

A EDUCAÇÃO PARA O EMPREENDEDORISMO E A INTENÇÃO DE EMPREENDER ENTRE UNIVERSITÁRIOS

ENTREPRENEURSHIP EDUCATION AND ENTREPRENEURIAL INTENTION AMONG UNDERGRADUATE STUDENTS

Recebido em 24.03.2026 Aprovado em 09.07.2026

Avaliado pelo sistema *double blind review*

DOI: <https://doi.org/10.12712/rpca.v.194.71152>

Viviane Melo Waltz Rocha

viwaltz@id.uff.br

Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) - Universidade Federal Fluminense – Volta Redonda/RJ, Brasil.

<https://orcid.org/0009-0009-0807-6708>

Joysi Moraes

jmoraes@id.uff.br

Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA)/ Departamento de Empreendedorismo e Gestão - Universidade Federal Fluminense – Volta Redonda/Niterói/RJ, Brasil.

<https://orcid.org/0000-0003-0133-1111>

Geraldo Costa Junior

geraldo_costa@id.uff.br

Departamento de Empreendedorismo e Gestão - Universidade Federal Fluminense – Niterói/RJ, Brasil.

<https://orcid.org/0000-0001-7684-3758>

Resumo

O presente estudo investigou a influência da educação para o empreendedorismo sobre a formação da intenção de empreender entre estudantes de graduação. Buscou-se compreender como fatores cognitivos, sociais e educacionais moldam a propensão dos estudantes a empreender. A pesquisa, de natureza descritiva e abordagem quantitativa, utilizou um questionário validado e analisou 208 respostas obtidas por survey presencial. Os resultados revelaram que as atitudes pessoais favoráveis ao empreendedorismo, a percepção de controle comportamental e o suporte social de redes próximas são variáveis centrais para explicar a intenção de empreender. Observou-se também a importância da formação prática e de ambientes educacionais de apoio na consolidação da mentalidade empreendedora. A educação para o empreendedorismo, ao integrar teoria, prática e formação cidadã, configura-se como ferramenta essencial para o fortalecimento da autonomia, da empregabilidade e do protagonismo social dos estudantes.

Palavras-chave: Educação para o Empreendedorismo; Intenção Empreendedora; Estudantes de Graduação; Controle Comportamental Percebido; Mentalidade Empreendedora.

Abstract

This study investigated the influence of entrepreneurship education on the formation of entrepreneurial intention among undergraduate students. It sought to understand how cognitive, social, and educational factors shape students' propensity to entrepreneurship. This descriptive and quantitative research utilized a validated questionnaire to analyze 208 responses collected through an in-person survey. The results revealed that favorable personal attitudes toward entrepreneurship, perceived behavioral control, and social support from close networks are central variables in explaining entrepreneurial intention. The importance of practical training and supportive educational environments in consolidating an entrepreneurial mindset was also observed. By integrating theory, practice, and civic education, entrepreneurship education configures itself as an essential tool for strengthening students' autonomy, employability, and social protagonist role.

Keywords: Entrepreneurship Education; Entrepreneurial Intention; Undergraduate Students; Perceived Behavioral Control; Entrepreneurial Mindset.

Introdução

As transformações econômicas e sociais intensificadas a partir da década de 1980 foram marcadas, entre outros fatores, pela redução de empregos em grandes organizações e pela ampliação de oportunidades de trabalho em pequenas e médias empresas. Esse novo cenário contribuiu para o crescente interesse de estudantes de graduação pelo processo de criação e gestão de novos negócios (Sanabio e David, 2006; Landström, Harirchic e Aströmn, 2011; Vieira, Melatti e Ribeiro, 2011; Gomes, Alves e Fernandes, 2013; Baggio e Baggio, 2014; Fiates, 2014; Fiates, 2018; Silva, Gomes e Correia, 2019). Em resposta a esse novo contexto, as universidades americanas e, a seguir, as europeias passaram a oferecer disciplinas relacionadas ao empreendedorismo.

Nesse contexto, o estímulo ao empreendedorismo passou rapidamente a ser considerado uma prioridade nacional por diversos governos, entre eles, o Brasil, sendo incorporado às agendas políticas e resultando na formulação de políticas públicas voltadas ao tema (Höfling, 2001; Lopes et al., 2011; Fairlie e Holleran, 2011; Sarfati, 2013; Borges et al., 2013; Arruda et al., 2020). A mesma tendência foi observada nas políticas públicas educacionais, com a integração do empreendedorismo às matrizes curriculares nacionais, inclusive no Brasil, legitimada pela demanda por desenvolvimento econômico e social em níveis regional, nacional e global (Lundström e Stevenson, 2005; Seikkula-Leino, 2011; Vieira, Melatti e Ribeiro, 2011; Vieira, Oliveira e Pereira, 2012; Pereira e Machado, 2013).

Orientados por esta perspectiva de desenvolvimento socioeconômico, o ensino do empreendedorismo passou a ser fortemente associado à criação de novos negócios, processos e produtos inovadores. No Brasil, especificamente, inspirados nessa abordagem que caracteriza o modelo educacional dos Estados Unidos, foram disseminados cursos voltados à elaboração de planos de negócios e aulas baseadas em estudos de caso.

Segundo Fernandes (2013), a primeira disciplina voltada ao empreendedorismo no Brasil foi oferecida em um curso de especialização da Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP/FGV), com foco na criação de empresas por meio do desenvolvimento de planos de negócio. A criação do primeiro centro universitário de empreendedorismo nos moldes dos *entrepreneurship centers* americanos ocorreu na Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP), com o Centro Minerva de Empreendedorismo. Este oferecia cursos, promovia atividades voltadas ao desenvolvimento da mentalidade empreendedora e realizava competições e desafios para estimular a criação de novos empreendimentos entre estudantes de graduação. Assim como nos EUA, esses centros visavam consolidar vínculos com o setor empresarial e desenvolver práticas pedagógicas com base em experiências reais (Guimarães, 2002, p. 26).

Com o tempo, a inclusão destas disciplinas nos cursos de graduação e pós-graduação nas faculdades de administração, escolas de engenharia e vários espaços acadêmicos tornou-se uma realidade no país. Assim, consolidou-se no Brasil a visão de que educar para o empreendedorismo significa, sobretudo, ensinar os estudantes a elaborar planos de negócio como etapa fundamental para a criação de novas empresas.

Em 2013, foi criado o primeiro departamento de empreendedorismo e gestão em uma universidade pública no Brasil. Este departamento nasceu com o propósito de servir a um curso de graduação cujo diferencial é a ênfase no empreendedorismo em todas as suas atividades e, não apenas em disciplinas específicas. Nestes termos, apresentamos aqui o resultado de uma pesquisa que buscou identificar o efeito da educação para o empreendedorismo na intenção de empreender dos alunos deste Curso.

Educação para o empreendedorismo

No Brasil, a educação para o empreendedorismo no Brasil tem sido, historicamente, influenciada pela abordagem anglo-americana, centrada na criação de empresas. Esta orientação enfatiza o desenvolvimento de competências voltadas à estruturação de negócios, tendo como eixo condutor o plano de negócio como instrumento didático central. No entanto, essa perspectiva vem sendo gradualmente repensada, pelo menos, no contexto brasileiro.

Nesse sentido, o Brasil tem incorporado progressivamente a abordagem proposta por Kyro (2006; 2015), uma das principais expoentes internacionais no campo da educação empreendedora. A autora propõe um redirecionamento do foco tradicional ao destacar a importância de se refletir, antes de qualquer ação pedagógica, sobre uma questão fundamental: por que educar para o empreendedorismo? De fato, essa interrogação deve anteceder as decisões metodológicas e curriculares, pois a partir dela são definidos os conteúdos, os métodos de aprendizagem e, principalmente, os fundamentos do diálogo entre educadores e educandos.

Kyro (2006; 2015) argumenta que diferenças culturais e filosóficas entre os contextos anglo-americano e europeu-continental explicam, em parte, a diversidade de abordagens na educação para o empreendedorismo. Essa análise é compartilhada por Lackéus (2016), que distingue duas vertentes principais: uma baseada na teoria do bem-estar, enraizada na tradição anglo-americana, e outra fundamentada na teoria da motivação, mais comumente associada à perspectiva europeia.

Na primeira vertente, típica da cultura anglo-americana, a educação tende a ser concebida como uma ciência da instrução, com ênfase na transferência de conhecimentos técnicos e operacionais necessários para a criação de empreendimentos (Kyro, 2006). Essa abordagem instrumentaliza o ensino do empreendedorismo por meio da reprodução de etapas associadas à criação de negócios e que tem sido amplamente replicada, especialmente em países de língua inglesa.

O que nos termos de Paulo Freire (1979; 1987; 2001), implica em uma “educação bancária”, ou seja, “o ato de depositar” algo que pode até ser desprovido de significado para o estudante. Estes, por sua vez, “acumulam” o que ouvem e repetem. A educação “é puro treino, é pura transferência de conteúdo” (Freire, 2000, p. 101). Assim, no que tange à educação para o empreendedorismo não seria diferente. Isto é, não se busca perguntar os porquês ensinar tais constructos. Na perspectiva da educação como ciência de instrução, o propósito estava dado: instruir como construir uma empresa. Ao estudante caberia replicar o “aprendizado” em termos de um plano de negócio. Um instrumento muito questionado atualmente, embora, ainda, seja o propósito de muitos cursos.

Para Lackéus (2016), entre as explicações para a adoção desta vertente em países de língua inglesa, também, estão alguns aspectos socioculturais. A sociedade americana, por exemplo, é conhecida por ser mais individualista e apresentar regras e condições de trabalho mais flexíveis. Além disso, valoriza o fazer e o envolvimento dos indivíduos em atividades empreendedoras, o que resulta em pessoas mais propensas a empreender.

