



EDUCAÇÃO E SUPORTE INSTITUCIONAL NO DESENVOLVIMENTO DA ORIENTAÇÃO EMPREENDEDORA INDIVIDUAL: A VISÃO DE ESTUDANTES DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

EDUCATION AND INSTITUCIONAL SUPPORT IN THE DEVELOPMENT OF INDIVIDUAL ENTREPRENEURIAL ORIENTATION: THE VIEW OF GRADUATE ADMINISTRATION STUDENTS

Recebido em 03.08.2023 Aprovado em 05.01.2024

Avaliado pelo sistema double blind review

DOI: <https://doi.org/10.12712/rpca.v18i1.59463>

Paulo Sérgio de Moura Bastos

psmbastos33@yahoo.com.br

Programa de Doutorado em Administração do Centro de Ciências da Administração e Socioeconômicas ESAG, da Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC – Florianópolis, Santa Catarina, Brasil.

<https://orcid.org/0000-0002-0403-3438>

Nério Amboni

amboni30@yahoo.com.br; nerio.amboni@udesc.br

Programa de Doutorado e de Mestrado em Administração do Centro de Ciências da Administração e Socioeconômicas ESAG, da Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC – Florianópolis, Santa Catarina, Brasil.

<http://orcid.org/0000-0003-2589-0137>

Resumo

O artigo tem por objetivo geral analisar as contribuições da educação empreendedora (EE) e do suporte institucional (SI) no desenvolvimento da orientação empreendedora individual (OEI). Os dados foram coletados via questionário junto a 222 estudantes dos Cursos de Graduação em Administração, bacharelado, presenciais em três Instituições de Ensino Superior Públicas da Grande Florianópolis, Estado de Santa Catarina. Os achados demonstraram que a EE e o SI contribuem no desenvolvimento da OEI dos estudantes pesquisados em termos de inovação, proatividade e propensão ao risco, reforçando os achados de pesquisas já realizadas e a identificação de espaços incrementais.

Palavras-chave: Educação Empreendedora. Suporte institucional. Orientação empreendedora individual. Cursos de administração.

Abstract

The general objective of this article is to analyze the contributions of entrepreneurial education (EE) and institutional support (IS) in the development of individual entrepreneurial orientation (IEO). Data were collected via a questionnaire from 222 students of undergraduate Business Administration, bachelor's degree courses, in three Public Higher Education Institutions in Greater Florianópolis, State of Santa Catarina, Brazil. The findings demonstrated that the EE and the IS contribute to the development of the IEO of the students surveyed in terms of innovation, proactivity and propensity to risk, reinforcing the findings of research already carried out and the identification of incremental spaces.

Keywords: Entrepreneurial Education. Institutional Support. Individual Entrepreneurial Orientation. Administration Courses.

Introdução

O empreendedorismo e a educação representam duas oportunidades que precisam ser alavancadas e interligadas para desenvolver o capital humano, assim como alimentam a inovação, a geração de emprego e o crescimento econômico e social (Ruiz & Martens, 2019).

De acordo com as conferências promovidas pelo órgão internacional da ONU, quatro áreas-chave integram a educação empreendedora (EE): a) incorporação do empreendedorismo na educação e treinamento, b) o desenvolvimento curricular, c) o desenvolvimento docente e; d) o engajamento com o setor privado (United Nations Conference On Trade And Development, [UNCTAD], 2015).

As universidades, dessa forma, estão remodelando seus papéis para atuarem de forma mais empreendedora. Uma universidade mais social, inovadora, proativa, flexível e dinâmica na gestão de suas relações com a economia e com a sociedade, mesmo correndo riscos (Etzkowitz & Zhou, 2017; Tomy & Pardede, 2020).

Os elos que se observam do empreendedorismo com a universidade empreendedora (UE) e com a educação empreendedora (EE) são fortalecidos pelos pilares do construto orientação empreendedora (OE) em nível de firma, ou seja, a propensão da empresa em se envolver em atividades empreendedoras com níveis de inovação, risco e proatividade (Miller, 1983; Covin & Slevin, 1989) e autonomia e competitividade agressiva (Lumpkin & Dess, 1996). A OE, assim, por alguns anos, foi considerada como um construto em nível de empresa (Gupta et. al., 2020).

Os estudos mais recentes têm e vêm enfatizando, também, a OE como um construto em nível individual, denominada de Orientação Empreendedora Individual (OEI). O estudo da OE, a partir dessa nova perspectiva (OEI) (por exemplo: Bolton & Lane, 2012; Taatila & Down, 2012; Martins & Peres, 2020; Hassan et. al., 2021), serve para avaliar a motivação e as competências dos estudantes para uma carreira empreendedora.

Dessa forma, diferentes fatores de ordem interna e externa vêm facilitando ou limitando o desenvolvimento da OEI, tais como a educação empreendedora (EE) e o suporte institucional/sistema de apoio universitário (SI) (Zanchet & Silva, 2021; Silva et al., 2021),

Chienwattanasooka et al. (2019), constataram junto aos graduados em Administração de universidades Tailandesas que a OE, a EE e o SI da universidade influenciavam as intenções empreendedoras dos graduados. Yang (2020) verificou a influência da EE na OE (inovação, proatividade, propensão ao risco) e chegou à conclusão de que a EE funcionava como um preditor chave da OE. Os autores Hassan et al. (2021) constataram no estudo realizado com 323 estudantes universitários da *Aligarh Muslim University*, na Índia que a EE tinha uma relação positiva com a OEI, com as motivações empreendedoras e com a intenção empreendedora. Lahikainen et al. (2022) identificaram na pesquisa realizada com 1.277 estudantes em instituições de ensino superior (IES) na Finlândia que o apoio institucional formal (SI) e as atividades em nível de instituição tinham impactado de forma positiva na experiência empreendedora dos estudantes.

Dessa forma, o artigo tem por objetivo geral analisar as contribuições da educação empreendedora (EE) e do suporte institucional (SI) no desenvolvimento da orientação empreendedora individual (OEI), dos estudantes dos Cursos de Graduação em Administração, bacharelado, presenciais em três Instituições de Ensino Superior Públicas da Grande Florianópolis, Estado de Santa Catarina.

O estudo contribui para a literatura ao reconhecer as contribuições da EE e do SI nas motivações empreendedoras e, acima de tudo, na OEI em termos de proatividade, inovação e propensão ao risco. A EE e o SI da universidade podem desempenhar um papel de destaque no desenvolvimento da percepção, da competência, da confiança e da convicção dos estudantes na criação de empreendimentos e na criação de uma cultura empreendedora. Também, complementa e reforça os

achados de estudos anteriores acerca da relação da EE, SI e OEI.

O artigo além da introdução, apresenta na seção 2 os fundamentos teóricos da OEI, da EE e do SI com destaque para os principais estudos desenvolvidos nos últimos anos. A seção 3 contempla o percurso metodológico; a seção 4 os resultados com a descrição e discussão dos achados da pesquisa; a seção 5 envolve as conclusões e a última as referências.

Orientação empreendedora individual (OEI), educação empreendedora (EE) e suporte institucional (SI)

Orientação empreendedora individual (OEI)

O estudo da OE, a partir da perspectiva da OEI (por exemplo: Bolton & Lane, 2012; Taatila & Down, 2012; Koe, 2019; Forcadell & Úbeda, 2020; Musara & Nieuwenhuizen, 2020; Santos et al., 2020; Hassan et. al. 2021; Nair et al., 2022), serve para avaliar a motivação e as competências dos indivíduos para uma carreira empreendedora.

A OEI é definida como a capacidade, competência e vontade ou motivação de um indivíduo para se tornar um empreendedor (Taatila & Down, 2012). É uma competência que pode ser desenvolvida através da aprendizagem experiencial (Sahoo & Panda, 2019). A OEI refere-se à percepção individual de comportamentos inovadores, proativos e de risco (Miller, 1983; Musara & Nieuwenhuizen, 2020). A OEI aumenta a capacidade dos indivíduos na identificação de oportunidades e na adoção de comportamento empreendedor, bem como na gestão de negócios para obtenção de um desempenho superior (Forcadell & Úbeda, 2020; Santos et al., 2020).

Os autores Lee et al. (2011) adotaram o modelo de OE de quatro dimensões para analisar a OEI dos estudantes universitários de quatro países: EUA, Korea, Fiji, Índia e Malásia e concluíram que os estudantes da Malásia tinham uma pontuação maior na dimensão “agressividade competitiva”, seguido por “inovação”, “autonomia” e “propensão aos riscos”.

Bolton e Lane (2012) desenvolveram instrumento para medir a OEI junto a 1.100 estudantes universitários no centro-sul dos EUA. Os achados da pesquisa evidenciaram que as variáveis inovação, propensão ao risco e proatividade representavam 60% da variância total, demonstrando confiabilidade e validade na escala da OEI. As variáveis autonomia e agressividade competitiva não foram validadas, já que estas são mais comuns à medida em que os indivíduos amadurecem ou à medida que enfrentam um ambiente competitivo.

Taatila e Down (2012) realizaram pesquisa com os estudantes universitários finlandeses e descobriram que os estudantes com experiência empreendedora pontuaram mais alto em todas as dimensões da OE, quando comparados com os estudantes não empreendedores. O estudo de Koe (2012) descobriu que os estudantes de negócios possuíam maior intenção em relação ao empreendedorismo, assim como percebiam uma maior viabilidade no empreendedorismo do que os estudantes não pertencentes a área de não negócios. Goktan e Gupta (2015) descobriram que os estudantes de graduação de negócios do sexo masculino dos Estados Unidos, Hong Kong, Índia e Turquia tinham uma OEI mais alta do que os estudantes do sexo feminino. Peprah et al. (2015) perceberam que os estudantes de Administração eram mais propensos a iniciar o seu próprio negócio do que os estudantes de Ciências.

Koe (2016) analisou a OEI junto a 157 estudantes do último semestre de graduação, a partir das três dimensões conceituadas de OE, ou seja, inovação, proatividade e propensão ao risco. 55 (35,03%) dos estudantes pesquisados eram do sexo masculino e 102 (64,97%) do sexo feminino. Em relação ao programa de estudos, 82 (52,22%) eram da Faculdade de Negócios e Gestão, 32 (20,38%) da Faculdade de Artes e Design e 43 (27,39%) da Faculdade de Hotelaria e Turismo. Os resultados revelaram que, entre as três dimensões da OEI, todos os estudantes pontuaram mais alto para “inovação”, confirmando os achados do estudo de Lee et al. (2011), ou seja, de que os estudantes da

Educação e suporte institucional no desenvolvimento da orientação empreendedora individual: a visão de estudantes de graduação em Administração

Malásia possuíam uma pontuação mais alta em “inovação”, seguida por “agressividade competitiva”. Para Koe (2016), a inovação ajuda o empreendedor a reagir às mudanças em seu ambiente de negócios. Da mesma forma, os estudantes noruegueses também mostraram baixa orientação para propensão ao risco. Para a maioria dos estudantes, iniciar um negócio é de fato uma decisão e uma ação arriscadas, porque envolve riscos monetários e não monetários.

