iniciativas de gestão institucional favoráveis ao aprendizado do aluno, assim como, um estudo sobre os antecedentes das intenções dos discentes em empreender.

Na revisão da literatura, entre as iniciativas, destacamos a interação universitária e a troca de conhecimentos com a comunidade externa empresarial, por meio de incentivos da gestão institucional das IES, de modo a fomentar ideias, experimentos ou projetos científicos de estudantes, levando estes benefícios para as empresas, conseqüentemente, incentivando as atitudes de toda a comunidade acadêmica voltadas ao empreendedorismo.

Quanto aos resultados práticos demonstrados nesta dissertação, embora necessitam de maiores complementações científicas, é possível afirmar que a intenção empreendedora dos estudantes designados na pesquisa, podem ser influenciadas pelas variáveis antecedentes estudadas e relacionadas com as opções dos alunos para as suas carreiras empresariais.

Diante do que foi apresentado, sugerimos para os gestores da IES que estes avaliem as formas de transformar o conhecimento dos estudantes em ações empreendedoras, sendo assim, que conheçam melhor os seus alunos através dos preditores propostos no estudo sobre as suas intenções em empreender, que desenvolvam as estratégias para estimular os estudantes a criarem novos negócios ou desenvolverem melhor os empreendimentos existentes, criando as condições necessárias para o favorecimento da cultura da universidade empreendedora.

Limitações do trabalho

O nosso estudo envolveu a análise de uma pequena parte da dimensão de compreensão de variáveis e preditores da atitude e intenção empreendedora.

O instrumento de medida - questionário, foi utilizado no ambiente de apenas uma localidade, e não num país de dimensões continentais e isto significa que os resultados devem ser validados, com toda a precaução, para apenas a amostra desta pesquisa.

Dado que nosso estudo envolveu alunos de distintas unidades curriculares, mesmo nas áreas voltadas para a licenciatura ou áreas com poucos estímulos ao empreendedorismo, é razoável considerar que existam áreas mais específicas voltadas para o ensino empreendedor e suscetíveis de novas pesquisas que possam explorá-las.

Outra limitação está associada aos recursos utilizados na elaboração do trabalho. Uma vez que os dados foram recolhidos num determinado momento, numa perspectiva em corte transversal, isto poderá traduzir uma realidade parcial, face ao período de tempo restrito da investigação.

Esta investigação foi realizada em ciências humanas, com aplicação às ciências sociais, pelo que entendemos que não se pode limitar o conhecimento científico adquirido nesse estudo, diante dos fatos humanos e sociais que normalmente são emblemáticos e requerem maiores compreensões.

Linhas futuras de investigação

Ao afirmarmos na nossa revisão literária que não se pode limitar o conhecimento científico no que respeita à investigação atual em ciências humanas, isto significa, também, que podem ser geradas inúmeras outras contribuições para investigações futuras. É o caso do estudo das intenções empreendedoras que exploram diferentes metodologias educacionais voltadas ao aprendizado para o empreendedorismo. Por exemplo, àqueles que se amparam pela teoria, *versus*, os que se beneficiam dos estudos teórico / práticos ou, ainda, através da triangulação metodológica, em termos de criatividade e complementaridade nos métodos de investigação.

Outras contribuições poderão considerar diferentes focos educacionais, de maior, ou menor interesse para as intenções de empreender. Visto que a abrangência desta pesquisa foi mais

genérica e transversal (em termos de áreas de estudo), é plausível que em outros estudos, voltados para condições mais favoráveis e direcionadas à gestão, como nos casos de pesquisas, cujo alvo, são alunos dos cursos de administração, tecnólogos, ou na área de engenharia, os resultados, porventura, podem se confirmar diferentes do atual estudo.

Em outro aspecto, considera-se que as variáveis de estudo podem gerar diferentes resultados no contexto das intenções para negócios, mesmo porque, as próprias condições para a análise das previsões, podem acarretar diferentes interpretações em variados ambientes de ensino. Por exemplo, a variável norma subjetiva, mesmo que seja rejeitada por muitos pesquisadores, devido às baixas tendências para as intenções, sua influência poderá ser positivamente maior, em comunidades onde há uma cultura de favorecimento das relações e opiniões de terceiros.

Assim, a possível utilização de outras e (novas) variáveis (independentes), escalas, itens de medida, relações e preditores podem, porventura, gerar outros resultados e enriquecer o objeto de estudado.

