

**EMPREENDER OU NÃO? EIS A QUESTÃO! ANÁLISE DA INTENÇÃO  
EMPREENDEDORA DOS UNIVERSITÁRIOS DE UMA INSTITUIÇÃO FEDERAL DE  
ENSINO**

**LAÍSE DO NASCIMENTO SILVA**

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ (IFPI)

**ELANE DOS SANTOS SILVA BARROSO**

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ (IFPI)

**LINNIK ISRAEL LIMA TEIXEIRA**

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (USP) - FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, ECONOMIA E CONTABILIDADE

**MARCOS ANTONIO CAVALCANTE DE OLIVEIRA JÚNIOR**

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ (IFPI)

Agradecimento à órgão de fomento:

É pertinente agradecer ao Instituto Federal do Piauí, ao Laboratório de Estudos Estratégicos em Organizações e Ambientes (LEEEOA) do campus Piri-piri-Pi por sempre apoiarem as pesquisas acadêmicas e produções de artigos e a todos os colaboradores que participaram do estudo. Estendo ainda meus agradecimentos aos docentes que orientam as produções de artigos nessa instituição e ao SEMEAD pela promoção de um evento que oportuniza publicações de trabalhos resultantes de pesquisas científicas.

# EMPREENDER OU NÃO? EIS A QUESTÃO! ANÁLISE DA INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS UNIVERSITÁRIOS DE UMA INSTITUIÇÃO FEDERAL DE ENSINO

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é considerado um pilar participante das mudanças sociais e econômicas tendo a inovação como instrumento essencial na concepção de novas ideias que contribuem para a introdução de bens e serviços. Isso repercute na oportunidade de empreendedores atuarem em um mercado ofertando abertura de empregos e geração de renda (KRÜGER, BÜRGER; MINELLO, 2019; CRUZ *et al.*, 2020). Pesquisa do *Global Entrepreneurship Monitor* (2018) realça que pelo menos 51,9 milhões de brasileiros possuem ou são partes de alguma atividade empreendedora, elencando como motivações as oportunidades agregadas à capacidade e recursos disponíveis. Manter-se firme em um mercado competitivo com aceleradas transformações requer empreendedores que estejam preparados, visando propor ideias que tragam resultados, não somente para si, mas também para a sociedade.

Estudos acadêmicos apresentam enfoques temáticos acerca da importância da ampliação do empreendedorismo no âmbito das universidades, tidas como estimuladoras no ensino de disciplinas que respaldam a preparação dos discentes para atuarem em práticas empreendedoras (LORTIE; CASTOGIOVANI, 2015). Vários modelos foram propostos para estudar fatores que levam os estudantes universitários a empreender entre os quais tem-se a Intenção Empreendedora (IE), uma abordagem teórica que surgiu a partir de um modelo desenvolvido por Ajzen (1991) que sucessivamente despertou interesse na construção de estudos posteriores, como os elaborados por Liñán e Chen (2009) e Hecke (2011) que se dedicaram na investigação de elementos favoráveis à consecução de atividades empresariais por universitários.

A formação universitária influencia significativamente na disposição dos indivíduos em inserir-se na condução de práticas empreendedoras, posto que o conhecimento absorvido no ambiente acadêmico fornece aparatos sustentáveis na prospecção de oportunidades no mercado de trabalho (SCHAEFER *et al.*, 2017). Para tanto, este trabalho abordou como problemática: Como se configura a intenção empreendedora dos discentes dos cursos superiores? Instituiu-se enquanto objetivo geral, analisar a intenção empreendedora dos discentes de graduação do Instituto Federal do Piauí (IFPI) - *Campus* Piripiri, por meio da análise do perfil dos graduandos dos cursos superiores do IFPI - *Campus* Piripiri e verificação da intenção empreendedora dos alunos de graduação baseado no modelo da Teoria do Comprometimento Planejado (TCP).

O município de Piripiri possui 63.742 habitantes, está situado à 150 km da capital Teresina na região norte do Piauí e movimenta R\$ 47 milhões em áreas econômicas abarcando um PIB total de 598 milhões (IBGE, 2019). O Instituto Federal do Piauí (IFPI) possui 21 *campi* distribuído em todo estado, Piripiri concentra um *campus* do IFPI, ofertando modalidade presencial de ensino a nível superior, profissional e educação básica no intuito de fortalecer a economia local e regional por meio da capacitação com foco no empreendedorismo.

Pesquisas que aplicaram o modelo da IE buscaram compreender as características dos universitários sobre a ação empreendedora, elencando os fatores que os levam a empreender. Neste estudo, tem-se o intuito de testar o mesmo modelo teórico com universitários de dois cursos superiores, bacharelado em Administração e Tecnólogo em Design de Moda, ambos inseridos em um contexto fundamentado no ensino ao empreendedorismo. Partindo disto, o estudo em questão fez uso de uma abordagem quantitativa de caráter descritivo, apoiando-se

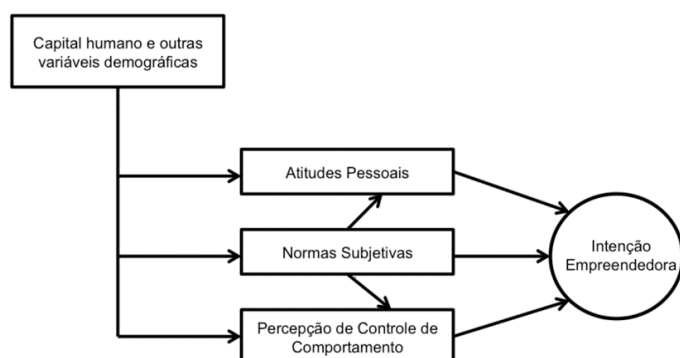
na pesquisa de campo para procedência técnica, dispondo como instrumento o questionário validado no Brasil de Hecke (2011) para coleta de dados aplicado em escala *Likert*.

## 2 INTENÇÃO EMPREENDEDORA

A Intenção Empreendedora tem sido objeto de estudo desde o século XX, norteadas por trabalhos empíricos que buscaram enfatizar a relação entre as variáveis do modelo de Ajzen (1991), a teoria do comportamento planejado (TCP). Posteriormente, autores como Liñán e Chen (2009); Heck (2011); Krueger (2017), Liñán; Fayolle (2015); Lortie; Castogiovani (2015), por exemplo, propuseram aplicação desse modelo teórico.

O modelo teórico do Comportamento Planejado (TCP) desenvolvido por Ajzen (1991) foi precursor na identificação da Intenção Empreendedora. Possui foco no comportamento humano considerando suas aspirações a partir do que pontuou como dimensões: Atitudes Individuais, Normas Subjetivas e Controle Comportamental Percebido (BAE *et al.*, 2014). Por conseguinte, a abordagem elaborada por Liñán e Chen (2009) a partir do modelo TCP vigorou positivamente como arcabouço teórico pela literatura. Tal modelo está disposto para visualização na figura 1.