Já a abordagem europeia, mais baseada na teoria da motivação, compreende o empreendedorismo como um fenômeno mais amplo. A educação é percebida de forma mais integral. Não se restringe à percepção da educação como ato de instruir o estudante em determinado tema ou conteúdo. A educação para o empreendedorismo, na perspectiva europeia, se estrutura a partir do desenvolvimento de atitudes, competências e valores, como a autonomia, a resiliência e a capacidade de iniciativa, promovendo, assim, uma formação integral dos indivíduos. Essa vertente entende o papel da educação para o empreendedorismo na promoção do empoderamento das pessoas e no fortalecimento de sua atuação cidadã.

Há que se destacar, também, que historicamente, os países europeus apresentam um maior nível de proteção social. Isto, de certa forma, influenciou o modo como o empreendedorismo ganhou relevância e a forma pela qual a sociedade europeia lidou com o tema. Este contexto ajuda a entender os motivos pelos quais a educação para o empreendedorismo nesses países, foi, inicialmente, direcionada para a conscientização do papel do empreendedorismo para a promoção do desenvolvimento da sociedade (Kyro, 2006).

Na vertente europeia-continental, o empreendedorismo é percebido como uma das formas de enfrentar os desafios sociais. Portanto, a educação para o empreendedorismo, ao capacitar as pessoas para superação desses desafios, está contribuindo para a criação de valor social para o bem público (Lackéus, 2015). Nestes termos, a vertente europeia-continental tem uma preocupação maior com o fortalecimento de uma cultura empreendedora, pois traz um entendimento mais amplo da educação para o empreendedorismo, que envolve o desenvolvimento de características comportamentais empreendedoras em diversas dimensões da vida das pessoas, algo que não se restringe ao processo de criação de novos empreendimentos. Nesta abordagem, a educação para o empreendedorismo combina várias áreas do conhecimento, os educadores representam diversos campos do saber e os educandos são oriundos de diferentes segmentos da sociedade (Erkkilä, 2000; Dal et al., 2016).

Em uma perspectiva freireana, esta é uma educação problematizadora, dialógica, que percebe os educandos como seres reflexivos, críticos e criadores. Ao invés de depositar algo, o papel do professor é propor meios para que os estudantes analisem a sua realidade, reflitam sobre a mesma e busquem construir soluções para alterá-la, melhorá-la, especialmente no nível coletivo (Freire, 1979; 1987; 2001; Freire e Faundez, 1985). Em outros termos, a solução para todos os problemas não está na elaboração de um plano de negócio. Embora, esta solução também esteja incluída. O propósito é estimular o estudante a sair da sua zona de conforto e colocar-se como parte da construção do conhecimento e da sua própria realidade.

Esta visão mais ampla do empreendedorismo implica em desenvolver uma mentalidade empreendedora a partir do enfrentamento dos desafios cotidianos, privilegiando habilidades que possibilitem agir de maneira criativa e flexível para enfrentamento de mudanças econômicas e sociais (Erkkilä, 2000; Siqueira et al., 2023).

Salienta-se que a educação para o empreendedorismo não tem como propósito "reinventar a roda", tampouco desconsiderar os avanços teóricos e práticos historicamente construídos no campo da Educação. Pelo contrário, trata-se de uma proposta integradora, que busca expandir e enriquecer a concepção tradicional de educação por meio da incorporação de novas perspectivas, conceitos e práticas pedagógicas.

Nesse sentido, a inserção da perspectiva da educação para o empreendedorismo representa um movimento de ampliação das fronteiras epistemológicas e metodológicas da área, promovendo a inclusão de constructos contemporâneos e de abordagens inovadoras de ensino-aprendizagem. Trata-se, portanto, de um processo que visa alargar o escopo da educação, incorporando dimensões voltadas à autonomia, à proatividade, à resolução criativa de problemas e à capacidade de agir sobre o mundo de forma transformadora, aspectos cada vez mais valorizados nas sociedades complexas e dinâmicas do século XXI.

Diversos estudos têm reforçado essa concepção ampliada da educação para o empreendedorismo, argumentando que sua inserção não deve ocorrer de maneira descolada das bases pedagógicas consolidadas, mas sim como um complemento que dialogue com elas de forma crítica e construtiva (Linan, Ceresia e Bernal, 2018; Naudin e Agusita, 2021; Banha, Coelho e Flores, 2022; Donoso-Gonzalez, Pedraza-Navarro e Palferro-Fernández, 2022; Loi et al., 2022). Nessa perspectiva, o empreendedorismo educacional não deve ser reduzido à criação de empresas ou à capacitação técnica,

mas entendido como um elemento formativo que contribui para o desenvolvimento integral dos indivíduos.

Em síntese, a transição da perspectiva tecnicista, centrada exclusivamente na criação de negócios, para uma abordagem educacional mais ampla e que busca providenciar autonomia aos sujeitos, representa um avanço significativo no campo da educação para o empreendedorismo no Brasil. E, independentemente da vertente teórica adotada, a educação para o empreendedorismo tem se consolidado como uma estratégia relevante para enfrentar os desafios e transformações que caracterizam a sociedade contemporânea.

Em uma perspectiva macro, a predominância de uma ou outra vertente está fortemente relacionada ao contexto sociocultural de cada país. A estrutura institucional, os valores históricos e os objetivos educacionais de cada nação moldam a forma como a educação para o empreendedorismo é concebida, implementada e avaliada. Por outro lado, em um nível micro, ou seja, no âmbito de programas, escolas ou iniciativas específicas, a escolha de uma abordagem pode decorrer de um processo de tomada de decisão mais racional e contextualizado. Essa escolha tende a ser orientada por objetivos educacionais específicos e pelas características do público-alvo, permitindo, inclusive, a adoção de estratégias híbridas que integram elementos de ambas as vertentes.

O caso brasileiro ilustra bem essa hibridização. As primeiras experiências de educação para o empreendedorismo no Brasil, implementadas a partir da década de 1980, concentraram-se no ensino superior e apresentavam forte influência da perspectiva anglo-americana. O foco principal dessas iniciativas era instrumental: formar indivíduos capazes de elaborar planos de negócios e de abrir novas empresas, alinhando-se a uma concepção mais técnica e pragmática de empreendedorismo. Contudo, ao longo dos anos, com a ampliação das ações de educação para o empreendedorismo para os níveis da educação básica e com a influência de abordagens mais humanistas e integradoras, o Brasil passou a incorporar progressivamente elementos da vertente europeia-continental. Essa transformação indica um amadurecimento teórico e metodológico das práticas educacionais voltadas ao empreendedorismo, aproximando-as de uma perspectiva formativa mais ampla, que reconhece a complexidade do fenômeno empreendedor e seu potencial para o desenvolvimento humano, social e econômico.

Portanto, a trajetória da educação para o empreendedorismo no Brasil revela um movimento de convergência entre diferentes concepções teóricas, refletindo uma tentativa de equilibrar a formação técnica e a formação cidadã. Essa combinação aponta para a necessidade de se construir modelos educacionais contextualizados, culturalmente sensíveis e alinhados aos desafios contemporâneos da educação e da sociedade.

Assim, a educação para o empreendedorismo apresenta-se como uma possibilidade de articulação entre tradição e inovação no campo educacional. Ao integrar-se criticamente aos referenciais já existentes, ela promove um diálogo fecundo entre diferentes áreas do saber e práticas pedagógicas, potencializando o papel da escola como espaço de formação de sujeitos autônomos, criativos e comprometidos com a transformação social.

Intenção de empreender

A intenção de empreender é um elemento central nos estudos sobre o comportamento empreendedor e é amplamente reconhecida como um antecedente relevante da ação empreendedora. Nesse sentido, um dos principais motivos para estudar a intenção empreendedora é para identificar os fatores que antecedem a ação e, portanto, contribuem para o surgimento de novos empreendedores e, em escala mais ampla, para o desenvolvimento econômico e social de diferentes países. Conforme argumenta Zainuddin (2012), a intenção empreendedora constitui a ponte entre o desejo de empreender e a ação

efetiva, estabelecendo-se como o elo entre a vontade e a prática.

A intenção é concebida como a representação mental de uma ação futura desejada, influenciando a tomada de decisão e orientando comportamentos ao longo do tempo. Pesquisas desenvolvidas em diversos domínios, como saúde, comportamento eleitoral, atividades de lazer e inserção no mercado de trabalho, têm demonstrado que a intenção é um preditor robusto de comportamento, ou seja, a intenção precede a ação e direciona a atenção para a consecução de um objetivo, como, por exemplo, iniciar um novo empreendimento (Morianio et al., 2011; Rittippant et al., 2011). De modo mais específico, Moriano et al. (2011) reforçam que a intenção funciona como uma representação da direção futura de uma ação. Ela é o fator que orienta escolhas, sustenta comportamentos e sinaliza o compromisso do indivíduo com seus objetivos. Krueger, Reilly e Carsrud (2000), por sua vez, argumentam que a intenção empreendedora indica o nível de preparação e o esforço que o indivíduo está disposto a empregar para transformar uma ideia em realidade. Mesmo em casos em que as pessoas possuam elevado potencial para empreender, elas não transformarão esse potencial em ação concreta sem uma intenção previamente estabelecida. Assim, empreender é concebido como uma decisão consciente e deliberada.

Corroborando essa perspectiva, Liñán e Chen (2009) afirmam que a intenção de empreender é o primeiro passo no processo de criação de uma empresa. De acordo com Ajzen (1991), a intenção reflete os fatores motivacionais que influenciam um comportamento específico e indicam o nível de empenho e esforço que o indivíduo está disposto a investir para realizar uma ação. Em linhas gerais, quanto mais forte for a intenção, maior será a probabilidade de que o comportamento seja efetivamente manifestado. Assim, investigações sobre intenção empreendedora situam-se na confluência entre estudos de comportamento e atitudes empreendedoras, sendo essenciais para a formulação de políticas e práticas educacionais voltadas ao estímulo do empreendedorismo.