Este trabalho pode ter continuidade, com recurso à obtenção de uma amostra maior e alargada a outras IES, de modo a se conseguir obter uma maior representatividade do universo estudado.

Por último, embora não se limite aqui, é importante reiterar que as metodologias de ensino voltadas para diferentes ambientes educacionais, desde a educação fundamental à pós-graduação, são, também, áreas para exploração futuras e de certo modo, frutíferas em termos de resultados.

Referências bibliográficas

- Ahmad, N. & Seymour, R. (2008). *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection*. France: Organisation for Economic Co-operation and Development Statistics Working Paper.
- Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior*. Heidelberg: Springer.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Academic Press*, 50, 179-211.
- Al-Harrasi, A., Al-Zadjali, E. & Al-Salti, Z. (2014). Factors Impacting Entrepreneurial Intention: A Literature Review. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 8(8), 2479-2482.
- Anpad. (2017). *Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração*. Recuperado em outubro, 22, 2017, de <https://www.anpad.org.br>
- Audretsch, D. (2003). *Entrepreneurship A survey of the literature*. European Commission - Enterprise Directorate-General. Belgium: Enterprise Papers.
- Barreto, L. (1998). *Educação para o Empreendedorismo*. Salvador: Escola de Administração de Empresa da Universidade Católica de Salvador.
- Bedê, M. (2016). *Sobrevivência das empresas no Brasil*. Brasília: Sebrae.
- Bénabou, R., & Tirole, J. (2002). Self-confidence and personal motivation. *The Quarterly Journal of Economics*, 117(3), 871–915.
- Bjerke, B. (2007). *Understanding Entrepreneurship*. Cheltenham, UK and Northampton, USA: MPG Books Ltd.
- Burns, P. (2011). *Entrepreneurship and small business: start-up, growth and maturity* (Vol. 3). Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Byrne, B. (2001). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Campos, H. (1983). *Estatística experimental não-paramétrica* (4 ed.). Piracicaba: ESALQ.
- Campos, J. & Maroco, J. (2012). Maslach Burnout Inventory - Student Survey: Portugal-Brazil cross-cultural adaptation. *Revista de Saúde Pública*, 46(5), 816-824.

- Cantillon's, R. (2010). *An Essay on Economic Theory An English translation of Richard Cantillon's Essai sur la Nature du Commerce en Général*. (M. Thornton, Ed. & C. Saucier, Trad.) Auburn: Mises Institute.
- Certo, S. (2003). *Administração Moderna* (9 ed.). São Paulo: Pearson.
- Chiavenato, I. (2014). *Administração Nos Novos Tempos - Os Novos Horizontes Em Administração* (3 ed.). Barueri: Manole.
- Clark, B. (1998). *Creating entrepreneurial universities: Organizational pathways of transformation*. Oxford: Pergamon Press.
- Cliff, J., Jennings, P., & Greenwood, R. (2006). New to the game and questioning the rules: The experiences and beliefs of founders who start imitative versus. *Journal of Business Venturing*, 21, 633–663.
- CNE/CES. (2001). *Resolução - Estabelece normas para o funcionamento de cursos de pós-graduação*. Brasília: Conselho Nacional de Educação, Diário Oficial da União, Seção 1.
- Coan, M. (2011). *Educação para o empreendedorismo: implicações epistemológicas, políticas e práticas*. Tese de doutorado. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina.
- Constituição. (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, Brasil.
- Corbelline, M. L. & Batista, M. (2004). *Empreendedorismo juvenil: caminhos e travessias*. Tese de doutorado. São Paulo, Brasil: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.
- Correa, A., & Mesquita, A. (2013). *Mestrados & Doutoramentos - Estratégias para elaboração de trabalho científicos: o desafio da excelência* (2 ed.). Porto: Vida Económica.
- Coutinho, C. (2013). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática* (2 ed.). Coimbra: Edições Almedina.