**Figura 01-** Modelo da teoria da Intenção Empreendedora (IE)



**Fonte:** LIÑÁN; CHEN, 2009, p. 597

A Teoria do Comportamento Planejado delinea a compreensão de abordagens comportamentais preditoras para a explicação da Intenção Empreendedora, sendo esta essencial para respaldo do empreendedorismo (LIÑÁN; CHEN, 2009). Os itens da intenção são considerados como antecedentes do empreendedorismo, ou seja, ao processo de criação de empresas. Fundamenta-se em características de riscos uma vez que possui ligação a tomada de decisões.

A TCP denota que a intenção vincula-se a fatores isolados, a Atitude que representa a propensão do indivíduo a avaliar um comportamento como positivo ou negativo, as Normas Subjetivas que realçam a intimidação social imposta pelas diretrizes estabelecidas em uma comunidade e o Controle Comportamental Percebido que intensifica a facilidade ou não de demonstrar um comportamento no exercício de uma ação (KRUEGER, 2017).

A Atitude intervém na IE no que concerne ao empreendedorismo na procura da realização, autoestima, controle pessoal e inovação. E para tanto, tais atributos são favorecidos no ambiente universitário que promove estímulos no desenvolvimento da inovação e intenção empreendedora, o que contribui para a formação de estudantes universitários no exercício de ações voltadas para IE, visto que a atitude impõe o indivíduo a aplicar uma determinada ação, sendo consequência da vontade do sujeito em suprir ou realizar um objetivo (SOOMRO; SHAH, 2015; OLIVEIRA, 2016).

As normas subjetivas baseiam-se em posições normativas ligadas diretamente ao comportamento desenvolvido por uma pessoa ou um grupo de pessoas, haja vista que de acordo com as crenças impostas no contexto em que vive, o indivíduo poderá ou não realizar ações no intuito de cumprir com as regras sociais presentes na sociedade do qual faz parte. São parte das normativas de uma sociedade e representa fator importante na abertura de um negócio, principalmente, relacionada no contexto universitário em que opiniões e laços familiares repercutem nas decisões dos estudantes e na condução de suas práticas (TORNIKOSKI; MAALAOUI, 2019). Estas incluem possibilidades notáveis por um indivíduo ou grupo social, seja família, amigos, parentes próximos, entre outros na execução do comportamento. Pois quando se há expectativas positivas por parte dos grupos ou por si mesmo, o sujeito tende a ter incentivos para iniciar seu próprio empreendimento. Por outro lado, quando ocorre pressão social negativa age de maneira desfavorável na concretização de um comportamento com vista a cumprir um objetivo desejável, já que as normas refletem no desenvolvimento da intenção empreendedora (SCHLAEGEL; KOENIG, 2014).

O comportamento corresponde a maneira pelo qual uma pessoa age na propensão de alcançar resultados. Quando determinada ação traz resultados positivos ocorre uma atitude positiva, do contrário quando há comportamentos com consequências negativas as atitudes tendem a ser desfavoráveis. Logo, o comportamento humano compõe-se de três viés. O primeiro são as crenças comportamentais, reflexo das consequências presumidas do comportamento, o segundo as crenças normativas, em que as regras influenciam na realização ou não de um comportamento, e por último estão as crenças de controle, no qual a realidade vivenciada pelo indivíduo promove o desempenho do seu comportamento (TORNIKOSKI; MAALAOUI, 2019).

As percepções de um comportamento aliado as expectativas que um sujeito assuma conta com a incumbências de normas pautadas nas crenças e visão de pessoas próximas, família, amigos ou de outras pessoas importantes que constitui-se um elemento difícil de conquistar quando se predomina um tipo de comportamento com controle interno, em que o sujeito planeja sua conduta. Essa variável disposta no modelo da IE mostrou impacto menos preditivo que as demais em alguns estudos (ZHANG; DUYSER; CLOODT, 2014).

Nesse contexto, para identificar a intenção empreendedora com universitários em países divergentes, estudos utilizaram o modelo da TCP objetivando compreender a relação entre atitude e comportamento. Esse modelo teórico considera que comportamentos conscientes são ocasionados pelo planejamento, visto que são preditos intencionalmente (AJZEN, 2011). Ou seja, um comportamento real é formado de intenções, apontado como preditor única desse comportamento e antecedente relevante das práticas empresariais (BAE *et al.*, 2014).

Estudos como Krüger, Bürger e Minello (2019); Arroyo, Díaz e Agarwal (2017); Soomro; Shah, (2015) mostram relação entre atitude e intenção empreendedora. Estudantes imersos em cursos com características empreendedoras realizam atividades de criação de negócios, um fator que pode motivar sua atitude em empreender. Portanto, tem-se como hipótese (H1): *a atitude influencia positivamente a intenção empreendedora em estudantes universitários com formação empreendedora.*

Existem ainda outras vertentes participantes da intenção empreendedora e uma delas consiste na psicologia real, que visa identificar comportamentos realísticos, a fim de tornar claro os processos mentais que conduzem um indivíduo a promover atitudes, sinalizando que o comportamento se caracteriza como elemento sustentável dessa aplicação (LIÑÁN; FAYOLLE, 2015).

Diante do exposto, acrescenta-se que nos Planos Pedagógicos de Cursos-PPCs dos Institutos Federais do Piauí verifica-se o foco na ação empreendedora tendo enquanto missão a realização e motivação de pesquisas aplicadas, desenvolvimento científico e técnico de

atividades empreendedoras com o objetivo de formar profissionais preparados e empreendedores, conforme as exigências do mercado de trabalho. Além disso, tem-se o intuito de tornar os estudantes universitários aptos para solucionar problemas técnicos, absorvendo definições e práticas científicas, tecnológicas, ambientais, econômicas e culturais para que sua inserção profissional possibilite melhorias e contribuições sociais, por meio do desenvolvimento do espírito empreendedor (PPC, 2015).

Nessa perspectiva, pontua-se como parte da ementa desses cursos a explanação do arcabouço teórico aliado ao empreendedorismo, como por exemplo, histórico, conceito, características, exemplos do cotidiano. De forma prática, desenvolve-se atividades que perpetue a intenção empreendedora dos discentes com notoriedade para gerenciamento de uma empresa, processo de abertura de um negócio, plano de negócio, conhecimento do mercado, tomada de decisão, experiências convergentes às relações de trabalho, articulação do conhecimento teórico com a prática no âmbito das organizações locais. Essas práticas são aplicadas por meio das atividades de pesquisa, ensino, extensão e Práticas Curriculares em Comunidade e Sociedade (PCCS) inclusas nas operações acadêmicas dos cursos (PPC, 2015).

Krüger, Bürger e Minello (2019) ao estudarem o comportamento empreendedor a partir do modelo teórico Comportamento Planejado (TCP), relacionou as variáveis da intenção empreendedora utilizando testes estatísticos. Descobriu que os participantes detentores de um saber e experiências empreendedoras tiveram pontuações maiores dos que não possuíam essas características. As dimensões atitudes pessoais, controle comportamental percebido evidenciaram relações mais consistentes do que as normas subjetivas sob a ótica da intenção empreendedora, sinalizando, assim, alto poder explicativo.