Sisilia e Sabiq (2019) examinaram a OEI com 196 estudantes do programa de negócios das turmas de 2015 e 2016 da *Telkom University*, a partir da escala desenvolvida por Bolton e Lane (2012). Os autores concluíram que: a) a turma 2016 apresentou melhores pontuações para cada dimensão da OEI e autoestima do que a turma 2015; b) a diferença na percepção média da orientação empreendedora individual da classe de 2016 foi de 36,9 melhor ou superior à classe de 2015 que foi de 30,1. Também, a turma de 2016 foi mais ousada em tomar ações de risco, assim como demonstrou mais coragem nas situações de risco envolvidas, já que revelou mais disposição em investir dinheiro para iniciar e ser dono de um negócio.

Stouraitis et al. (2019) realizaram estudo para avaliar a OEI de estudantes universitários de Administração que trabalhavam ou tinham deixado o trabalho, diante das condições de mercado na Malásia e na Tailândia. O estudo com 332 estudantes mostrou que as dimensões da OEI (inovação, proatividade e propensão ao risco) estavam correlacionadas com a decisão de se tornar um empreendedor no Sudeste Asiático.

Yang et al. (2021) analisaram as diferenças transculturais em relação as dimensões da OEI junto a 670 estudantes universitários na Coreia, China e Japão. O autor identificou diferenças estatísticas significativas nos três grupos de universitários, ou seja, os estudantes da China apresentaram níveis mais altos de OEI, seguido dos estudantes da Coreia e do Japão. Os estudantes do Japão foram menos propensos a se comprometerem com as atividades empreendedoras.

O estudo desenvolvido pelos autores Nikitina et al. (2022) teve por objetivo verificar se existiam diferenças na OEI entre estudantes de Negócios na Letônia e na Polônia com os de Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática (STEM). Os resultados da pesquisa demonstraram diferenças significativas entre estudantes de negócios e das áreas de Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática (STEM) em relação a OEI. Os estudantes STEM apresentaram pontuações significativamente mais baixas para a propensão ao risco e inovação e mais altas para proatividade. Também, o campo de estudo escolhido afetou a percepção dos estudantes sobre o apoio educacional, influenciando, assim, as dimensões de inovação, proatividade e propensão ao risco. Segundo os autores, as universidades deveriam utilizar as medidas da OEI dos estudantes para alocar melhor os recursos, ajustar os currículos às reais necessidades para facilitar o empreendedorismo.

Educação empreendedora (EE) e orientação empreendedora individual (OEI)

A EE tem acompanhado um crescimento exponencial mundial nas instituições de ensino superior devido, principalmente, às pressões políticas, às mudanças na economia e ao crescente consenso entre governos e instituições educacionais de que o empreendedorismo é um dos impulsionadores do crescimento econômico, da inovação e da criação de empregos (Mankgele et al., 2023).

Para Fellnhofner (2019, p. 28), a EE representa “[...] um esforço para impulsionar o espírito empreendedor, projetar instrumentos de política eficazes e, em última análise, melhorar o bem-estar da sociedade”. A EE segundo Andrade Júnior e Sato (2019) pode contribuir para o desenvolvimento de competências e de habilidades comportamentais voltadas para a identificação de oportunidades de negócios. A EE pode incentivar o desenvolvimento de quatro competências relevantes para a ação empreendedora: a) identificação de oportunidades; b) avaliação de oportunidades; c)

exploração de oportunidades e; d) aquisição de recursos (Volery et al., 2013; Clough et al., 2019; Silveyra-León et al., 2023).

O indivíduo empreendedor deve ser preparado para a ação, ou seja, por meio da aprendizagem experiencial, da resolução de problemas, do incentivo à idealização, da participação em desafios e da convivência em contínuos processos de ação e de reflexão pela experiência vivenciada, o estudante é encorajado a assumir responsabilidades e autodirigir a sua formação (Schaefer & Minello, 2020).

Taatila e Down (2012) constataram que os estudantes com mais experiência relacionada ao empreendedorismo tiveram uma OE mais alta do que aqueles que não tinham nenhuma experiência com empreendedorismo. Aslam et al. (2012) verificaram que os estudantes do Paquistão que participaram da EE eram mais interessados no empreendedorismo, quando comparados com os estudantes que não tinham participado da EE. A pesquisa realizada por Hatammimi e Fauziyah (2013) junto a *Telkom University* revelou que os cursos de empreendedorismo tiveram uma influência de 81,9% nos estudantes interessados em se tornar empreendedores.

Bae et. al. (2014) argumentam que na medida que os estudantes se inscrevem em programas de EE, estão expostos a exemplos de planejamento de negócios bem-sucedidos ou interação proativa com profissionais bem-sucedidos. Esses elementos pedagógicos facilitam as estratégias de enfrentamento e ajudam a manter a motivação e o interesse, levando a maiores expectativas de sucesso.

A EE quando incorporada nos currículos das instituições de ensino pode, segundo Omoarebun (2014), inculcar o comportamento empreendedor de estudantes e de graduados na busca da autossuficiência. Mahendra et al. (2017) verificaram que a EE recebida pelos estudantes estimulava o crescimento da motivação e da atitude na realização de tarefas empreendedoras. Yang (2020) analisou a relação entre as variáveis EE, autoeficácia empreendedora e OE (inovação, proatividade, propensão ao risco) junto aos estudantes universitários da Coreia (n=224) e da China (n=216). Os resultados mostraram que a EE funcionava como um preditor chave da OE e também da autoeficácia. Além disso, a autoeficácia empreendedora teve um efeito mediador positivo e significativo, impactando ainda mais a OE.

Wasilczuk e Richert-Kazmierska (2020) desenvolveram estudo para verificar a relação da EE na OEI junto a 757 estudantes poloneses das Gerações Y: 1993 e 1998 (54%) e Z: após 1998 (46%). 80% dos entrevistados apresentaram altos níveis de proatividade (principalmente direcionados para atender suas próprias necessidades), enquanto apenas 56% exibiram comportamentos voltados para a inovação e apenas 47% voltado para a propensão ao risco. As gerações Y e Z são caracterizadas por baixa paciência, alta criatividade, capacidade de usar tecnologias modernas e facilidade de encontrar informações.

Hassan et. al. (2021) verificaram a influência da EE na OEI junto 323 estudantes universitários da *Aligarh Muslim University* da Índia. Os resultados demonstraram que a EE facilitou tanto a OEI quanto as motivações empreendedoras, tendo também um impacto positivo na intenção empreendedora. Teles et al. (2021) identificaram que das cinco dimensões de OE, três delas se destacaram, ou seja, inovação, proatividade e propensão ao risco foram mais perceptíveis junto aos estudantes pesquisados da Escócia e da África do Sul.

Jimoh et al. (2021) desenvolveram pesquisa junto a 250 estudantes da universidade estadual de Kaduna e constataram que a EE atuava como um fator crítico na construção do apetite ao risco e no fortalecimento da proatividade dos estudantes pesquisados. Efrata et al. (2021) verificaram junto a 231 estudantes de Administração e Negócios que tinham concluído um programa de EE na universidade que os estudantes mais criativos e inovadores estavam mais propensos e atentos a oportunidades empreendedoras e de que os estudantes mais proativos estavam mais propensos ao

empreendedorismo e ao aproveitamento das oportunidades identificadas, quando comparados com estudantes menos proativos. Amran e Parinduri (2021) analisaram o efeito da EE no interesse pelo empreendedorismo mediado pela OE junto a 288 estudantes da *FEB Trisakti University*. Os resultados da pesquisa demonstraram que a EE teve um efeito positivo na orientação para o empreendedorismo e de que a OE influenciava positivamente o interesse pelo empreendedorismo.

Manik e Kusuma (2021), verificaram em sua pesquisa que os 200 estudantes de várias universidades da Indonésia que participaram de cursos de empreendedorismo apresentaram maiores níveis em duas dimensões da OEI (propensão ao risco e proatividade). Também, os estudantes que tiveram envolvimento em organizações estudantis apresentaram níveis de OEI (inovação, propensão ao risco e proatividade) mais alto, quando comparados com aqueles que não tinham participado. As exposições de aprendizagem vivenciadas pelos estudantes em organizações estudantis, por serem considerados laboratórios vivos, foram benéficas na promoção da OEI. Dessa forma, segundo os autores, a EE pode ser motivada por meio de várias exposições de aprendizagem (não apenas em sala de aula) para estudantes universitários desenvolverem a OEI.

Stouraitis et al. (2022) constataram que os motivadores individuais da OE (inovação, proatividade, propensão ao risco) estão correlacionados com a decisão de se tornar um empreendedor no Sudeste Asiático (Malásia e Tailândia). O estudo desenvolvido por Martins et al. (2022) com 1.723 estudantes de graduação colombianos e equatorianos confirmou o impacto dos programas de EE na OEI, ou seja, os cursos de empreendedorismo tiveram um impacto significativo na inovação, na proatividade e na propensão ao risco de todos os estudantes pesquisados.

Da mesma forma que a EE, os fatores de apoio/suporte institucional da universidade (SI) também têm colaborado na promoção do empreendedorismo entre os estudantes.

Suporte da instituição (SI) e Orientação empreendedora individual (OEI)

As universidades representam uma parte central dos ecossistemas locais de inovação caracterizados por configurações específicas, como fatores econômicos, culturais, sociais e políticos (Matt & Schaeffer, 2018). As universidades são organizações complexas, compostas por muitos elementos que, quando combinados, podem traduzir atitudes voltadas ao empreendedorismo, como demonstrado pelo caso da Universidade de Estrasburgo na França (Matt & Schaeffer, 2018). A universidade pode apoiar os estudantes por meio da criação de um ambiente propício ao empreendedorismo. Assim, é fundamental a compreensão das percepções dos estudantes sobre o apoio universitário (Mustafa et. al., 2016).

Choi et al. (2017) analisaram empiricamente como o apoio universitário às atividades empreendedoras afeta o número de estudantes empreendedores, por meio do uso de dados de painel nacional coletados anualmente por uma agência governamental na Coreia do Sul no período de 2012-2014. Os autores verificaram um efeito significativo e positivo do investimento universitário nas iniciativas em empreendedorismo por parte dos estudantes. Tal conclusão está relacionada: a) o governo sul-coreano aumentou o apoio financeiro para atividades empreendedoras realizadas por universidades públicas e privadas; b) a maioria das universidades na Coreia do Sul aumentou o foco na educação para o empreendedorismo; c) vários recursos foram introduzidos e dedicados a atividades empreendedoras durante o período de estudos: financiamento de apoio para estudantes que desejam começar novos negócios, cursos acadêmicos para o empreendedorismo e aumento no número de professores/funcionários responsáveis pelo apoio às atividades empreendedoras dos estudantes.

Os estudos de Holienka et al. (2017) verificaram que o efeito do capital humano individual das IES tinha um papel significativo no empreendedorismo. O aumento da intensidade da EE, juntamente

com a participação em áreas de estudo relacionadas a negócios, estava associado ao aumento do engajamento de estudantes em atividades empreendedoras. Também, o suporte deve ser oferecido pela universidade aos estudantes durante todos os seus estudos, visando criar atividades empreendedoras sustentáveis. O apoio das universidades não deve se limitar à educação geral e na criação de um clima favorável e de ambiente de apoio. As universidades devem desenvolver e fornecer ações e instrumentos concretos para populações estudantis. Eles devem fornecer educação e treinamento de empreendedorismo de qualidade juntos com serviços e instalações de apoio. O foco deve ser o aumento das competências empreendedoras e das atitudes em relação ao empreendedorismo.

