



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

MANUELA DE JESUS SILVA SANTOS

**EFEITOS DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NA RELAÇÃO ENTRE O DESEJO
E A INTENÇÃO EMPREENDEDORA NO ENSINO SUPERIOR**

**SÃO CRISTOVÃO
2023**

MANUELA DE JESUS SILVA SANTOS

**EFEITOS DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NA RELAÇÃO ENTRE O DESEJO
E A INTENÇÃO EMPREENDEDORA NO ENSINO SUPERIOR**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração pela Universidade Federal de Sergipe, como requisito para obtenção do título de mestre em Administração.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Rúbia Oliveira Corrêa

Linha de Pesquisa: Pequenas Empresas e Empreendedorismo

**SÃO CRISTOVÃO
2023**

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

S237e Santos, Manuela de Jesus Silva
Efeitos da educação empreendedora na relação entre o desejo e a intenção empreendedora no ensino superior / Manuela de Jesus Silva Santos ; orientadora Rúbia Oliveira Corrêa. – São Cristóvão, SE, 2023.
109 f. : il.

Dissertação (mestrado em Administração) – Universidade Federal de Sergipe, 2023.

1. Administração. 2. Empreendedorismo. 3. Ensino superior – Finalidades e objetivos – Sergipe. 3. Intenção – Pesquisa. 4. Desejos – Pesquisa. I. Corrêa, Rúbia Oliveira, orient. II. Título.

CDU 658:005.342:378(813.7)



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE - UFS
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO**

Ata de Defesa de Dissertação

Mestranda: MANUELA DE JESUS SILVA SANTOS

**Título da dissertação: EFEITOS DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NA
RELAÇÃO ENTRE O DESEJO E A INTENÇÃO EMPREENDEDORA
DOS ESTUDANTES DO ENSINO SUPERIOR DO ESTADO DE SERGIPE.**

Data e horário da defesa: 14/08/2023 às 14:00

Examinadores

- Profa. Dra. Rúbia Oliveira Corrêa (Presidente - Orientadora)
- Profa. Dra. Manuela Ramos da Silva (Examinadora Interna)
- Prof. Dr. Heitor Takashi Kato (Examinador Externo ao Programa)

Parecer: Depois de avaliarmos a dissertação e realizarmos os ritos acadêmicos da defesa, em que a candidata apresentou em sessão pública seu trabalho de pesquisa e respondeu aos nossos questionamentos, atribuímos, em sessão privada, o seguinte conceito: **APROVADA.**

Documento assinado digitalmente
 RUBIA OLIVEIRA CORREA
Data: 14/08/2023 16:02:57-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Rúbia Oliveira Corrêa
(Presidente - Orientadora/UFS)
Participação à distância por videoconferência

Documento assinado digitalmente
 MANUELA RAMOS DA SILVA
Data: 15/08/2023 10:53:53-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Manuela Ramos da Silva
(Examinadora Interna/UFS)
Participação à distância por videoconferência



Prof. Dr. Heitor Takashi Kato
(Examinador Externo ao Programa/PUCPR)
Participação à distância por videoconferência

Documento assinado digitalmente
 MANUELA DE JESUS SILVA SANTOS
Data: 14/08/2023 18:02:52-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Manuela de Jesus Silva Santos
(Discente)
Participação à distância por videoconferência

Dedico este trabalho a minha família, sou imensamente grata a Deus por Ele ter me dado a bênção de tê-los em minha vida, sempre me dando forças para alcançar meus objetivos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pois não sou nada sem Ele. Afirmando que nele confiei e confio meus passos, sempre está presente em minha vida e sei que tudo que acontece comigo é obra Desse Ser Superior Maravilhoso. Aos meus pais, Maria José e Manoel Francisco, que sempre me ajudaram e me ajudam na minha formação pessoal e acadêmica e sempre mostraram que a maior herança deles para mim é o estudo, os amo muito. Ao meu irmão, Marcílio, que com palavras de incentivo me motivou a seguir com meus estudos influenciando a fazer o mestrado, te amo muito irmão. Agradeço também a minha cunhada, “Sá” (Maria Heliziane) por sempre com suas palavras acreditar no meu potencial, também amo muito você cunhada principalmente por fazer meu irmão feliz.

Ao meu esposo, Luciano, pela grande ajuda, paciência, compreensão, atenção e carinho, sempre me incentivando a seguir com meus estudos, afirmando que consigo tudo o que me proponho a fazer, cuidando das nossas filhas e de mim, esse mestrado não é somente conquista minha é nossa, te amo muito meu amor. As minhas filhas, Layla Sophia, Laura Lavínia e a nossa mais nova caçula Melina Louise, que são os amores da minha vida (amor da vida) que por elas tive e tenho forças para seguir em frente, mesmo caindo pelo caminho elas são o motivo para levantar e seguir em frente, quero sempre ser motivo de orgulho e bom exemplo para elas, amo muito vocês minhas filhas. A minha orientadora, Rúbia Corrêa, pela ajuda e dicas e nas correções desse estudo, meu muito obrigada pela atenção e comprometimento profissional. Aos meus professores do PROPADM que foram muito importantes na minha formação acadêmica. Agradeço especialmente a professora Rosângela Sarmiento (PROPADM/UFS), que foi a primeira a me incentivar a fazer a seleção de mestrado. Aos meus colegas de turma do mestrado os quais levarei para além das salas de aula, principalmente Érica, Eloina, Emanuela, Marcelo e Rubem. Agradeço especialmente a Maria Andresa que nesse reencontro das nossas vidas no mestrado se tornou mais que uma amiga, mas sim uma irmã, que Deus continue abençoando nossa amizade, te amo. Agradeço ao site Sinônimos por existir sem você as produções acadêmicas teriam as mesmas palavras kkk. Agradeço a todos que direta ou indiretamente me incentivaram a completar esse objetivo, a vocês meu MUITÍSSIMO OBRIGADA!

RESUMO

A intenção empreendedora, nas últimas décadas, despontou como temática de pesquisa promissora. Ampliar o conhecimento sobre a intenção empreendedora em diferentes contextos é algo recomendado. Frente a relevância do tema, o Modelo de Comportamento Direcionado a Metas (MCDM) foi utilizado por Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021) para realizar a previsão das intenções empreendedoras de estudantes secundaristas na Colômbia. Diante dos achados, esses estudiosos passaram a recomendar outros públicos para testar o poder preditivo do MCDM. Considerado esse gap de pesquisa, o presente estudo teve o propósito de testar o Modelo de Comportamento Direcionado a Metas (MCDM), sob mediação da variável Educação Empreendedora, para explicar as intenções empreendedoras dos alunos de graduação em Sergipe. Vale ressaltar que, para além da validação, este estudo expande o MCDM ao propor acrescentar-lhe a Educação Empreendedora como variável mediadora da relação entre o desejo e intenção empreendedora. Em relação aos procedimentos metodológicos, ontologicamente esta pesquisa se classifica como realista/objetivista, em uma perspectiva epistemológica tem uma visão positivista. Quanto aos objetivos a pesquisa se classifica como explicativo e exploratório. A pesquisa ainda pode ser classificada como um levantamento (Survey) de natureza descritiva e corte transversal. A coleta de dados foi feita por meio de questionário online com 148 alunos de instituições de ensino superior em Sergipe. Os procedimentos para a análise dos dados coletados envolveram testes de estatística descritiva, análise fatorial e Modelagem de Equações Estruturais (SEM); para isso os softwares estatísticos SPSS 22 e WarpPLS 8.0 foram utilizados. Com os resultados da pesquisa foi possível verificar que as variáveis emoções negativas antecipadas, a frequência do comportamento passado e especialmente as atitudes de indivíduo, explicam o desejo de empreender nos estudantes que fizeram parte desta amostra. Os dados coletados mostraram ainda que a educação empreendedora media, de forma tímida ($R^2=0,16$), a relação entre o desejo e a intenção empreendedora. Frente a esse achado, é possível inferir que, no cenário pesquisado, educar para o empreendedorismo é uma estratégia que fortalece e explica, em parte, a relação entre desejo e intenção empreendedora.

Palavras chave: Intenção Empreendedora; Educação empreendedora; Modelo do Comportamento Direcionado a Metas; Modelagem de Equações Estruturais.

ABSTRACT

Entrepreneurial intention, in recent decades, has emerged as a promising research topic. Expanding knowledge about entrepreneurial intention in different contexts is recommended. Given the relevance of the topic, the Goal-Directed Behavior Model (MCDM) was used by Londono, Wilson and Osório-Tinoco (2021) to predict the entrepreneurial intentions of high school students in Colombia. In view of the findings, these scholars began to recommend other audiences to test the predictive power of the MCDM. Considering this research gap, the present study aimed to test the Goal-Directed Behavior Model (MCDM), mediated by the Entrepreneurial Education variable, to explain the entrepreneurial intentions of undergraduate students in Sergipe. It is noteworthy that, in addition to validation, this study expands the MCDM by proposing to add Entrepreneurial Education to it as a mediating variable in the relationship between desire and entrepreneurial intention. Regarding the methodological procedures, ontologically this research is classified as realistic/objectivist, in an epistemological perspective it has a positivist view. As for the objectives, the research is classified as explanatory and exploratory. The research can still be classified as a survey (Survey) of a descriptive and cross-sectional nature. Data collection was done through an online questionnaire with 148 students from higher education institutions in Sergipe. The procedures for analyzing the collected data involved tests of descriptive statistics, factorial analysis and Structural Equation Modeling (SEM); for this, the statistical software SPSS 22 and WarpPLS 8.0 were used. With the results of the research it was possible to verify that the variables anticipated negative emotions, the frequency of the past behavior and especially the attitudes of the individual, explain the desire to undertake in the students who were part of this sample. The data collected also showed that entrepreneurial education timidly measured ($R^2=0.16$) the relationship between desire and entrepreneurial intention. In view of this finding, it is possible to infer that, in the researched scenario, educating for entrepreneurship is a strategy that strengthens and explains, in part, the relationship between desire and entrepreneurial intention.

Keywords: Entrepreneurial Intention; Entrepreneurial education; Model of Goal Directed Behavior; Modeling of Structural Equations.