Souitaris, Zerbinati e Al-Laham (2007), por exemplo, demonstraram, por meio de um estudo longitudinal, que estudantes que participaram de programas formais de empreendedorismo apresentaram níveis significativamente mais elevados de intenção de iniciar seus próprios negócios, em comparação àqueles que não foram expostos a tais programas. Dutra (2019) reforçou esta correlação ao utilizar modelagem de equações estruturais para analisar dados de discentes de instituições de ensino superior brasileiras e evidenciar uma relação estatisticamente significativa entre a formação acadêmica em empreendedorismo e o fortalecimento da intenção empreendedora, destacando o papel da educação formal como catalisadora da mentalidade empreendedora.

O estudo de Shariar et al. (2024) amplia essa discussão ao identificar que a combinação entre acesso a recursos financeiros e a participação em programas educacionais que trazem a proposta da educação para o empreendedorismo, combinando uma educação mais experiencial, contribui diretamente para que os estudantes passem a considerar o empreendedorismo como uma alternativa viável de carreira. Essa sinergia entre conteúdo acadêmico e apoio experiencial promovido pela educação para o empreendedorismo reforçam o engajamento dos estudantes com iniciativas empreendedoras e favorece a construção de experiências reais que sustentam a intenção de empreender.

De forma convergente, Trevelin, Gatto e Santos (2024) argumentam que a vivência de práticas empreendedoras ao longo da formação acadêmica está diretamente associada ao desenvolvimento de uma mentalidade empreendedora. Segundo os autores, essa mentalidade, compreendida como um conjunto de disposições cognitivas, afetivas e comportamentais voltadas à iniciativa, à criatividade e à resiliência, fortalece de maneira expressiva a intenção dos estudantes de empreender no futuro. Trevelin, Gatto e Santos (2024), ainda, destacam a importância da construção de um ambiente educacional de apoio como fator determinante para o fortalecimento da intenção de empreender. Um ambiente que deve contemplar, além de conteúdos pedagógicos adequados, o acesso a mentorias qualificadas e a criação de redes de apoio. Essa infraestrutura é considerada essencial para a

consolidação de uma cultura empreendedora, tanto no âmbito institucional quanto na sociedade em geral.

A literatura especializada tem reiteradamente demonstrado que a intenção de empreender não decorre de um único fator isolado, mas resulta da interação complexa entre dimensões socioculturais, familiares, pessoais e educacionais. De forma mais específica, Learned (1992) sustenta que a formação da intenção empreendedora decorre da interação entre características psicológicas individuais e experiências vivenciadas em contextos propícios ao empreendedorismo. De maneira incisiva, Zainuddin (2012) afirma que “sem intenção, a ação é improvável”, seja no âmbito empreendedor ou em qualquer outro. Nestes termos, a decisão de empreender também está profundamente condicionada ao ambiente sociocultural, à influência do contexto familiar e à norma subjetiva, esta última compreendida como a percepção individual sobre as expectativas sociais a respeito do comportamento empreendedor. Fonseca e Nassif (2022), ainda, ressaltam que a mentalidade empreendedora também é e/ou pode ser forjada a partir de experiências formativas anteriores ao ingresso no ensino superior. O ambiente familiar, neste contexto, exerce papel central no processo de internalização de valores empreendedores, como a iniciativa, a perseverança e a capacidade de lidar com adversidades. Assim, os autores recomendam o investimento em políticas educacionais que promovam o ensino de empreendedorismo desde a infância, contribuindo para o fortalecimento de competências fundamentais para a vida adulta.

De modo convergente, Fayolle e Gailly (2015) enfatizam a relevância das experiências práticas em ambientes empresariais como fator de estímulo à intenção de empreender. De acordo com os autores, a vivência prévia no contexto organizacional e/ou familiar atua como um catalisador da predisposição para empreender. Ainda assim, seus estudos revelam que programas educacionais voltados para o empreendedorismo são especialmente eficazes entre estudantes com limitada ou inexistente exposição prévia a conteúdos e práticas empreendedoras, desempenhando papel compensatório nesse desenvolvimento. Na mesma direção, Ferreira (2017) ressalta que a família desempenha um papel fundamental ao prover suporte social, um dos principais alicerces para o fortalecimento da intenção empreendedora. O autor enfatiza a importância de ações formativas no âmbito universitário, com destaque para as experiências proporcionadas pelas empresas juniores, por exemplo, que oferecem aos estudantes a oportunidade de aliar teoria e prática em ambientes de simulação empresarial, favorecendo a construção de competências empreendedoras em contextos reais.

Corroborando essas evidências, Bae et al. (2014) identificam uma relação positiva entre a educação para o empreendedorismo e o fortalecimento das intenções empreendedoras. No entanto, os autores alertam que, ao controlar o efeito das intenções pré-existentes, o impacto direto da educação formal sobre as intenções pós-educacionais tende a se atenuar. Tal constatação sugere que a predisposição para empreender anterior ao processo educacional atua como variável moderadora, reforçando a necessidade de estratégias pedagógicas adaptadas aos diferentes perfis e históricos dos estudantes.

No que tange à empregabilidade, observa-se que a educação para o empreendedorismo, quando articulada com práticas reais e condições de apoio, tem o potencial não apenas de influenciar diretamente a intenção de empreender, mas também de ampliar as possibilidades profissionais dos estudantes, contribuindo para sua autonomia, empregabilidade e protagonismo na construção de trajetórias inovadoras. Gazi et al. (2024), ainda, evidenciam que tanto a educação para o empreendedorismo quanto a intenção de empreender impactam positivamente na empregabilidade dos indivíduos. Esse achado amplia o entendimento do valor estratégico da formação empreendedora ao vinculá-la não apenas à criação de negócios, mas também à inserção e mobilidade no mercado de trabalho.

Revisões sistemáticas da literatura acerca da intenção de empreender, ainda, apontam variáveis adicionais que afetam diretamente essa intenção (Ferreira, 2017). Entre elas, destacam-se a autoeficácia empreendedora, entendida como a crença do indivíduo em sua capacidade de desempenhar tarefas

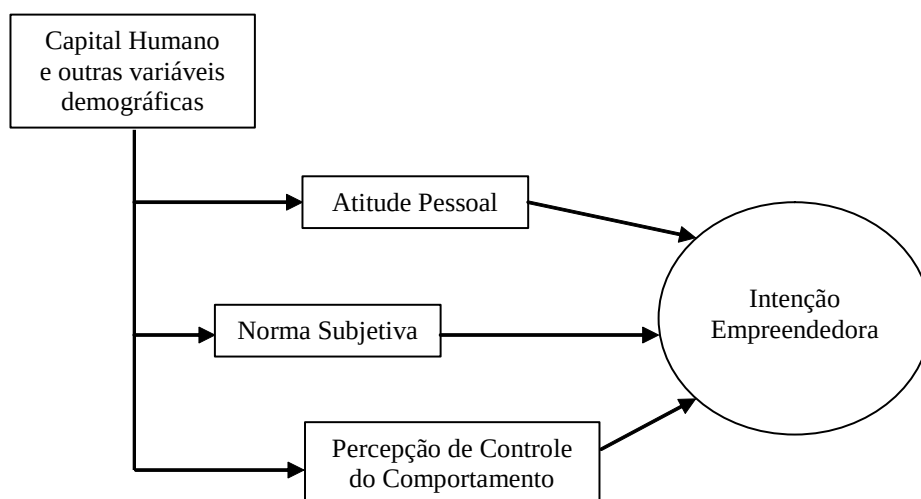
empreendedoras com sucesso; o suporte social, especialmente oriundo da família e de redes de apoio, e as experiências prévias em contextos empresariais ou educacionais. Em outras palavras, uma crescente base de estudos empíricos tem evidenciado que a educação para o empreendedorismo exerce influência positiva sobre a intenção de empreender, configurando-se como um importante instrumento de estímulo ao comportamento empreendedor.

Assim, compreender os determinantes da intenção empreendedora, tanto do ponto de vista psicológico quanto contextual, torna-se essencial para o delineamento de estratégias educacionais eficazes, capazes de fomentar o espírito empreendedor desde os níveis iniciais da formação até o ensino superior. Isto posto que a educação para o empreendedorismo possa transcender a mera transmissão de conteúdos técnicos e buscar atuar como agente transformador das percepções e aspirações profissionais dos discentes.

Em síntese, os estudos convergem para a necessidade de uma abordagem sistêmica e longitudinal na educação para o empreendedorismo, que contemple o desenvolvimento de competências desde a formação básica até o ensino superior. A integração articulada de fatores socioculturais, familiares e educacionais mostra-se essencial para a construção sólida da intenção empreendedora, contribuindo para a formação de indivíduos mais autônomos, resilientes e preparados para os desafios inerentes à atividade empreendedora.

No âmbito desta pesquisa, embora reconheçamos que existem outros modelos que tratam da investigação acerca da intenção de empreender, escolhemos o Modelo de Intenção Empreendedora (*Entrepreneurial Intention Model*), desenvolvido por Liñán e Chen (2009), devido à sua robustez e porque já foi validado em diversos países, inclusive no Brasil. É esse modelo teórico que fundamenta a presente pesquisa.

Figura 1: Modelo de Intenção Empreendedora.



Fonte: Liñán e Chen (2009, p. 597).

O Modelo de Intenção Empreendedora desenvolvido por Liñán e Chen (2009), Figura 1, fundamenta-se nos pressupostos da Teoria do Comportamento Planejado, proposta por Ajzen (1991). O modelo busca prever e explicar o comportamento humano em contextos específicos a partir da análise de três variáveis que atuam como determinantes diretos da intenção comportamental: atitude pessoal, norma subjetiva e percepção de controle comportamental.

Segundo Liñán e Chen (2009), a atitude pessoal refere-se à avaliação favorável ou desfavorável que o indivíduo possui em relação à execução de determinado comportamento, no caso, o ato de empreender. Já a norma subjetiva está associada à percepção das pressões sociais percebidas, isto é, ao grau em que o indivíduo acredita que pessoas significativas em sua vida (como familiares e amigos) aprovam ou desaprovam sua decisão de se tornar empreendedor. A percepção de controle comportamental diz respeito à percepção individual acerca da facilidade ou dificuldade de realizar o comportamento, fortemente relacionada à autoconfiança e à crença na própria capacidade de empreender.