Mutlutürk e Mardikyan (2018) investigaram os fatores que afetavam a orientação empreendedora individual (OEI) de estudantes universitários. Para tanto, utilizaram cinco construtos (OEI, autoeficácia, suporte educacional percebido, suporte relacional percebido, suporte estrutural percebido). Os achados mostraram que a autoeficácia foi o fator que mais influenciava a OEI dos estudantes. O suporte educacional percebido e o suporte estrutural percebido tiveram um efeito indireto na OEI. Moraes et al. (2018), em uma análise de estudantes de Engenharia e Administração no Brasil, perceberam que o ambiente acadêmico exercia grande influência nas características empreendedoras.

Pauceanu et. al. (2018) realizaram estudo para verificar quais fatores influenciavam estudantes a iniciarem o seu próprio negócio em 10 universidades dos Emirados Árabes. Um inquérito *on line* foi realizado entre 500 estudantes entre abril e junho de 2018, tendo 157 questionários respondidos. Quatro fatores foram identificados como determinantes na abertura de negócios por parte dos estudantes: confiança empreendedora, orientação empreendedora, apoio universitário e apoio cultural para o empreendedorismo.

Stouraitis et al. (2019) investigaram os fatores motivadores da OEI junto a 332 estudantes universitários do Sudeste Asiático (Malásia e Tailândia) na criação de empreendimentos. Os autores identificaram que os fatores motivadores individuais da OEI (propensão a inovação, proatividade e propensão ao risco) estavam correlacionados com a decisão dos estudantes de se tornarem empreendedores no Sudeste Asiático.

Rocha et al. (2022) desenvolveram pesquisa para explorar o papel do ambiente universitário nos aspectos comportamentais relacionados ao empreendedorismo e seus efeitos nas características e intenções empreendedoras dos estudantes das universidades do estado do Amazonas (UEA), de Campinas (UNICAMP) e de São Paulo (USP). Os resultados confirmaram a influência positiva do apoio da universidade no empreendedorismo, assim como a influência das características empreendedoras na intenção empreendedora, confirmando os resultados de estudos anteriores que procuraram investigar as percepções dos estudantes em relação a influência do apoio universitário nas características empreendedoras.

Walsh et al. (2021) realizaram revisão sistemática da literatura para identificar o que as escolas de negócios realizaram para apoiar o empreendedorismo junto aos estudantes. As escolas de negócios tinham utilizado três temas principais para apoiar o empreendedorismo: educação empreendedora, redes de empreendedores e ecossistemas empresariais, além de outros dois temas embrionários: fatores em nível individual e obstáculos ao empreendedorismo. Ainda, os achados revelaram que a literatura existente estava concentrada nos temas de habilidades, treinamento e mudanças estruturais. Dakhan et al. (2021) investigaram os determinantes que influenciavam a orientação e a intenção empreendedora junto a 226 estudantes das universidades do Paquistão. Os achados evidenciaram uma relação positiva e significativa do apoio universitário na orientação empreendedora dos estudantes.

Educação e suporte institucional no desenvolvimento da orientação empreendedora individual: a visão de estudantes de graduação em Administração

Liu et al. (2022) coletaram dados junto a 395 estudantes chineses para avaliar a influência do apoio da universidade nas intenções empreendedoras. De acordo com os achados da pesquisa, o apoio da universidade percebido estava significativamente relacionado com às atitudes em relação ao empreendedorismo e não com as intenções empreendedoras. Para An e Xu (2021), o cultivo do potencial empreendedor nas universidades chinesas ainda está em sua infância, ou seja, as instituições de ensino superior no contexto chinês por mais de uma década estão desenvolvendo esforços para estimular o empreendedorismo estudantil com o fornecimento de apoio às atividades de empreendedorismo dos estudantes.

A pesquisa realizada por Alfianti et al. (2021) mostrou que o apoio da universidade é muito importante para estimular os estudantes a se tornarem empreendedores. O fornecimento de um ambiente como de uma comunidade empreendedora representa um passo para encorajar a alfabetização empreendedora, além da aprendizagem empreendedora obtida pelos estudantes em sala de aula. Ainda, segundo os autores, o apoio da universidade na forma de políticas ou no fortalecimento dos currículos, de outros programas e cursos podem apoiar o desejo do estudante a se tornar um empreendedor.

O estudo desenvolvido por Abhayarathne (2021), junto a uma amostra de 234 estudantes de universidades estaduais do Sri Lanka identificou uma influência positiva do apoio universitário percebido e do apoio institucional na autoeficácia empreendedora. As instituições de ensino superior deveriam avaliar com frequência o apoio dado para verificar se os estudantes estão percebendo o apoio conferido para o empreendedorismo. Com base nessas avaliações, o empreendedorismo pode ser motivado pelo desenvolvimento do currículo, programas personalizados e pelo ensino orientado para a tecnologia.

Procedimentos metodológicos

A pesquisa tem caráter descritivo e qualitativo, uma vez que procura descrever as percepções dos pesquisados em relação aos assuntos Educação Empreendedora (EE), Suporte Institucional da Universidade (SI) e Orientação Empreendedora Individual (OEI).

Para a consecução do processo de coleta de dados, foi elaborado um questionário na plataforma *Google Forms*, com questões compostas por itens das dimensões EE, SI e OEI. Foi utilizada a escala Likert de 5 pontos, onde (0) zero – refere-se à opção ‘Prefiro não responder à questão’; (1) um - Nenhuma percepção do estudante para o atributo do item apresentado; (2) dois - para Pouca percepção; (3) três - para Média percepção e; (4) quatro - para Muita percepção. O questionário foi dividido em 5 partes, conforme Quadro 1.

Quadro 1: Dimensões e itens da OEI, EE e SI

Item	Descrição do construto OEI = itens da dimensão Inovação (IN)
i.1	Da Inovação na gestão das empresas
i.2	De diferentes técnicas e estratégias para gerar mais recursos financeiros e não-financeiros para a empresa
1.3	Do lançamento de produtos e/ou serviços
1.4	Da inovação como prática indispensável ao sucesso empresarial
1.5	Da importância de empresa ter vantagem competitiva sobre os concorrentes
1.6	Da pesquisa e desenvolvimento (P&D) para o desenvolvimento de produtos / processos / serviços inovativos
1.7	De novas iniciativas para atender as mudanças do comportamento do consumidor
i.8	Da adoção de novos modelos de gestão (mais flexíveis), diante das transformações que estão ocorrendo na sociedade
Item	Descrição do construto OEI = itens da dimensão Propensão ao Risco (PA)
i.9	Dos riscos estratégicos e de seus impactos sobre a vontade de empreender
i.10	Da necessidade de se conhecer novos mercados

1.11	Das consequências dos financiamentos buscados junto aos bancos e instituições
1.12	Do risco de comprometer ativos em condições de incerteza
1.13	Do impacto de retornos incertos sobre investimentos realizados
1.14	De ocorrerem resultados não previsíveis diante das mudanças de cenários
1.15	Dos perfis dos gestores (conservador, moderado e agressivo) frente aos riscos
Item	Descrição do construto OEI = itens da dimensão Proatividade (PA)
i.16.	Da Inovação na gestão das empresas
i.17	De diferentes técnicas e estratégias para gerar mais recursos financeiros e não-financeiros para a empresa
1.18	Da empresa antever / atender demandas futuras
1.19	Do lançamento de produtos e/ou serviços
1.20	Da importância de empresa ter vantagem competitiva sobre os concorrentes
1.21	Da pesquisa e desenvolvimento (P&D) para o desenvolvimento de produtos / processos / serviços inovativos
1.22	De novas iniciativas para atender as mudanças do comportamento do consumidor
i.23	Da adoção de novos modelos de gestão (mais flexíveis), diante das transformações que estão ocorrendo na sociedade
i.24	Da empresa estar sempre à frente de novas tecnologias
i.25	O entendimento sobre a busca contínua de oportunidades sobre as atuais atividades da empresa
Item	Descrição dos itens da dimensão Educação Empreendedora (EE)
i.26	Projetos de educação voltados para o desenvolvimento de atitudes e habilidades empreendedoras
i.27	Palestras para o aumento da conscientização empreendedora
1.28	Cursos em novos negócios
1.29	Criação de novas perspectivas de autoemprego
1.30	Oportunidades para experienciar na prática situações de risco
1.31	A discussão e/ou vivências de exemplos de planos de negócios bem sucedidos
1.32	A discussão e/ou vivências de estratégias de enfrentamento aos desafios impostos pelo mercado
i.33	A discussão e/ou vivências para manter a motivação no interesse para aprender
i.34	A discussão e/ou vivências sobre o conhecimento técnico para administrar a empresa
i.35	Oportunidade para os estudantes atuarem em grandes empresas
i.36	O desenvolvimento de conhecimentos voltados para a criação de um novo negócio
i.37	Discussões e/ou vivências sobre a propensão para iniciar novos negócios
i.38	Treinamento em áreas relacionadas ao empreendedorismo
i.39	O desenvolvimento de uma percepção positiva aos estudantes sobre o empreendedorismo
Item	Descrição dos itens da dimensão Suporte Institucional (SI)
i.40	Trabalhos de projetos focados em empreendedorismo
i.41	Estágios focados em empreendedorismo
1.42	Conferências/workshops em empreendedorismo
1.43	Contatos com outros empreendedores
1.44	Infraestruturas físicas e recursos (tecnológicos, humanos, etc.) às iniciativas empreendedoras
1.45	Ações de captação de recursos para iniciar um novo negócio
1.46	O uso de sua reputação (da IES) para apoiar os estudantes que iniciam um novo negócio
i.47	O uso da IES como laboratório/cliente para os estudantes iniciarem um novo negócio

Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

O questionário foi aplicado para uma população de 1.520 estudantes matriculados no segundo semestre de 2022 nos Cursos de Graduação em Administração, bacharelado, presenciais em três instituições de ensino superior públicas da Grande Florianópolis, Santa Catarina. Desse total, 222 estudantes responderam ao questionário, representando 14.6% da população. Assim, a amostra utilizada foi por conveniência, ou seja, uma técnica de amostragem não probabilística e não aleatória. Os dados foram tabulados e analisados de modo descritivo com o uso do programa Microsoft Excel, gerando quadros com percentuais dos itens pertinentes as dimensões EE, SI e do construto OEI e suas respectivas dimensões IN, PR e PA. Os dados são descritos, analisados e discutidos diante dos fundamentos teóricos e de resultados de estudos anteriores.

Apresentação e análise dos resultados

O tópico apresenta, num primeiro momento, a descrição das percepções dos pesquisados frente aos fundamentos teóricos e empíricos e, em um segundo momento, a discussão dos achados da EE e do SI no desenvolvimento da OEI.

