

**EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: A INFLUÊNCIA DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS NAS  
INTENÇÕES EMPREENDEDORAS DE ESTUDANTES DE UMA INSTITUIÇÃO DE  
ENSINO SUPERIOR DE SANTA CATARINA**

**RODRIGO JOSÉ-GOMES**

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ (UTFPR)

**ROGÉRIO GALVÃO**

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ (UNIVALI)

**VICTOR GABRIEL LEITE**

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ (UTFPR)

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecemos à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES), pelo apoio concedido (Código de Financiamento 001), que viabilizou a realização deste trabalho.

## **EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: A INFLUÊNCIA DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS NAS INTENÇÕES EMPREENDEDORAS DE ESTUDANTES DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR DE SANTA CATARINA**

### **Introdução**

O avanço das tecnologias fomenta o empreendedorismo digital, alterando características, usuários e mercados. Tecnologias digitais, como redes sociais, impactam empreendedorismo, negócios e educação. Autores ressaltam a importância de habilidades e crenças empreendedoras, facilitando intenções em uma economia digital. A aprendizagem na educação para o empreendedorismo é autorreflexiva e experimental, necessitando análise aprofundada. Estudos enfatizam sua importância na melhoria das atitudes e intenções dos alunos, contribuindo para uma força de trabalho empreendedora e o crescimento econômico.

### **Problema de Pesquisa e Objetivo**

Este estudo investigou o fluxo e as crenças atitudinais dos alunos como mediadores na relação intenção-comportamento empreendedor em um contexto de aprendizagem mediado por mídias sociais, utilizando a teoria do comportamento planejado (TPB) e a teoria do fluxo. A TPB é eficaz para estudar preditores das intenções empreendedoras e fornece determinantes para observar atitudes e comportamentos após programas de empreendedorismo. O estudo integrou o conceito de fluxo à TPB, postulando o fluxo como mediador entre controle comportamental percebido, intenções e desempenho de aprendizagem.

### **Fundamentação Teórica**

A Teoria do Comportamento Planejado (TPB), proposta por Ajzen (2020), sugere que atitude, normas subjetivas e controle comportamental percebido determinam a intenção comportamental. No empreendedorismo, a TPB ajuda a entender intenções empreendedoras (IE) e avaliar a educação empreendedora (EE), influenciando positivamente as IE dos alunos. O conceito de fluxo descreve um estado de total absorção em uma atividade, equilibrando capacidades e oportunidades, sendo aplicado em diversos campos, incluindo educação. No entanto, sua aplicação em EE é limitada.

### **Metodologia**

Este estudo envolveu 110 estudantes de negócios e gestão (idade média 21 anos) em cursos de 2023-2024, com 103 questionários válidos. Usando a TPB e a teoria do fluxo, investigou o aprendizado de comércio eletrônico via mídias sociais. Análises SEM validaram construtos como Controle Comportamental, Atitudes e Fluxo, medindo sua influência nas intenções empreendedoras e desempenho acadêmico.

### **Análise dos Resultados**

Descobriu-se que o Controle Comportamental Percebido (PBC) influenciou significativamente a Experiência de Fluxo dos alunos ( $\beta = 0.622$ ,  $p < 0.001$ ) e suas Intenções Empreendedoras ( $\beta = 0.764$ ,  $p < 0.001$ ). As Atitudes dos alunos também foram positivamente associadas às suas Intenções empreendedoras ( $\beta = 0.304$ ,  $p < 0.01$ ), que, por sua vez, prediziam o Desempenho do Comportamento de Aprendizagem Empreendedora ( $\beta = 0.956$ ,  $p < 0.001$ ). A análise de mediação revelou que tanto a Experiência de Fluxo quanto as Atitudes mediaram significativamente as relações entre PBC e o Desempenho de Aprendizagem.

### **Conclusão**

Os resultados teóricos respaldam o uso da Teoria do Comportamento Planejado (TPB) e da teoria do

fluxo para entender como a experiência de fluxo dos alunos e as mudanças de atitude influenciam a relação intenção-comportamento em um ambiente de aprendizagem de comércio eletrônico mediado por mídias sociais. Os achados empíricos corroboram o modelo conceitual proposto, destacando a relevância do Controle Comportamental Percebido (PBC) na promoção da experiência de fluxo dos alunos e suas atitudes, impulsionando suas intenções e comportamentos empreendedores.

**Referências Bibliográficas**

Ajzen I. (2020). Human Behavior and Emerging Technologies, 2(4). Arruda, C., et al. (2023). REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal, 12(3). Brusco, E. M., et al. (2023). Revista Tempos e Espaços em Educação, 16(35). Camelo Osório, K., et al. (2024). Revista FSA, 21(3). Da Silva Junior, A. C., et al. (2022). Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, 7(3). Dos Santos, A. P., et al. (2023). Revista Catarinense da Ciência Contábil, 22, 1-15. Gheno, R. C. (2024). Desafio Online, 12(2). Gomes, R. J. (2024). Revista Saúde e Pesquisa, 17(1).