- Dahl, M. & Reichstein, T. (4 de dezembro de 2007). Are You Experienced? Prior Experience and the Survival of New Organizations. *Industry and Innovation*, 14(5), pp. 497-511.
- Dana, L.-P. (1990). Towards an Integrated Needs-Related Policy on Entrepreneurship. *RCSA/CJAS*, 25-33.
- Davidsson, P. (23-24 de novembro de 1995). Determinants of Entrepreneurial Intentions. *Paper prepared for the RENT IX Workshop*, 1-30. Piacenza, Italy.
- Demo, P. (2009). *Metodologia do Conhecimento Científico*. São Paulo: Atlas.
- Dolabela, F. (1999). *Oficina do empreendedor*. São Paulo: Cultura.
- Dolabela, F. (2008). *Oficina do empreendedor: a metodologia do ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza*. Rio de Janeiro: Sextante.
- Dornelas, J. C. (2008). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios* (3 ed.). Rio de Janeiro: Elsevier.
- Dornelas, J. C. (2007). *Empreendedorismo na prática - Mitos e Verdades do Empreendedor de Sucesso* (Vol. 7). Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda.
- Dornelas, J., Spinelli, S. & Adans, R. (2014). *Criação de novos negócios: Empreendedorismo para o século XXI* (Vol. 2). Rio de Janeiro: Campus.
- Douglas, E. & Shepherd, D. (2000). Entrepreneurship as a utility maximizing response. *Journal of Business Venturing*, 15(3), 231–251.
- Duarte, A. & Barbosa, A. (2013). *Teorias da Administração*. Recuperado em agosto, 1, 2017, de http://disciplinas.nucleoad.com.br/pdf/Livro_ta_atual.pdf
- Endeavor. (2017). *Endeavor Brasil*. Recuperado em setembro, 19, 2017, de <http://endeavor.org.br>
- Ferreira, A., Loiola, E. & Gondim, S. (Abr./Jun. de 2017). Preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora entre universitários: revisão de literatura. *15(2)*, pp. 292-308.

- Ferreira, C. (2001). *Proposta de modelo para contribuir com o desenvolvimento dos perfis de líder e empreendedor pelos currículos escolares das escolas de ensino médio*. Dissertação de mestrado. Florianópolis: departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina.
- Ferreira, J., Raposo, M., Rodrigues, R., Dinis, A. & Paço, A. (2012). A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 424–440.
- Filion, L. (1999). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, 34(2), 05-28.
- Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G. & Maurizio, S. (janeiro de 2009). The foundation of entrepreneurial intention. *Academy of management Meeting*, 1, 1-47.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. MA: Addison-Wesley.
- Fornell, C. & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journl of Marketing Research*, 18, 39-50.
- Fortin, M.-F. (2009). *Fundamentos e etapas do processo de investigação*. Loures: Lusosidata.
- FTM. (2016). *Faculdade Triângulo Mineiro*. Recuperado em novembro, 5, 2016, de <http://www.ftm.edu.br>
- Gatewood, E., Shaver, K., Powers, J. & Gartner, W. (2002). Entrepreneurial expectancy, task effort, and performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 187–206.
- GEM. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor*. Recuperado em outubro 31, 2016, de <http://www.gemconsortium.org/about/news>
- Gil, A. C. (2010). *Como Elaborar Projetos de Pesquisa* (5 ed.). São Paulo: Atlas.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social* (6ªED). São Paulo: Editora Atlas S. A. .

- Gimenez, F., Camargo, E., Moraes, A. & Kloswski, F. (2014). *Educação para o empreendedorismo*. Curitiba: Agência de inovação da UFPR.
- Greatti, L., Gralik, E., Vieira, F. & Sela, V. (2010). Aprendizagem em Empreendedorismo dos Acadêmicos do Curso de Administração de uma Universidade Estadual no Sul do Brasil. *XXXIV EnAnpad* (p. 14). Rio de Janeiro: EnAnpad.
- GUESSSS. (2017). *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*. Recuperado em agosto, 15, 2017, de <https://www.guesssurvey.org>
- Haggard, P., Eitam, B., Ajzen, I. & Dasgupta, N. (2015). *The sense of agency*. New York: Oxford University Press.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. & Black, W. (2009). *Análise multivariada de dados* (6 ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Heather, F. & Gordon, R. (2011). *Proceedings of the 6th European Conference on Innovation and Entrepreneurship*. Scotland: Academic Conferences and Publishing International Limited.
- Henrique, D. & Cunha, S. (2008). Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. *Revista de Administração Mackenzie*, 9(5), 393-413.
- Hill, M., & Hill, A. (2009). *Investigação por questionário*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Hora, H., Monteiro, G. & Arica, J. (2010). Confiabilidade em Questionários para Qualidade: Um Estudo com o Coeficiente Alfa de Cronbach. *Produto & Produção*, 11(2), 85-103.
- Hynes, B. (1996). Entrepreneurship education and training – introducing entrepreneurship into non-business disciplines. *Journal of European Industrial Training*, 20(8), 10-17.
- IFTM. (2016). *Instituto Federal do Triângulo Mineiro*. Recuperado em novembro, 5, 2016, de <http://www.iftm.edu.br>