Educação empreendedora (EE) e suporte institucional (SI)

De acordo com as percepções do pesquisados, os três itens mais representativos da EE foram i.28, i.39 e i.37 (Quadro 2). O item i.28) *Cursos em novos negócios* é o mais relevante da dimensão EE, obtendo um percentual de 50,0% de representatividade percebida na amostra considerada. O item i.28) vincula-se ao oferecimento de possibilidades aos estudantes de perspectivas de autoemprego e à preocupação de desenvolvimento de atitudes e intenções vinculadas ao processo de criação de um novo negócio. O item i.39) *O desenvolvimento de uma percepção positiva aos estudantes sobre o empreendedorismo* aparece a seguir, percebido como o segundo item mais relevante à construção da dimensão EE, com 52,7% de representatividade para a amostra pesquisada. O item i.39) demonstra uma associação positiva entre aprendizagem empreendedora e potencialidade empreendedora. O item i.37) *Discussões e/ou vivências sobre a propensão para iniciar novos negócios* não previsíveis diante das mudanças de cenários é percebido por 51,8% dos pesquisados como sendo o terceiro item mais representativo na construção da dimensão EE. Os demais itens são considerados representativos e caracterizadores da EE em nível universitário, tendo por objetivo aumentar a conscientização empreendedora, além de preparar os aspirantes para o empreendedorismo.

Quadro 1 - Frequência relativa dos itens da dimensão educação empreendedora (EE)

Item	Itens da dimensão Educação Empreendedora (EE)	Frequência Relativa (%)
i.26	Projetos de educação voltados para o desenvolvimento de atitudes e habilidades empreendedoras	43,7
i.27	Palestras para o aumento da conscientização empreendedora	41,4
i.28	Cursos em novos negócios	50,0
i.29	Criação de novas perspectivas de autoemprego	38,3
i.30	Oportunidades para experienciar na prática situações de risco	36,9
i.31	A discussão e/ou vivências de exemplos de planos de negócios bem sucedidos	41,0
i.32	A discussão e/ou vivências de estratégias de enfrentamento aos desafios impostos pelo mercado	49,1
i.33	A discussão e/ou vivências para manter a motivação no interesse para aprender	39,2
i.34	A discussão e/ou vivências sobre o conhecimento técnico para administrar a empresa	41,0
i.35	Oportunidade para os estudantes atuarem em grandes empresas	42,3
i.36	O desenvolvimento de conhecimentos voltados para a criação de um novo negócio	43,7
i.37	Discussões e/ou vivências sobre a propensão para iniciar novos negócios	45,5
i.38	Treinamento em áreas relacionadas ao empreendedorismo	40,1
i.39	O desenvolvimento de uma percepção positiva aos estudantes sobre o empreendedorismo	49,1

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Os itens i.28 (*cursos em novos negócios*), i.39 (*o desenvolvimento de uma percepção positiva aos estudantes sobre o empreendedorismo*), e i.37 (*discussões e/ou vivências sobre a propensão para iniciar novos negócios*) revelam que a EE representa “[...] um esforço para impulsionar o espírito empreendedor, projetar instrumentos de política eficazes e, em última análise, melhorar o bem-estar da sociedade” (Fellnhofner, 2019, p. 28). A EE contribui para o desenvolvimento de competências e

de habilidades comportamentais voltadas para a identificação de oportunidades de negócios (Andrade Júnior & Sato, 2019). A EE pode ser considerada um instrumento fundamental para fomentar atitudes, intenções e competências empreendedoras (Karimi et al., 2016). Com a EE, as universidades podem desenvolver habilidades, atitudes e conhecimentos para aumentar o estado de alerta em relação às oportunidades de negócios (Piperopoulos & Dimov, 2015). A EE pode também fornecer aos estudantes as ferramentas necessárias para iniciar um novo negócio (Balan et al., 2018; Kozlinska et al., 2020).

Assim, a EE pode incentivar o desenvolvimento de quatro competências relevantes para a ação empreendedora. A primeira trata da identificação de oportunidades como sendo a capacidade de olhar para o habitual e o inusitado, de observar o ordinário e o extraordinário. A segunda competência, avaliação de oportunidades, refere-se à capacidade de avaliar o conteúdo estrutural das oportunidades para determinar com precisão sua atratividade. A terceira competência, exploração de oportunidades, refere-se à busca de *feedback*, incorporando continuamente novas informações e adaptando a ideia inicial, de modo que a ideia original se torne uma oportunidade. A aquisição de recursos como a quarta competência diz respeito às habilidades necessárias para acessar recursos não necessariamente possuídos ou controlados para realizar a implementação de oportunidades previamente identificadas (Volery et al., 2013; Clough et al., 2019; Silveyra-León et al., 2023).

Aslam et al. (2012) verificaram que os estudantes do Paquistão que participaram da EE eram mais interessados no empreendedorismo, quando comparados com os estudantes que não tinham participado da EE. Hatammimi e Fauziyah (2013) identificaram em sua pesquisa que os cursos de empreendedorismo tiveram uma influência de 81,9% dos estudantes que estavam interessados em se tornar empreendedores. Jimoh et al. (2021) verificaram que a EE representa um fator crítico na construção do apetite ao risco e no fortalecimento da proatividade dos estudantes pesquisados. Efrata et al. (2021) observaram que os estudantes participantes de programa de EE na universidade eram mais criativos e inovadores e estavam mais propensos e atentos a oportunidades empreendedoras quando comparados com estudantes menos proativas.

Para Bae et al. (2014), os estudantes inscritos em programas de EE, estão expostos a exemplos de planejamento de negócios bem-sucedidos ou interação proativa com profissionais bem-sucedidos. Esses elementos pedagógicos facilitam as estratégias de enfrentamento e ajudam a manter a motivação e o interesse, levando a maiores expectativas de sucesso. Segundo Schaefer e Minello (2020), o indivíduo empreendedor deve ser preparado para a ação, ou seja, por meio da aprendizagem experiencial, da resolução de problemas, do incentivo à idealização, da participação em desafios e da convivência em contínuos processos de ação e de reflexão pela experiência vivenciada, o estudante é encorajado a assumir responsabilidades e autogerir a sua formação. Para Ahmad et al. (2018) um caminho válido é desenhar programas de acordo com objetivos, ou seja, empreendedorismo *sobre, para, em e através*. Segundo Salomão (2007) e Neck e Greene (2011), a EE tem e vem utilizando uma variedade de metodologias pedagógicas com destaque para a abordagem construtivista, manifestada por meio de pedagogias da aprendizagem experiencial.

As evidências apresentadas e outras citadas na literatura demonstram que o empreendedorismo pode ser ensinado, ou pelo menos incentivado, por meio da EE (Salomão, 2007). Portanto, a EE pode ser considerada um instrumento fundamental para fomentar atitudes, intenções e competências empreendedoras (por exemplo: Karimi et al., 2016; Silveyra-León et al., 2023). Mesmo assim, segundo os autores como, por exemplo, Fayolle e Gailly (2008), Balan et al. (2018), Hatt (2018) e Silveyra-León et al. (2023), a EE ainda permanece em seus estágios iniciais, porque não existe consenso acerca de referencial teórico padrão ou melhores práticas para educar ou fomentar empreendedores. Revisões anteriores da literatura sobre programas e cursos de EE revelaram vários objetivos, filosofias, conteúdos, pedagogias e resultados buscados, impactando a pesquisa científica

Educação e suporte institucional no desenvolvimento da orientação empreendedora individual: a visão de estudantes de graduação em Administração

em EE, já que a falta de referenciais teóricos para o desenho de um curso e programa pode levar à ambiguidade e a imprecisão.

Em relação a dimensão Suporte Institucional (SI), observa-se nas percepções dos pesquisados a prevalência nos itens i.45 (*ações de captação de recursos para iniciar um novo negócio*: 47,3%), seguido pelos itens i.43 (*A contatos com outros empreendedores*: 44,6%) e i.42 (*Conferências/workshops em empreendedorismo*: 41,4%), (Quadro 3) como sendo os três itens mais percebidos e representativos, respectivamente.

Quadro 32 - Frequência relativa dos itens da dimensão suporte institucional (SI)

Item	Itens da dimensão Suporte Institucional (SI)	Frequência Relativa (%)
i.40	Trabalhos de projetos focados em empreendedorismo	39,2
i.41	Estágios focados em empreendedorismo	37,8
i.42	Conferências/workshops em empreendedorismo	41,4
i.43	Contatos com outros empreendedores	44,6
i.44	Infraestruturas físicas e recursos (tecnológicos, humanos, etc.) às iniciativas empreendedoras	41,0
i.45	Ações de captação de recursos para iniciar um novo negócio	47,3
i.46	O uso de sua reputação (da IES) para apoiar os estudantes que iniciam um novo negócio	35,6
i.47	O uso da IES como laboratório/cliente para os estudantes iniciarem um novo negócio	33,8

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Os itens do SI com os percentuais mais expressivos (i.45, i.43 e i.42) (*ações de captação de recursos para iniciar um novo negócio, contatos com outros empreendedores e conferências/workshops em empreendedorismo*) desempenham um papel importante na promoção do empreendedorismo.

De acordo com Mustafa et. al. (2016), a universidade pode apoiar os estudantes por meio da criação de um ambiente propício ao empreendedorismo. Assim, torna-se crucial compreender as percepções dos estudantes sobre o apoio universitário. Choi et. al. (2017) identificaram um efeito significativo e positivo do investimento universitário nas iniciativas em empreendedorismo por parte dos estudantes na Coreia do Sul no período de 2012-2014. Os estudos de Holienka et al. (2017) verificaram que o efeito do capital humano individual das IES tinha um papel significativo no empreendedorismo. Ainda, segundo os autores, as universidades devem desenvolver e fornecer ações e instrumentos concretos para populações estudantis. Eles devem fornecer educação e treinamento de empreendedorismo de qualidade juntos com serviços e instalações de apoio.

Moraes et al. (2018) em uma análise de estudantes de Engenharia e Administração no Brasil, perceberam que o ambiente acadêmico exercia grande influência nas características empreendedoras. Pauceanu et al. (2018) identificaram quatro fatores como determinantes na abertura de negócios por parte dos estudantes: confiança empreendedora, orientação empreendedora, apoio universitário e apoio cultural para o empreendedorismo.

Alfianti et al. (2021) constataram que o apoio da universidade é muito importante para estimular os estudantes a se tornarem empreendedores. O fornecimento de um ambiente como de uma comunidade empreendedora representa um passo para encorajar a alfabetização empreendedora, além da aprendizagem empreendedora obtida pelos estudantes em sala de aula. Para os autores, o apoio da universidade na forma de políticas ou no fortalecimento dos currículos e de outros programas e cursos podem apoiar o desejo do estudante a se tornar um empreendedor. Abhayarathne (2021), também verificou junto a uma amostra de 234 estudantes de universidades estaduais do Sri Lanka, uma influência positiva do apoio universitário percebido e do apoio

institucional na autoeficácia empreendedora.

Rocha et al. (2022), também, confirmaram a influência positiva do apoio da universidade no empreendedorismo, assim como a influência das características empreendedoras na intenção empreendedora, reforçando os resultados de estudos anteriores que procuraram investigar as percepções dos estudantes em relação a influência do apoio universitário nas características empreendedoras. Os autores Liu et al. (2022) identificaram junto a 395 estudantes chineses que o apoio da universidade percebido estava significativamente relacionado com às atitudes em relação ao empreendedorismo.

Orientação empreendedora individual: inovação, propensão ao risco e proatividade

A OEI é definida como uma tendência mantida pelas pessoas em nível individual no local de trabalho para comportamentos inovadores, proativos e de risco (Mustafa et al., 2018; Kraus et al., 2020).

Em relação a dimensão Inovação (IN), observa-se nas percepções dos pesquisados os itens mais representativos (Quadro 4), ou seja, itens i.5 (*da importância da empresa ter vantagem competitiva sobre os concorrentes: 72%*), i.4 (*da inovação como prática indispensável ao sucesso empresarial: 58,1%*) e i.1 (*da inovação da gestão das empresas: 57,2%*).