Paiva *et al.* (2020) ao testar o modelo da IE com estudantes universitário encontrou que as variáveis atitude pessoal, comportamento percebido e as crenças religiosas demonstraram maior poder de significância tendo as normas subjetivas menor influência, comprovando que fatores sociais ligados a crenças religiosas não são determinantes potenciais na prática empreendedora dos estudantes. Na revisão de literatura realizada por Lortie e Castogiovani (2015) normas subjetivas foram enfatizadas em pelo menos 14 artigos que propuseram sua relação com a intenção empreendedora, denotando em seus achados que receberam menor relação frente as demais dimensões, representado por 86%. No entanto, ainda que não intensamente, quando comparada aos construtos Atitudes e Comportamento achados das pesquisas de Barral, Ribeiro e Canever (2018); Cruz *et al.* (2020); Paiva *et al.* (2018); Schlaegel e Koenig (2014); Zhang, Duyster e Cloudt (2014) mostraram que as normas tiveram reflexo na intenção, salientando que membros da família, amigos e parentes possuem influência sobre as decisões e intenções de uma pessoa de forma positiva ou negativa. A partir disso, levanta-se a hipótese (H2): *Normas influenciam positivamente na intenção empreendedora.*

A premissa base para concretização de um comportamento surge da intencionalidade resultante de um comportamento planejado, em que as intenções são fatores influentes da motivação disposto a exercer um comportamento. Quanto mais presente a intenção maior o nível de confiança, posto que a intenção assume posição analítica em que o indivíduo avaliam o resultado que poderá alcançar na efetuação de uma prática tendo controle sobre suas feições, confirmando que atitude, normas e comportamento são aditivos consistentes para que haja uma alta intenção empreendedora (LORTIE; CASTOGIOVANI, 2015).

Na visão de Lanero, Vázquez e Adánez (2015) a intenção de empreender atua como um estímulo para o início de um comportamento empresarial, sendo prevista de acordo com o TCP por dimensões comportamentais. Grande parte dos estudos para validação empírica do modelo da intenção empreendedora foram feitos com estudantes universitários, posto que, perante as condições iniciais de acadêmicos sobre sua carreira profissional, comprovar a confiabilidade de um instrumento como a IE requer o estudo antecedente a realização de uma

prática empreendedora, considerando a diferenciação e comparação entre empreendedores que são ou não potenciais.

Para esses mesmos autores, o ambiente acadêmico consta com estudantes inclusos nos processos de criação de carreiras profissionais, absorvendo por meio das atividades estudantis atitudes, comportamentos, experiências, intenções condizentes ao empreendedorismo, enfatizando que o controle comportamental percebido viabiliza a antecipação da abertura de um negócio, tornando a inserção em ações empresariais uma alternativa perceptiva para os universitários (LANERO; VÁZQUEZ; ADÁNEZ, 2015).

Ao propor uma análise entre comportamento sustentável e a intenção empreendedora de estudantes universitários, Paiva *et al.* (2018) buscou aplicar o modelo Teoria do Comportamento Planejado-TCP por meio do método na Universidade Federal do Ceará e de Algarve (Portugal). Concluiu que ao testar o modelo existe influência do comportamento sobre a IE em ambas as instituições pesquisadas. Constatou que a aplicabilidade desse modelo se mostra satisfatória quando utilizado como objeto de estudo estudantes do ensino superior. Corroborando com esta visão, Birchler e Teixeira (2017) ao buscarem identificar elementos influentes na intenção de estudantes universitários por meio do teste do modelo TCP constaram que o controle comportamental percebido teve notável inferência nas perspectivas empreendedoras dos discentes, sinalizando que o comportamento é capaz de determinar o nível de intenção em empreender.

Na pesquisa *Global University Entrepreneurial Spirit Student Survey (GUESSS)*, aplicada no Brasil com 12.561 estudantes em mais de 60 instituições de ensino superior, verificou características históricas da formação empreendedora de estudantes universitários considerando as causas de afeição à intenção empreendedora. Os resultados inferiram que 80% dos discentes participantes do estudo possuem influência positiva quanto a IE, tendo foco no exercício da carreira profissional (LIMA *et al.*, 2014).

Guzmán-Alfonso e Guzmán-Cuevas (2012) ao explorarem o comportamento empreendedor a partir do modelo da IE em empresas na América Latina, buscaram verificar se elementos como atitudes, valores sociais e autoeficácia preditavam a IE. Concluíram que a intenção empreendedora corresponde a um fator antecedente e de influência positiva ao comportamento empreendedor. Estudantes podem apresentar diversos tipos de comportamentos e a suas características pessoais dentro de um contexto em particular notifica a maneira de agir e a imposição de uma ação. Posto isso, lança-se a hipótese (H3): *Comportamento reflete positivamente na intenção.*

Diante disso, contextualiza-se que a Intenção Empreendedora se apresenta como uma ferramenta vinculada a compreensão das motivações que conduzem a efetivação de práticas empreendedoras de estudantes universitários a partir de análises que envolvem parâmetros que refletem na atitude e comportamento no que tange à busca da concretização de objetivos.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A pesquisa objetivou verificar a Intenção Empreendedora dos discentes de curso superior, utilizando-se de uma abordagem quantitativa de caráter descritivo através de uma pesquisa de campo. Teve como unidade de análise o Instituto Federal do Piauí-*campus* Piripiri, por meio da aplicação de um questionário em escala *Likert* distribuídos 05 pontos em níveis de concordância e discordância. Para coleta de dados, fora aplicado o questionário tanto presencial como via online, por meio da ferramenta *google forms*, com emprego do excel 2010 como suporte para junção dos dados e o *software* SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) na produção e tratamento estatísticos.

#### **3.1 Instrumento de pesquisa**

O instrumento aplicado foi o questionário de Intenção Empreendedora (IE) de Liñán e Chen (2009), com base nos estudos de Heck (2011), que discorre acerca da investigação sobre a disposição dos sujeitos para empreender. O modelo agrupa-se em 04 construtos/dimensões: Atitude pessoal, Normas Subjetivas, Controle Comportamental Percebido e Intenção Empreendedora. As variáveis definidas pelo modelo podem ser visualizadas no quadro 01:

**Quadro 01-** Categorias e Variáveis da Intenção Empreendedora

Atitude pessoal	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ser empreendedor implica mais vantagens do que desvantagens;</li> <li>● A carreira de empresário é atraente;</li> <li>● Se tivesse oportunidade e recursos, criaria uma empresa;</li> <li>● Grande satisfação em ser empreendedor;</li> <li>● Entre as várias opções, prefiro ser empresário.</li> </ul>
Normas Subjetivas: Se você decidisse criar uma empresa, que pessoas próximas a você iriam aprovar essa decisão?	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Os seus parentes;</li> <li>● Os seus amigos;</li> <li>● Os seus colegas.</li> </ul>
Controle Comportamental Percebido: Até que ponto você concorda com a seguinte declaração a respeito de sua capacidade empreendedora	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Para iniciar uma empresa e mantê-la seria fácil para mim;</li> <li>● estou preparado para iniciar um negócio viável;</li> <li>● Eu posso controlar o processo de criação de uma nova empresa;</li> <li>● Eu conheço os detalhes práticos necessários para iniciar uma empresa;</li> <li>● Eu sei como desenvolver um projeto empresarial;</li> <li>● Se eu tentasse começar uma empresa, teria uma alta probabilidade de sucesso.</li> </ul>
Intenção Empreendedora	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Estou pronto para fazer qualquer coisa para ser um empreendedor;</li> <li>● Meu objetivo profissional é tornar-se um empresário;</li> <li>● Farei todos os esforços para criar e manter minha própria empresa;</li> <li>● Estou determinado a criar uma empresa no futuro;</li> <li>● Eu estou decidido a criar uma empresa no futuro;</li> <li>● Tenho pensado muito seriamente em criar uma empresa.</li> </ul>

Fonte: Adaptado de HECK (2011)

O quadro 02 apresenta definições concernentes aos construtos do modelo da IE com base na literatura:

**Quadro 02-** Construtos do Modelo da IE

Construtos	Conceito	Autores
<b>Atitudes Pessoais</b>	Nível de avaliação sobre uma ação do indivíduo seja negativa ou positiva. Refere-se a ação que se faz a partir de um comportamento.	Linán e Chen (2009); Ajzen (1991); Krüger; Bürger e Minello (2019); Heck (2011).
<b>Normas Subjetivas</b>	São normativas impostas pela sociedade que definem o comportamento dos sujeitos, podendo atuar como pressão social sobre suas ações.	Linán e Chen (2009); Ajzen (1991); Vasconcelos (2020); Tornikoski; Maalaoui (2019)
<b>Controle Comportamental</b>	Maneira como o indivíduo visualiza sua capacidade para realização de suas tarefas, ou seja, são fatores da personalidade dos sujeitos.	Linán e Chen (2009); Ajzen (1991); Birchler e Teixeira (2017); Guzmán-Alfonso e Guzmán-Cuevas (2012)
<b>Intenção Empreendedora</b>	Esforço depreendido para que um comportamento se perpetue. Quanto mais intenso um comportamento maior será a atitude.	Linán e Chen (2009); Ajzen (1991); Schlaegel e Koenig (2014); Schaefer <i>et al.</i> , (2017)

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

### 3.2 Coleta de dados

O estudo possibilitou o alcance de 211 questionários com validação de 209 sendo este a amostra da pesquisa sobre um universo de 265 discentes. A coleta de dados do estudo partiu das informações fornecidas pela população, conforme quadro 03:

**Quadro 03-** População da pesquisa

	Bacharelado em Administração	Tecnólogo em Design de Moda
Universo	159 Discentes	106 Discentes
Amostra	145 Participantes	64 participantes

**Fonte:** Dados da pesquisa (2020)

O universo de pesquisa contemplou os discentes de todos os períodos dos cursos superiores em Administração e Design de Moda já que são contemplados com a disciplina de empreendedorismo e áreas afins em sua matriz curricular. Constam 05 turmas com quantidade total de 159 no de Bacharelado em Administração e 04 turmas com totalidade correspondente a 106 discentes pertencentes ao Tecnólogo em Design de Moda.

Empregou-se a análise fatorial exploratória para verificação da aplicabilidade do modelo e regressão linear para identificar a influência e poder explicativo das dimensões Atitudes, Normas e Comportamento sobre a Intenção Empreendedora. Lançou-se 3 hipóteses para testar o modelo, considerando o curso, idade, gênero e renda como variáveis de controle, uma vez que a intenção empreendedora pode ser afetada por diferentes fatores como traços de personalidade, idade, gênero, estado civil, curso, condições financeiras, experiências profissionais e a família.

Esses elementos podem influenciar significativamente na aplicação do modelo da IE, principalmente com pesquisas empíricas realizadas em amostragem com estudantes universitários, já que estes inseridos na academia estão mais predispostos a desenvolver motivações ligadas a profissão e motivação para empreender (BORGES; MONDO; MACHADO, 2016; SIEGER; MINOLA, 2017). Logo, aspectos sociodemográficos característicos do perfil dos estudantes devem ser considerados no modelo da intenção empreendedora, podendo facilitar ou dificultar a análise da ação empreendedora. (TORNİKOSKI; MAALAOUI, 2019; LIÑÁN; FAYOLLE, 2015).

## 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção serão discutidas as análises dos principais resultados encontrados na pesquisa. O item inicial discorre acerca do perfil dos participantes com ênfase no gênero, idade e renda. Na sequência tem-se as categorias referentes a Intenção Empreendedora e suas características.

Quanto ao perfil dos participantes, predomina-se no curso Bacharelado em Administração o gênero feminino cuja representação corresponde a 35,4% do universo total. Mais tal dado não se distancia do masculino que contemplou 71 participantes com representação de 34%. A maioria possui idade de até 20 anos (28,2%) e de 20 até 25 anos (27,3%) com renda de R\$ 1.500,00 (45,9%). No Design de Moda 27,3% dos 209 participantes são do sexo feminino enquanto 07 (3,3%) pertencem ao Masculino, apresentando idade referente à até 20 anos (12,4%) e 20 até 25 anos (7,6%) com renda equivalente a R\$ 1.500,00 (24,8%).

Nota-se que existe uma semelhança com relação aos fatores idade, renda e gênero entre os cursos, mas evidencia-se uma maior aproximação entre os gêneros no de Administração, o que pode ser justificado pelas características próprias do curso, visto que no



Design de Moda, diferente do de Administração prevalece uma técnica mais estilística e de vestuário ainda mais valorizado e aceito pelo público feminino. Enquanto o de Administração volta-se a cargos de chefia, função está predominante de característica masculina.

As categorias da Intenção Empreendedora: Atitudes Pessoais, Normas Subjetivas, Controle Comportamental e Intenção Empreendedora, por sua vez, são discriminadas nas Tabelas 01 a 06 por meio da representação das médias, Alpha de *Cronbach*, correlação encontradas em cada variável.

**Tabela 01-** Categoria Atitudes pessoais

ATITUDES PESSOAIS	MÉDIAS	DESVIO PADRÃO
Ser um empreendedor implica mais vantagens do que desvantagens para mim	4,16	0,94
A carreira de empresário é atraente para mim.	4,28	0,84
Se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa.	4,67	0,71
Ser um empreendedor implicaria grande satisfação para mim.	4,27	0,91
Entre as várias opções, eu prefiro ser um empresário.	3,88	1,10
<b>MÉDIA GERAL</b>	4,25	0,90

**Fonte:** Dados da pesquisa (2019-2020)

Na categoria Atitudes Pessoais observa-se como destaque a variável “*Se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa*” (M=4,25) demonstrando que a disposição tanto de recursos quanto uma identificação de oportunidade se notificam como fator essencial de atitude para a iniciação de um negócio. Oposta a essa variável, a menos destacada foi “*Entre as várias opções, eu prefiro ser um empresário*”, realçando que, mesmo com a aquisição de recursos para abertura de um empreendimento, a propensão ao exercício como empresário apresenta-se ainda a função menos vigorada pelos estudantes. Ou seja, a criação de uma empresa diante da oportunidade e condições financeiras presentes tende a acontecer, no entanto, isso não significa que necessariamente o idealizador do negócio anseie atuar como empresário e gestor da atividade.