LISTA DE ABREVIATURAS

- AFC – Análise fatorial combinatória
- AP – Atitude Pessoal
- COVID-19 – Coronavirus Disease 2019
- DC – Definições constitutivas
- DO – Definições operacionais
- EA – Emoções antecipadas
- EE – Educação Empreendedora
- ENA – Emoções negativas antecipadas
- EPA – Emoções positivas antecipadas
- FCP – Frequência do Comportamento Passado
- GEM – Global Entrepreneurship Monitor
- IE – Intenção empreendedora
- IES – Instituição de Ensino Superior
- MCDM – Modelo de Comportamento Direcionado a Metas
- NS – Normas Subjetivas
- PCC – Percepção e controle do comportamento
- PME'S – Pequenas e Médias Empresas
- TCDM – Teoria do comportamento direcionado a metas
- TCP – Teoria do comportamento planejado

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01-	Modelo do Comportamento Orientado por Meta de Perugini e Bagozzi (2001).....	35
Figura 02-	Modelo proposto por Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021).....	39
Figura 03-	Modelo de pesquisa.....	41
Figura 04-	Modelo estrutural.....	73
Figura 05-	Indicadores de ajustes do modelo.....	77
Figura 06-	Efeito direto da Atitude Pessoal no Desejo.....	78
Figura 07-	Efeito direto da Norma subjetiva no Desejo.....	79
Figura 08-	Efeito direto das Emoções positivas antecipadas no Desejo.....	79
Figura 09-	Efeito direto das Emoções negativas antecipadas no Desejo.....	80
Figura 10-	Efeito direto da Percepção e controle do comportamento no Desejo.....	81
Figura 11-	Efeito direto da Frequência do comportamento passado no Desejo.....	82
Figura 12-	Efeito direto da Percepção e Controle do Comportamento na Intenção empreendedora.....	83
Figura 13-	Efeito direto da Frequência do comportamento passado na Intenção Empreendedora.....	83
Figura 14-	Efeito direto do Desejo na Intenção Empreendedora.....	84
Figura 15-	Modelo da Mediação da Educação Empreendedora.....	85

LISTA DE QUADROS

Quadro 01-	Empreendedor: definições clássicas.....	22
Quadro 02-	Definições constitutivas e Operacionais de atitudes pessoais.....	43
Quadro 03-	Definições constitutivas e Operacionais de norma subjetiva.....	43
Quadro 04-	Definições constitutivas e Operacionais de frequência do comportamento passado.....	44
Quadro 05-	Definições constitutivas e Operacionais de emoções positivas e negativas antecipadas.....	45
Quadro 06-	Definições constitutivas e Operacionais de percepção e controle do comportamento.....	46
Quadro 07-	Definições constitutivas e Operacionais de Educação Empreendedora...	47
Quadro 08-	Definições constitutivas e Operacionais de Desejo.....	48
Quadro 09-	Definições constitutivas e Operacionais de Intenção empreendedora.....	49
Quadro 10-	Questionário aplicado a alunos do ensino médio na Colômbia.....	52
Quadro 11-	Questionário acrescido ao questionário que foi aplicado neste estudo....	53

LISTA DE TABELAS

Tabela 01-	Tamanho de amostra em PLS-SEM (80% de poder estatístico)	55
Tabela 02-	Idade dos participantes.....	58
Tabela 03-	Sexo dos participantes.....	59
Tabela 04-	Natureza das IES.....	59
Tabela 05-	Curso de Graduação.....	60
Tabela 06-	Quantidade máxima de períodos nos cursos de Graduação.....	60
Tabela 07-	Período curricular dos respondentes.....	61
Tabela 08-	Vínculo trabalhista.....	61
Tabela 09-	Cursou a disciplina de empreendedorismo ou equivalente.....	62
Tabela 10-	Renda mensal familiar.....	62
Tabela 11-	Pais ou parentes que empreendem ou empreenderam.....	63
Tabela 12-	Educação empreendedora.....	64
Tabela 13-	Atitudes pessoais.....	65
Tabela 14-	Norma subjetiva.....	66
Tabela 15-	Percepção e controle do comportamento.....	67
Tabela 16-	Desejo.....	68
Tabela 17-	Intenção empreendedora.....	69
Tabela 18-	Emoções negativas antecipadas (ENA).....	70
Tabela 19-	Indicador de emoções positivas antecipadas (EPA).....	71
Tabela 20-	Indicadores da frequência do comportamento passado.....	72
Tabela 21-	Cross loadings das variáveis latentes.....	74
Tabela 22-	Correlações, AVEs, confiabilidade composta e alphas de Cronbach das variáveis latentes.....	75
Tabela 23-	Indicadores de ajustes do modelo.....	76
Tabela 24-	Hipóteses do estudo.....	86

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	15
1.1	Objetivos da pesquisa.....	18
1.1.1	Objetivo geral.....	18
1.1.2	Objetivos específicos.....	18
1.2	Justificativa	19
1.3	Estrutura de pesquisa.....	21
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	22
2.1	Educação empreendedora.....	22
2.2	Educação empreendedora no ensino Superior.....	26
2.3	Intenção empreendedora.....	30
2.4	O modelo direcionado a metas e a intenção empreendedora.....	33
2.5	O modelo inspirador e as hipóteses da pesquisa.....	36
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	42
3.1	Hipóteses da pesquisa.....	42
3.2	Definições constitutivas e operacionais das variáveis.....	42
3.3	Caracterização geral da pesquisa.....	50
3.4	Instrumento de pesquisa e pré-teste.....	52
3.5	População e amostra.....	54
3.6	Técnicas de coleta de dados.....	55
3.7	Técnicas de análises dos dados.....	56
3.7.1	Modelagem de Equações Estruturais.....	56
4	RESULTADOS.....	58
4.1	Análise descritiva da amostra.....	58
4.2	Análise das variáveis do modelo da pesquisa.....	63
4.2.1	Educação Empreendedora.....	63
4.2.2	Atitudes Pessoais.....	64
4.2.3	Norma Subjetiva.....	65
4.2.4	Percepção e Controle do Comportamento.....	66
4.2.5	Desejo.....	67
4.2.6	Intenção Empreendedora.....	68
4.2.7	Emoções Negativas Antecipadas (ENA).....	69
4.2.8	Emoções Positivas Antecipadas (EPA).....	70
4.2.9	Frequência do Comportamento Passado.....	71
4.3	Análise fatorial confirmatória.....	73
4.4	Avaliação do modelo estrutural.....	76
4.4.1	O Efeito direto da Atitude Pessoal no Desejo.....	78
4.4.2	O Efeito direto da Norma Subjetiva no Desejo.....	78
4.4.3	O Efeito direto das Emoções Positivas Antecipadas no Desejo.....	79
4.4.4	O Efeito direto das Emoções Negativas Antecipadas no Desejo.....	80
4.4.5	O Efeito direto da Percepção e Controle do Comportamento no Desejo...	81
4.4.6	O Efeito direto da Frequência do Comportamento Passado no Desejo.....	81

4.4.7	O Efeito direto da Percepção e Controle do Comportamento na Intenção Empreendedora.....	82
4.4.8	O Efeito direto da Frequência do Comportamento Passado na Intenção Empreendedora.....	83
4.4.9	O Efeito direto do Desejo na Intenção Empreendedora.....	84
4.4.10	O Modelo da Mediação da Educação Empreendedora.....	85
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	87
5.1	Contribuições do estudo.....	89
5.2	Limitações da pesquisa e sugestões para pesquisas futuras.....	89
	REFERÊNCIAS.....	91

1 INTRODUÇÃO

A taxa mundial de abertura de pequenas e médias empresas (PME's) cresceu no ano de 2020, quando comparados os números apresentados em 2019. Pesquisa feita pela Global Entrepreneurship Monitor - GEM, ciclo 2021, constatou que o Brasil segue a tendência mundial, visto que, ascendeu no ranking global em termos de taxa de empreendedorismo total, saindo do sétimo lugar ocupado em 2020, para o quinto lugar em 2021 sendo superado apenas pela República Dominicana, Sudão, Guatemala e Chile. São aproximadamente 44 milhões de brasileiros a frente de algum tipo de negócio. Fora esses, verificou-se que 50 milhões de indivíduos pretendem empreender nos próximos 3 anos (SEBRAE, 2020).

Diante dessa afirmação, percebe-se que uma parcela considerável de brasileiros empreende. No entanto, a maioria dessa população aprendeu a empreender diante das necessidades provocadas pela falta de opção de trabalho e de renda (GEM, 2020).

De acordo com Pinheiro (2010), diante dessas iniciativas, poucos são os indivíduos que procuram conhecimento prévio para gerir seus negócios. A falta de conhecimento do empresário acarreta a falência da empresa, observa-se que a maioria dessas empresas não sobrevivem por falta da educação empreendedora dos empresários, visto que é um dos maiores empecilhos para o sucesso empresarial (PINHEIRO, 2010).

A importância da educação empreendedora para o desenvolvimento de uma nação tem sido reconhecida por diversos países, a educação empreendedora é o processo basilar do ensino do empreendedorismo, visto que o mesmo ocorre efetivamente quando existe a articulação entre métodos do conhecimento, formação docente e a aplicabilidade dos estudantes mediante os conceitos adquiridos (McCLELLAND, 2010).

Nas últimas décadas, estudos sobre empreendedorismo avançaram em termos de visibilidade e importância, todavia o tema da educação empreendedora ainda carece de uma discussão mais sólida, que auxilie no seu amadurecimento, norteamento e disseminação de forma mais eficaz (SCHAEFER; MINELLO, 2016). Frente a essas questões, Dolabela e Filion (2013) defendem que, o ensino empreendedor deve possuir métodos de ensino não tradicionais de modo a fortalecer o pensamento proativo e independente, esse processo de aprendizagem advém de mudanças culturais de diversos atores que mediam a construção do conhecimento.

A educação é uma tarefa complexa. Ela faz parte da agenda diária dos educadores e desenvolvedores de políticas públicas educacionais de todos os países, que almejam aumentar a empregabilidade dos indivíduos inseridos na sociedade (SILVA, 2019).

Liñán, Rodríguez-Cohard e Rueda-Cantuche (2011), afirmam que a educação empreendedora vem sendo considerada o principal instrumento para aumentar e apoiar as atitudes empresariais. Diante disso, um campo promissor para investigação é o ensino superior, aprimorando as bases do conhecimento dos alunos e fomentando as intenções empreendedoras na contínua ascensão acadêmica.

Reafirmando a importância da investigação do ensino superior, Souza et al. (2019), asseveram que o ensino superior deve considerar o desenvolvimento das competências empreendedoras e a disseminação da cultura empreendedora como fator estratégico para a inserção do aluno ao mercado de trabalho, visando sua contribuição para o fortalecimento da economia.

A educação empreendedora é considerada um instrumento que intensifica as intenções empreendedoras os indivíduos (LIÑÁN; RODRIGUES-COHARD; RUEDA-CANTUCHE, 2011). Corroborando com essa questão, Gieure, Benavides-Espinosa e Roig-Dobón (2020) explanam que, indivíduos que estudam educação empreendedora, dentro ou fora das universidades, desenvolvem uma intenção empreendedora mais forte e apresentam atitudes mais positivas do que aqueles que não estudam a temática.

Nesse estudo, entende-se como intenção empreendedora o esforço que o indivíduo faz para obter um comportamento empreendedor (LIÑÁN; CHEN, 2009). Os traços comportamentais podem auxiliar empreendedores a enfrentar os desafios e aumentar sua capacidade de lidar com as adversidades do mercado (MCCLELLAND, 1973; MINELLO, 2014). Liñán e Chen (2009), pressupõem que o comportamento ocorre antes da intenção, sendo que quanto mais forte for a intenção, será mais provável que o comportamento seja realizado.

Estudiosos como Thompson (2009), Carvalho e Gonzales (2006), Fayolle e Liñán (2014), em âmbito global, buscam mensurar a intenção empreendedora nos estudantes do ensino superior, destacando a carência dessa relação na academia. A base desse estudo, o artigo *“Understanding the entrepreneurial intentions of youth: a PLS multi-group and FIMIX analysis using the model of goal-directed behavior”* dos autores Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021), utiliza um Modelo de Comportamento Direcionado a Metas (MCDM) para fazer a previsão de intenções empreendedoras em estudantes secundaristas.