- Iizuka, E. & Moraes, G. (2014). Análise do potencial e perfil empreendedor do estudante de administração e o ambiente universitário: reflexões para instituições de ensino. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 15(3), 593-630.
- Jorge, F. (2016). *Antecedentes da Intenção Empreendedora: análise correlacional aplicada a estudantes de uma instituição de ensino superior de Portugal*. Dissertação de mestrado. Vila Real, Portugal: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.
- Kaiser, H., & Rice, J. (1974). Educational and Psychological Measurement. *Little Jiffy, Mark IV*, 34(1), 111-117.
- Katz, R. (1986). *As habilitações de um administrador eficiente*. São Paulo: Abril.
- Keat, O., Selvarajah, C. & Meyer, D. (2011). Inclination towards entrepreneurship among university students: An empirical study of Malaysian university students. *International Journal of Business and Social Science*, 2(4), 206-220.
- Kim, M.-S. & Hunter, J. (1993). Relationships Among Attitudes, Behavioral Intentions, and Behavior - A Meta-Analysis of Past Research. *Communication Research*, 20, 331-164.
- Kim, P., Aldrich, H. & Keister, L. (2003). If I Were Rich? The Impact of Financial and Human Capital on Becoming a Nascent Entrepreneur. *ResearchGate*, 20.
- Kirk, J. & Miller, M. (1986). *Reliability and validity in qualitative research*. Beverly Hills: Sage Publications.
- kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: The University of Chicago.
- Kline, R. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (2 ed.). New York: Guilford Press.
- Krueger, N. & Brazael, F. (1994). *Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs, Entrepreneurship Theory & Practice*. Spring.

- Laville, C. & Dionne, J. (1999). *A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas*. Porto Alegre; Belo Horizonte: Artmed; Editora UFMG .
- Lima, B., Cunha, C., Lima, E., Gimenez, F., Vieira, F., Osten, F., . . . Souza, V. (2016). *Empreendedorismo no Brasil - GEM*. Global Entrepreneurship Monitor, Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade. Curitiba: IBQP.
- Lima, B., Lima, E., Lazzarin, G., Salusse, M., Macedo, M., Guimarães, M., . . . Souza, V. (2015). *Empreendedorismo no Brasil - GEM*. Global Entrepreneurship Monitor, Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade. Curitiba: IBQP.
- Lima, E., Lopes, R., Nassif, V. & Silva, D. (2015). Opportunities to Improve Entrepreneurship Education: Contributions Considering Brazilian Challenges. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1033–1051.
- Lima, M. (2008). *Monografia: a engenharia da produção acadêmica* (2 ed.). São Paulo: Saraiva.
- Liñán, F. & Alain, F. (2015). A systematic literature review on Entrepreneurial Intentions: Citation, Thematic Analyses, and Research Agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933.
- Liñán, F. & Chen, Y.-W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *ET&P*, 593-617.
- Lopes, R. (2010). *Educação Empreendedora - conceitos, modelos e práticas*. São Paulo: Elsevier.
- Luthje, C. & Franke, N. (2003). The ‘making’ of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2), 135-147.
- Malhotra, N. K., & Birks, D. F. (2006). *Marketing Research An Applied Approach (3ªED)*. England: Pearson Prentice Hall.
- Mangin, J.-P., & Mallou, J. (2006). *Modelización con estructuras de covarianzas en Ciencias Sociales: temas esenciales, avanzados y aportaciones especiales*. La Coruña: Netbiblo.