Corroborando com Cruz *et al.* (2020), ser empreendedor é visto de forma positiva para os discentes e que os fatores oportunidade e recurso foram vistos com os mais vislumbrados. O ato proveniente do empreendedorismo vincula-se a atitude, sendo este elemento inerente a intenção, além do que o contexto em que cada indivíduo se encontra pondera enquanto instrumento agregador de uma atitude empreendedora. Características como capacidade de criação, inovação e risco são congruentes para o desenvolvimento de um negócio, assim como saber transformar situações críticas em oportunidades, assumir riscos com um planejamento adequado, a fim de alcançar sucesso (KRUEGER, 2017).

**Tabela 02-** Normas Subjetivas

NORMAS SUBJETIVAS	MÉDIAS	DESVIO PADRÃO
Os seus parentes.	4,10	1,16
Os seus amigos.	4,10	1,02
Os seus colegas.	3,56	1,27
<b>MÉDIA GERAL</b>	3,92	1,15

**Fonte:** Dados da pesquisa (2020)

Na tabela 2, verifica-se que as Normas Subjetivas tiveram notoriedade quanto aos itens “*os seus parentes*” e “*os seus amigos*” (M=4,10) no que tange quais pessoas próximas apoiariam na decisão de abrir uma empresa. Assim, a presença de parentes e amigos denotaram ser os mais propícios no que se refere a apoio na concepção de um negócio, o que emerge significativa propensão de segurança para os que optam por tentar desenvolver uma

atividade empreendedora. Neste quesito, é perceptível que o apoio e a ligação de terceiros condicionam valores sociais importantes (ARROYO; DÍAZ; AGARWAL, 2017). Autores como Paiva *et al.* (2020) realçam que mesmo não sendo um fator suficientemente relevante para a manutenção ou decisão de ações voltadas ao empreendedorismo, tais regras potencializam melhores resultados devido o apoio distendido por pessoas próximas ao indivíduo que visa comprometer-se com a criação de um negócio.

**Tabela 03 - Controle Comportamental**

CONTROLE COMPORTAMENTAL	MÉDIAS	DESVIO PADRÃO
Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim.	3,02	1,17
Estou preparado para iniciar um negócio viável.	3,15	1,16
Eu posso controlar o processo de criação de uma nova empresa.	3,37	1,13
Eu conheço os detalhes práticos necessários para criar uma empresa.	3,28	1,22
Eu sei como desenvolver um projeto empresarial.	3,03	1,21
Se eu tentasse criar uma empresa, teria uma alta probabilidade de sucesso.	3,62	0,98
<b>MÉDIA GERAL</b>	3,24	1,14

**Fonte:** Dados da pesquisa (2020)

Quanto à capacidade empreendedora dos discentes no estudo disposto na tabela 03, verificou-se que a variável “*Se eu tentasse criar uma empresa, teria uma alta probabilidade de sucesso*” apresentou uma média de 3,62. Isso leva a refletir que existe uma defesa e segurança na capacidade de abrir uma empresa, mantê-la, bem como o conhecimento do processo necessário para que tal ação se concretize. Paiva *et al.* (2018) e Oliveira (2016) acrescentam que o controle comportamental é reflexo das crenças dos indivíduos, já que estas possibilitam o alcance de resultados satisfatórios conforme a maneira de como determinado comportamento acontece.

**Tabela 04- Intenção Empreendedora**

INTENÇÃO EMPREENDEDORA	MÉDIAS	DESVIO PADRÃO
Eu estou pronto a fazer de tudo para ser um empresário.	3,55	1,11
Meu objetivo profissional é tornar-se um empresário.	3,75	1,12
Farei todos os esforços para criar e manter minha própria empresa	4,05	1,01
Eu estou decidido a criar uma empresa no futuro.	4,03	1,01
Tenho pensado muito seriamente em criar uma empresa.	3,85	1,25
Tenho a firme intenção em criar uma empresa dentro de poucos dias.	2,35	1,38
<b>MÉDIA GERAL</b>	3,60	1,15

**Fonte:** Dados da pesquisa (2020)

Quanto às motivações constantes na Intenção Empreendedora apresentada na tabela 04, a determinação em abrir e manter uma empresa no futuro destacou-se consideravelmente com médias próximas a 4,05 sinalizando possibilidades de mudanças enriquecedoras no contexto da inserção profissional dos discentes participantes. Ressalta-se que o foco em um ofício, depende da intenção, ou seja, o objetivo que o indivíduo almeja conquistar, estando diretamente relacionado ao seu comportamento. A maneira como o sujeito age e o nível de interesse no desenvolvimento de uma atividade empreendedora são determinantes na sua

carreira, visto que a ação resulta da intenção estimada e planejada, com base no comportamento (VASCONCELOS *et al.*, 2020; BIRCHLER; TEIXEIRA, 2017).

A etapa seguinte consistiu em identificar a confiabilidade dos construtos da Intenção Empreendedora por meio do Alpha de *Cronbach*, no qual sinaliza que valores superiores a 0,60 são considerados válidos e mais significantes em estudos exploratórios, enquanto para 0,70 são aceitáveis para outras modalidades de pesquisas (HAIR *et al.*, 2009). A tabela 05 apresenta os índices encontrados nos achados do estudo:

**Tabela 05-** Alpha de *Cronbach*

CONSTRUTO	CONSTRUTO ALPHA DE CRONBACH
Atitudes Pessoais	0,797
Normas Subjetivas	0,725
Controle Comportamental Percebido	0,863
Intenções Empreendedoras	0,877
<b>INTENÇÃO EMPREENDEDORA (IE)</b>	<b>0,899</b>

**Fonte:** Dados da pesquisa (2020)

Conforme a tabela 05, percebe-se que, no geral, os construtos possuem valor significativo de Alpha de *Cronbach* (90%) sinalizando consistência e confiabilidade na escala, sem necessidade de retirada de variáveis. Tal resultado é consoante ao encontrado nos estudos de Heck (2011), visto que o teste de significância apresentou alta confiabilidade, tendo nível de significância variando entre 70% a 90% na avaliação individual das dimensões da escala. Por conseguinte, calculou-se por meio de correlação no qual foi considerada a média por pessoa para o alcance da relação entre as variáveis pertencentes às dimensões da intenção empreendedora, conforme constante na tabela 6:

**Tabela 06-** Correlação

Construtos	Atitudes Pessoais	Normas Subjetivas	Comportamento percebido	Intenção Empreendedora
Atitudes Pessoais	1	0,182**	0,333**	0,609**
Normas Subjetivas	0,182**	1	0,138*	0,165*
Comportamento percebido	0,333**	0,138*	1	0,537**
Intenção Empreendedora	0,609**	0,165*	0,537**	1

**Fonte:** Dados da pesquisa (2020)

Conforme exposto na tabela 06 os construtos da intenção empreendedora figuram uma correlação moderada entre si. O maior nível de correlação concentra-se entre as dimensões intenção e atitudes pessoais com valor correspondente a 0,609. Por outro lado, os menores valores constam entre os construtos normas subjetivas e comportamento percebido (0,138).