Vários modelos são os predecessores do Modelo de Comportamento Direcionado a Metas (MCDM), como a Teoria da ação racional de Fishbein, Ajzen (1975; 1980), a Teoria Social Cognitiva de Bandura (1989), a Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen (1991), a Teoria do Evento Empreendedor de Shapero (1984) e a Teoria da Intencionalidade de Bird

(1988), eles buscaram identificar e compreender o comportamento do indivíduo mediante as suas intenções.

O Modelo de Comportamento Direcionado a Metas, de acordo com Perugini e Bagozzi, (2001), postula que os desejos fornecem o impulso direto para as intenções empreendedoras, transformando suas motivações para agir em atitudes em relação ao ato, nas emoções antecipadas, nas normas subjetivas e na percepção e controle do comportamento.

De acordo com Souza (2015), validar um modelo e/ou uma escala psicométrica numa determinada região do Brasil constitui uma contribuição a favor da aplicação dos instrumentos em uma região mais específica, uma vez que o efeito de distintos aspectos (demográfico, social, cultural, econômico, tecnológico...) pode promover uma percepção diferenciada do evento para cada país, região ou estado.

Para além da validação, este estudo expande o MCDM ao propor acrescentar-lhe a Educação Empreendedora como variável mediadora da relação entre desejo e intenção empreendedora; assim se propôs responder ao problema em questão:

Como o Modelo de Comportamento Direcionado a Metas (MCDM), sob mediação da variável Educação Empreendedora, explica as intenções empreendedoras dos alunos de graduação em Sergipe?

A escolha das universidades, tanto públicas quanto particulares, se faz pelo fato de que o ambiente universitário é um ambiente propício a inovação e está envolvido por uma atmosfera de estimulação, orientada pela intenção empreendedora e constituída por um elevado padrão de construção e clareza do conhecimento (GUIMARÃES; LIMA, 2016). No mais, Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021), sinalizaram em seu estudo que o Modelo de Comportamento Direcionado a Metas necessita ser testado junto a discente do ensino superior. Dessa forma poderá explicar a intenção empreendedora por meio de variáveis como: atitudes, emoções, comportamentos e desejo de empreender. Diante das possibilidades de objeto de pesquisa no ensino superior, este estudo limitou-se aos estudantes da graduação; visto que é uma proposta de pesquisa futura do modelo base dessa dissertação, fazer a aplicação do modelo em estudantes universitários. Percebe-se que os estudantes universitários (graduandos) oferecem informações fundamentais, desconhecidas muitas das vezes, referente as pesquisas sobre intenção empreendedora (HOU; SU; LU; QI, 2019).

A realização desse estudo possui muitas possibilidades de recortes geográficos, a autora escolheu o estado de Sergipe, por necessidade e oportunidade, visto que é o estado onde reside e principalmente pela acessibilidade dos respondentes, além dessa vertente, existem estudos

estatísticos, como o DataSebrae (2023), que afirmam que o estado de Sergipe é um estado crescente para o empreendedorismo, onde possui mais de 101 mil Microempreendedores Individuais, sendo o quantitativo de MEI no estado crescente, com tendência para estabilização.

1.1 Objetivos da pesquisa

Destarte para a realizar a investigação da pesquisa, foram elaborados objetivos com o propósito de orientação para alcançar os resultados desse estudo. Nessa seção apresenta-se os objetivos geral e específicos que direciona a pesquisa.

1.1.1 Objetivo geral

Testar o Modelo de Comportamento Direcionado a Metas (MCDM), sob mediação da variável Educação Empreendedora, para explicar as intenções empreendedoras dos alunos de graduação em Sergipe.

1.1.2 Objetivos específicos

A seguir são apresentados os objetivos específicos a serem seguidos a fim de atingir o objetivo geral:

- a) Descrever o perfil dos alunos inquiridos;
- b) Verificar a influência das atitudes pessoais, das normas subjetivas e emoções sobre o desejo de empreender;
- c) Averiguar a interferência da capacidade percebida do aluno para realizar a atividade empreendedora sobre o desejo e a intenção de empreender;
- d) Aferir a influência da frequência do comportamento passado sobre o desejo e a intenção de empreender;
- e) Verificar a interferência do desejo de empreender sobre a intenção empreendedora;
- f) Averiguar a Educação Empreendedora como mediadora da relação entre o Desejo e a Intenção Empreendedora no MCDM.

1.2 Justificativa

O empreendedorismo é considerado, atualmente, um fenômeno importante para o desenvolvimento econômico e um dos propulsores de crescimento mundial (SILVA, OLIVEIRA; CASTRO; SILVA; VEIGA, 2020). Em países menos desenvolvidos, ele passou a destacar-se mais veemente como uma maneira de enfrentar desafios econômicos e sociais (GALVÃO, 2019).

Diante da importância do fenômeno, as competências empreendedoras passaram a ser muito valorizadas pela população e principalmente utilizadas para mitigar as desigualdades (RATTEN, 2014; KOLADE, 2018).

No Brasil, o empreendedorismo surgiu pela dicotomia da necessidade e oportunidade, alguns brasileiros viram a oportunidade de sair do emprego obtendo seu próprio negócio e a outra parcela da população observando a escassez de emprego e a dificuldade em suprir suas necessidades básicas começaram a empreender (GEM, 2020).

Para Kuratko (2005), o estudo sobre empreendedorismo torna-se necessário para compreender o desenvolvimento tanto econômico quanto humano. Nessa perspectiva observa-se ainda que é essencial para a literatura estudos sobre os empreendedores, considerando suas motivações, intenções e o que os impulsionam a criar empreendimento ou a permanecerem com os que já possuem (GUROL; ASTAN, 2006).

Entender sobre a concepção das motivações e das intenções empreendedoras advém também do conhecimento da educação empreendedora, compreender quais foram as influências educacionais expostas a esses empreendedores e quais foram agregadas para a construção de sua educação (BENDOR; LENZI; SOUSA, 2020).

De acordo com Marcon, Silveira e Frizon (2021, p.180), “ampliar o conhecimento sobre o comportamento empreendedor e a gama de fatores associados à intenção empreendedora em diferentes contextos culturais é recomendado por Ozaralli, e Rivenburgh, (2016); Sousa, Fontenele, Silva e Souza, (2019); Fernandes, D’Ávila, Cruz, e Pereira, (2020)”. No mais, já é sabido que a intenção empreendedora é uma área de pesquisa ampla e crescente com aplicações e contextos embrionários (FAYOLLE; LIÑAN, 2014).

Lopes, Almeida e Lima (2019) explanam que, o tema educação empreendedora e as intenções empreendedoras são considerados temas mais frequentes para serem explorados, visto que no Brasil existem poucos estudos aprofundados sobre o tema ou que chegaram a ser publicados em âmbito internacional.

Para Krueger et al. (2000), uma vez que a intenção empreendedora ajuda a clarificar a razão pela qual alguns indivíduos escolhem criar um negócio, então ela é considerada um aspecto significativo na explicação do empreendedorismo e no desenvolvimento de novos negócios.

Casado, Siluk e Zampieri (2012, p. 647) defendem que, “as universidades contribuem de forma decisiva na ordenação de uma cultura empreendedora, intensificando os esforços no sentido de valorizar e incentivar aqueles que desejam empreender”. Percebe-se que o ensino superior oferece informações cruciais, e muitas vezes inexploradas, para as pesquisas sobre intenção empreendedora, como explicitam Hou, Su, Lu e Qi (2019).

Embora a intenção empreendedora de estudantes universitários tenha sido estudada sob diferentes perspectivas, os resultados ainda não são convergentes, seus mecanismos e resultados sobre como a intenção empreendedora pode ser afetada por diferentes fatores carecem de investigação.

Este estudo se aprofundou na temática intenções empreendedoras de graduandos. Para tanto, o modelo de Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021), o qual está fortemente alicerçado na Teoria do Comportamento Direcionado a Metas, foi aqui adotado para entender como os aspectos emocionais podem explicar a intenção desses universitários para empreender.

No mais, foi uma forma de contribuir com a testagem esse primeiro modelo frente a estudantes universitários, *gap* de pesquisa apresentado por Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021). Esse estudo ainda se propôs expandir o modelo em questão ao acrescentar-lhe a variável mediadora: Educação Empreendedora.

Além das justificativas acima apresentadas existe a relação da escassez de pesquisas sobre o tema em países emergentes, como afirmam Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021). Destarte esse estudo se propôs a analisar, especificamente, no Brasil país emergente da América latina. Em relação ao recorte Sergipe a autora escolheu o estado por ser o estado onde reside isso facilitou a coleta de dados juntos ao público-alvo (graduandos em IES).

O estado de Sergipe possui 18 IES, dentre elas duas públicas, que ofertam cursos presenciais e a distância (SEMESP, 2022). Em pesquisa previamente realizada com base nos sites das instituições acima e no site especializado em guia de faculdades (APRIMORAMENTE, 2022), foi identificado que existem cerca de 300 cursos, que apresentam a matéria empreendedorismo, em suas matrizes curriculares.

1.3 Estrutura da pesquisa

No que concerne a estruturação, este estudo foi organizado em 5 capítulos, sendo eles: (1) Introdução, (2) Fundamentação Teórica, (3) Procedimentos Metodológicos (4) Apresentação e análise dos dados (5) Considerações finais. No primeiro capítulo, buscou-se a contextualização acerca da temática, a qual o estudo está inserido, destacando o problema proposto de pesquisa, os objetivos (geral e específicos) e a justificativa do estudo.

No segundo capítulo tem-se o arcabouço teórico do estudo, o qual apresenta a literatura existente sobre as diferentes temáticas que orientam o desenvolvimento dos seguintes assuntos: a) educação empreendedora, b) educação empreendedora no ensino superior, c) intenção empreendedora, e por último, d) Teoria do Comportamento Direcionado a Metas.

O terceiro capítulo descreve os procedimentos metodológicos a serem utilizados, evidenciando as hipóteses da pesquisa, as definições constitutivas e operacionais das variáveis, a caracterização geral da pesquisa, o instrumento de pesquisa e pré-teste, a população e amostra, as técnicas de coleta de dados, pré-teste e as técnicas de análise dos dados.

No quarto capítulo, apresenta-se os dados e a análise dos resultados obtidos com a pesquisa, a relação entre o desejo e a intenção empreendedora e a mediação do constructo educação empreendedora é explicitada.

E por fim, no quinto capítulo, compreendem as considerações finais, contribuições, limitações do estudo e as recomendações sobre pesquisas futuras.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Esse capítulo está dividido em seções apresentando os principais conceitos norteadores encontrados nas literaturas para a melhor compreensão da discussão ao longo do estudo. As seguintes seções são retratadas: educação empreendedora, educação empreendedora no ensino superior, intenção empreendedora e Teoria do Comportamento Direcionado a Metas - TCDM.

2.1 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

O empreendedorismo é um tema que está sendo muito explorado na academia, visto que, pode ser observado como um dos fatores econômicos primordiais de uma economia nacional (CERESIA; MENDOLA, 2020).