- Marôco, J. (2014). *Análise de Equações Estruturais* (4 ed.). Pêro Pinheiro: ReportNumber.
- Martens, C. & Freitas, H. (17-20 de outubro de 2008). Influência do ensino de empreendedorismo nas intenções de direcionamento profissional dos estudantes. *XXIV Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica - EnAnpad*. Gramado, RS, Brasil.
- McMullan, W. & Long, W. (1987). Entrepreneurship Education in the Nineties. *Journal of Business Venturing*, 2, 261-275.
- McShane, S. (2001). *Canadian Organizational Behaviour* (4 ed.). Toronto: McGraw-Hill Ryerson Limited.
- MEC. (2001). Parecer CNE/CES 436/2001. *Cursos Superiores de Tecnologia – Formação de Tecnólogos*. Brasília: Ministério da Educação Conselho Nacional de Educação.
- MEC. (2007). Resolução nº 2, de 18 de junho de 2007. Brasília: Ministério da Educação Conselho Nacional de Educação Câmara de Educação Superior.
- MEC. (2015). *Relatório de Gestão Consolidado Exercício*. Brasília: Ministério da Educação Secretaria Executiva.
- Miranda, F., Chamorro-Mera, A. & Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, 1-10.
- Moutinho, K., & Roazzi, A. (agosto de 2010). As teorias da ação racional e da ação planejada: Relações entre intenções e comportamentos. *Periódicos Eletrônicos em Psicologia*, 9(2), 9.
- Osorio, F., & Roldán, J. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición. *Pontificia Universidad Javeriana*, 28(51), 103-131.
- Paiva, F. (2002). *Cultura e Prática Empreendedoras: um estudo de caso em Instituição de Educação Tecnológica no Brasil*. Dissertação de mestrado. Natal: Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

- Pasquali, L. (1999). *Instrumentos psicológicos: Manual prático de elaboração*. Brasília: Laboratório de Pesquisa em Avaliação e Medida.
- Pasquali, L. (2003). *Psicometria: Teoria dos testes na psicologia e na educação*. Petrópolis: Vozes.
- Pasquali, L. (2007). Validade dos testes psicológicos: Será possível reencontrar o caminho? *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 23, 99-107.
- Pasquali, L. (2009). *Instrumentação Psicológica: Fundamentos e Práticas*. Porto Alegre: Artmed Editora.
- Perrenoud, P. (1999). *Construir as competências desde a escola*. Porto Alegre: Artmed.
- Pestana, M., & Gageiro, J. (2014). *Análise de Dados para Ciências Sociais - A complementariedade do SPSS* (6 ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Pinchot, G. (1985). *Intrapreneuring: Why you don't have to leave the Corporation to become an entrepreneur*. New York: Harper & Row.
- Pinto, A. (1969). *Ciência e Existência*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Piperopoulos, P. (2012). Could higher education programmes, culture and structure stifle the entrepreneurial intentions of students? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 461-483.
- Rauch, A. & Hulsink, W. (2015). Putting Entrepreneurship Education Where the Intention to Act Lies: An Investigation Into the Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Behavior. *Academy of Management Learning & Education*, 14(2), pp. 187–204.
- Rita, L., Oliveira, K., Gomes, C., Costa, C. & Nascimento, T. (13-16 de outubro de 2008). Pedagogia Empreendedora: um estudo de caso das práticas metodológicas desenvolvidas na disciplina. *XXVIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção*. Rio de Janeiro, Brasil.
- Robbins, S. P., Judge, T. A. & Sobral, F. (2012). *Comportamento organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro* (14 ed.). São Paulo: Pearson.

- Roberts, E., Murray, F. & Kim, J. (2015). *Entrepreneurship and Innovation at MIT: Continuing Global Growth and Impact*. Cambridge: MIT Reference Publications Office.
- Robinson, P., Stimpson, D., Huefner, J., & Hunt, H. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15, 13-31.
- Rocha, E., Bacchi, G., Guerra, D., Rôla, E. & Pinheiro, D. (julho de 2011). Ensino de empreendedorismo nos cursos presenciais de graduação em administração em fortaleza: um estudo dos conteúdos e instrumentos pedagógicos. *12*(3), 393-414.
- Roobbins, L. (1968). *The Theory of Economic Development In the History of Economic Thought* (Vol. 1). London: Macmillan.
- Röpke, J. (1998). Innovation, academic knowledge creation and regional development in a globalized economy. *Working paper*. (P.-U. Marburg, Ed.) Germany: Department of Economics.
- Rosenberg, R. & Kosslyn, S. (2010). *Introducing Psychology, Brain, Person, Group* (4 ed.). Boston: Pearson Custom Pub.
- Schmidt, C. & Dreher, M. (2007). Cultura Empreendedora: empreendedorismo coletivo e perfil empreendedor. *Revista de Gestão USP*, 15(1), 1-14.
- Schumpeter, J. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper and Row.
- Schumpeter, J. & Swedberg, R. (2003). *Capitalism, Socialism and Democracy - Introduction by Richard Swedberg*. New York: Routledge.
- Sebrae. (2107). *Especialista em pequenos negócios*. Acesso em 15 de 9 de 2017, disponível em Sebrae: <http://www.sebrae.com.br>
- Sebrae & Endeavor. (2016). *Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras*. Brasília: Endeavor.
- Sharma, P. & Chrisman, J. (1999). Toward a Reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 11-27.