Nesse sentido, afirma-se que os resultados apontados corroboram com os estudos de Krueger, Burguer e Minello (2019). Quando elevada a intenção, maior as atitudes pessoais, assim como mais presente for as normas subjetivas haverá comportamento percebido. Ambas as correlações apresentaram valores positivos, denotando significância em suas relações.

Sequencialmente, buscou-se verificar por meio da análise fatorial e regressão explicar a aplicabilidade do modelo da IE e a influência dos construtos Atitudes Pessoais, Normas Subjetivas, Controle do Comportamento Percebido na dimensão Intenção Empreendedora.

A análise fatorial tem como característica a redução das variáveis, sintetizando-as e ajustando-as de modo a identificar fatores que limitam a confiabilidade do modelo (FÁVERO

et al., 2009). Para tanto, na análise fatorial exploratória utilizou-se o teste *Kaiser-Meyer-Olkin*-KMO para adequação da amostra e o teste de esfericidade de Bartlett. No KMO obteve-se o valor 0,867, o que confirma uma amostra suficiente, já que são aceitáveis valores entre 0,5 e 1,0. No teste Bartlett, o nível de significância(sig) equivaleu-se a 0,000, descartando a hipótese nula posto que há correlação entre as variáveis (HAIR et al., 2009).

A tabela 07 apresenta os resultados referentes ao método dos componentes principais que indica as variâncias explicadas de cada componente em relação à cada fator. Nessa tabela visualiza-se o ajustamento das variáveis do modelo. Os itens discriminados são a Atitude (A1-A5); Normas (N1-N3); Comportamento (C1-C5) e Intenção (I1-I7), contendo também os valores de comunalidades (COM):

**Tabela 07 - Matriz de Componente Rotativo (Método Varimax)**

Variáveis	Componente				Com	Variáveis	Componente				Com
	1	2	3	4			1	2	3	4	
A1	0,087	0,157	0,683	0,121	0,514	C3	0,285	0,722	0,11	-0,029	0,615
A2	0,257	0,119	0,707	0,094	0,589	C4	0,105	0,83	0,028	0,033	0,703
A3	0,201	-0,127	0,789	0,032	0,680	C5	0,014	0,875	0,012	0,004	0,766
A4	0,309	0,219	0,769	0,029	0,736	I1	0,287	0,663	0,179	0,143	0,574
A5	0,542	0,149	0,447	0,017	0,516	I2	0,655	0,282	0,175	0,087	0,546
N1	0,068	0,023	0,165	0,678	0,493	I3	0,86	0,172	0,165	0,049	0,799
N2	-0,021	0,082	0,098	0,863	0,762	I4	0,841	0,135	0,136	0,044	0,746
N3	0,104	0,047	-0,053	0,848	0,735	I5	0,811	0,19	0,216	0,037	0,742
C1	0,164	0,561	0,186	0,179	0,409	I6	0,712	0,225	0,349	0,037	0,681
C2	0,291	0,753	0,012	-0,056	0,654	I7	0,477	0,437	0,096	0,069	0,432

**Fonte:** Dados da pesquisa (2020)

De acordo com a análise dos componentes constata-se que as variáveis da Atitude estão agrupadas majoritariamente no componente 03; Normas no componente 04; Comportamento 03 e Intenção no componente 01. As exceções encontradas foram nos itens A5 e I1, que teoricamente poderiam ser excluídas, mas, considerando-se os resultados da matriz de correlações anti-imagem cujo objetivo consiste em obter indícios acerca da necessidade de eliminar variáveis que possam comprometer o modelo, não se retirou nenhum item. Por meio da diagonal da matriz anti-imagem percebe-se o índice de Medida de Adequação de Amostra (*Measure of Sampling Adequacy – MSA*) (HAIR, et al., 2009). Portanto, a matriz aponta valores nas no modelo da IE acima de 0,60 comprovando que ambas possuem alta correlação consigo mesma.

Quanto à estatística de comunalidades que exibem a variabilidade a explicativa das variáveis quando agrupadas em fatores, evidenciaram valores superiores entre 0,50 e 0,60 sendo este o mais conveniente de acordo com a literatura. No entanto, 03 variáveis mostraram resultados inferiores, não tendo sido eliminadas devido à consistência do modelo. Por conseguinte, a tabela 08 notifica os dados correspondentes a variância total explicada:

**Tabela 08-** Análise Fatorial Exploratória

Variância total explicada							
Componente	Valores próprios iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado			Somas rotativas de carregamentos ao quadrado
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa	Total
1	7,384	36,922	36,922	7,384	36,922	36,922	6,176
2	2,437	12,185	49,106	2,437	12,185	49,106	5,163
3	1,943	9,715	58,821	1,943	9,715	58,821	4,673
4	1,388	6,940	65,762	1,388	6,940	65,762	2,372

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Segundo Fávero (2009), a rotação em uma análise fatorial exploratória visa estruturar os elementos por meio de correlações de forma que as variáveis de um modelo possam ter altas cargas fatoriais nos itens mensurados, possibilitando uma matriz interpretativa e devem conter valor resultante de, no mínimo, 60%. Logo, os dados sinalizam que a variância total explicada indica a existência de 04 fatores (grupos) que conseguem explicar 63% do modelo da IE.

Sequencialmente, buscou-se verificar a influência dos construtos Atitudes Pessoais, Normas Subjetivas, Controle do Comportamento Percebido na dimensão Intenção Empreendedora tida como variável dependente, utilizando-se da regressão linear por meio do método *stepwise*, em que aponta apenas as variáveis mais significativas. Tal resultado pode ser visto na tabela 09:

**Tabela 09-** Modelo de Regressão da IE

	Variável Dependente: Intenção Empreendedora								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Atitude</b>	0.916** (0.0000)			0.646** (0.0000)	0.645 (0.0000)	0.651 (0.0000)	0.647 (0.0000)	0.646** (0.000)	0.649 (0.0000)
<b>Norma</b>		0.108* (0.0530)		0.025 (0.6150)	0.026 (0.607)	0.023 (0.641)	0.024 (0.623)	0.025 (0.6140)	0.023 (0.640)
<b>Comportamento</b>			0.605** (0.0000)	0.385** (0.0000)	0.384 (0.0000)	0.353 (0.0000)	0.386 (0.0000)	0.384** (0.0000)	0.363 (0.0000)
<b>Constante</b>	-0.277 (0.2590)	3.187*** (0.0000)	1.637** (0.0000)	-0.496 (0.1300)	-0.500 (0.128)	-0.560 (0.087)	-0.414 (0.215)	-0.504 (0.1370)	-0.419 (0.220)
<b>Gênero (MASC=1)</b>					0.020 (0.834)				0.069 (0.503)
<b>Idade</b>						0.074 (0.035)			0.082 (0.038)
<b>Curso (ADM=1)</b>							-0.124 (0.205)		-0.116 (0.279)
<b>Renda</b>								0.005 (0.9260)	-0.061 (0.359)
<b>R<sup>2</sup></b>	0.435	0.011	0.296	0.498	0.488	0.499	0.492	0.488	0.497
<b>F</b>	257.409	3.782	141.101	67.391	50.318	52.538	51.100	50.300	30.183

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Conforme demonstrado na análise de regressão, tem-se o construto Intenção Empreendedora como variável dependente, as dimensões Atitude, Norma e Comportamento variáveis independentes e os fatores gênero, idade, curso e renda como variáveis de controle.