Consequência de uma temática tão promissora, vários foram os autores que buscaram definir o empreendedor (Belshaw, 1955; Schumpeter, 1959; Casson, 1982; Drucker, 1987; Gartner, 1988; Kraemer; Venkataraman, 1997). No quadro 01 definições clássicas:

Quadro 01 – Empreendedor: definições clássicas

Autor	Definição	Ano
Belshaw	“Um empreendedor é alguém que toma a iniciativa nos recursos administrativos”	1955
Schumpeter	O empreendedor é uma agente no processo de “destruição criativa”, que compreende como o estímulo basilar que age e perpetua o capitalismo, criando novos produtos, novos mercados e substituindo os métodos menos eficientes e conseqüentemente caros, remodelando a estrutura econômica, destruindo a antiga criando uma nova.	1959
Casson	“Um empreendedor é alguém que se especializa em tomar decisões determinantes sobre a coordenação de recursos escassos”	1982
Drucker	O empreendedor é o indivíduo que cria algo, que a partir da sua criatividade produz o diferente, ele muda ou até mesmo modifica “valores” e, além disso, prática constantemente a inovação, buscando novas fontes e criando oportunidades.	1987
Gartner	Os empreendedores são aqueles que causam o empreendedorismo.	1988
Kraemer e Venkataraman	O empreendedor é aquele que faz o ato de empreender algum negócio ou até mesmo de criar uma empresa basicamente com a função de gerar lucro. A posteriori o termo passou a classificar o indivíduo contratado por uma empresa que possui um trabalho especializado.	1997

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

A partir de pesquisas realizadas por estudiosos (Drucker, 1987; Filion, 1999; Pereira 2001; Dolabela e Filion, 2013) passou-se a acreditar mais veemente que o perfil empreendedor poderia ser ensinado ou estimulado pela educação. Assim, a educação para o empreendedorismo recebeu maior notoriedade acadêmica.

Sabe-se, no entanto, que a educação empreendedora surgiu mediante a necessidade econômica dos países. O primeiro curso de empreendedorismo da história foi ministrado em 1947 nos Estados Unidos, em Harvard, com o objetivo de qualificar ex-combatentes para que pudessem se reerguer profissionalmente após a Segunda Guerra Mundial, bem como proporcionar oportunidades de emprego (OLIVEIRA; MELO; MUYLDER, 2016). Apenas a partir da década de 70 cursos de empreendedorismo passaram a compor os currículos das universidades, como resposta às mudanças econômicas e de mercado (JUNIOR et al, 2006; HENRIQUE; CUNHA, 2008).

No Brasil, o ensino do empreendedorismo passou a ser explorado nos cursos de Administração a partir da década de 80, pela Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo (OLIVEIRA; MELO; MUYLDER, 2016).

Autores clássicos da educação empreendedora como McClelland (1973), Le Boterf (1995), Zarifian (1999), definiram a educação empreendedora como educação por competências, os mesmos postulavam que a educação relacionada a capacidade de realização de uma tarefa de maneira superior ou que seja a responsabilidade de mobilizar e transferir conhecimentos, recursos e habilidades em um determinado ambiente.

Já autores como Kuratko (2005), Neck e Greene (2011), Fayolle (2013), Blenker, Elmholdt, Frederiksen, Korsgaard e Wagner (2014) e Lackeus, (2015), definem a educação empreendedora como uma ação social com, no mínimo, que faz parte de uma tríade relacional (instituição, aluno e professor).

A educação empreendedora, de acordo com Fernandes (2021, p. 9), tem a finalidade de desenvolver a visão empreendedora dos estudantes, visando:

“... estimular as atitudes e raciocínios próprios dos estudantes, bem como a capacidade de lidar com os problemas cotidianos relativos e relacionados ao gerir novos negócios, criar novos serviços e ao desenvolver novos produtos”.

Para Prytoluk (2019), a educação empreendedora se apresenta como uma oportunidade para integração entre a educação escolar e a extraescolar, e entende a importância desse processo de desenvolvimento para a criação de habilidades, de valor econômico, cultural e

social. O autor ainda explana que a educação empreendedora contribui para os objetivos da educação que envolvem o desenvolvimento educativo de capacidades e habilidades pessoais, entende-se como uma resposta pedagógica para a capacitação do indivíduo.

De acordo com Mendes (2011, p. 95), “para que se possa compreender o que é uma educação empreendedora é importante verificar qual é o paradigma que se tem por base”. De acordo com a autora existem quatro paradigmas descritos a seguir:

1. **Paradigma sociocultural industrial** que realça a transmissão de conhecimentos e técnicas para a criação de empresas;
2. **Paradigma existencial** que incide no perfil empreendedor com o objetivo de desenvolvimento de capacidades empreendedoras pessoais;
3. **Paradigma da dialética social** que trabalha a necessidade de empreender de modo consciente e integrado na sociedade com a finalidade de evoluir mentalidades e elaborar ações coletivas, o qual entende-se como a prática do empreendedorismo social;
4. **Paradigma simbiosinérgico** em que existe a ocorrência das relações heterogêneas e complementares de simbiose, entre todos os seres e o universo, com o propósito de criar um espírito coletivo empreendedor sintonizado com o meio biofísico, referindo-se assim ao empreendedorismo ambiental.

Observa-se então que a educação empreendedora possui um efeito cognitivo no desenvolvimento intelectual do indivíduo. Assim, ela deve se concentrar no desenvolvimento cognitivo, no seu conceito e na obtenção do “know-how do que na simples transmissão do conhecimento” (SCHAEFER, 2018).

Compreender a natureza empreendedora e a manifestação dessa natureza no indivíduo pode orientar ações que poderão ser realizadas com o objetivo de desenvolver ambientes e indivíduos empreendedores partindo da educação empreendedora (ROCHA, 2012). Porém, ainda existem muitos desafios para que a educação empreendedora possa ter a qualidade de ensino elevada (MENDES, 2011). O estudo de Lima et al. (2015), expõe que existem cinco grandes desafios da educação empreendedora no Brasil, que são:

- a) aumentar a oferta de cursos, disciplinas e atividades de educação empreendedora;
- b) treinar mais educadores;
- c) promover maior proximidade e contato com empreendedores e com a realidade;
- d) focar mais na prática;
- e) diversificar a oferta de cursos e atividades de educação empreendedora além do plano de negócios.

Percebe-se que os desafios para a educação empreendedora são grandes e depende de vários fatores, fatores esses que incluem diretamente os educadores e as instituições de ensino. Para isso as instituições e educadores devem tratar a disciplina de empreendedorismo como autônoma, sendo discutida e vivenciada intensamente de vários ângulos observando o professor e as IES como peças de grande responsabilidade para o estimo e mentalidade empreendedora nos alunos (MENDES, 2011; GUERRA; GRAZZIOTIN, 2010).

Após uma busca na base de dados *Web of Science - WOS*, artigos mais recentes (no período ente 2016 a 2021) sinalizaram uma preocupação com a educação para o empreendedorismo, mediante a visão do aluno assim como sobre o ponto de vista econômico a fim de melhorar a abordagem educacional para o ensino do empreendedorismo, melhorando a vida e a economia do país.

Em consonância com a preocupação econômica do país um dos artigos o “*Analysis of College Students' Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Psychological Quality From the Perspective of Ideological and Political Education*” do autor Jin (2022), teve por objetivo atender às necessidades de desenvolvimento social, estimular a empregabilidade dos universitários e aliviar a pressão social, na China.

Os resultados obtidos mostram que menos de 10% dos alunos estão muito interessados na educação para o empreendedorismo e a maioria dos alunos acredita que a educação para o empreendedorismo desempenha um papel muito limitado no seu crescimento. Além disso, o ensino em sala de aula representa a maior parte da educação para o empreendedorismo, enquanto a prática extracurricular representa apenas 15%. Em relação ao conteúdo de ensino, 80% dos alunos acreditam que os professores dos cursos profissionalizantes têm contribuído de forma destacada para os resultados do ensino, mas o número de professores dos cursos profissionalizantes é o menor entre todos os professores (JIN, 2022).

Além disso, a compreensão dos estudantes universitários sobre a educação para o empreendedorismo é incompleta. As vantagens da educação ideológica e política, para a promoção de políticas públicas para o incentivo do empreendedorismo, devem ser plenamente exercidas para melhorar o reconhecimento da educação empreendedora. A educação empreendedora deve ser integrada no conteúdo de ensino diário, desta forma, tanto a educação empreendedora quanto a educação ideológica e política podem ser fundidas, promovendo assim a capacidade empreendedora e o pensamento empreendedor dos alunos (JIN, 2022).

No artigo “*Validating Entrepreneurial Intentions Questionnaire to Assess the Impact of Entrepreneurship Education*” dos autores Asghar, Gul, Hakkarainen e Tasdemir (2019),

apontam que a educação para o empreendedorismo desempenha um papel importante no desenvolvimento social e econômico de uma sociedade através da oferta de autoemprego e oportunidades de emprego para outros.

A educação para o empreendedorismo pode catalisar a mentalidade empreendedora através do desenvolvimento de intenções empreendedoras dos graduados. O presente estudo visa validar um questionário de intenções empreendedoras para estudar o impacto da educação para o empreendedorismo nas intenções dos alunos em se tornarem empreendedores. A questão em estudo é se a educação para o empreendedorismo impacta as intenções empreendedoras dos alunos? Este estudo utilizará a teoria do comportamento planejado como referencial teórico do estudo.

De acordo com a teoria do comportamento empreendedor planejado, as intenções de uma pessoa são formadas por meio de um processo complexo com alguns antecedentes. Os antecedentes das intenções empreendedoras são entendidos pela atitude das pessoas em relação ao empreendedorismo; Normas subjetivas de uma pessoa para o empreendedorismo; e controle comportamental percebido de uma pessoa em relação às intenções empreendedoras (ASGHAR et al., 2019).

Os achados do estudo de Asghar, Gul, Hakkarainen e Tasdemir (2019), mostraram adequação da teoria do comportamento planejado para medir as intenções empreendedoras dos alunos. Os alunos que participaram na educação para o empreendedorismo mostraram intenções mais elevadas do que os não participantes. O estudo foi concluído com o fato de que a educação empreendedora não impacta diretamente nas intenções dos alunos, mas tem influência nas intenções empreendedoras dos alunos por meio de antecedentes de intenções.

Percebe-se que indivíduos que participaram do ensino para o empreendedorismo mostram intenções mais elevadas do que os que não participam, por isso a importância da educação empreendedora no ensino superior. As IES possuem o papel facilitador e estimulador para o desenvolvimento de empreendedores (MARTENS; FREITAS, 2006), temática que será melhor discutida na próxima seção.

2.2 Educação empreendedora no ensino superior

O ensino do empreendedorismo na esfera das Instituições de Ensino Superior - IES, sejam elas públicas ou privadas, desempenha um papel muito importante frente as políticas educacionais, contribuindo consideravelmente para inovação. Enquanto isso, o

empreendedorismo reduz as desigualdades sociais sendo um fator decisivo no desenvolvimento da criação de emprego e geração de renda para população (OLIVEIRA, 2021).