Conforme já proposto por Ajzen (1991), quanto mais favoráveis forem a atitude e a norma subjetiva e quanto maior for a percepção de controle sobre o comportamento, mais forte será a intenção do indivíduo de realizar determinada ação. Aplicando-se essa lógica ao campo do empreendedorismo, pode-se inferir que quanto mais positivos forem esses três componentes, maior será a probabilidade de o indivíduo manifestar comportamentos empreendedores, como iniciar um novo negócio ou implementar uma inovação dentro de uma organização, por exemplo.

No modelo proposto por Liñán e Chen (2009), os determinantes da intenção empreendedora são operacionalizados da seguinte forma: atitude pessoal que representa a avaliação positiva ou negativa que o indivíduo faz sobre a possibilidade de se tornar empreendedor, considerando os benefícios e desafios associados a esse caminho. A norma subjetiva, que se refere à percepção do indivíduo sobre o apoio ou desaprovação de seu círculo social quanto à decisão de empreender. Essa variável destaca o papel da influência social, especialmente de familiares, amigos e outras pessoas próximas. A percepção de controle comportamental, que está relacionada à percepção individual sobre sua capacidade de empreender, considerando as competências, recursos e oportunidades percebidas para iniciar e manter um negócio.

Destaca-se que uma das principais inovações do modelo de Liñán e Chen (2009), em relação à proposta original de Ajzen (1991), é a ênfase no papel do capital humano. Os autores reconhecem que habilidades, conhecimentos e experiências acumuladas ao longo da trajetória de vida — em especial aquelas ligadas à formação pessoal e profissional — influenciam de forma significativa a intenção empreendedora. Além disso, o modelo incorpora variáveis contextuais e demográficas, como país de origem, cultura, nível educacional e experiências anteriores, as quais podem afetar indiretamente a propensão a empreender.

Procedimentos metodológicos

Esta é uma pesquisa descritiva com viés, predominantemente, quantitativo. A escolha pelo domínio descritivo da estatística deve-se à viabilidade de melhor compreensão das relações entre variáveis através da observação do comportamento da variável dependente em relação ao conjunto de dados analisados (Triola, 2024). Três objetivos básicos devem ser atendidos: descrição de fenômenos ou características associadas com a população-alvo, estimativa das proporções de uma população que tenha essas características e a descoberta de associações entre as diferentes variáveis (Cooper e Schindler, 2016). Este tipo de pesquisa viabiliza perceber e analisar novas perspectivas sobre a realidade estudada (GIL, 2019).

É um estudo de caso, ou seja, uma investigação empírica que pesquisa acerca de um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes (Yin, 2010). Um estudo de caso possibilita conhecer as especificidades de um fenômeno contemporâneo que, neste caso, é o impacto da educação empreendedora na intenção de empreender dos estudantes de um curso de graduação cuja característica é a ênfase no empreendedorismo.

Os estudantes são a própria população deste estudo, entendendo-se a população como o conjunto completo de elementos sobre os quais realizamos algumas inferências, ou seja, todos os estudantes matriculados quando da realização da pesquisa (Cooper e Schindler, 2016). O curso possui 338 estudantes com matrículas ativas. O questionário foi respondido voluntariamente por 208 estudantes durante a primeira semana de aula em setembro de 2024.

Empregou-se uma survey, descrita por Hair (2009) como um procedimento para coleta de dados primários, por meio de um instrumento de pesquisa, neste caso, um questionário. Os pesquisadores entravam em sala, explanavam para os estudantes sobre o tema da pesquisa e distribuíam o questionário para aqueles que voluntariamente se prontificavam a participar. O instrumento foi distribuído para os estudantes fisicamente, impresso em papel, posto que em experiências anteriores o índice de respostas on-line foi muito abaixo do esperado.

Foi utilizado o Questionário de Intenção Empreendedora (QIE), produzido por Francisco Liñán e Yin-Wen Chen, “*Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions*”, em 2009, e já validado, adaptado e utilizado em pesquisas no Brasil, inicialmente por Hecke, em 2011.

O Questionário de Intenção Empreendedora (QIE) é dividido em seis blocos. Bloco 1: perguntas demográficas; Bloco 2: Atitudes Pessoais; Bloco 3: Normas Subjetivas; Bloco 4: Controle e Comportamento Percebido; Bloco 5: Intenções Empreendedoras (1); Bloco 6: Intenções Empreendedoras (2). Os dois primeiros grupos tratam do perfil demográfico e das percepções sobre o empirismo do empreendedorismo na universidade. Em seguida, os conjuntos de afirmações dizem respeito às atitudes pessoais, normas subjetivas e controle comportamental percebido que podem influenciar nas intenções empreendedoras dos discentes. O sexto bloco corresponde especificamente às intenções empreendedoras dos estudantes.

Os blocos de três a seis totalizam 26 afirmações estruturados com base em uma Escala de Likert, definida por Malhotra (2006, p.260) como “uma escala de mensuração com cinco categorias de respostas, variando de “discordo totalmente” a “concordo totalmente”, que exige que os participantes indiquem um grau de concordância ou de discordância com cada uma de várias afirmações relacionadas aos objetos de estímulo”. Foi solicitado aos estudantes que se posicionassem quanto à sua percepção com relação à questão, em algum ponto de (1) discordo totalmente, (2) discordo em parte, (3) não concordo nem discordo, (4) concordo em parte e (5) concordo totalmente.

Como utilizamos o Questionário de Intenção Empreendedora (QIE), de Liñán e Chen (2009), partimos do pressuposto que as intenções empreendedoras podem ser explicadas por diversos fatores. Neste caso específico, as intenções empreendedoras podem ser explicados por um conjunto de fatores que podem ter origem nas características demográficas dos respondentes, em suas atitudes pessoais, nas normas subjetivas seguidas por eles, e em seu controle e comportamento percebido. Neste sentido, podemos dizer que as Intenções Empreendedoras (IE) são uma função das características demográficas (Dem), das Atitudes Pessoais (AP), das Normas Subjetivas (NS), e do Controle e Comportamento Percebido (CCP).

Em síntese, temos:

$$IE = Dem + AP + NS + CCP$$

Para quantificarmos o impacto de cada um dos quatro componentes (Dem, AP, NS, CCP) sobre a Intenção Empreendedora (IE), estimamos a seguinte equação:

$$IE_i = \beta_{1i} \sum Dem_i + \beta_{2i} \sum AP_i + \beta_{3i} \sum NS_i + \beta_{4i} \sum CCP_i + u_i$$

IE_i é a variável a ser explicada.

$\beta_{1i} \sum Dem_i + \beta_{2i} \sum AP_i + \beta_{3i} \sum NS_i + \beta_{4i} \sum CCP_i + u_i$ é a variável a ser explicada.

Com esta equação, estimamos o impacto de cada uma das perguntas dos quatro componentes sobre as perguntas de Intenção Empreendedora. Os betas β medem justamente este impacto.

Para este fim, utilizaremos o Método do Probit Ordenado. Este é o método de regressão linear mais adequado quando temos a variável dependente (que neste caso são as perguntas sobre intenção empreendedora) categórica (ou seja, as respostas são categorias de 1 a 5 da Escala Likert).

Apresentação e análise dos resultados

Como analisamos os resultados a seguir? Para este trabalho, estamos interessados se as variáveis (perguntas) que integram os quatro (4) componentes (Demografia, Atitudes Pessoais, Normas Subjetivas, e Controle e Comportamento Percebido) têm alguma relação estatisticamente significativa com as variáveis de Intenção Empreendedora. Apenas as variáveis com relações estatisticamente significativas nos interessam! A significância estatística, por definição, vem em três categorias: Significativa em 1% (relação forte), Significativa em 5% (relação moderada) e Significativa em 10% (relação fraca).

Além da significância estatística, estamos interessados também no sinal do coeficiente da variável, que pode ser positivo ou negativo. Se existe uma relação estatisticamente significativa a 1% entre X e Y, então a relação entre estas duas variáveis é forte e quando X aumenta, Y também aumenta (quando X diminui, Y também diminui). Se por outro lado, a relação entre X e Y for negativa, as variáveis caminham em direções opostas. Ou seja, quando X aumenta, Y diminui (quando X diminui, Y aumenta).

Lembramos que as Intenções Empreendedoras (IE) são uma função das características demográficas (Dem), das Atitudes Pessoais (AP), das Normas Subjetivas (NS), e do Controle e Comportamento Percebido (CCP).

As IE são: IE1_eu estou pronto(a) a fazer de tudo para ser um(a) empreendedor(a); IE2_Eu quero ser um empresário; IE3_Meu objetivo profissional é ter meu próprio negócio; IE4_Farei todos os esforços para criar e manter minha própria empresa; IE5_Eu estou decidido(a) a criar uma empresa no futuro; IE6_Tenho pensado muito seriamente em criar uma empresa; IE7_Tenho vontade de criar uma empresa; IE8_Vou criar uma empresa em pouco tempo; IE21_Sinto-me capaz de identificar oportunidades de melhoria no ambiente em que trabalho e agir para implementá-las; IE22_Estou preparado(a) para liderar iniciativas que tragam inovação e melhorias no meu trabalho, mesmo que não envolvam a criação de uma nova empresa; IE23_Acredito que posso utilizar habilidades empreendedoras para promover mudanças significativas na organização em que trabalho ou pretendo trabalhar; e IE24_Estou confiante na minha capacidade de mobilizar pessoas e recursos para realizar projetos, mesmo que isso não envolva a criação de uma empresa

As NS são: NS1_os parentes; NS2_os amigos; e NS3_os colegas.