O coeficiente determinante exposto na tabela 07 ( $R^2$ ) totalizou no geral 0.498 constatando que a Atitude, Normas e Comportamento explicam 49,8% a Intenção Empreendedora. No entanto, percebe-se por este valor que o modelo denota baixo poder explicativo, visto que apresentaram valores inferiores a 0,5. Mesmo assim, individualmente a Atitude mostrou-se mais explicativa que as demais variáveis, comprovando a hipótese *H1: A Atitude influencia positivamente na Intenção Empreendedora*.

O valor F informa o quanto esse modelo é mais explicativo do que a média (FIELD, 2011). Isso significa que no geral esse modelo explica em 67.391 (67,39%) melhor do que a média os construtos da Intenção Empreendedora.

Nesse contexto, nota-se que as variáveis Atitude e Comportamento são capazes de explicar com mais empoderamento a variável dependente Intenção Empreendedora do que as Normas, ressaltando que dentre todas as dimensões a variável Atitude (91,6%) é a que possui poder explicativo mais elevado, pois apresentou maior valor estatístico, comprovando os achados nos estudos de Ajzen (1991); Krüger; Bürger e Minello (2019). Tal resultado não confirma a hipótese *H2: Normas influenciam na Intenção Empreendedora* e confirma a hipótese *H3: Comportamento reflete positivamente na Intenção Empreendedora*. Ou seja, quanto maior a Atitude maior será a Intenção Empreendedora, o que sinaliza a existência de ligação aos resultados encontrados na correlação, em que a dimensão Atitude e Comportamento tiveram maior correlação com a Intenção Empreendedora, enquanto Normas Subjetivas obteve menor nível de correlação. Logo, os resultados conclusivos das hipóteses são visualizados na tabela 10:

**Tabela 10-Síntese das hipóteses**

Hipótese	Construto	Valor esperado	Conclusão
H1	Atitude	Influencia positivamente na Intenção	Confirmada
H2	Norma	Influencia positivamente na Intenção	Rejeitada
H3	Comportamento	Influencia positivamente na Intenção	Confirmada

**Fonte:** Dados da pesquisa (2020)

Ressalta-se que as variáveis de controle foram inseridas no modelo devido sua capacidade de influenciar na análise alterando-a estatisticamente (BORGES; MONDO; MACHADO, 2016; SIEGER; MINOLA, 2017). No que se refere a essas variáveis, percebe-se que, com exceção do fator idade que se mostrou significativo, notificando que quanto maior a idade maior a intenção empreendedora, as demais não apresentaram níveis de significância. Por essa razão, pode-se concluir que não influenciam no resultado do modelo, visto que os coeficientes se mantiveram estáveis e significantes mesmo com o acréscimo das variáveis de controle.

## 5 CONCLUSÃO

O objetivo do estudo esteve em analisar como se configura a Intenção Empreendedora em discentes de cursos superiores, considerando para isso o curso de Bacharelado em Administração e o de Tecnólogo em Design de Moda do Instituto Federal do Piauí-Campus Piripiri. Em ambos prevalece o sexo feminino, idade de até 20 anos e de 21 a 25 anos com renda correspondente até R\$ 1500,00, o que demonstra um perfil equivalente entre os cursos.

De forma geral, os construtos apresentaram médias moderadas, sendo na Atitude Empreendedora o destaque para a variável “*Se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria*

de criar uma empresa” nas Normas Subjetivas “Os seus parentes” e “Os seus amigos”, no Controle Comportamental Percebido “Se eu tentasse criar uma empresa, teria uma alta probabilidade de sucesso” e na Intenção Empreendedora as variáveis “Farei todos os esforços para criar e manter minha própria empresa”, “Eu estou decidido a criar uma empresa no futuro”. Isso demonstra que os discentes acreditam na possibilidade de abrir um negócio e possuem Intenção Empreendedora. Estão assim, dispostos a empreender desde que tenham recursos e visualizem uma oportunidade a seu favor, além de contar com o apoio de terceiros na proposição e execução de uma ideia.

O *Alpha de Cronbach* apresentou valores significativos e por meio da análise fatorial percebe-se que o modelo possui potencial explicativo. O modelo de equação estrutural indicou relações positivas e significativas da atitude e comportamento sobre a intenção empreendedora, demonstrando a importância do estímulo ao empreendedorismo com estudantes universitários, confirmando as hipóteses H1 e H3 apresentadas, porém as normas não influenciam na intenção empreendedora, rejeitando assim, a hipótese H2. Reflete-se que a Intenção Empreendedora possui validação e é capaz de analisar a configuração da ação empreendedora dos discentes pesquisados.

Diante disso, sinaliza-se que o objetivo proposto fora conclusivo, visto que os discentes participantes possuem tendência ao empreendedorismo. Contribui para o meio acadêmico no tocante ao desenvolvimento de pesquisas que contemplem a temática abordada nas instituições de ensino, assim como na aquisição de conhecimentos versáteis sobre o empreendedorismo e experiências a partir de um modelo teórico.

Enquanto contribuição prática verifica-se a perspectiva empreendedora sob a ótica da intenção na abertura de novos negócios, inserindo na sociedade discussões sobre mudanças e oportunidades profissionais agregadas ao valor econômico gerado com o estabelecimento de emprego e renda. Logo, ressalta-se a necessidade de trabalhar o ensino do empreendedorismo na academia, pois, oportuniza a absorção de conhecimentos que incentivam a prática empreendedora dos discentes dentro e fora do âmbito universitário.

As principais limitações do estudo referem-se ao fato do estudo abarcar apenas uma instituição de ensino, o que promove abertura para pesquisas futuras. Outra limitação da pesquisa relaciona-se à impossibilidade de isolar a influência da formação empreendedora dos cursos nos construtos analisados. Novos desenhos de pesquisa podem ser elaborados no intuito de mensurar a formação empreendedora recebida pelos universitários.