Nessa perspectiva, Cunha (2004), explana sobre a importância das IES e seu corpo docente para a utilização de métodos de ensino como estratégia no desenvolvimento das habilidades e atitudes de discentes para uma formação empreendedora de qualidade. Mediante essas afirmações percebe-se que as IES precisam priorizar a formação docente para que eles sejam capazes de lidar com os desafios do ensino tanto com conhecimento teórico quanto prático para formar indivíduos qualificados.

A Educação Empreendedora contribui para o advento de habilidades e competências comportamentais melhorando a capacidade de análise dos alunos elucidando o potencial empreendedor contribuindo assim para a formação dos futuros profissionais e aspirantes a empresários (JUNIOR; SATO, 2019).

Como visto na seção anterior vários pesquisadores elucidaram o tema educação empreendedora no ensino superior, produções recentes publicadas na base de dados *Web of Science – WOS*, apresentadas nessa seção, ressaltam a melhoria na qualidade do ensino empreendedor, objetivando a satisfação e a eficiência focada no desenvolvimento de habilidades empreendedoras. Sobretudo procuram melhorias com novas metodologias para os programas de pós-graduação que devem ser projetados de forma diferente para estudantes de negócios e não-negócios de forma que a teoria e a prática sejam estudadas em sala de aula e assimiladas pelos estudantes.

Dentre os artigos pesquisados, destaca-se o “*Are the Teachers and Students Satisfied: Sustainable Development Mode of Entrepreneurship Education in Chinese Universities?*” dos autores Huang, Liu e An (2020), nesse estudo o modelo de desenvolvimento sustentável da educação para o empreendedorismo nas principais universidades chinesas através da melhoria da satisfação da educação para o empreendedorismo e tem certo significado de referência para gestores e professores da prática de educação empreendedora em outros países em desenvolvimento.

Os resultados mostram que a satisfação geral de professores e alunos é superior à média nacional. Existem diferenças significativas na satisfação geral de diferentes tipos de professores e alunos. Os professores estão mais satisfeitos com as medidas de liderança organizacional das universidades na educação para o empreendedorismo e menos satisfeitos com a falta de estratégias profissionais de gestão de recursos humanos para professores de educação para o empreendedorismo.

Os alunos estão mais satisfeitos com a política de empreendedorismo e menos satisfeitos com o aprendizado do empreendedorismo, especialmente porque o aprendizado da teoria do empreendedorismo e o aprendizado prático estão intimamente combinados com os cursos dos alunos. A satisfação geral dos alunos da educação para o empreendedorismo advém principalmente da influência do dividendo da política de empreendedorismo, da aprendizagem do empreendedorismo e da competição de empreendedorismo e da prática de empreendedorismo, que andam de mãos dadas. A satisfação geral dos docentes é mais afetada pela satisfação da liderança organizacional, seguida pela satisfação do mecanismo de garantia e gestão do ensino.

O artigo “*Entrepreneurship Education and Students' Entrepreneurial Intention in Higher Education*” dos autores Mei, Lee e Xiang (2020), explana que o país em que a pesquisa foi realizada, a China, vem enfrentando uma situação desafiadora de emprego e no mercado de trabalho que está em constante mudança, o desenvolvimento da intenção empreendedora dos alunos atraiu uma procura consideravelmente significativa na China.

Usando dados de uma pesquisa com estudantes na China, este estudo descobriu que estudantes de diversas instituições e áreas tinham um nível diferente de envolvimento na educação para o empreendedorismo. Além disso, quanto maior o nível de educação em empreendedorismo que os alunos receberam, mais forte foi a sua autoeficácia na tomada de decisões empreendedoras e mais forte foi sua intenção empreendedora.

A realização de cursos de educação para o empreendedorismo tem um efeito positivo na tomada de decisão empresarial. Os resultados também mostraram uma diferença entre o contexto atual da China e o contexto ocidental que as aulas relacionadas ao empreendedorismo tiveram influências mais consideráveis na intenção empreendedora do aluno do que a prática relacionada ao empreendedorismo.

O artigo “*Entrepreneurship Education through Successful Entrepreneurial Models in Higher Education Institutions*” dos autores Boldureanu, Ionescu, Bercu, Bedrule-Grigoruta e Boldureanu (2020), elucida que nas instituições de ensino superior, a aprendizagem do empreendedorismo com base em modelos empresariais de sucesso pode promover a educação para o desenvolvimento sustentável.

Diversas vertentes teóricas, como a teoria do capital humano de Theodore E. Schultz (1950), a teoria da autoeficácia empreendedora de Bandura (1977) e a teoria da autodeterminação de Richard M. Ryan e Edward L. (1975), defendem que a educação para o empreendedorismo está positivamente correlacionada com as intenções empreendedoras dos

alunos, uma vez que proporciona conhecimentos e competências adequados e os motiva a desenvolverem as suas competências. carreiras empreendedoras (BOLDUREANU et al., 2020).

O estudo fornece evidências de que a educação para o empreendedorismo está baseada em modelos empresariais de sucesso e pode influenciar positivamente as atitudes e intenções empreendedoras dos alunos levando a uma maior orientação da percepção dos alunos para os benefícios sociais do empreendedorismo (novos empregos) em comparação com os financeiros (alta renda).

No entanto, essas descobertas enfatizam que, se os educadores desejam melhorar a eficiência da educação focada no desenvolvimento de habilidades empreendedoras, os programas de pós-graduação devem ser projetados de forma diferente para estudantes de negócios e não-negócios, uma vez que estudar histórias empreendedoras de sucesso impacta esses dois grupos de maneira diferente.

Já o artigo “*Learning from venture creation in higher education*”, dos autores Haneberg, Aadland (2020), explora como os alunos aprendem com a criação de empreendimentos no ensino superior usando uma nova abordagem empírica: a técnica de elicitação de metáforas de Zaltman (ZMET). Esta abordagem de pesquisa indutiva fornece dados extraordinariamente ricos que permitem uma compreensão completa e holística dos processos de aprendizagem dos alunos.

A seleção de participantes faz a diferenciação entre os alunos que se aventuram em abrir um negócio durante seu programa de educação empreendedora daqueles que fecham o negócio no meio do caminho. O artigo apontou diferenças de aprendizagem entre os alunos com e sem empreendimentos, no mesmo ambiente. Este artigo é o primeiro a apontar, especificamente, o impacto da aprendizagem da criação de empreendimentos no ensino de empreendedorismo baseado em ação no ensino superior, estudando empiricamente alunos que se aventuraram e não se aventuraram ao longo de sua educação.

O artigo revela como os alunos que optam por sair de seus novos empreendimentos aprendem com base em sua prática, como o meio social e com a cultura. A aprendizagem e o meio social e a cultura dos alunos estão interligados e configurados de forma diferente para aqueles que encerraram seus empreendimentos durante o programa, em comparação com aqueles que ainda estão trabalhando em seus empreendimentos. Isso significa que o aprendizado dos alunos na educação para o empreendedorismo baseado na ação deve ser entendido como sendo influenciado não apenas pelo próprio empreendimento dos alunos, mas também pelas atividades de empreendimento de outros alunos.

Assim, o presente artigo contribui ao demonstrar empiricamente o que as contribuições conceituais anteriores sugeriram: que os pesquisadores devem enfatizar a aprendizagem situada e social como um elemento integrante da aprendizagem dos alunos na educação para o empreendedorismo baseado em ação. Para a prática, os resultados implicam que os programas de educação para o empreendedorismo, nos quais os alunos aprendem através da criação de empreendimentos, devem ser organizados de uma forma que os leve a estabelecer relações e interagir regularmente uns com os outros.

Por fim, Pereira (2010), ressalva a importância das IES na inclusão da educação empreendedora na sua estrutura curricular, e para que a educação empreendedora seja eficaz ela deve estar diretamente ligada ao impulsionamento da intenção empreendedora (KURATKO, 2016), assunto que será mais explorado na próxima seção.

2.3 Intenção empreendedora

Estudos pioneiros sobre a Intenção Empreendedora -IE, remontam ao final da década de 1980; e, desde então, esse tema atraiu o interesse de vários estudiosos, inclusive aqueles da psicologia social e da psicologia cognitiva, visando compreender o papel das variáveis individuais e contextuais (LIÑÁN; FAYOLLE, 2015).

Liñán e Fayolle (2015), destacaram a existência de duas linhas de pesquisas distintas, mas convergentes no campo da intenção empreendedora. A primeira origina-se da psicologia social e tem como princípio a análise comportamental, oriunda do processo mental que envolve crenças e atitudes que induzem a ações efetivas, tendo como referências a Teoria Social Cognitiva de Bandura (1989) e a Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen (1991). Já a segunda linha volta-se para a área do empreendedorismo, compreendendo a Teoria do Evento Empreendedor de Shapero (1984) e a Teoria da Intencionalidade de Bird (1988). Essas teorias buscam identificar e compreender o comportamento do indivíduo mediante as suas intenções.

Este estudo se detém a primeira linha de pesquisa do campo da intenção empreendedora, que se origina da psicologia social e tem como princípio a análise comportamental. De acordo com Klein, Favero e Wrubel (2019), a Teoria Social cognitiva de Bandura (1989), visa explicar a ação e o desenvolvimento humano por meio do determinismo recíproco, que se instaura a relação de interações existentes entre o indivíduo, o modelo do próprio comportamento e o ambiente que o cerca.

Já a Teoria do Comportamento Planejado de Aijzen (1991), considera que o comportamento do indivíduo é determinado por seu controle volitivo, ou seja, vem da sua

vontade de praticar uma ação, por meio da seleção de alternativas disponíveis para realizar ou não um comportamento específico (VINOGRADOV; KOLVEREID; TIMOSHENKO, 2013).

De acordo com Silveira, Nascimento e Auzoani (2018), dentre os autores que se voltaram ao estudo da Teoria do Comportamento Planejado, Lortie e Castogiovanni (2015), devem ser mencionados, para esses autores existe uma grande importância no estudo de Aizen (1991), visto que mediante essa teoria pode-se explicar as intenções por fatores motivacionais influenciando no comportamento individual, bem como o esforço empregado pelo indivíduo para planejar uma ação, a fim de executar esse comportamento.

Pode-se inferir que Ajzen (1991), parte do princípio de que quanto maior for a intenção de executar um comportamento, maior será a probabilidade de que seu desempenho tenha efetividade. Assim, a intenção de executar um comportamento precede e ampara um comportamento planejado.

Por sua vez, essas intenções se amparam em fatores motivacionais e no esforço requerido para planejar o comportamento, a fim de executá-lo (SILVEIRA; NASCIMENTO; AUOZANI, 2018). Modelos de intenção empreendedora surgiram, e podem vir a surgir, para amparar e explicar o processo de empreender.

As intenções empreendedoras são essenciais para compreender o comportamento empreendedor dos indivíduos. Pode-se inferir que é um conceito psicológico mais intimamente ligado ao comportamento. Para Virick, Basu e Rogers (2015), a intenção é uma representação cognitiva da prontidão para realizar um determinado comportamento e um antecedente imediato de comportamento.

Em consonância Galleguillos-Cortés, Escobar-Burgos e Hurtado-Cailly (2019), explicam que na área das ciências do comportamento, a intenção é definida como uma condição nata do indivíduo, que direciona sua atenção para um determinado objeto ou objetivo.