As AP tratam de: AP1_ser um empreendedor implica mais vantagem do que desvantagens para mim; AP2_eu quero ser empreendedor; AP3_se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa; AP4_ser um empreendedor traria grande satisfação para mim; e AP5_entre as várias opções profissionais, eu prefiro ter meu próprio negócio.

As CCPs são: CCP1_Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim; CCP2_Estou preparado para iniciar um negócio viável; CCP3_Eu posso controlar o processo de criação de uma

nova empresa; CCP4_Eu conheço os detalhes práticos necessários para criar uma empresa; CCP5_Eu sei como desenvolver um plano de negócios/projeto empresarial; e CCP6_Se eu tentasse criar uma empresa, teria uma alta probabilidade de sucesso.

Neste texto, destacamos apenas alguns resultados que consideramos relevantes. Para facilitar a leitura dos resultados, destacamos na cor laranja as variáveis estatisticamente significativas. As variáveis não destacadas não são estatisticamente significativas. Logo, não são relevantes para análise neste texto.

Figura 2 - Variável Dependente: IE1 – Estou pronto(a) a fazer de tudo para ser um(a) empreendedor(a)

IE11	Coefficient	Std. err.	z	P> z	[95% conf. interval]	
Masc	.4068142	.219105	1.86	0.063	-.0226237	.8362522
Branco	-.0365398	.2361236	-0.15	0.877	-.4993335	.4262539
idade	-.0849473	.0948133	-0.90	0.370	-.2707779	.1008833
idade2	.0009544	.001397	0.68	0.495	-.0017837	.0036925
renda	-.165388	.1276542	-1.30	0.195	-.4155856	.0848097
renda_fam	-.0285822	.0895979	-0.32	0.750	-.2041909	.1470265
edu_pai	-.1206575	.0706804	-1.71	0.088	-.2591885	.0178736
edu_mae	.076541	.0760103	1.01	0.314	-.0724364	.2255183
AP1	-.0399752	.1149748	-0.35	0.728	-.2653217	.1853713
AP2	.2041375	.1315962	1.55	0.121	-.0537863	.4620613
AP3	.1011111	.153718	0.66	0.511	-.2001706	.4023927
AP4	-.0444591	.173196	-0.26	0.797	-.3839171	.2949989
AP5	.5637328	.1484388	3.80	0.000	.2727981	.8546674
NS1	.1358826	.0958126	1.42	0.156	-.0519067	.3236719
NS2	.0220244	.1293324	0.17	0.865	-.2314624	.2755112
NS3	.0047696	.1079117	0.04	0.965	-.2067335	.2162727
CCP1	.1025985	.1182331	0.87	0.386	-.1291342	.3343311
CCp2	.0550159	.1228437	0.45	0.654	-.1857532	.2957851
CCP3	-.1571709	.1262056	-1.25	0.213	-.4045294	.0901875
CCp4	.0867094	.1209404	0.72	0.473	-.1503294	.3237483
CCp5	-.1203962	.1217657	-0.99	0.323	-.3590527	.1182602
CCp6	.2395768	.1446257	1.66	0.098	-.0438843	.5230378

Fonte: dados da pesquisa

Constata-se que, na IE1 – Estou pronto(a) a fazer de tudo para ser um(a) empreendedor(a), que há relações positivas e significativas a 1%: AP5 – “Entre as várias opções profissionais, eu prefiro ter meu próprio negócio”. Quanto maior AP5, maior IE1 (relação forte). Observa-se, ainda, que: quanto maior a preferência por criar o próprio negócio (tendo o conhecimento das demais opções profissionais), maior a chance de estar pronto para fazer de tudo para ser um empreendedor; o fato de ser do sexo masculino aumenta as chances de estar pronto a fazer de tudo para ser um empreendedor; e que quanto maior a educação do pai, menor a chance de estar pronto a fazer de tudo para ser empreendedor.

A constatação de que a maior renda familiar e o maior nível educacional dos pais, em alguns casos, reduzem a intenção de empreender, sugere que, para determinados perfis, o empreendedorismo ainda é percebido como alternativa à inserção profissional convencional, fenômeno que pode indicar a persistência do empreendedorismo por necessidade em determinados segmentos da sociedade brasileira. O que é evidenciado, de forma mais veemente na Figura 3.

Figura 3 - Variável Dependente: IE4 – Farei todos os esforços para criar e manter minha própria empresa

IE14	Coefficient	Std. err.	z	P> z	[95% conf. interval]	
Masc	-.4488629	.2034986	-2.21	0.027	-.8477129	-.0500129
Branco	-.2500387	.2121252	-1.18	0.239	-.6657964	.165719
renda	-.3650212	.11585	-3.15	0.002	-.592083	-.1379594
renda_fam	.1085529	.085683	1.27	0.205	-.0593826	.2764884
edu_pai	-.0705956	.0701201	-1.01	0.314	-.2080285	.0668373
edu_mae	.0625547	.0732045	0.85	0.393	-.0809235	.206033
AP1	.0370351	.1075314	0.34	0.731	-.1737225	.2477927
AP2	.2864226	.1251557	2.29	0.022	.041122	.5317232
AP3	.2521047	.1323561	1.90	0.057	-.0073086	.5115179
AP4	-.0804377	.142429	-0.56	0.572	-.3595933	.198718
AP5	.6733697	.1249557	5.39	0.000	.428461	.9182785
NS1	-.0688415	.0836183	-0.82	0.410	-.2327303	.0950473
NS2	-.0049824	.1167094	-0.04	0.966	-.2337286	.2237637
NS3	.1189615	.0990842	1.20	0.230	-.0752399	.3131629
CCP1	.1929441	.1126832	1.71	0.087	-.0279108	.4137991
CCp2	.0655663	.1133197	0.58	0.563	-.1565362	.2876688
CCP3	-.0401784	.112296	-0.36	0.721	-.2602746	.1799177
CCp4	-.0417058	.1102664	-0.38	0.705	-.257824	.1744124
CCp5	-.0249189	.1053037	-0.24	0.813	-.2313104	.1814727
CCp6	-.0495888	.1392981	-0.36	0.722	-.3226081	.2234306
/cut1	1.567052	.759514			.0784317	3.055672
/cut2	2.87314	.7724001			1.359263	4.387016
/cut3	3.759103	.7887521			2.213177	5.305028
/cut4	4.851463	.8069618			3.269847	6.433079

Fonte: dados da pesquisa

No que diz respeito à IE4 – “Farei todos os esforços para criar e manter minha própria empresa”, constata-se a existência de relações positivas e significativas a 1%: AP5 – “entre as várias opções profissionais, eu prefiro ter meu próprio negócio”, quanto maior AP5, maior IE4 (relação forte). Bem como relações negativas e significativas a 1% que nos informa que quanto maior a renda, menor IE4 (relação forte) (empreendedorismo por necessidade). Corroborando, deste modo, que a intenção é um preditor robusto de comportamento e que indica o nível de preparação e o esforço que o indivíduo está disposto a empregar para transformar uma ideia em realidade (Moriano et al., 2011; Rittippant et al., 2011; Krueger, Reilly e Carsrud, 2000).

Figura 4 - Variável Dependente: IE5 – Eu estou decidido(a) a criar uma empresa no futuro

IE15	Coefficient	Std. err.	z	P> z	[95% conf. interval]	
Masc	.1102252	.203548	0.54	0.588	-.2887216	.5091719
Branco	-.572121	.2236606	-2.56	0.011	-1.010488	-.1337544
renda	.0137736	.1111242	0.12	0.901	-.2040257	.231573
renda_fam	.0455682	.0847548	0.54	0.591	-.1205481	.2116844
edu_pai	-.0723528	.0700647	-1.03	0.302	-.209677	.0649714
edu_mae	-.0308893	.0750309	-0.41	0.681	-.1779472	.1161686
AP1	-.2150001	.1116478	-1.93	0.054	-.4338258	.0038257
AP2	.6514322	.1342335	4.85	0.000	.3883394	.914525
AP3	.6277393	.1439314	4.36	0.000	.345639	.9098396
AP4	.1508914	.1443945	1.04	0.296	-.1321167	.4338994
AP5	.2160637	.1209422	1.79	0.074	-.0209786	.453106
NS1	.0500174	.0847673	0.59	0.555	-.1161234	.2161583
NS2	-.0611569	.1241955	-0.49	0.622	-.3045756	.1822618
NS3	-.1556707	.1019994	-1.53	0.127	-.3555858	.0442445
CCP1	.3180393	.117348	2.71	0.007	.0880415	.5480371
CCp2	-.0105258	.1130873	-0.09	0.926	-.2321728	.2111212
CCP3	-.0273152	.1148192	-0.24	0.812	-.2523567	.1977264
CCp4	.1560071	.1136741	1.37	0.170	-.0667901	.3788043
CCp5	.0264854	.1059805	0.25	0.803	-.1812326	.2342033
CCp6	-.2090765	.1363751	-1.53	0.125	-.4763668	.0582138
/cut1	2.305659	.799158			.739338	3.87198
/cut2	3.477941	.8097394			1.890881	5.065001
/cut3	5.232933	.8650624			3.537442	6.928425
/cut4	6.137111	.8875232			4.397598	7.876625

Fonte: dados da pesquisa

Quanto à variável dependente: IE5 – Eu estou decidido(a) a criar uma empresa no futuro, são observadas relações positivas e significativas a 1%: AP2 – “Eu quero ser um(a) empreendedor(a)”, AP3 – “Se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa” e CCP1 – “Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim” evidenciam que quanto maior AP2, AP3, CCP1, maior IE5 (relação forte). Esta ideia reforça os resultados da pesquisa de Shariar et al. (2024) ao identificar que a combinação entre acesso a recursos financeiros e a participação em programas educacionais contribui para que os estudantes passem a considerar o empreendedorismo como uma alternativa viável de carreira.