- Silva, A., Furtado, J. & Zanini, R. (abril de 2015). Evolução do empreendedorismo no brasil baseada nos indicadores do global entrepreneurship monitor. *Produção Online*, 15(2), 758-780.
- Simões, J. (novembro de 2009). A dinâmica da criação de empresas impulsionada por instituições de ensino superior em redes de inovação. Covilhã, Portugal: Universidade da Beira Interior.
- Softex. (2017). *Rede de apoio à indústria brasileira de software e serviços de TI*. Recuperado em setembro, 24, 2017, de <http://www.softex.br>
- Solesvik, M., Westhead, P., Kolvereid, L. & Matlay, H. (2012). Student intentions to become self-employed: the Ukrainian context. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 441-460.
- Soomro, B., & Shah, N. (2015). Developing attitudes and intentions among potential entrepreneurs. *Journal of Enterprise Information Management*, 28(2), 304-322.
- StatisticsHowTo. (2017). Acesso em 18 de 12 de 2017, disponível em Statistics How To!: <http://www.statisticshowto.com>
- Testas, C. & Martins, A. (jan/jun de 2015). Análise da Propensão Empreendedora dos Alunos do Pólo de Viseu da Universidade Católica Portuguesa. *Millenium*, 95-134.
- Todorovic, Z., McNaughton, R. & Et.Guild, P. (2005). Making university departments more entrepreneurial: the perspective from within. *International Journal of Entrepreneurship & Innovation*, 6(2), 115-122.
- Trigo, V. (2003). *Entre o estado e o mercado: empreendedorismo e a Condição do empresário na China*. Lisboa: Ad Litteram.
- Tsordia, C. & Papadimitriou, D. (2015). The Role of Theory of Planned Behavior on Entrepreneurial Intention of Greek Business Students. *International Journal of Synergy and Research*, 4(1), 23-37.
- UEMG. (2016). *Universidade do Estado de Minas Gerais*. Recuperado em novembro 5, 2016, de <http://www.uemg.br>
- UFU. (2016). *Universidade Federal de Uberlândia*. Recuperado em novembro, 5, 2016, de <http://www.ufu.br>

- UNOPAR. (2016). *Universidade Norte do Paraná*. Recuperado em dezembro, 16, 2016, de <https://vestibular.unoparead.com.br>
- VMS, M. (2017). *Venture Mentoring Service - History*. Recuperado em julho, 10, 2017, de <http://vms.mit.edu>
- Ward, T. (2004). Cognition, creativity, and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing, 19*, 173-188.
- Watchravesringkan, K., Hodges, N., Yurchisin, J., Hegland, J., Karpova, E., Marcketti, S., & Yan, R.-n. (2013). Modeling Entrepreneurial Career Intentions among Undergraduates: An Examination of the Moderating Role of Entrepreneurial Knowledge and Skills. *Family and Consumer Sciences Research Journal, 41*(3), 325-342.
- Zampetakis, L. & Moustakis, V. (2006). Linking creativity with entrepreneurial. *The International Entrepreneurship and Management Journal, 2*(3), 413-428.
- Zampetakis, L., Gotsi, M., Andriopoulos, C. & Moustakis, V. (2011). Creativity and entrepreneurial intention in young people. Empirical insights from business school students. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation, 12*(3), 189–199.
- Zampetakis, L., Kafetsios, K., Bouranta, N., Dewett, T. & Moustakis, V. (2009). On the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial attitudes and intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 15*(6), 595-618.

Apêndice

Apêndice I - Nota introdutória do questionário

Pesquisa sobre Empreendedorismo para dissertação de mestrado

Esta pesquisa tem como objetivo conhecer o potencial de empreendedorismo em estudantes universitários brasileiros, seja qual for a área de graduação.