Estudos visam entender os fatores que estimulam a intenção empreendedora nos indivíduos para compreender o comportamento empreendedor. O artigo “*Model of the Entrepreneurial Intention of University Students in the Pearl River Delta of China*” dos autores Hou, Su, Lu e Qi (2019), por exemplo, mostra que embora a intenção empreendedora de estudantes universitários tenha sido estudada sob diferentes perspectivas, os resultados ainda não são convergentes, e o mecanismo e os resultados relacionados a como a intenção empreendedora pode ser afetado por diferentes fatores carecem de investigação integrada e pesquisa comparativa. Este artigo explorou a intenção empreendedora a partir de três perspectivas, incluindo individual, familiar e escolar; e constrói um modelo integrado que inclui

paixão empreendedora, modelos, educação empreendedora, autoeficácia empreendedora e intenção empreendedora, com base na teoria emocional, na teoria do comportamento planejado – TCP e na teoria cognitiva empreendedora, bem como na percepção de situações específicas encontradas por estudantes universitários.

A pesquisa foi realizada com estudantes universitários no Delta do Rio das Pérolas da China, essa pesquisa explorou o mecanismo intrínseco do desenvolvimento da intenção empreendedora a partir dessas três perspectivas. Os resultados desse artigo mostram que a paixão empreendedora, os modelos e a educação empreendedora podem ter efeitos diferentes na intenção empreendedora; além disso, a autoeficácia empreendedora desempenha um importante papel mediador.

Já no Artigo “*Research on the Optimization Strategy of Innovation Behavior and Entrepreneurship Intention in Entrepreneurship Teaching*” dos autores Huang, Wu, Deng e Bao (2021), infere que a intenção empreendedora é um pré-requisito necessário para os potenciais empreendedores iniciarem um novo negócio, e os estudantes universitários de hoje são os potenciais empreendedores do futuro. Como melhorar a disposição dos alunos para iniciar um negócio é um tópico importante ao qual um grande número de acadêmicos continua prestando atenção.

O objetivo deste trabalho foi desvendar como o comportamento inovador prévio de estudantes universitários afeta a sua intenção empreendedora do ponto de vista da psicologia social. Os dados da pesquisa foram obtidos em uma escola profissionalizante na China, onde indicaram que o comportamento inovador anterior dos estudantes universitários facilita o fluxo, o que, por sua vez, afeta sua intenção empreendedora. As descobertas empíricas dos autores contribuíram para o estímulo da pesquisa sobre os antecedentes da intenção empreendedora de estudantes universitários, contribuindo também sobre fluxo do empreendedorismo e fornecendo recomendações e sugestões úteis para o ensino de empreendedorismo.

O artigo “*What is the most effective antecedent for developing entrepreneurial intention among Muslim youth in Indonesia?*” dos autores Baharuddin, e Ab Rahman (2021), teve por objetivo examinar o antecedente dominante (característica) para os jovens da Indonésia se tornarem empreendedores, usando o Modelo da Teoria do Comportamento Planejado (TPB).

Este artigo sugere várias recomendações que se concentram na importância do apoio de pessoas próximas, como familiares, amigos e modelos, que podem aprovar as decisões dos jovens de iniciar seus próprios negócios. Esta pesquisa apoia e fortalece o trabalho de vários pesquisadores (DEUTSCHMAN, 2001; GARVEY, 2003; LUNN; KLAY, 2003; PEARCE;

FRITZ; DAVIS, 2010; SALIMATH; CULLEN, 2010) sobre os fatores culturais e de valor que influenciam as intenções com o elemento adicional de valores e virtudes religiosas.

Na próxima seção tem-se uma melhor discussão sobre modelos que buscam identificar e compreender o comportamento do indivíduo mediante as suas intenções, destacando-se a Teoria do Comportamento Planejado e o Modelo do Comportamento Orientado por Meta.

2.4 O Modelo Direcionado a Metas e a intenção empreendedora

Vários são os modelos que buscam identificar e compreender o comportamento do indivíduo mediante as suas intenções, dentre eles é possível destacar a Teoria da ação racional de Fishbein, Ajzen (1975; 1980), a Teoria Social Cognitiva de Bandura (1989), a Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen (1991), a Teoria do Evento Empreendedor de Shapero (1984) e a Teoria da Intencionalidade de Bird (1988).

Sabe-se, no entanto, que o modelo mais utilizado na literatura para mensurar a intenção empreendedora é a Teoria do Comportamento Planejado (OSÓRIO; LONDONO, 2015). Em conformidade com a pesquisa de Fayolle, Liñán e Moriano (2014), a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) formula que a atitude pessoal, a norma subjetiva e o controle comportamental percebido são fatores que determinam a intenção empreendedora, detalhados a seguir:

- a) **Atitude Pessoal -AP:** refere-se à impressão positiva ou negativa que o indivíduo tem sobre ser um empreendedor, é determinada pelo conjunto total de crenças e comportamentais acessíveis ao indivíduo unindo o comportamento empreendedor aos vários resultados e atributos.
- b) **Normas Subjetivas - NS:** referem-se à pressão social exercida sobre o indivíduo para tornar-se ou não um empreendedor, proveniente do círculo social em que vive (família, amigos), consiste nas crenças normativas e na motivação para cumpri-las.
- c) **Percepção e Controle do Comportamento -PCC:** refere-se à percepção do indivíduo sobre a facilidade ou dificuldade de se tornar um empreendedor, sua capacidade em empreender, aborda sobre a percepção do indivíduo quanto à sua capacidade de executar aquele comportamento.

Porém, Perugini e Bagozzi (2001), no estudo “*The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour*”, observaram a necessidade de melhorias na TCP focada nos aspectos cognitivos humanos, negligenciando os aspectos emocionais (YUN; HONG; YOU, 2020) assim;

estenderam-na dando origem a Teoria do Comportamento Direcionado a Metas (TCDM) que passou também a ser nomeada de Modelo do Comportamento Orientado por Meta (MCOM).

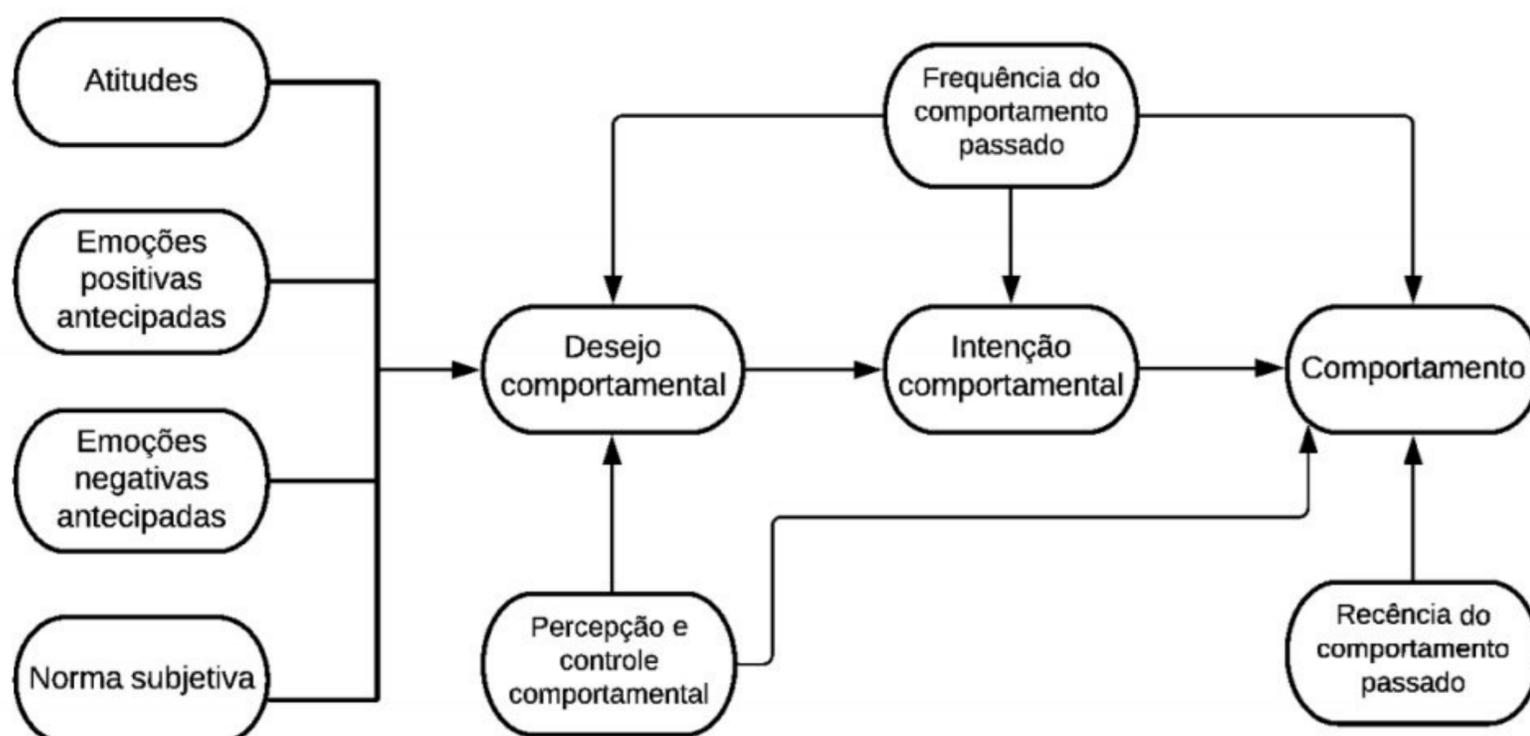
No MCOM, Perugini e Bagozzi (2001), tiveram a intenção expandir e aprofundar a Teoria do Comportamento Planejado, introduzindo novas variáveis que demonstraram desempenhar papéis importantes na tomada de decisão. Em suma, eles combinaram as emoções antecipadas (positivas e negativas) com desejos, frequência com que o comportamento foi praticado no passado e efeitos recentes de comportamentos passados.

O estudo apresentou um modelo que expandia e aprofundava a Teoria do Comportamento Planejado, introduzindo novos construtos que demonstraram desempenhar papéis importantes na tomada de decisão (PERUGINI; BAGOZZI, 2001), sendo eles:

- a) **Emoções Antecipadas Positivas (EAP) ou Emoções Antecipadas Negativas (EAN):** as emoções positivas/negativas antecipadas são definidas como a consequência emocional auto prevista de alcançar um objetivo, tanto as emoções negativas antecipadas quanto as emoções positivas antecipadas explicam os desejos;
- b) **Desejo como variável anterior à intenção de comportamento:** o desejo é um estado de espírito de motivação pessoal para realizar uma ação ou objetivo,
- c) **Frequência e a atualidade/recência do comportamento passado:** é a influência do comportamento passado, a frequência e a atualidade/recência do comportamento passado têm poder explicativo adicional em comparação com as variáveis originais da Teoria do Comportamento Planejado.