## REFERÊNCIAS

- AJZEN, I. *The theory of planned behavior*. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 50, 1991. p. 179–211.
- AJZEN, I. A teoria do comportamento planejado: reações e reflexões. **Psicologia e Saúde**, v. 26, n. 9, p. 1113-1127, 2011. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>.
- ARROYO, J.; DÍAZ, R.; AGARWAL, N. Análise de alguns antecedentes da Intenção Empreendedora social entre os residentes do México. **Rev. bras. gest. neg.** São Paulo, v. 19, n. 64, p. 180-199, abril de 2017. DOI: <https://doi.org/10.7819/rbgn.v19i64.3129>.
- BAE, T. J. *et al.* *The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review*. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 38, n. 2, p. 217-254, 2014.
- BARRAL, M. R. M.; RIBEIRO, F. G.; CANEVER, M. D. *Influence of the University Environment in the Entrepreneurial Intention in Public and Private Universities*. **Revista de Administração**, v. 53, n. 1, p. 122-133, 2018.

- BIRCHLER, E. A.; TEIXEIRA, A. A Intenção Empreendedora de Estudantes e os Fatores que a Influenciam. **Revista de Negócios**, v. 22, n. 2, p. 7-22, 2017.
- BORGES, W. J.; MONDO, T. S.; MACHADO, H. V. A influência do meio sobre o empreendedorismo a partir das dimensões normativa, regulativa e cognitiva. **Revista Pretexto**, v. 17, n. 2, p. 66-80, 2016.
- CRUZ, E. P. *et al.*, Análise de Variáveis Prescritoras da Intenção Empreendedora de Imigrantes Brasileiros em Portugal. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 24, n. 4, p. 349-368, 2020.
- FIELD, A. Descobrimos a Estatística usando o SPSS. 2ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2011.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**. Brasília: SEBRAE, 2017. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wpcontent/uploads/2019/02/GEM2018Apresenta%C3%A7%C3%A3o-SEBRAE-Final-slide.pdf>>. Acesso em: 28/10/2019.
- GUZMÁN-ALFONSO, C.; GUZMÁN-CUEVAS, J. *Entrepreneurial intention models as applied to Latin America*. **Journal of Organizational Change Management**, v. 25, n. 5, 2012, p. 721-735.
- HAIR, J.F. *et al.*, **Análise Multivariada de Dados**. 6ª ed. São Paulo: Bookman, 2009.
- HECKE, A.P. **A Intenção Empreendedora dos alunos concluintes dos cursos de graduação em administração em ciências contábeis das instituições de ensino superior de Curitiba-PR**. 2011. Dissertação (Mestrado em contabilidade). Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2011. Disponível em: <<https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/25849>>. Acesso em: 04/08/2019.
- IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**, 2019. Disponível em <<http://cidades.ibge.gov.br>>. Acesso em: 10/06/2020.
- KRÜGER, C.; BÜRGER, R. E.; MINELLO, I. F. O Papel moderador da Educação Empreendedora diante da Intenção Empreendedora. **Revista Economia & Gestão**, v. 19, n. 52, p. 61-81, 2019.
- KRUEGER, N. F. *Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions*. In: **Revisiting the Entrepreneurial Mind**. Springer, Cham, 2017. p. 13-34.
- LANERO, A., VÁZQUEZ, J. L., ADÁNEZ, A. M. *Un modelo social cognitivo de intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios*. **Anales de Psicología**, v. 31, n. 1, pp. 243-259, 2015.
- LIMA, E. *et al.*, Educação Superior em Empreendedorismo e Intenções Empreendedoras dos Estudantes—Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2013-2014. Grupo APOE—Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PPGA-UNINOVE. **Caderno de pesquisa**, n. 2014-03, 2014.
- LIMA, S. H. O. *et al.* Modelagem de Intenção Empreendedora de Estudantes Universitários Usando Equações Estruturais. **Revista Pretexto**, v. 17, n. 2, p. 2-65, 2016.
- LIÑÁN, F.; CHEN, Y.W. *Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions*. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 33, n. 3, p. 593-617, 2009.
- LIÑÁN, F.; FAYOLLE, A. *A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda*. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 11, i. 4, p. 907-933, 2015



- LORTIE, J.; CASTOGIOVANI, G. *The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions*. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 11, n. 4, p. 935-957, 2015.
- OLIVEIRA, B. M. F. *et al.*, *Entrepreneurial intention among university students: adaptation and validation of a scale (QIE)*. **Revista Avaliação Psicológica**, v. 15, n.2, p. 187–196, 2016.
- PPC-Plano Pedagógico de Curso. Instituto Federal do Piauí, 2015. Disponível em: <<http://www.ifpi.edu.br/cursos/documentos-dos-cursos/ppc/ppc-adm-pir.pdf>>. Acesso em: 02.07.2020.
- PPC-Plano Pedagógico de Curso. Instituto Federal do Piauí, 2015. Disponível em: <<http://www.ifpi.edu.br/cursos/documentos-dos-cursos/ppc/ppc-dsm-pir.pdf>>. Acesso em: 02.07.2020.
- PAIVA, L. E. B. *et al.*, *Influência da sustentabilidade e da inovação na Intenção Empreendedora de universitários brasileiros e portugueses*. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 16, n. 4, p. 732-747, 2018.
- PAIVA, L. *et al.*, *Comportamento Planejado e Crenças Religiosas como Antecedentes da Intenção Empreendedora: Um Estudo com Universitários*. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 21, n. 2, p. 1-29, 2020.
- SIEGER, P.; MINOLA, T. *The family's financial support as a "Poisoned gift": A family embeddedness perspective on entrepreneurial intentions*. **Journal of Small Business Management**, v. 55, p. 179-204, 2017.
- SOOMRO, B. A.; SHAH, N. *Developing attitudes and intentions among potential entrepreneurs*. **Journal of Enterprise Information Management**, v. 28, n.2, p. 304-322, 2015.
- SOUSA, E. S. *et al.* *Mapeamento da Produção Científica Internacional sobre Intenção Empreendedora*. **Revista de Gestão e Secretariado**, v. 10, n. 3, p. 114-139, 2019.
- SCHAEFER, R. *et al.*, *Valores Pessoais, Atitudes e Intenção Empreendedora: Um Estudo com Estudantes de Graduação em Administração*. **Revista Economia & Gestão**, v. 17, n. 47, p. 123-143, 2017.
- SCHLAEGEL, C.; KOENIG, M. *Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models*. **Enterp. Theory Pract.** 38, 291–332, 2014.
- SHAPER, A.; SOKOL, L. *The Social dimensions of entrepreneurship*. **Encyclopedia of Entrepreneurship, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc.** 1982, p. 72 - 90.
- TORNIKOSKI, E.; MAALAOUI, A. *Critical reflections–The Theory of Planned Behaviour: An interview with Icek Ajzen with implications for entrepreneurship research*. **International Small Business Journal**, v. 37, n. 5, p. 536-550, 2019.
- VASCONCELOS, V. N. S. A. *et al.*, *Intenção Empreendedora, Comportamento Empreendedor Inicial e Teoria Sociocognitiva do Desenvolvimento de Carreira*. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 9, n. 1, p. 159-188, 2020.
- ZHANG, Y.; DUYSTERS, G.; CLOODT, M. *The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention*. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 10, n. 3, p. 623-641, 2014.