Quadro 4 - Frequência Relativa dos Itens da Dimensão Inovação (IN)

Item	Itens da dimensão Inovação (IN)	Frequência Relativa (%)
i.1	Da Inovação na gestão das empresas	57,2
i.2	De diferentes técnicas e estratégias para gerar mais recursos financeiros e não-financeiros para a empresa	43,2
i.3	Do lançamento de produtos e/ou serviços	50,0
i.4	Da inovação como prática indispensável ao sucesso empresarial	58,1
i.5	Da importância de empresa ter vantagem competitiva sobre os concorrentes	72,0
i.6	Da pesquisa e desenvolvimento (P&D) para o desenvolvimento de produtos / processos / serviços inovativos	50,0
i.7	De novas iniciativas para atender as mudanças do comportamento do consumidor	47,3
i.8	Da adoção de novos modelos de gestão (mais flexíveis), diante das transformações que estão ocorrendo na sociedade	49,1

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

No que se refere a dimensão Propensão ao Risco (PR), observa-se nas percepções dos pesquisados os itens mais representativos (Quadro 5), ou seja, itens i.13 (*do impacto de retornos incertos sobre investimentos realizados: 72,1%*), i.12 (*do risco de comprometer ativos em condições de incerteza: 58,1%*) e i.10 (*da necessidade de se conhecer novos mercados: 56,3%*).

Quadro 5 - Frequência relativa dos itens da dimensão da dimensão propensão ao risco (PR)

Item	Itens da dimensão Propensão ao Risco (PR)	Frequência Relativa (%)
i.9	Dos riscos estratégicos e de seus impactos sobre a vontade de empreender	45,5
i.10	Da necessidade de se conhecer novos mercados	56,3
i.11	Das consequências dos financiamentos buscados junto aos bancos e instituições	41,9
i.12	Do risco de comprometer ativos em condições de incerteza	58,1
i.13	Do impacto de retornos incertos sobre investimentos realizados	72,1
i.14	De ocorrerem resultados não previsíveis diante das mudanças de cenários	50,0
i.15	Dos perfis dos gestores (conservador, moderado e agressivo) frente aos riscos	47,3

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Educação e suporte institucional no desenvolvimento da orientação empreendedora individual: a visão de estudantes de graduação em Administração

No que tange a dimensão Proatividade (PA), observa-se nas percepções dos pesquisados os itens mais representativos (Quadro 6), ou seja, itens i.17 (*da necessidade da empresa estar à frente da concorrência: 69,4%*), i.22 (*da busca contínua por oportunidades na empresa e no mercado: 52,7%*) e i.23 (*do monitoramento/acompanhamento das tendências de mercado e seus impactos nas empresas e no mercado: 51,8%*).

Quadro 6 - Frequência relativa dos itens da dimensão proatividade (PA)

Item	Itens da dimensão Proatividade (PA)	Frequência Relativa (%)
i.16.	Da Inovação na gestão das empresas	50,0
i.17	De diferentes técnicas e estratégias para gerar mais recursos financeiros e não-financeiros para a empresa	69,4
i.18	Da empresa antever / atender demandas futuras	48,6
i.19	Do lançamento de produtos e/ou serviços	48,6
i.20	Da importância de empresa ter vantagem competitiva sobre os concorrentes	45,0
i.21	Da pesquisa e desenvolvimento (P&D) para o desenvolvimento de produtos / processos / serviços inovativos	40,1
i.22	De novas iniciativas para atender as mudanças do comportamento do consumidor	52,7
i.23	Da adoção de novos modelos de gestão (mais flexíveis), diante das transformações que estão ocorrendo na sociedade	51,8
i.24	Da empresa estar sempre à frente de novas tecnologias	46,8
i.25	O entendimento sobre a busca contínua de oportunidades sobre as atuais atividades da empresa	50,0

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Os achados da pesquisa demonstram que a OEI é caracterizada pelas três dimensões (inovação, propensão ao risco e proatividade), já validadas pelos estudiosos da área (por exemplo: Koe, 2016; Núñez-Pomar et al., 2016; Linton & Kask, 2017; AlMamun et al., 2017; Hernández-Perlines et al., 2020) e de que o construto OEI é multidimensional (por exemplo: Lumpkin & Dess, 1996; Bolton & Lane, 2012; Gupta & Gupta, 2015; Covin & Walles, 2019), ou seja, as três categorias podem ocorrer em diferentes combinações: um estudante pode ter uma OEI expressa pela inovação e proatividade e não em relação a propensão ao risco. As três dimensões (inovação, propensão ao risco e proatividade), segundo os achados da pesquisa e de estudos anteriores (por exemplo: Martins & Perez, 2020; Teles et al., 2021; Rathidevi et al., 2022), revelam características que refletem a capacidade e a desabilidade de um estudante ter um trabalho autônomo.

A *inovação* demonstra a propensão/prontidão do indivíduo em explorar novas ideias, novidades, experimentação e processos criativos que, em última análise, podem resultar em novos produtos, serviços ou processos tecnológicos (Lumpkin & Dess, 1996). Em outras palavras, o indivíduo com uma mentalidade inovadora está disposto em desafiar o *status quo*, quebrando tradições irrelevantes, ou como diz Schumpeter (1997), criando destruição criativa. A *propensão aos riscos* demonstra que o indivíduo está propenso em desenvolver projetos com retornos esperados incertos, comprometendo recursos substanciais para empreendimentos com resultados vagos.

A propensão ao risco está associada a um elevado espírito de experimentação ou aventura no desconhecido (Lumpkin & Dess, 1996). Além disso, um indivíduo que assume riscos tende a mapear proativamente as oportunidades de negócios, identificando concorrentes e interagindo agressivamente com várias partes para estabelecer e desenvolver o negócio (Koe, 2016; Ferreira et al., 2017; Kumar et al. 2020). A proatividade caracteriza o indivíduo com predisposição em identificar novas oportunidades de negócios para atender uma expectativa de demanda futura (Miller, 1983). Agir em antecipação a problemas, necessidades ou mudanças futuras é uma característica crucial de uma pessoa proativa (Koe, 2016; Ferreira et al., 2017; Kumar et al., 2020).

As três dimensões (inovação, propensão ao risco e proatividade) são consideradas essenciais para o processo de criar e implementar inovações no local de trabalho. Um indivíduo pode ir além do papel de forma autônoma e iniciar o comportamento empreendedor com a intenção de melhorar o desempenho no local de trabalho (Mustafa et al., 2018; Kraus et al., 2019; Mohammadi, 2021). A OEI pode aumentar a capacidade dos indivíduos na identificação de oportunidades e na adoção de comportamento empreendedor, bem como na gestão de negócios para obtenção de um desempenho superior (Ferreira et al., 2015; Kraus et al., 2019; Forcadell & Úbeda, 2020; Santos et al., 2020; Rathidevi et al., 2022).

Discussão dos resultados da educação empreendedora (EE) e do suporte institucional (SI) no desenvolvimento da orientação empreendedora individual (OEI)

A EE e o SI fornecem aos estudantes as ferramentas e os recursos necessários para iniciar um novo negócio (Kozlinska et al., 2020; Silveyra-León et al., 2023). As instituições de ensino devem desenvolver a EE nos estudantes não só para empreender com a abertura de um negócio, mas, também, para o desenvolvimento de capacidades e habilidades, tornando um cidadão proativo e participativo no meio em que convive. Estudiosos, como por exemplo, Debarliev et al. (2020) e Padilla-Angulo e Garcia-Cabrera (2021) provaram que diferentes atividades de ensino e de apoio/suporte da universidade influenciavam a OEI dos estudantes empreendedores em termos de inovação, proatividade e propensão ao risco.

Taatila e Down (2012), descobriram que os estudantes universitários finlandeses com experiência empreendedora tinham pontuações mais altas em todas as dimensões da OEI, quando comparados com os estudantes não empreendedores. Robinson e Stubberud (2014) estudaram múltiplas dimensões de OEI de estudantes e verificaram um comportamento maior destes nas dimensões inovação e proatividade, após a conclusão de um curso de empreendedorismo (EE), do que em relação a dimensão propensão ao risco. Bae et al. (2014) identificaram um incremento na auto capacidade de aumentar a tolerância para o risco. O sucesso da EE foi marcado também por uma mudança na atitude empreendedora, incluindo a propensão ao risco. A EE ampliou a perspectiva de resolução de negócios e de problemas gerenciais através de soluções inovadoras e na criação de novos produtos, além de serem mais inovadores nas suas ações (Biraglia & Kadile, 2017). Os autores Al-Awlaqi et al. (2018) e Marques et al. (2018) verificaram que a EE aumentou o conhecimento das habilidades empreendedoras, bem promoveu uma mudança na atitude empreendedora dos participantes.

Devi et al. (2019) constataram que a atitude pessoal e a inovação foram motivadas pela EE. Galvão et al (2020) identificaram que a EE afetava a criação de empresas por meio do aumento das dimensões da OEI (inovação, propensão ao risco e proatividade) e de que a participação dos estudantes em programas de EE influenciava positivamente e estatisticamente a OEI e as competências empreendedoras. Rachman et al. (2020) constataram que a EE percebida pelos estudantes quando mediada pela autoeficácia tinha um efeito positivo e significativo na OEI, revelando que a construção da OEI na educação deveria ser acompanhada do estudo da autoeficácia.

Yang (2020) verificou a influência da EE na OEI (inovação, proatividade, propensão ao risco) e chegou à conclusão de que a EE funcionava como um preditor chave da OEI. Os autores Hassan et al. (2021) constataram no estudo realizado com estudantes universitários da *Aligarh Muslim University*, na Índia que a EE tinha uma relação positiva com a OEI, com as motivações empreendedoras e com a intenção empreendedora. Amran e Parinduri (2021) verificaram junto a 288 estudantes da *FEB Trisakti University* que a EE tinha um efeito positivo na orientação para o empreendedorismo e de que a OEI influenciava positivamente o interesse pelo empreendedorismo. Efrata et al. (2021) realizaram pesquisa junto a 231 empresas de gestão e negócios de estudantes

que tinham concluído um programa de educação para o empreendedorismo na universidade e verificaram que a EE tinha afetado a OEI e de que a inovação e a propensão ao risco tinham aumentado a intenção empreendedora.

Os efeitos da EE na promoção da liderança empreendedora foram verificados por Yang et al. (2021) junto aos estudantes universitários coreanos. Três variáveis-chave foram consideradas da OEI (inovação, propensão ao risco e proatividade). As descobertas mostraram que a EE tinha relação positiva com as dimensões da OEI: inovação, propensão ao risco e proatividade (representam os elementos-chave da liderança empreendedora), reforçando os achados de estudos anteriores (por exemplo: Gupta et al., 2004; Renko et al., 2015).