Para melhor visualizar as relações descritas anteriormente, segue o Modelo do Comportamento Orientado por Meta de Perugini e Bagozzi (2001):

Figura 01 - Modelo do Comportamento Orientado por Meta de Perugini e Bagozzi (2001)



Fonte: Elaborado pela autora a partir de Perugini e Bagozzi (2001)

Em 2021, com o propósito de testar o MCOM na previsão de intenções empreendedoras de estudantes do ensino médio, revelando a heterogeneidade e diferenças nos caminhos estruturais; os pesquisadores Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021), publicaram o estudo “*Understanding the entrepreneurial intentions of youth: a PLS multi-group and FIMIX analysis using the model of goal-directed behavior*” o trabalho optou por um estudo utilizando modelagem de caminhos PLS.

O artigo forneceu *insights* empíricos sobre os antecedentes das intenções empreendedoras e confirmou o papel que desejos e frequência do comportamento passado têm em seu desenvolvimento. Os resultados da análise multigrupo sugerem que a relevância do PBC depende do gênero, e as emoções variam com o nível socioeconômico - SEL. Os resultados incentivam o estudo do empreendedorismo desde cedo e a importância de ensinar como superar as emoções negativas no processo empreendedor. Este artigo atende a uma necessidade reconhecida de avaliar modelos concorrentes que explicam as intenções empreendedoras. A análise de agrupamento revela oportunidades para desenvolver estratégias inovadoras de educação e treinamento.

O presente estudo irá se basear no modelo proposto por Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021), o qual testou o Modelo de Comportamento Direcionado a Meta, para poder explicar as intenções empreendedoras de estudantes do ensino superior em Sergipe. Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021) sinalizaram em seu estudo que o modelo por eles desenvolvido necessita ser testado junto a discente do ensino superior, *gap* de pesquisa que deverá ser suprido com esse estudo. Na seção a seguir maiores detalhes do modelo inspirador e as hipóteses propostas para este estudo.

2.5 O modelo inspirador e as hipóteses da pesquisa

Conforme mencionado, o modelo de Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021) é inspiração para essa pesquisa em questão. Os supracitados estudiosos trabalham a ação dos constructos: atitude pessoal, normas subjetivas, emoções (negativas e positivas), desejo pessoal, percepção de controle do comportamento e a frequência do comportamento passado sobre a intenção empreendedora de estudantes secundaristas. O modelo em questão apresentava nove hipóteses de pesquisa.

Inicialmente Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021) analisam a relação entre atitudes e desejo, e declaram a primeira hipótese do modelo por eles formado:

H1: As Atitudes Pessoais têm uma influência positiva sobre o Desejo.

Para Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021), de forma geral, as atitudes procuram medir o quão positiva ou negativa pode ser um comportamento. Já para Lopes Júnior e Souza (2005, p. 9), as atitudes são uma “predisposição aprendida para responder de forma favorável ou desfavorável com relação a um objeto atitudinal”. A partir do momento que esse julgamento passa a ser favorável ao empreendedorismo, tem-se uma atitude empreendedora, ou melhor, um desejo, uma predisposição aprendida para atuar, ou não, de forma empreendedora (LOPES JÚNIOR; SOUZA, 2005; FAYOLLE; LIÑÁN; MORIANO, 2014). No mais ainda é importante asseverar que o desejo de se tornar empreendedor é “um processo dinâmico que pode se manifestar nas diferentes etapas da vida estudantil”.

Na segunda hipótese Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021), relacionam os constructos “normas subjetivas” e “desejo”, asseverando:

H2: A Norma Subjetiva tem uma influência positiva sobre o Desejo.

Como já dito neste estudo, as normas subjetivas se apresentam como uma pressão social exercida sobre o indivíduo para tornar-se ou não um empreendedor. Tal pressão advém do círculo social em que se vive, no mais, consiste nas crenças normativas e na motivação para cumpri-las (FAYOLLE; LIÑÁN; MORIANO, 2014). De acordo com Ahmad et al. (2020), tanto as normas subjetivas quanto o controle comportamental percebido influenciam positivamente o desejo e possibilidade de surgir uma intenção empreendedora em estudantes do ensino superior.

A terceira e quarta hipóteses são resultantes da relação entre os constructos “emoções antecipada (positiva e negativa)” e “desejo”. Assim, Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021), apresentam:

H3: As Emoções Positivas Antecipadas têm uma influência positiva sobre o Desejo.

H4: As Emoções Negativas Antecipadas têm uma influência negativa sobre o Desejo.

Conforme mencionado neste estudo, as emoções positivas/negativas antecipadas são definidas como a consequência emocional auto prevista de alcançar um objetivo, tanto as emoções negativas antecipadas quanto as emoções positivas antecipadas explicam os desejos (PERUGINI; BAGOZZI, 2001). O empreendedorismo gera emoções substanciais porque é em contexto de extremos de pressões de tempo, incerteza e a extensão das consequências pessoais que é desencadeado o destino da empresa (CARDON, et al., 2012). Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021, p. 307), reforçam as hipóteses acima quando afirmam que, “a emoção esperada de alcançar ou não um objetivo influencia o desejo”.

A quinta hipótese do modelo inspirador relaciona os constructos “percepção e controle do comportamento (PCC)” e “desejo”, já a sexta hipótese relaciona a PCC a “intenção empreendedora”. Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021), assim as redigem:

H5: A PCC tem influência positiva sobre o Desejo.

H6: A PCC tem uma influência positiva na Intenção Empreendedora.

A PCC refere-se à percepção do indivíduo sobre a facilidade ou dificuldade de se tornar um empreendedor (FAYOLLE; LIÑÁN; MORIANO; 2014). Taylor, Ishida e Wallace (2009) chegaram à conclusão de que os desejos se correlacionam positivamente com a PCC.

Geralmente a literatura assevera que as percepções de controle são positivamente relacionadas com a intenção de tornar-se um empreendedor (SCHLAEGEL; KOENIG, 2014), colaborando para a acreditação das hipóteses 5 e 6.

Na sétima hipótese Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021), relacionam os constructos “frequência do comportamento passado (FCP)” ao “desejo, já na oitava hipótese a “FCP” é relacionada a “intenção empreendedora”, essas relações estão abaixo expressas:

H7: A FCP tem uma influência positiva sobre o Desejo.

H8: A FCP tem uma influência positiva na Intenção Empreendedora.

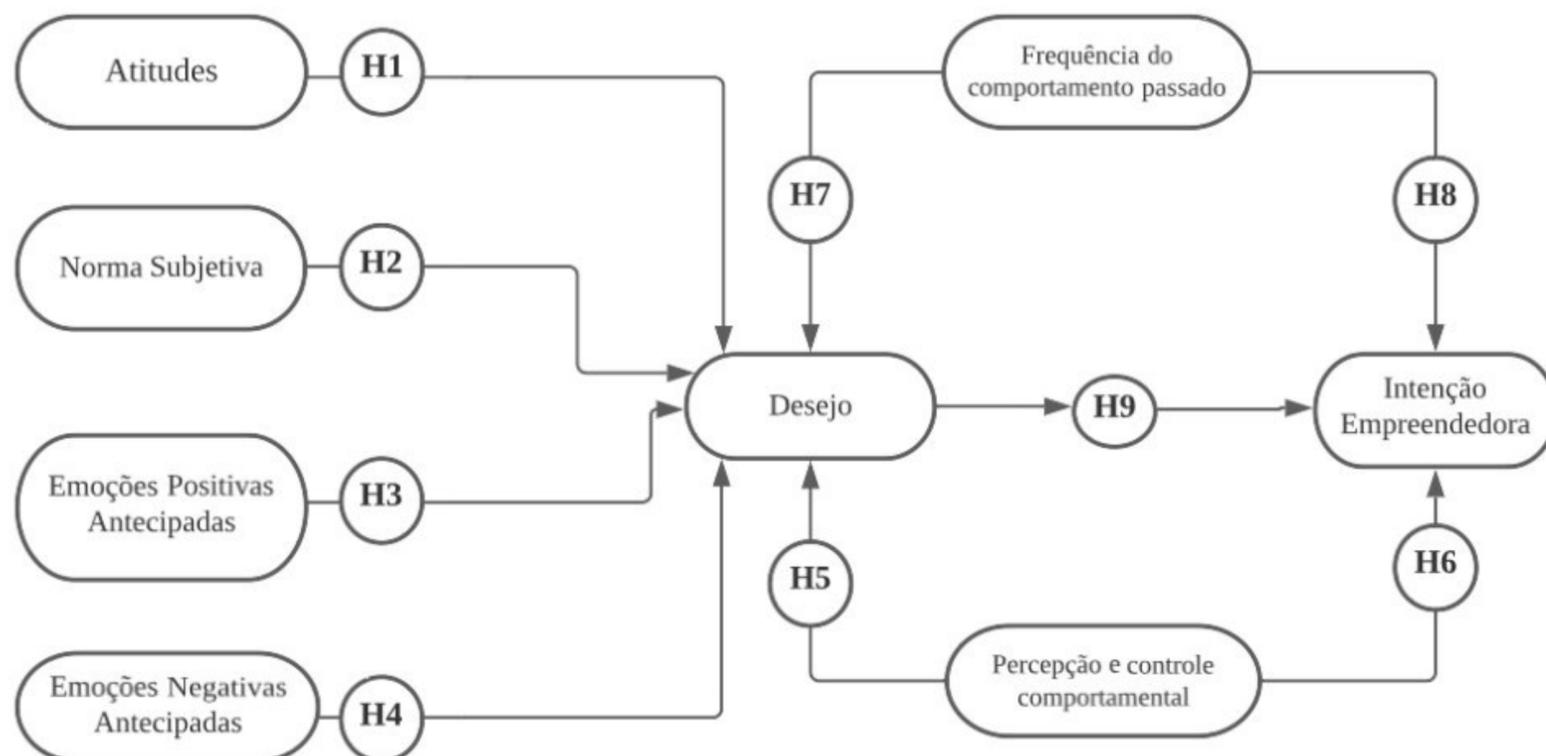
A frequência e a atualidade do comportamento passado, significa a influência do comportamento passado (PERUGINI E BAGOZZI, 2001). Quando o comportamento não é bem aprendido ou quando o ambiente é instável, a frequência de comportamento passado contribui diretamente para a intenção (GOECKING, 2006), tais afirmativas dão credibilidade as hipóteses sete e oito.

Na nona hipótese apresentada no modelo inspirador deste estudo. Nela, Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021) relacionam, os constructos “desejo” e “intenção empreendedora”, e afirmam:

H9: O Desejo tem uma influência positiva sobre a Intenção Empreendedora.

Rise, Halkjelsvik e Kovač, (2015) asseguram que, o desejo possui efeito mediador sobre os efeitos das atitudes, normas e comportamento passado na intenção. Riquelme e Al Lanqawi (2016) são mais específicos e colaboram para a acreditação da hipótese 9 quando afirmam que o desejo promove as intenções empreendedoras.

Frente ao que foi apresentado nesta seção, tem-se a figura 02, representando graficamente o Modelo proposto por Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021).

Figura 02 – Modelo proposto por Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021)

Fonte: Elaborado pela autora com base no estudo de Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021, p. 306)

Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021) incluíram no modelo apresentado as variáveis moderadoras: *Stratum* (estratificação social), hedônica/utilitarista, gênero, que relacionaram com os constructos PCC, FCP, ENA, Desejo e Intenção empreendedor. As variáveis moderadoras do estudo dos supracitados autores foram designadas com base no valor de corte mediano para cada um dos constructos ou por meio de alguns dados demográficos mencionados pelos entrevistados naquela situação.