Figura 5 - Variável Dependente: IE8 – Vou criar uma empresa em pouco tempo

IE18	Coefficient	Std. err.	z	P> z	[95% conf. interval]	
Masc	-.1343292	.2016254	-0.67	0.505	-.5295078	.2608494
Branco	.2574074	.2095367	1.23	0.219	-.1532771	.6680918
renda	-.0187494	.1015299	-0.18	0.853	-.2177444	.1802457
renda_fam	.0636944	.0798755	0.80	0.425	-.0928587	.2202475
edu_pai	-.038847	.0650049	-0.60	0.550	-.1662542	.0885602
edu_mae	-.0042565	.0719844	-0.06	0.953	-.1453433	.1368304
AP1	.1680405	.1080161	1.56	0.120	-.0436672	.3797483
AP2	.3611563	.1328412	2.72	0.007	.1007923	.6215204
AP3	.3088084	.1463755	2.11	0.035	.0219177	.595699
AP4	-.173286	.1488605	-1.16	0.244	-.4650472	.1184752
AP5	.191701	.1247933	1.54	0.125	-.0528893	.4362914
NS1	.0241733	.0834582	0.29	0.772	-.1394018	.1877484
NS2	.0286138	.1202028	0.24	0.812	-.2069792	.2642069
NS3	-.0222138	.0977163	-0.23	0.820	-.2137342	.1693066
CCP1	.0441112	.1074098	0.41	0.681	-.1664081	.2546306
CCp2	.3043275	.1092342	2.79	0.005	.0902324	.5184225
CCP3	-.0223522	.1173524	-0.19	0.849	-.2523586	.2076542
CCp4	.1214536	.1137445	1.07	0.286	-.1014815	.3443888
CCp5	-.0817847	.1074949	-0.76	0.447	-.2924708	.1289015
CCp6	.246878	.1352328	1.83	0.068	-.0181734	.5119294
/cut1	4.87356	.8485003			3.21053	6.53659
/cut2	5.757895	.8705466			4.051654	7.464135
/cut3	6.653439	.8991272			4.891182	8.415696
/cut4	7.305165	.9196397			5.502704	9.107626

Fonte: dados da pesquisa

Quando analisamos a variável dependente: IE8 – Vou criar uma empresa em pouco tempo, verificamos que há relações positivas e significativas a 1%: AP2 – “Eu quero ser um(a) empreendedor(a)” e CCP2 – “Estou preparado para iniciar um negócio viável” apontando que Quanto maior AP2 e CCP2, maior IE8 (relação forte) e relações positivas e significativas a 5%: AP3 – “Se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa”, portanto, quanto maior AP3, maior IE8 (relação moderada).

Em síntese, destaca-se, no que tange ao primeiro bloco de Intenções Empreendedoras (IE1 a IE8) que, em todos os casos Atitudes Pessoais (APs) sobressaem-se: CCPs relevantes em alguns casos; as NSs familiares são positivas, ou seja, aumenta a probabilidade de empreender; as NSs relacionadas aos amigos e colegas são negativas, desestimulam o empreendedorismo; e, também, em alguns casos, a relação com a renda é negativa (o que sugere empreendedorismo por necessidade. Uma renda maior reduz intenção empreendedora).

Figura 6 - Variável Dependente: IE21 – Sinto-me capaz de identificar oportunidades de melhoria no ambiente em que trabalho e agir para implementá-las

IE21	Coefficient	Std. err.	z	P> z	[95% conf. interval]	
Masc	-.1398318	.1988469	-0.70	0.482	-.5295645	.2499009
Branco	-.0356507	.2077895	-0.17	0.864	-.4429105	.3716092
renda	.0995259	.1055106	0.94	0.346	-.1072711	.3063229
renda_fam	.1509536	.0829864	1.82	0.069	-.0116967	.3136039
edu_pai	.0287996	.0652266	0.44	0.659	-.099042	.1566413
edu_mae	-.0407843	.0742209	-0.55	0.583	-.1862547	.1046861
AP1	-.0190306	.1085236	-0.18	0.861	-.231733	.1936718
AP2	-.1679858	.1308098	-1.28	0.199	-.4243683	.0883967
AP3	.0820032	.1391988	0.59	0.556	-.1908215	.3548279
AP4	.1866874	.1447958	1.29	0.197	-.0971072	.470482
AP5	-.0807549	.1212409	-0.67	0.505	-.3183826	.1568728
NS1	-.0280864	.0834015	-0.34	0.736	-.1915504	.1353776
NS2	.1436886	.1142836	1.26	0.209	-.0803032	.3676804
NS3	.1130272	.0967868	1.17	0.243	-.0766714	.3027259
CCP1	-.0050354	.1116818	-0.05	0.964	-.2239277	.213857
CCp2	-.0298314	.1129763	-0.26	0.792	-.2512609	.1915981
CCP3	-.0011924	.1154102	-0.01	0.992	-.2273923	.2250075
CCp4	.1531758	.1100123	1.39	0.164	-.0624443	.3687958
CCp5	-.073913	.1046515	-0.71	0.480	-.279026	.1312001
CCp6	.2648372	.1392698	1.90	0.057	-.0081266	.537801
/cut1	-.2974657	.8212204			-1.907028	1.312097
/cut2	.4085983	.7503549			-1.06207	1.879267
/cut3	1.286683	.7431825			-.1699281	2.743294
/cut4	2.792291	.760873			1.301008	4.283575

Fonte: dados da pesquisa

Ao analisarmos a variável dependente: IE21 – sinto-me capaz de identificar oportunidades de melhoria no ambiente em que trabalho e agir para implementá-las, encontramos relações positivas e significativas a 10%: Renda Familiar e CCP6 – “Se eu tentasse criar uma empresa, teria alta probabilidade de sucesso” mostra que quanto maior a renda familiar e CCP6, maior IE21 (relação fraca). Em outras palavras, **parece que quanto maior a renda, mais a pessoa é atraída pelo intraempreendedorismo**. De acordo com Gazi et al. (2024), tanto a educação para o empreendedorismo quanto a intenção de empreender impactam positivamente na empregabilidade dos indivíduos. Esse achado amplia o entendimento do valor estratégico da formação empreendedora ao vinculá-la não apenas à criação de negócios, mas também à inserção e mobilidade no mercado de trabalho. O que, também, pode ser observado de modo mais expressivo nas Figuras 7 e 8.

Figura 7 - Variável Dependente: IE23 – Acredito que posso utilizar habilidades empreendedoras para promover mudanças significativas na organização em que trabalho ou pretendo trabalhar

IE23	Coefficient	Std. err.	z	P> z	[95% conf. interval]	
Masc	.0904319	.2140469	0.42	0.673	-.3290924	.5099561
Branco	.1671752	.2204645	0.76	0.448	-.2649272	.5992776
renda	-.0663293	.1109377	-0.60	0.550	-.2837632	.1511046
renda_fam	.0495457	.088461	0.56	0.575	-.1238347	.2229261
edu_pai	-.1073043	.0700383	-1.53	0.126	-.2445768	.0299683
edu_mae	.0993723	.0769741	1.29	0.197	-.0514942	.2502389
AP1	-.0268991	.1184978	-0.23	0.820	-.2591504	.2053523
AP2	-.2568102	.1430786	-1.79	0.073	-.5372391	.0236187
AP3	.1764656	.147738	1.19	0.232	-.1130956	.4660268
AP4	-.1585966	.16137	-0.98	0.326	-.474876	.1576827
AP5	.1461967	.1370286	1.07	0.286	-.1223744	.4147677
NS1	.0302448	.087286	0.35	0.729	-.1408326	.2013222
NS2	.325651	.1216708	2.68	0.007	.0871807	.5641213
NS3	.0872809	.1023363	0.85	0.394	-.1132946	.2878563
CCP1	-.123926	.1187685	-1.04	0.297	-.356708	.1088561
CCp2	-.0940945	.1205067	-0.78	0.435	-.3302833	.1420943
CCP3	.2051118	.1216469	1.69	0.092	-.0333117	.4435353
CCp4	.1301789	.1164209	1.12	0.263	-.0980019	.3583597
CCp5	-.0451351	.1079043	-0.42	0.676	-.2566236	.1663534
CCp6	.3198529	.1477903	2.16	0.030	.0301892	.6095165
/cut1	.2663254	.8159473			-1.332902	1.865553
/cut2	.6073338	.7982424			-.9571926	2.17186
/cut3	1.343001	.7898183			-.2050146	2.891016
/cut4	2.839368	.8067393			1.258188	4.420548

Fonte: dados da pesquisa

A variável dependente: IE23 – acredito que posso utilizar habilidades empreendedoras para promover mudanças significativas na organização em que trabalho ou pretendo trabalhar apresenta relações positivas e significativas a 1%: NS2 – “Pessoas próximas que apoiariam a decisão: os amigos” e quanto maior NS2, maior IE23 (relação forte), bem como relações positivas e significativas a 5%: CCP6 – “Se eu tentasse criar uma empresa, teria alta probabilidade de sucesso” e quanto maior CCP6, maior IE23 (relação moderada).