Não existem respostas certas ou erradas aqui, mas precisamos de opiniões sinceras.

Em nenhum momento você será identificado(a), sendo assegurada a total confidencialidade. Aplicam-se a esta pesquisa os termos da Constituição Federal Brasileira, artigo 5º, incisos X e XIV.

Aluno: Luis Fernando Mendes Bernardi - Orientadora: Dra. Anabela Mesquita - Coorientador MSc. Paulo Jorge Pinheiro Gonçalves - ISCAP

OBRIGADO!

Criar uma nova empresa, um novo produto/serviço ou expandir um negócio já existente, são consideradas ações empreendedoras. Estas ações podem ser realizadas em sociedade ou numa atividade autônoma.

Veja alguns exemplos:

- Um(a) psicólogo(a) pode abrir ou expandir um consultório de psicologia organizacional, do trabalho, etc.
- Um(a) pedagogo(a) pode criar uma empresa de educação infantil, pedagogia hospitalar, etc.
- Um(a) engenheiro(a) agrônomo(a) pode criar ou expandir uma loja de agronegócios, uma consultoria, etc.
- Um(a) biólogo(a) pode abrir um laboratório, uma empresa para consultoria ambiental, etc.
- Um(a) bacharel(bacharela) em direito pode abrir um escritório de advocacia, etc.
- Um(a) administrador(a) pode abrir ou expandir um supermercado, uma loja, etc.
- Um(a) graduado(a) em informática pode criar uma empresa startup, de softwares, etc
- Dentre outros...

Apêndice II - Questionário

Atitude em relação ao Empreendedorismo

1 [1]

A pessoa que deseja exercer uma atividade empreendedora poderá abrir uma empresa e ser empresário(a). Indique o seu nível de concordância com as frases abaixo. Avalie-as conforme o grau: de 1 (Discordo totalmente) a 7 (Concordo totalmente).

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	1- Discordo Totalmente	Discordo	Discordo um pouco	Não Concordo, nem Discordo	Concordo um pouco	Concordo	7- Concordo Totalmente
Ser um(a) empreendedor(a) implica mais vantagens do que desvantagens para mim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uma carreira como empreendedor(a) é atraente para mim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se tivesse oportunidade e recursos, eu gostaria de criar a minha empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ser empreendedor(a) implicaria grandes satisfações para mim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entre várias alternativas profissionais, eu preferiria ser um(a) empreendedor(a)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Influências sociais

2 [2]

Suponha que você decidiu criar uma empresa, as pessoas, citadas abaixo, em seu ambiente próximo, estariam a concordar com a sua decisão? Avalie-as conforme o grau: de 1 (Eles) Discordam Totalmente a 7 (Eles) Concordam Totalmente

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	1- (Eles) Discordam Totalmente	Discordam	Discordam um pouco	Não Concordam, nem Discordam	Concordam um pouco	Concordam	7- (Eles) Concordam Totalmente
Os meus familiares mais próximos pensam que devo seguir uma carreira como empreendedor(a)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meus amigos mais próximos pensam que eu devo seguir uma carreira como um(a) empreendedor(a)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
As pessoas que são importantes para mim pensam que eu deveria seguir uma carreira como empreendedor(a)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Comportamento percebido

3 [3]

Em que medida concorda com as afirmações abaixo relativas a sua capacidade empresarial?

Avalie-as conforme o grau: de 1 (Discordo totalmente) a 7 (Concordo totalmente).

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	1- Discordo Totalmente	Discordo	Discordo um pouco	Não Concordo, nem Discordo	Concordo um pouco	Concordo	7- Concordo Totalmente
Para iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estou preparado(a) para iniciar uma empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Posso controlar o processo de criação de uma nova empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conheço os detalhes práticos necessários para criar uma empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sei como desenvolver um projeto empreendedor (de uma empresa)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se eu tentasse iniciar uma empresa, teria uma alta chance de sucesso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A intenção empreendedora

4 [4]

Uma ação empreendedora consiste em Criar uma nova empresa/produto/serviço assim como Expandir e/ou Melhorar um negócio já existente. Indique o seu nível de concordância com as afirmações abaixo.

Avalie-as conforme o grau: de 1 (Discordo totalmente) a 7 (Concordo totalmente).