Manik e Kusuma (2021), constataram que os estudantes de universidades da Indonésia participantes de cursos de empreendedorismo possuíam maiores níveis em duas dimensões da OEI (propensão ao risco e proatividade). Também, os estudantes que tiveram envolvimento em organizações estudantis apresentaram níveis de OEI (inovação, propensão ao risco e proatividade) mais alto quando comparado com aqueles que não participaram. Também, o estudo desenvolvido por Pérez-Macías et al. (2022) com 1.723 estudantes de graduação colombianos e equatorianos confirmou o impacto dos programas de EE na OEI, ou seja, os cursos de empreendedorismo tiveram um impacto significativo na inovação, na proatividade e na propensão ao risco de todos os estudantes pesquisados. Nikitina et al. (2022) identificaram junto a uma amostra de estudantes de graduação do primeiro ano de duas universidades técnicas: *Gdansk University of Technology* (GUT), Polônia e *Riga Technical University* (RTU), Letônia, uma relação positiva significativa entre a EE percebida e OEI.

A EE influencia a OEI, assim como o SI, de forma isolada ou em conjunto, também exerce influência na OEI, ou seja, o apoio da universidade por meio da criação de um ambiente propício é fundamental para as ações empreendedoras (Mustafa et. al., 2016). A pesquisa feita por Mutlutürk e Mardikyan (2018) constatou que o suporte educacional percebido e o suporte estrutural percebido possuíam um efeito indireto na OEI dos estudantes. A autoeficácia foi considerada o fator de maior influência na OEI, além de ter apresentado um efeito moderador no suporte educacional percebido e no suporte relacional percebido. Segundo Anwar et. al. (2020), as decisões empreendedoras dos estudantes são significativamente afetadas pelo suporte educacional percebido em uma universidade. Os achados da pesquisa realizada por Rachman et al. (2020) mostraram que o apoio estrutural tinha uma influência direta e indireta sobre a OEI dos estudantes e de que a EE afetava a OEI quando mediada pela autoeficácia.

Jegede e Nieuwenhuizen (2021) realizaram estudo com estudantes de seis faculdades da universidade Federal no Sudoeste da Nigéria para verificar a influência do SI/apoio da universidade na OEI e nas atividades empreendedoras. Os autores constataram que o SI/apoio da infraestrutura necessário para o desenvolvimento de atividades empreendedoras era inadequado, já que: apenas 8,8% dos estudantes STEM tinham bolsas de estudo; apenas um em cada cinco tinha acesso as instalações como laboratórios ou oficinas; apenas um em cada dez tinha acesso a uma incubadora; apenas um em cada vinte tinha acesso e/ou conexões ou colaboração com a indústria.

Dakhan et al. (2021) constataram na pesquisa com estudantes das universidades do Paquistão, uma relação positiva e significativa do apoio universitário na OEI dos estudantes, confirmando os resultados encontrados por Fayolle e Liñán (2014). O apoio universitário teve um papel fundamental na percepção dos estudantes na escolha de carreiras empreendedoras. A pesquisa realizada por Alfianti et al. (2021) mostrou que o SI/apoio da universidade é muito importante para estimular os estudantes a se tornarem empreendedores. Ainda, segundo os autores, o SI/apoio da universidade na forma de políticas ou no fortalecimento dos currículos e de outros programas e cursos deveriam apoiar o desejo do estudante de se tornar um empreendedor. Lahikainen et al.

(2022) identificaram na pesquisa com estudantes em instituições de ensino superior (IES) na Finlândia, que o apoio institucional formal (SI) e as atividades em nível de instituição tinham impactado de forma positiva na experiência empreendedora dos estudantes.

Nikitina et al. (2022) identificaram uma relação positiva significativa entre o SI percebido em relação a OEI. Segundo os autores, as universidades deveriam se tornar mais solidárias, ou seja, elas deveriam considerar o suporte oferecido não apenas com uma lista de oferta de cursos, contendo a quantidade e o conteúdo, mas acima de tudo - a qualidade. A constatação de notas significativamente mais baixas para inovação e mais altas para proatividade na amostra de estudantes de graduação em engenharia, ao contrário dos estudantes de negócios, demonstra que as universidades deveriam estar sempre avaliando os programas educativos.

Silveyra-León et al. (2023) deixaram um alerta para os profissionais da educação, ou seja, de serem encorajados a medirem o impacto dos programas de EE nas populações estudantis para avançar no campo e entender melhor os efeitos da EE e do SI na OEI dos estudantes, visando focar em atributos de programas mais úteis para aumentar a atividade e a mentalidade empreendedora. Também, as discussões sobre o que motiva o empreendedorismo entre os estudantes não têm sido totalmente esgotadas na literatura (por exemplo: Nieuwenhuizen, 2016; RezaeiZadeh et al., 2017), devido a interferência de outras variáveis internas e externas, como por exemplo, a autoeficácia dos estudantes, a família e o ambiente de negócios externos.

Considerações finais

O objetivo do presente estudo foi alcançado ao se demonstrar as contribuições da EE e do SI no desenvolvimento da OEI em termos de inovação, propensão ao risco e proatividade.

A primeira conclusão está relacionada as dimensões da OEI, ou seja, a OEI reflete as dimensões inovação, propensão ao risco e proatividade, revelando que o construto é multidimensional, ou seja, as três dimensões podem ocorrer em diferentes combinações: um estudante pode ter uma OEI expressa pela inovação e proatividade e não em relação a propensão ao risco. Os estudantes universitários precisam desenvolver a proatividade e o espírito desafiador. A inovação sem ação é inútil e pode dificultar a concretização do empreendedorismo dos estudantes. A proatividade é um componente importante para os estudantes buscarem novas oportunidades de negócios à frente dos outros.

A segunda conclusão abrange as contribuições da EE no desenvolvimento da OEI dos estudantes. Conclui-se que a EE contribui para o desenvolvimento da OEI (inovação, propensão ao risco e proatividade). Com uma EE adequada para o empreendedorismo, os estudantes tendem a desenvolver a autoconfiança necessária para iniciarem os seus próprios negócios durante, antes ou depois dos seus programas de ensino superior. Este conjunto de competências pode ser desenvolvido não só para empreender com a abertura de um negócio, mas, também, para o desenvolvimento de capacidades e habilidades, tornando o estudante um cidadão mais proativo e participativo no meio em que convive.

A EE, para tanto, deve ter uma natureza e especificidades próprias diferentes dos modelos tradicionais de ensino. A ênfase deve estar no processo de aprendizagem do estudante, com foco na ação e no aprender a aprender. Também, a EE requer o uso de novas metodologias e instrumentos de ensino para além das lições teóricas em sala de aula com a inclusão de abordagens práticas para os estudantes terem experiências mais reais, interativas e dinâmicas. Assim, as exposições de aprendizagem vivenciadas pelos estudantes são consideradas laboratórios vivos e benéficas na promoção da OEI (inovação, propensão ao risco e proatividade).

A terceira conclusão está relacionada as contribuições do SI no desenvolvimento da OEI. Conclui-se a partir dos achados da pesquisa que o SI das IES pesquisadas influencia o construto OEI (inovação, propensão ao risco e proatividade). O SI da universidade traduzido em ações, como por exemplo, relacionadas a estágios, oportunidade de *network*, desenvolvimento de ideias

empresariais, acordos financeiros concedidos aos estudantes para a criação de novos empreendimentos, fornecimento de redes de apoio, financiamento de instalações de incubação, conexão com pessoas influentes e assistência na transferência de conhecimento para fins de comercialização são fundamentais para o desenvolvimento da OEI (inovação, propensão ao risco e proatividade). O SI pode ser oferecido pela universidade aos estudantes durante todos os seus estudos, visando criar atividades empreendedoras sustentáveis com a criação de um clima favorável e de ambiente de apoio, não ficando limitado à educação geral.

Os achados da pesquisa conjugados com os argumentos apresentados pelos diferentes estudiosos demonstram que a EE e o SI contribuem para o desenvolvimento da OEI em termos de inovação, propensão ao risco e proatividade. Todavia, como já mencionado, anteriormente, os desenhos e metodologias utilizadas nos programas e cursos de EE devem ser avaliados para verificar a sua real efetividade junto aos públicos envolvidos no processo. Da mesma forma, o SI também precisa ser avaliado no sentido de criar condições efetivas para assegurar o desenvolvimento de ações empreendedoras.

Vale ressaltar que os dados coletados revelam as percepções dos pesquisados das três instituições públicas selecionadas, não podendo ser generalizados para outras instituições e cursos de Graduação em Administração, bacharelado e presenciais. Também, os dados derivados de percepções são voláteis, ou seja, eles podem variar no decorrer do tempo. A OEI também é influenciada por outras variáveis internas e externas não consideradas no presente estudo, como por exemplo, a autoeficácia dos estudantes, a família e o ambiente de negócios externos. Independente das limitações apontadas, os dados descritos e analisados servem como fonte de reflexão para a tomada de novas decisões e/ou para a implantação de ações que venham incrementar os níveis de OEI dos estudantes de Administração.

Referências

- Abhayarathne, M. H. R. (2021). The effect of perceived university support and perceived institutional support on entrepreneurial intentions. *International Conference on Business Research University of Moratuwa*, 3, 109-118. <http://dl.lib.uom.lk/handle/123/16855>
- Ahmad, N. H., Ramayah, T., Wilson, C., & Kummerow, L. (2010). Is entrepreneurial competency and business success relationship contingent upon business environment? A study of Malaysian SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16(3), 182-203, 2010. <https://doi.org/10.1108/13552551011042780>
- Al-Awlaqi, M. A., Aamer, A. M., & Habtoor, N. (2018). The effect of entrepreneurship training on entrepreneurial orientation: Evidence from a regression discontinuity design on micro-sized businesses. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 1-19. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2018.11.003>
- Alfianti1, R., Mulyono, K. B., & Nurhidayati, F. (2021). Perceived university support: how does it build the entrepreneurial intention? A case from Indonesia. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 163, 17-21. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210220.004>
- Al-Mamary, Y. H., & Alshallaqi, M. (2022). Impact of autonomy, innovativeness, risk-taking, proactiveness, and competitive aggressiveness on students' intention to start a new venture. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(4), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100239>
- Al Mamun, A., Kumar, N., Ibrahim, M. D., & Bin Yusoff, M. N. H. (2017). Validating the measurement of entrepreneurial orientation. *Economics and Sociology*, 10(4), 51-66. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2017/10-4/5>
- Amran, E., & Parinduri, A. (2021). Antecedent and consequent analysis of entrepreneurial orientation in students of faculty of economics and business Trisakti university. *LePALISSHE*, Malang, Indonesia, 1-12. <https://doi.org/10.4108/eai.3-8-2021.2315130>
- An, H., & Xu, Y. (2021). Cultivation of entrepreneurial talents through virtual entrepreneurship practice in higher education institutions. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.690692>