Figura 8 - Variável Dependente: IE24 – estou confiante na minha capacidade de mobilizar pessoas e recursos para realizar projetos, mesmo que isso não envolva a criação de uma empresa

IE24	Coefficient	Std. err.	z	P> z	[95% conf. interval]	
Masc	.494912	.2023835	2.45	0.014	.0982477	.8915764
Branco	-.0867973	.2104575	-0.41	0.680	-.4992865	.3256919
renda	-.1649432	.1073419	-1.54	0.124	-.3753295	.045443
renda_fam	.1227426	.083585	1.47	0.142	-.0410811	.2865662
edu_pai	-.1622858	.0674893	-2.40	0.016	-.2945623	-.0300093
edu_mae	.0602805	.0733417	0.82	0.411	-.0834666	.2040276
AP1	-.0280528	.1116112	-0.25	0.802	-.2468068	.1907011
AP2	.037203	.1306291	0.28	0.776	-.2188254	.2932313
AP3	-.1038613	.1365774	-0.76	0.447	-.3715481	.1638255
AP4	.0019568	.143754	0.01	0.989	-.2797959	.2837096
AP5	.0734984	.1197361	0.61	0.539	-.16118	.3081769
NS1	-.1047608	.084639	-1.24	0.216	-.2706502	.0611286
NS2	.2707844	.1167857	2.32	0.020	.0418887	.4996801
NS3	.1007426	.0969128	1.04	0.299	-.0892031	.2906883
CCP1	-.144532	.1158886	-1.25	0.212	-.3716695	.0826054
CCp2	-.0730921	.1142872	-0.64	0.522	-.297091	.1509067
CCP3	.3276739	.1198208	2.73	0.006	.0928294	.5625184
CCp4	-.0475536	.1121538	-0.42	0.672	-.2673711	.1722639
CCp5	.0029372	.104487	0.03	0.978	-.2018535	.207728
CCp6	.3288675	.1404604	2.34	0.019	.0535701	.6041648
/cut1	-.4345376	.7799101			-1.963133	1.094058
/cut2	.3199415	.7484152			-1.146925	1.786808
/cut3	1.114677	.7488239			-.3529911	2.582345
/cut4	2.545291	.761002			1.053755	4.036827

Fonte: dados da pesquisa

No que tange à variável dependente: IE24 – estou confiante na minha capacidade de mobilizar pessoas e recursos para realizar projetos, mesmo que isso não envolva a criação de uma empresa, observamos relações positivas e significativas a 1%: CCP3 – Eu posso controlar o processo de criação de uma nova empresa e quanto maior CCP3, maior IE24 (relação forte). Também constatamos relações positivas e significativas a 5%: CCP6 – se eu tentasse criar uma empresa, teria alta probabilidade de sucesso e NS2 – pessoas próximas que apoiariam a decisão: os amigos. Por outro lado, observamos relações negativas e significativas a 5%: quanto maior o nível de educação do pai, menor IE24 (relação moderada)

Em síntese, destaca-se, no que tange ao primeiro bloco de Intenções Empreendedoras (IE21 a IE24), que sobressaem-se: as CCPs e as NSs (sobretudo aquelas ligadas aos colegas e amigos); as NSs ligadas a amigos e colegas aumentam a probabilidade de (intra)empreender; as APs, neste bloco, não apresentam tanto peso; e a renda familiar importa mais que a renda do indivíduo.

Considerações finais

O presente estudo buscou analisar o impacto da educação para o empreendedorismo na intenção de empreender, tendo como referência o desenvolvimento histórico e teórico da educação empreendedora no Brasil e a aplicação prática do Modelo de Intenção Empreendedora de Liñán e Chen (2009).

A pesquisa evidencia que a trajetória da educação para o empreendedorismo no Brasil acompanha um movimento global de valorização do empreendedorismo como vetor de desenvolvimento socioeconômico, embora com particularidades culturais e metodológicas próprias. Inicialmente influenciado pela abordagem anglo-americana, com ênfase na criação de empresas a partir da

elaboração de planos de negócios, o ensino brasileiro de empreendedorismo vem gradualmente incorporando concepções mais amplas, alinhadas à perspectiva europeia-continental, que valorizam a formação integral, o desenvolvimento de competências socioemocionais e o fortalecimento da cidadania empreendedora.

A análise teórica demonstrou que a educação para o empreendedorismo deve ser compreendida como um processo que ultrapassa a mera transmissão de conteúdos técnicos, buscando promover autonomia, iniciativa, resiliência e pensamento crítico. Nesse sentido, a educação para o empreendedorismo, orientada por referenciais freireanos e pela abordagem problematizadora, apresenta-se como um caminho para a formação de sujeitos capazes de agir de maneira transformadora na sociedade.

Em relação à intenção de empreender, os resultados da pesquisa empírica corroboram amplamente a literatura internacional: a intenção empreendedora configura-se como um forte preditor do comportamento empreendedor, precedendo a ação e sendo influenciada por fatores de natureza sociocultural, familiar, pessoal e educacional. Evidenciou-se que a atitude pessoal em relação ao empreendedorismo, a percepção de controle comportamental e as normas subjetivas são determinantes diretos da intenção empreendedora, em conformidade com o modelo teórico de Liñán e Chen (2009) e com os princípios da Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen (1991). As análises indicaram que variáveis sociodemográficas, como renda familiar e nível educacional dos pais, exercem influência diferenciada sobre a intenção de empreender, sugerindo a necessidade de estratégias educacionais personalizadas, sensíveis às características dos públicos atendidos.

As análises estatísticas indicaram que variáveis como a preferência por ter o próprio negócio, a autopercepção de preparo para iniciar um empreendimento e o suporte social recebido, especialmente de amigos e colegas, impactam positivamente a intenção de empreender. Por outro lado, fatores como maior renda familiar e elevado nível educacional dos pais apresentaram relações inversas em alguns casos, sugerindo nuances na dinâmica entre perfil socioeconômico e propensão empreendedora. Também foi observado que a educação para o empreendedorismo, ao proporcionar experiências práticas e ambientes de apoio, favorece o desenvolvimento de competências que não apenas impulsionam a criação de novos negócios, mas também fortalecem o intraempreendedorismo e a empregabilidade dos indivíduos.

Outro achado relevante diz respeito à distinção entre empreendedorismo clássico e intraempreendedorismo. As intenções relacionadas à atuação inovadora dentro de organizações existentes (intraempreendedorismo) mostraram-se associadas a fatores como renda familiar elevada e apoio de redes sociais próximas, indicando que a formação empreendedora também amplia a capacidade de transformação de contextos institucionais e de geração de valor social além da criação de novos negócios.

Conclui-se, portanto, que a educação para o empreendedorismo exerce influência significativa sobre a intenção de empreender, sendo fundamental que os programas formativos contemplem estratégias que integrem tanto o desenvolvimento técnico quanto o fortalecimento de competências comportamentais e sociais. Ademais, a consolidação de ambientes educacionais de apoio, o incentivo à vivência prática e a valorização da diversidade de trajetórias empreendedoras despontam como elementos essenciais para potencializar o impacto da educação empreendedora na formação de indivíduos autônomos, inovadores e socialmente comprometidos.

Em última instância, a construção de uma cultura empreendedora robusta no Brasil depende da articulação de múltiplos fatores: políticas públicas sensíveis às realidades locais, práticas educacionais integradoras e o reconhecimento de que empreender é um ato consciente e intencional, sustentado pela formação crítica e reflexiva dos indivíduos. Nestes termos, a educação para o empreendedorismo configura-se como uma poderosa ferramenta para o desenvolvimento pessoal, social e econômico,

desde que concebida como um processo educativo crítico e transformador. A promoção de uma mentalidade empreendedora demanda esforços contínuos de integração entre teoria e prática, articulação entre múltiplos saberes e construção de ambientes educacionais que estimulem a autonomia, a criatividade e o protagonismo dos estudantes.

O desafio que se coloca para o futuro é a consolidação de políticas públicas e práticas institucionais que reconheçam a complexidade do fenômeno empreendedor e a importância da educação empreendedora como elemento estratégico para a construção de sociedades mais inovadoras, resilientes e socialmente justas.

Quanto às limitações do estudo, embora tenha fornecido importantes *insights* para a compreensão do impacto da educação para o empreendedorismo na formação da intenção empreendedora, algumas limitações devem ser reconhecidas. Primeiramente, a pesquisa foi realizada com estudantes de um único curso de graduação com ênfase em empreendedorismo, o que pode restringir a generalização dos resultados para outros contextos educacionais ou perfis acadêmicos. A especificidade da amostra, concentrada em estudantes já predispostos a uma formação empreendedora, pode ter influenciado o nível geral de intenção de empreender observado. Em segundo lugar, neste texto, escolhemos apresentar apenas a captura da intenção de empreender em um único momento no tempo, não permitindo acompanhar a evolução dessa intenção em função de experiências formativas futuras ou de mudanças contextuais. Assim, para pesquisas futuras, sugere-se além da ampliação das amostras para incluir estudantes de diferentes cursos, áreas de conhecimento e instituições de ensino, permitindo uma análise comparativa entre contextos educacionais com diferentes graus de exposição à formação empreendedora, a continuidade da pesquisa, de forma longitudinal. O propósito é acompanhar a evolução da intenção de empreender ao longo da trajetória acadêmica e após a inserção dos estudantes no mercado de trabalho, possibilitando uma avaliação mais precisa da conversão de intenções em comportamentos efetivos.

Referências

- AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**. v.50, n.2, p. 179-211, 1991.
- ARRUDA, A.; BURCHARTH, A.; BARCELLOS, E.; LOURENCINI, S. **Avaliação da educação empreendedora no ensino superior**. Relatório completo. Sebrae, 2020.
- BAE, T. J. et al. The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 38, n. 2, p. 217–254, mar. 2014.
- BAGGIO, A. F; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014.
- BORGES, C.; NAJBERG, E.; FERREIRA, V. R. S.; COSTA, C. S. Perfil das Recomendações dos Pesquisadores Brasileiros às Políticas Públicas de Empreendedorismo. **Administração Pública e Gestão Social**, v.5, n.1, p. 01- 19, 2013.
- BANHA, F.; COELHO, L.S.; FLORES, A. Entrepreneurship Education: A Systematic Literature Review and Identification of an Existing Gap in the Field. **Education Sciences**, v. 12, n. 5, 2022.
- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em Administração**. 12ª edição. Porto Alegre: AMGH, 2016.
- DAL, M.; ELO, J.; LEFFLER, E.; SVEDBERG, G.; WESTERBERG, M. Research on pedagogical entrepreneurship – a literature review based on studies from Finland, Iceland and Sweden. **Education Inquiry**, v. 7, n. 2, 2016.