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	1- Discordo Totalmente	Discordo	Discordo um pouco	Não Concordo, nem Discordo	Concordo um pouco	Concordo	7- Concordo Totalmente
Estou pronto(a) para fazer qualquer coisa para ser um(a) empreendedor(a)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O meu objetivo profissional é tornar-me um(a) empreendedor(a)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Farei todos os esforços para criar e manter a minha própria empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estou determinado(a) a criar uma empresa no futuro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenho muito seriamente pensado em iniciar uma empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenho a intenção firme de um dia criar uma empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A Criatividade

5 [5]

A criatividade refere-se à resultados originais, novos e inesperados das ações de alguém. Em que medida concorda com as afirmações abaixo sobre a "sua" percepção em ser criativo(a)?

Avalie-as conforme o grau: de 1 (Discordo totalmente) a 5 (Concordo totalmente).

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	1- Discordo Totalmente	Discordo Parcialmente	Não Concordo, nem Discordo	Concordo Parcialmente	5- Concordo Totalmente
Sou bom(boa) em questionar o modo como normalmente se fazem as coisas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sou capaz de ver problemas que outras pessoas não veem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Procuro novas soluções, mesmo quando não são necessárias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encontro soluções especiais e surpreendentes para os problemas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenho muitas ideias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Utilidade em ser empreendedor

6 [6]

Em que medida concorda com as afirmações abaixo sobre a sua percepção antecipada sobre "ser um(a) empreendedor(a)"

Avalie-as conforme o grau: de 1 (Discordo totalmente) a 5 (Concordo totalmente).

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	1- Discordo Totalmente	Discordo Parcialmente	Não Concordo, nem Discordo	Concordo Parcialmente	5- Concordo Totalmente
Ser empreendedor(a) implicaria um grau muito elevado de autonomia (independência)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O nível de estresse envolvido em ser um(a) empreendedor(a) não seria muito grande para mim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O retorno financeiro que eu conseguiria ao tornar-me um(a) empreendedor(a) seria alto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A satisfação pessoal de ser um(a) empreendedor(a) seria muito alta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A qualidade de vida que eu iria ficar ao tornar-me um(a) empreendedor(a) seria muito elevada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Autoconfiança

7 [7]

Autoconfiança é a convicção que uma pessoa tem de ser capaz de fazer ou realizar alguma coisa. Em que medida concorda com as afirmações abaixo sobre a "sua" percepção de autoconfiança?

Avalie-as conforme o grau: de 1 (Discordo totalmente) a 5 (Concordo totalmente).

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	1- Discordo Totalmente	Discordo Parcialmente	Não Concordo, nem Discordo	Concordo Parcialmente	5- Concordo Totalmente
As outras pessoas normalmente agem de acordo com os meus desejos e isso depende principalmente de mim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O alcance ou não de um objetivo depende principalmente de mim e do meu comportamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quando eu faço planos, estou certo(a) de que eles vão se concretizar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Posso determinar a maior parte do que vai acontecer na minha vida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alcançar o que eu quero é o resultado do meu próprio esforço e compromisso pessoal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Dados Sociodemográficos

Selecione a sua faixa etária:

Selecione o seu gênero:

Feminino

Masculino

Selecione a sua modalidade de estudo:

Selecione a sua área de estudo:

Selecione a sua instituição de ensino:

Sua instituição de ensino é Pública ou Privada?

Pública

Privada

Selecione o semestre (período) que você está cursando:

Tem experiência com trabalho remunerado ou não remunerado (com ou sem fins lucrativos)?

Sim

Não

Trabalha atualmente?

Sim

Não

Na Universidade já recebeu ou recebe aulas sobre Empreendedorismo?

Sim

Não

Algum familiar próximo seu - pai, mãe, tio(a), irmão, irmã, avô(ó), esposa(o) - tem ou já teve empresa ou trabalho autônomo?

Sim

Não

Você atualmente tem uma empresa ou desempenha um trabalho como autônomo(a)?

Sim

Não

Obs.

Ter uma Empresa significa que você abriu (ou adquiriu) uma empresa e exerce uma atividade empresarial "sem vínculo empregatício".

Da mesma forma, o(a) Trabalhador(a) Autônomo(a) é aquele(a) que exerce a sua atividade profissional "sem vínculo empregatício", por conta própria.

Já foi - no passado - proprietário(a) de alguma empresa ou exerceu trabalho autônomo?

Sim

Não

Apêndice III - Modelo final de equações estruturais com variáveis latentes