- Andrade Júnior, D. L. I., & Sato, C. Y. (2019). Influência da educação empreendedora na identificação de oportunidades de negócios. *Revista de Administração IMED*, Passo Fundo, 9(2), 3-24. <https://doi.org/10.18256/2237-7956.2019.v9i2.3335>
- Anwar, I., Saleem, I., Islam, K. M. B., Thoudam, P., & Khan, R. (2020). Entrepreneurial intention among female university students: examining the moderating role of entrepreneurial education. *Journal for International Business and Entrepreneurship Development*, 12(4), 217-234. <https://doi.org/10.1504/JIBED.2020.110254>
- Aslam, T. M., Awan, A. S., & Khan, T. M. (2012). An empirical study of family background and entrepreneurship as career chosen among university students of Turkey and Pakistan. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2(14), 114-120. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:58908371>
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254. <https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Balan, P., Maritz, A., & Mckinlay, M. (2018). A structured method for innovating in entrepreneurship pedagogies. *Education + Training*, 60, 819-840. <https://doi.org/10.1108/ET-05-2017-0064>
- Biraglia, A., & Kadile, V. (2017). The role of entrepreneurial passion and creativity in developing entrepreneurial intentions: Insights from American homebrewers. *Journal of Small Business Management*, 55(1), 170-188. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12242>
- Bolton, D. L., & Lane, M. D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: development of a measurement instrument. *Education + Training*, 54(2/3), 219-233. <https://doi.org/10.1108/00400911211210314>
- Chienwattanasook, K., Jermstiparsert, K., & Jarinto, K. (2019). The influence of entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and university support on the entrepreneurial intentions of Thai graduates, with the moderating role of culture. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(1), 198-220. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:220513339>
- Choi, K., Park, J., Cho, D., & Chu, H-Y. (2017). The impact of university support on the creation of student entrepreneurs: evidence from South Korea. *Entrepreneurship Research Journal*, 8(1), 1-14. <https://doi.org/10.1515/erj-2017-0010>
- Clough, D. R., Fang, T. P., Vissa, B., & Wu, A. (2019). Turning lead into gold: how do entrepreneurs mobilize resources to exploit opportunities? *Academy of Management Annals*, 13(1), 240-271. <https://doi.org/10.5465/annals.2016.0132>
- Corrêa, V. S., Queiroz, M. M., & Shigaki, H. B. (2021). Social capital and individual entrepreneurial orientation: innovativeness, proactivity, and risk-taking in an emerging economy. *Benchmarking: An International Journal*, 28(7), 2280-2298. <https://doi.org/10.1108/BIJ-11-2020-0602>
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75-87. <https://doi.org/10.1002/smj.4250100107>
- Covin, J. G., & Wales, W. J. (2019). Crafting high-impact entrepreneurial orientation research: some suggested guidelines. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), 3-18. <https://doi.org/10.1177/1042258718773181>
- Dakhan, S. A., Khan, A., Akhtar, S., Kausar, A., & Siddiqui, F. (2021). Role of university support and instrumental readiness on student's entrepreneurial orientation and intention, *International Journal of Management (IJM)*, 12(2), 195-204. <https://doi.org/10.34218/IJM.12.2.2021.020>
- Devi, P. T., Panigrahi, S., Maisnam, C., Al Alyani, W., & BINO, E. (2019). The female entrepreneurs' attitude towards entrepreneurship: how entrepreneurial orientation and inclination influence intention of entrepreneurial students? *Delhi Business Review*, 20(2), 11-24. <https://doi.org/10.51768/dbr.v20i2.202201902>
- Efrata, T. C., Radianto, W. E. D., & Effendy, J. A. (2021). The dynamics of individual entrepreneurial orientation in the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intention. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(3), 688-693. <http://dx.doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.03.20>
- Etzkowitz, H., & Zhou, C. (2017). Hélice tríplice: inovação e empreendedorismo universidade-indústria-governo. *Estudos Avançados*, 31(90), 23-48. <https://doi.org/10.1590/s0103-40142017.3190003>

- Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). From craft to science teaching models and learning processes in entrepreneurship education. *Journal of European Industrial Training*, 32(7), 569–593. <https://doi.org/10.1108/03090590810899838>
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663–666. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024>
- Fellnhöfer, K. (2019). Toward a taxonomy of entrepreneurship education research literature: a bibliometric mapping and visualization. *Educational Research Review*, 27, 28–55. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2018.10.002>
- Ferreira, F. A. F., Jalali, M. S., Bento, P., Marques, C. S. E., & Ferreira, J. J. M. (2017). Enhancing individual entrepreneurial orientation measurement using a metacognitive decision making-based framework. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(2), 327–346. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0388-5>
- Ferreira, F. A. F., Marques, C. S., Bento, P., Ferreira, J. J., & Jalali, M. S. (2015). Operationalizing and measuring individual entrepreneurial orientation using cognitive mapping and MCDA techniques. *Journal of Business Research*, 68(12), 2691–2702. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.04.002>
- Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., & Kraus, S. (2019). Entrepreneurship research: mapping intellectual structures and research trends. *Review of Managerial Science*, 13(1), 185–205. <https://doi.org/10.1007/s11846-017-0242-3>
- Forcadell, F. J., & Úbeda, F. (2020). Individual entrepreneurial orientation and performance: the mediating role of international entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 18, 1–26. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00693-8>
- Galvão, A., Marques, C., & Ferreira, J. J. (2020). The role of entrepreneurship education and training programmes in advancing entrepreneurial skills and new ventures. *European Journal of Training and Development*, 44(6/7), 595–614. <https://doi.org/10.1108/EJTD-10-2019-0174>
- Goktan, A. B., & Gupta, V. K. (2015). Sex, gender, and individual entrepreneurial orientation: evidence from four countries. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(1), 95–112. <https://doi.org/10.1007/s11365-013-0278-z>
- Gupta, P., Chauhan, S., Paul, J., & Jaiswal, M. P. (2020). Social entrepreneurship research: A review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 113, 209–229. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.032>
- Gupta, V. K. & Gupta, A. (2015). Relationship between entrepreneurial orientation and firm performance in large organizations over time. *Journal of International Entrepreneurship*, 13(1), 7–27. <https://doi.org/10.1007/s10843-014-0138-0>
- Gupta, V., Macmillan, I. C., & Surie, G. (2004). Entrepreneurial leadership: developing and measuring a cross-cultural construct. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 241–260. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00040-5](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00040-5)
- Hassan, A., Anwar, I., Saleem, I., Islam, K. M. B., & Hussain, S. A. (2021). Individual entrepreneurial orientation, entrepreneurship education and entrepreneurial intention: the mediating role of entrepreneurial motivations. *Industry and Higher Education*, 35(4), 403–418. <https://doi.org/10.1177/09504222211007051>
- Hatammimi, J., & Fauziyah, Y. (2019). Pemahaman terhadap Mata Kuliah entrepreneurship dan Kaitannya dengan Keinginan Memulai Bisnis. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 2(1-2), 83–92. <https://doi.org/10.37715/jee.v2i1.2.156>
- Hatt, L. (2018). Threshold concepts in entrepreneurship – the entrepreneurs’ perspective. *Education + Training*, 60, 155–167. <https://doi.org/10.1108/ET-08-2017-0119>
- Hernández-Perlines, F., Cisneros, M. A. Ribeiro-Soriano, D., & Mogorrón-Guerrero, H. (2020). Innovativeness as a determinant of entrepreneurial orientation & I: analysis of the hotel sector. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 33(1), 2305–2321. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1696696>
- Holienka, M., Gál, P., & Kovačičová, Z. (2017). Drivers of student entrepreneurship in visegrad four countries: Guess evidence. *Central European Business Review*, 6(2), 54–63.

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18267/j.cebr.180>

Hunt, R. A. (2021). Entrepreneurial orientation and the fate of corporate acquisitions. *Journal of Business Research*, 122, 241-255. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.002>

Jegade, O., & Nieuwenhuizen, C. (2021). Effects of entrepreneurial orientation and external business environment on entrepreneurial intentions of STEM students in Nigeria. *Journal of Contemporary Management*, 18(2), 42-66. <http://dx.doi.org/10.35683/jcm21026.119>

Jimoh, A. T., Attah, A. J., Abdulmumin, B. A., & Abdul, F. A. (2021). Technical efficiency of Islamic bank sinselected African countries. *International Journal of Sukuk and Waqf Research*, 2(1), 8-17. <https://doi.org/10.46281/ijswr.v2i1.1615>

Karimi, S., Biemans, H. J. A., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2014). Effects of role models and gender on students' entrepreneurial intentions Saeid. *European Journal of Training and Development*, 38(8), 694-727. <https://doi.org/10.1108/EJTD-03-2013-0036>

Koe, W. L. (2019). Individual entrepreneurial orientation and perceived employability among university graduates. *Proceedings of the Regional Conference on Science, Technology and Social Sciences (RCSTSS 2016)*, 69-77. https://doi.org/10.1007/978-981-13-0203-9_7

Koe, W. L. (2016). The relationship between individual entrepreneurial orientation (IEO) and entrepreneurial intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(13), 01-11. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0057-8>

Koe, W. L., Sa'Ari, J. R., Majid, I. A., & Ismail, K. (2012). Determinants of entrepreneurial intention among millennial generation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 40, 197-208. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.181>

Kozlinska, I., Rebmann, A., & Mets, T. (2020). Entrepreneurial competencies and employment status of business graduates: the role of experiential entrepreneurship pedagogy. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32, 1-38. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1821159>

Kraus, S., Filser, M., Puumalainen, K., Kailer, N., & Thurner, S. (2020). Business model innovation: a systematic literature review. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 17(6), 01-20. <https://doi.org/10.1142/S0219877020500431>

Kraus, S., Breier, M., Jones, P., & Hughes, M. (2019). Individual entrepreneurial orientation and intrapreneurship in the public sector. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15, 1247-1268. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00593-6>

Kumar, S., Paray, Z. A., & Dwivedi, A. K. (2020). Student's Entrepreneurial orientation and intentions. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 11(1), 78-91. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-01-2019-0009>

Lahikainen, K., Peltonen, K., Oikkonen, E., & Pihkala, T. (2022). Students' perceptions of the entrepreneurial culture in Finnish higher education institutions. *Industry and Higher Education*, 36(5), 583-594. <https://doi.org/10.1177/09504222211066798>

Lee, S. M., Lim, S., & Pathak, R. D. (2011). Culture and entrepreneurial orientation: a multi- country study. *International Entrepreneurship Management Journal*, 7, 1-15. <https://doi.org/10.1007/s11365-009-0117-4>

Linton, G. & Kask, J. (2017). Configurations of entrepreneurial orientation and competitive strategy for high performance. *Journal of Business Research*, 70, 168-176. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.08.022>

Liu, M., Gorgievski, M. J., Qi, J., & Paas, F. (2022). Perceived university support and entrepreneurial intentions: Do different students benefit differently? *Studies In Educational Evaluation*, 73(2), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.stueduc.2022.101150>

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172. <https://doi.org/10.2307/258632>

Mahendra, A. M., Djatmika, E. T., & Hermawan, A. (2017). The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention mediated by motivation and attitude among management students, State University of Malang, Indonesia. *International Education Studies*, 10(9), 61-9. <https://doi.org/10.5539/ies.v10n9p61>

Manik, H. F. G. G., & Kusuma, A. S. (2021). Entrepreneurial orientation and entrepreneurial intention:

- When more learning exposures are efficacious. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(2), 271-288. <https://doi.org/10.24914/jeb.v24i2.4181>
- Mankgele, K. P., Ratsoma, J. M., & Ramasobana, M. (2023). The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention of high school students in Sekhukhune District, South Africa. *Journal of Entrepreneurship Education*, 26(1), 1-6. <https://doi.org/1528-2651-26-1-809>
- Marques, C. S. E., Santos, G., Galvão, A., Mascarenhas, C., & Justino, E. (2018). Entrepreneurship education, gender and family background as antecedents on the entrepreneurial orientation of university students. *International Journal of Innovation Science*, 10(1), 58-70. <https://doi.org/10.1108/IJIS-07-2017-0067>
- Martins I., & Perez, J. P. (2020). Testing mediating effects of individual entrepreneurial orientation on the relation between close environmental factors and entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(4), 771-791. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-08-2019-0505>
- Martins, I., Perez, J. P., & Novoa, S. (2022). Developing orientation to achieve entrepreneurial intention: A pretest-post-test analysis of entrepreneurship education programs. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100593>
- Matt, M., & Schaeffer, V. (2018). Building entrepreneurial ecosystems conducive to student entrepreneurship: new challenges for universities. *Journal of Innovation Economics & Management*, 25(1), 9-32. <https://doi.org/10.3917/jie.025.0009>
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-791. <https://doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770>
- Mohammadi, S. (2021). The relationship between individual entrepreneurial orientation (IEO) and entrepreneurial bricolage: exploring passion and perseverance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 15(1), 75-86, 2021. <https://doi.org/10.1108/APJIE-01-2021-0002>
- Moraes, G. H. S. M., Iizuka, E. S., & Pedro, M. (2018). Effects of Entrepreneurial Characteristics and University Environment on Entrepreneurial Intention. *Revista de Administração Contemporânea*, 22(2), 226-248. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2018170133>
- Musara, M., & Nieuwenhuizen C. (2020). Informal sector entrepreneurship, individual entrepreneurial orientation and the emergence of entrepreneurial leadership. *Africa Journal of Management*, 6(3), 194-213. <https://doi.org/10.1080/23322373.2020.1777817>
- Mustafa, M., Gavin, F., & Hughes, M. (2018). Contextual determinants of employee entrepreneurial behavior in support of corporate entrepreneurship: a systematic review and research agenda. *Journal of Enterprising Culture*, 26(03), 285-326. <https://doi.org/10.1142/S0218495818002085>
- Mustafa, M. J., Hernandez, E., Mahon, C., & Kei, C. L. (2016). Entrepreneurial intentions of university students in an emerging economy: The influence of university support and proactive personality on students' entrepreneurial intention. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 8(2), 162-179. <https://doi.org/10.1108/JEEE-10-2015-0058>
- Mutlutürk, M., & Mardikyan, S. (2018). Analysing factors affecting the individual entrepreneurial orientation of university students. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21, 1-15. <https://doi.org/1528-2651-21-S1-165>
- Nair, B. P., Prasad, T., & Nair, S. K. (2022). Role of leader and followers' well-being, engagement and the moderating role of psychological capital. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 71(8), 3293-3308. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-10-2020-0565>
- Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: known worlds and new Frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49, 55-70. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00314.x>
- Nieuwenhuizen, C. (2016). Entrepreneurial intentions amongst Master of Business students in efficiency-driven economies: South Africa and Poland. *Southern African Business Review*, 20(1), 313-335. <https://doi.org/10.25159/1998-8125/6054>
- Nikitina, T., Licznarska, M., Ozoliņa-Ozola, I., & Lapina, I. (2022). Individual entrepreneurial orientation: comparison of business and STEM students. *Education and Training*, 65, 565-586. <https://doi.org/10.1108/et-07-2021-0256>
- Núñez-Pomar, J., Prado-Gascó, V., Añó, V., Crespo, J., & CALABUIG, F. (2016). Does size matter?

- Entrepreneurial orientation and performance in Spanish sports firms. *Journal of Business Research*, 69, 5336–5341. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.134>
- Omoarebun, A. (2014). *Entrepreneurial orientation of graduate students in the University of Ibadan, SouthWest, Nigeria*. Munich: GRIN. <https://www.grin.com/document/283008>
- Padilla-Angulo, L., Garcia-Cabrera, A. M., & Lucia-Casademunt, A. M. (2021). Unpacking entrepreneurial education: learning activities, students' gender and attitude towards entrepreneurship. *Academy of Management Learning and Education*, 21(4), 532-560. <https://doi.org/10.5465/amle.2022.0043>
- Pauceanu, A. M., Alpenidze, O., Edu, T., & Zaharia, R. M. (2018). What determinants influence students to start their own business? Empirical evidence from United Arab Emirates universities. *Sustainability*, 11(1), 1-13. <https://doi.org/10.3390/su11010092>
- Peprah J. A., Afoakwah, C., & Koomson, I. (2015). Savings, entrepreneurial trait and self-employment: evidence from selected Ghanaian Universities. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 5(1), 1-17. <https://doi.org/10.1186/s40497-015-0017-8>
- Perez, J. P., Martins, I., Mahauad, M. D., & Sarango-Lalangui, P. O. (2022). Uma ponte entre a educação para o empreendedorismo, a inspiração do programa e a intenção empreendedora: o papel da orientação empreendedora individual. Evidências das economias emergentes da América Latina. *Jornal de Empreendedorismo em Economias Emergentes*, Publisher Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2021-0137>
- Piperopoulos, P., & Dimov, D. (2015). Burst bubbles or buildsteam? Entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 970–985. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12116>
- Rachman, H., Wahyu, N. T., Shadiqur, R. M. (2020). Analyzing factors affecting the entrepreneurial orientation of agricultural university students. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*. 97(1), 186–193. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2020-01.23>
- Rathidevi, R., Aravindan, K. L., & Choong, Y. V. (2022). A conceptual model of entrepreneurial orientation (eo) and entrepreneurial career intentions (eci) among female undergraduates. *International Journal of Technology*, 13(5), 979-988. <https://doi.org/10.14716/ijtech.v13i5.5864>
- Renko, M., Tarabishy, A. E., Carsrud, A. L., & Brännback, M. (2015). Understanding and measuring entrepreneurial leadership style. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 54-74. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12086>
- Rezaeizadeh, M., Hogan, M., O'Reilly, J., Cunningham, J., & Murphy, E. (2017). Core entrepreneurial competencies and their interdependencies: insights from a study of Irish and Iranian entrepreneurs, university students and academics. *International Entrepreneurship and Management*, 13, 35–73. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0390-y>
- Robinson, S., & Stubberud, H. A. (2014). Elements of entrepreneurial orientation and their relationship to entrepreneurial intent. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(2), 1-11. https://www.researchgate.net/publication/285986780_Elements_of_entrepreneurial_orientation_and_their_relationship_to_entrepreneurial_intent
- Rocha, A. K. L., Moraes, G. H. S. M., & Fischer, B. (2022). The role of university environment in promoting entrepreneurial behavior: Evidence from heterogeneous regions in Brazil. *Innovation and Management Review*, 19(1), 39-61. <https://doi.org/10.1108/INMR-08-2020-0112>
- Ruiz, S. M. de A., & Martens, C. D. P. (2019). Universidade empreendedora: proposição de modelo teórico. *Desenvolvimento Em Questão*, 17(48), 121-138. <https://doi.org/10.21527/2237-6453.2019.48.121-138>
- Sahoo, S., & Panda, R. K. Exploring entrepreneurial orientation and intentions among technical university students: Role of contextual antecedents. *Education and Training*, 61(6), 718-736, 2019. <https://doi.org/10.1108/ET-11-2018-0247>
- Santos, G., Marques, C. S., & Ferreira, J. J. (2020). Passion and perseverance as two new dimensions of an individual entrepreneurial orientation scale. *Journal of Business Research*, 112, 190-199. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.016>
- Schaefer, R., & Minello, I. F. (2020). Desafios contemporâneos da educação empreendedora: novas

- práticas pedagógicas e novos papéis de alunos e docentes. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, 14(3), 134-149. <http://dx.doi.org/10.48099/1982-2537/2020v14n3p134149>
- Schumpeter, J. A. (1997). *A Teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Nova Cultural.
- Silva, C. P. S., Pereira, E. C., & Guimarães, J. C. (2021). Educação empreendedora no ensino superior: uma análise sob a perspectiva dos estudantes de administração. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 15(4), 82-100. <https://doi.org/10.12712/rpca.v15i4.51262>
- Silveyra-León, G., Rodríguez-Aceves, L., & Baños-Monroy, V. (2023). Do entrepreneurship challenges raise student's entrepreneurial competencies and intention? *Frontiers in Education*, 8, 1-13. <https://doi.org/10.3389/educ.2023.1055453>
- Sisilia, K., & Sabiq, N. (2019). Analysis of individual entrepreneurial orientation and self-esteem toward entrepreneurial intention (case of Business Program Students at Telkom University). *Conference: Proceedings of the 3rd International Conference on Accounting, Management and Economics 2018 (ICAME 2018)*. <https://doi.org/10.2991/icame-18.2019.67>
- Solomon, G. (2007). An examination of entrepreneurship education in the United States. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(2), 168-182. <https://doi.org/10.1108/14626000710746637>
- Stouraitis, V., Mior, H. M., & Kyritsis, M. Individual entrepreneurial orientation in higher education and unsettling emerging market conditions: the cases of Malaysia and Thailand. (2022). *British Academy of Management 2019 Conference Proceedings: Aston University Birmingham, UK*. 1-47. <https://doi.org/10.1109/CTIT.2018.8649512>
- Stouraitis, V., Harris, M., Kyritsis, M. H., & Boonchoo, P. (2019). A validation of web-based surveys for exploratory research in the areas of business and entrepreneurship. *2018 Fifth HCT Information Technology Trends (ITT)*. IEEE, 91-93. <https://doi.org/10.1109/CTIT.2018.8649512>
- Taatila, V., & Down, S. (2012). Measuring entrepreneurial orientation of university students. *Education + Training*, 54(8/9), 744-760. <https://doi.org/10.1108/00400911211274864>
- Teles, D. D. S., Nieuwenhuizen, C., & Schachtebeck, C. (2021). Entrepreneurial education and individual entrepreneurial orientation: an experts' perspective. An empirical Delphi study. *EUREKA: Social and Humanities*, 4, 46-56. <https://doi.org/10.21303/2504-5571.2021.001943>
- Tomy, S., & Pardede, E. (2020). An entrepreneurial intention model focusing on higher education. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 26, 1423-1447. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2019-0370>
- UNCTAD Secretariat (2015). Division on Investment and Enterprise: Results and Impact – Report 2015. *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)*, Geneva. http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/diae2015d1_en.pdf.
- Walsh, G. S., Cunningham, J. A., Mordue, T., McLeay, F., O’Kane, C., & Connolly, N. (2021). What business schools do to support academic entrepreneurship: a systematic literature review and future research agenda. *Studies in Higher Education*, 46(5), 988-999. <https://doi.org/10.1080/03075079.2021.1896805>
- Wasilczuk, J. E., & Richert-Kazmierska, A. (2020). What potential entrepreneurs from generation Y and Z lack-IEO and the role of EE. *Education Sciences*, 10(11), 1-14. <https://doi.org/10.3390/educsci10110331>
- Yang, M., Wang, J., & Xiaodi, Z. (2021). Boundary-spanning search and sustainable competitive advantage: the mediating roles of exploratory and exploitative innovations. *Journal of Business Research*, 127, 290-299, 2021. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.032>
- Yang, J. H. (2020). A study of entrepreneurship education on entrepreneurial orientation of Korean and Chinese university students: focused on entrepreneurial self-efficacy as mediator. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 15(3), 233-242. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:221755809>
- Zanchet, R. E. R., & Silva, L. C. S. (2021). Educação empreendedora nos cursos de graduação da Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD). *Rasi*, 7(3), XX-XX. https://rasi.vr.uff.br/public/site/images/PDF/478_rasi.pdf.
-