- DONOSO-GONZALEZ, M.; PEDRAZA-NAVARRO, I.; PALFERRO-FERNÁNDEZ, L. Analysis of Entrepreneurial Education – Study of the Configuration of the Entrepreneurial Identity through the Acquisition of Crucial Transversal Competences for Future University Students. **Education Sciences**, v. 12, n. 5, 2022.
- DUTRA, L. DE A. A relação das variáveis que influenciam na formação da intenção empreendedora dos discentes das IES brasileiras: um estudo com empresários juniores utilizando a modelagem de equações estruturais. **Dissertação** - Universidade Federal do Rio Grande do Norte – Natal, p.127. 2019.
- ERKKILÄ, K. **Entrepreneurial education**: mapping the debates in the United States, the United Kingdom, and Finland. New York; London: Garland Pub, 2000.
- FAIRLIE, R. W.; HOLLERAN, W. Entrepreneurship training, risk aversion and other personality traits: evidence from a random experiment. **Journal of Economic Psychology**, v. 33, n. 2, p. 366-378, 2011.
- FAYOLLE, A.; GAILLY, B. The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. **Journal of Small Business Management**, v. 53, n. 1, p. 75–93, 1 jan. 2015.
- FERNANDES, R. J. R.. Breve histórico do ensino de empreendedorismo no Brasil. **FGV Negócios**, v. 5 n. 5, 2013.
- FERREIRA, A. DA S. M. Intenção de Carreira empreendedora de estudantes universitários. **Tese** (Doutorado em Administração) – Escola de Administração - Universidade Federal da Bahia – Salvador, p. 171. 2017.
- FIATES, J. E. A. Influência dos ecossistemas de empreendedorismo inovador na indústria de venture capital: Estratégias de apoio às Empresas Inovadoras. **Tese de doutorado**. Florianópolis, 2014.
- FIATES, J. E. A. **Ecossistemas de empreendedorismo e inovação**: um caminho natural para a competitividade e o crescimento de pequenos negócios. Universidade Corporativa Sebrae. 2018.
- FONSECA, F.; NASSIF, M. E. Information and entrepreneurship: a case study with Brazilian and Canadian academic. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 27, n. 4, p. 167–195, 2022.
- FREIRE, P. **Educação e mudança**. 24 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.
- FREIRE, P. **Pedagogia da indignação**: cartas pedagógicas e outros escritos. São Paulo: Editora UNESP, 2000.
- FREIRE, P. **Conscientização**: Teoria e Prática da Libertação Uma Introdução ao Pensamento de Paulo Freire. São Paulo: Cortez & Moraes 1979.
- FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. 39ªed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- FREIRE, P.; Faundez, A. **Por uma pedagogia da pergunta**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.
- GAZI, M. A. I. et al. Mediating role of entrepreneurial intention on the relationship between entrepreneurship education and employability: a study on university students from a developing country. **Cogent Business and Management**, v. 11, n. 1, 2024.
- GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: GEN/Atlas, 2019.
- GOMES, M. V. P.; ALVES, M. A., FERNANDES, R. J. R. **Políticas Públicas de Fomento ao Empreendedorismo e às Micro e Pequenas Empresas**. São Paulo: Programa Gestão Pública e Cidadania, 2013.
- GUIMARÃES, L. O. A experiência universitária norte-americana na formação de empreendedores - contribuições das universidades de Saint Louis, Indiana e Babson College. **Tese de Doutorado**. São

Paulo: Fundação Getúlio Vargas - SP, FGV-SP, 2002.

HAIR Jr., J. F. **Análise Multivariada de dados**. 6ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HECKE, A. F.. **A intenção empreendedora dos alunos concluintes dos cursos de graduação em administração e ciências contábeis das Instituições de Ensino Superior de Curitiba-PR** (Dissertação). Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2011.

HÖFLING, E. M. Estado e políticas (públicas) sociais. **Cadernos Cedes**, v. 21, n. 55, p. 30-41, 2001.

KYRÖ P. The conceptual contribution of education to research on entrepreneurship education. **Entrepreneurship & Regional Development**, 27(9/10), 599–618, 2015.

KYRÖ, P. The Continental and Anglo-American Approaches to Entrepreneurship Education – Differences and Bridges. In: Alain Fayolle (ed.), **International Entrepreneurship Education - Issues and Newness**. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2006, p. 93-111.

KRUEGER, N. F., REILLY, M. D. e CARSRUD, A. L. Competing models of entrepreneurial intentions. **Journal of Business Venturing**, v. 15, n. 5-6, 2000. p. 411-432.

LACKÉUS, M. Entrepreneurship in Education: What, why, when, how. Entrepreneurship 360. Background Paper. Paris: European Commission, 2015.

LACKÉUS, M. Value creation as educational practice - Towards a new educational philosophy grounded in entrepreneurship? **Thesis for the Degree of Doctor of Engineering**. Division of Entrepreneurship and Strategy. Department of Technology Management and Economics. Chalmers University of Technology. Gothenburg, Sweden, 2016.

LANDSTRÖM, H.; HARIRCHIC, G.; ÅSTRÖM, F. Entrepreneurship: exploring the knowledge base. **Research Policy**, v. 41, n. 7, p. 1154-1168, 2011.

LEARNED, K.E. What Happened before the Organization? A Model of Organization Formation. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 17, 39-49, 1992.

LIÑÁN, F.; CHEN, Y. Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. **Entrepreneurship theory and practice**, may, p. 593-617, 2009.

LINAN, F.; CERESIA, F.; BERNAL, A. Who Intends to Enroll in Entrepreneurship Education? Entrepreneurial Self-Identity as a Precursor. **Entrepreneurship Education and Pedagogy**, v. 1, n. 3, 2018.

LOI, M., FAYOLLE, A., VAN GELDEREN, M., RIOT, E., REFAI, D., HIGGINS, D., HALOUB, R., SALUSSE, M.A.Y., LAMY, E., VERZAT, C. AND CAVARRETTA, F. Entrepreneurship Education at the Crossroads: Challenging Taken-for-Granted Assumptions and Opening New Perspectives. **Journal of Management Inquiry**, v. 31, n. 2, 2022.

LOPES, A. C. V.; SCHULTER, C. B.; BINOTTO, E.; ANDRADE, S. A.; BUSANELO, E. C. Microcrédito e os microempreendimentos: um estudo no Banco da Gente do Mato Grosso do Sul. **Revista FACEF Pesquisa, Desenvolvimento e Gestão**, v. 14, n. 03, 2011.

LUNDSTRÖM, A.; STEVENSON, L. **Entrepreneurship Policy: Theory and Practice**. New York: Springer, 2005.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 4ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MORIANO, J.A.; GORGIEVSKI, M.; LAGUNA, M.; STEPHAN, U. e ZARAFSHANI, K.. A Cross-Cultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intention. **Journal of Career Development**, jan., 2011, p. 162-185.

NAUDIN, A.; AGUSITA, E. Rethinking Cultural and Creative Entrepreneurship Education.

- Proceedings of the 16th European Conference on Innovation and Entrepreneurship**, v. 1, 2021.
- PEREIRA, J. A.; MACHADO, V. S. A mulher empreendedora como parte da disseminação da educação empreendedora: um estudo nos colégios particulares da cidade de Jandaia do Sul – PR. **Caderno de Administração**, v. 21, n. 01, 2013.
- SANABIO, M. T.; DAVID, M. V. Globalização e seus impactos nas Micro e Pequenas Empresas – MPEs. **III SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, Juiz de Fora, 2006.
- SARFATI, G. Estágios de desenvolvimento econômico e políticas públicas de empreendedorismo e de micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) em perspectiva comparada: os casos do Brasil, do Canadá, do Chile, da Irlanda e da Itália. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 47, n. 1, p. 25-48, 2013.
- SEIKKULA-LEINO, J. The implementation of entrepreneurship education through curriculum reform in Finnish comprehensive schools. **Journal of Curriculum Studies**, v. 43, n. 1, p. 69-85, 2011.
- SHAHRIAR, M. S. et al. Entrepreneurial intention among university students of a developing economy: the mediating role of access to finance and entrepreneurship program. **Cogent Business and Management**, v. 11, n. 1, 2024.
- SILVA, M. A. O. M.; GOMES, L. F. A. M.; CORREIA, M. F. Cultura e orientação empreendedora: uma pesquisa comparativa entre empreendedores em incubadoras no Brasil e em Portugal. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 13, n. 1, 3 2019.
- SIQUEIRA, A. C. O; HONIG, B; MARIANO, S.; MORAES, J.; CUNHA, R. M. Creating economic, social, and environmental change through entrepreneurship: An entrepreneurial autonomy perspective informed by Paulo Freire, **Journal of Business Venturing Insights**, v. 19, 2023.
- SOUTTARIS, V., ZERBINATI, S., & AL-LAHAM, A. Do Entrepreneurship Raises Entrepreneurial Intentions of Science and Engineering Students? The Effect of Learning, Inspiration and Resources. **Journal of Business Venturing**, 22, 566-591, 2007.
- TREVELIN, A. T. C.; GATTO, V.; SANTOS, D. Como avaliar a intenção empreendedora no ensino profissional e tecnológico?. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 9, p. 64, 2024.
- TRIOLA, Mario. **Introdução à estatística**. Rio de Janeiro: LTC, 2019.
- VIEIRA, D. M.; OLIVEIRA, D. A. F. B.; PEREIRA, B. A. O programa de incubadoras da universidade estadual de Goiás – PROIN/UEG: a capilaridade da UEG e sua importância na promoção do empreendedorismo em Goiás. **Revista de Administração da UEG**, v. 3, n.1, 2012.
- VIEIRA, S. F. A.; MELATTI, G. A.; RIBEIRO, P. R.. O ensino de empreendedorismo nos cursos de graduação em administração: um estudo comparativo entre as universidades estaduais de Londrina e Maringá. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 4, n. 2, p. 299-301, 2011.
- ZAINUDDIN, M. N.. University's Entrepreneurship education: creating meaningful impression for new generation. **Entrepreneurship: Born, Made and Educated**, 2012, p. 175-198.
- YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.