Percebeu-se, nos resultados obtidos na pesquisa, que o estudo forneceu argumentos favoráveis a eficácia do modelo quando se trata em explicar em detalhes como são criadas as intenções empreendedoras, onde revelou-se o forte poder que os desejos possuem em prever a intenção empreendedora, afirmam que a emoções positivas não possuíram um impacto significativo sobre o desejo e o FCP obteve uma influência significativa e positiva nas intenções empreendedoras, visto que a frequência do comportamento é um indicador de forças de hábitos.

Os autores concluíram que o estudo forneceu um modelo robusto e detalhado para explicar as intenções empreendedoras dos jovens secundaristas da Colômbia, e sustentou que os desejos podem explicar essas intenções.

Frente aos resultados trazidos no estudo de Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021), com o propósito de expandir o modelo e promover novas descobertas, nesta dissertação, acrescentou-se ao MCOM a variável Educação Empreendedora como mediadora da relação entre o Desejo e a Intenção Empreendedora. Isso porque Nițu-Antonie et al. (2022), observaram

que o desejo empreendedor é um preditor positivo estatisticamente limitado de intenções empreendedoras quando os indivíduos possuem apenas uma educação empreendedora básica e observaram que quando indivíduos que foram expostos a educação empreendedora avançada possuem um preditor positivo estatisticamente significativo de intenções empreendedoras.

Ou seja, os autores baseando em diferenças de grupos, observaram uma significância estatística, onde o impacto do desejo percebido nas intenções empreendedoras é maior se o indivíduo possuir estudos avançados de empreendedorismo.

Alguns estudos (Li; Wu, 2019; Ndofirepi, 2020; Türk et al., 2020 e Song, Thominathan; Khalid, 2021) foram realizados com o intuito de mensurar o efeito mediador da Educação Empreendedora em relações que contivessem a variável Intenção Empreendedora. Assim, observou-se o efeito estatístico significativo da mediação em questão na relação entre Intenção Empreendedora e as variáveis: autoeficácia, orientação para aprendizado, cooperação em equipe e traços psicológicos; incluindo a necessidade de realização, propensão a correr riscos, locus interno de controle, atitude, percepção e controle do comportamento. Assim mostrou-se que a educação empreendedora potencializa essas relações e especialmente, que o aprimoramento da educação empreendedora tem o papel de aumentar o efeito que a atitude, a percepção e controle do comportamento e a autoeficácia têm sobre a intenção empreendedora dos graduandos.

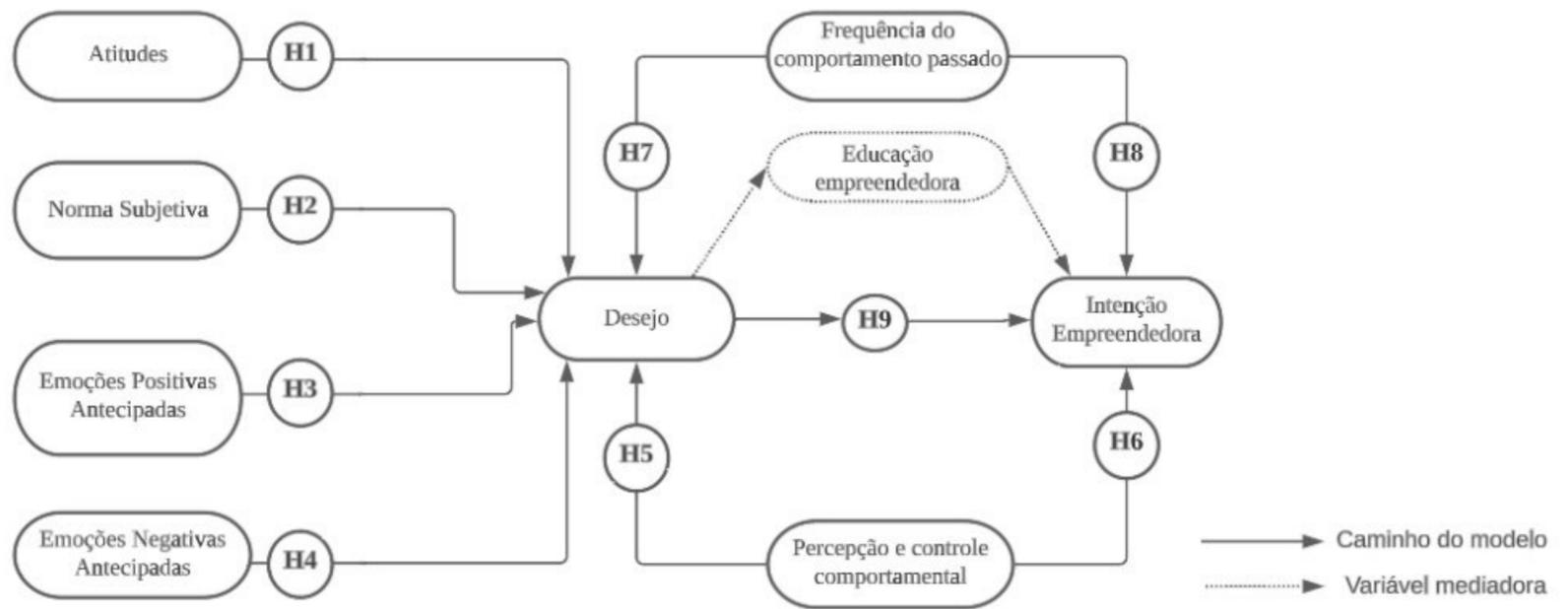
Mediante os achados acima, esta pesquisa inova e contribui para ampliação do conhecimento científico quando formula a sua décima hipótese:

H10: A relação entre o Desejo e a Intenção empreendedora é mediada pela variável Educação Empreendedora.

A hipótese acima considera que o desejo promove as intenções empreendedoras (Riquelme; Al Lanqawi, 2016); no mais, a Educação Empreendedora tem influência nas intenções de discente mediante seus antecedentes. Sabendo-se que o desejo é antecessor da intenção empreendedora (ASGHAR; GUL; HAKKARAINEN; TASDEMIR, 2019), acredita-se ser importante investigar a mediação acima.

É válido lembrar que esta pesquisa replicou e diante da décima hipótese ampliou o modelo proposto por Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021), no entanto, os discentes pesquisados estavam obrigatoriamente matriculados em Instituições de Ensino Superior de Sergipe, assim contribuiu para a expansão e consolidação do modelo, inicialmente testado em alunos secundaristas; o que resultou na figura 03:

Figura 03 – Modelo de pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora mediante literatura com base em Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021)

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nesse capítulo seguem os procedimentos metodológicos adotados para esse estudo. Inicialmente são apresentadas as hipóteses para que possa responder ao problema de pesquisa, em seguida as definições constitutivas e operacionais, a caracterização geral da pesquisa, a população e a amostra, a coleta de dados, pré-teste e a análise dos dados.

3.1 Hipóteses da Pesquisa

O presente estudo se propõe testar relações, delineadas em dez hipóteses, a saber:

H1: As Atitudes Pessoais têm uma influência positiva sobre o Desejo.

H2: A Norma Subjetiva tem uma influência positiva sobre o Desejo.

H3: As Emoções Positivas Antecipadas tem uma influência positiva sobre o Desejo.

H4: As emoções negativas antecipadas têm uma influência negativa sobre o Desejo.

H5: A PCC tem influência positiva sobre o Desejo.

H6: A PCC tem uma influência positiva na Intenção Empreendedora.

H7: A FCP tem uma influência positiva sobre o Desejo.

H8: A FCP tem uma influência positiva na Intenção Empreendedora.

H9: O Desejo tem uma influência positiva sobre a Intenção Empreendedora.

H10: A relação entre o Desejo e a Intenção empreendedora é mediada pela variável Educação Empreendedora.

3.2 Definições constitutivas e operacionais das variáveis

Como citado na seção acima, neste estudo buscou-se pesquisar a relação entre os constructos: Atitudes Pessoais, Norma Subjetiva, Frequência do Comportamento Passado (FCP), Emoções Negativas Antecipadas (ENA), Emoções Positivas Antecipadas (EPA), Percepção e Controle do Comportamento (PCC), Educação Empreendedora (EE), Desejo (D) e Intenção Empreendedora (IE). A seguir serão apresentadas as definições constitutivas (DC) e operacionais (DO) dos constructos citados começando por “Atitudes Pessoais” que foi mensurado com o auxílio de uma escala likert de 5 pontos, na qual 1 declara-se a discordância total com a afirmativa e 5 a concordância total, no quadro 02 maiores detalhes:

Quadro 02 – Definição constitutiva e Operacional de Atitudes Pessoais

ATTITUDES PESSOAIS	Definição constitutiva: Refere-se à impressão positiva ou negativa que o indivíduo tem sobre ser um empreendedor, é determinada pelo conjunto total de crenças e comportamentos acessíveis ao indivíduo unindo o comportamento empreendedor aos vários resultados e atributos (FAYOLLE; LIÑÁN; MORIANO, 2014).
	<p>Definição operacional: Será operacionalizada mediante os seguintes 2 indicadores vinculados às variáveis:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) a atração por ser empreendedor; 1-O empreendedorismo me atrai muito? b) a preferência em ser empreendedor. 2- Entre várias opções, eu preferia ser um empreendedor? <p>(Escala Likert de 1 a 5, onde 1 (discordo totalmente) a 5 pontos (concordo totalmente))</p>

Fonte: Elaborado pela Autora (2023).

O constructo “Norma Subjetiva”, exposto no quadro 4, foi mensurado com o auxílio de uma escala likert de 5 pontos, na qual 1 declara-se opinião muito positiva frente a afirmativa e 5 muito negativo, seguem maiores detalhes:

Quadro 03 – Definição constitutiva e Operacional de Norma Subjetiva

NORMA SUBJETIVA	Definição constitutiva: Refere-se à pressão social exercida sobre o indivíduo para tornar-se ou não um empreendedor, proveniente do círculo social em que vive (família, amigos), consiste nas crenças normativas e na motivação para cumpri-las (FAYOLLE; LIÑÁN; MORIANO, 2014).
	<p>Definição operacional: Será operacionalizada mediante o seguinte indicador vinculado à variável:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) opinião dos parentes/amigos; 1-Qua a opinião dos meus pais/familiares sobre ser empreendedor? <p>(Escala Likert de 1 a 5, onde 1 (muito positivo) a 5 pontos (muito negativo))</p>

Fonte: Elaborado pela Autora (2023).

No constructo “Frequência do Comportamento Passado (FCP)” foi utilizada uma escala likert que varia de 1(nunca) a 5 (sempre) pontos. Os respondentes utilizam comparações tanto externas quanto internas para definir seu autoconceito, tanto pelo seu desempenho com outras pessoas, quanto em relação ao seu próprio desempenho formando assim um julgamento de autovalor, ou seja, um autoconceito (SILVA; VENDRAMINI, 2006).

Quadro 04 – Definição constitutiva e Operacional de Frequência do Comportamento Passado

FREQÜÊNCIA DO COMPORTAMENTO PASSADO	Definição constitutiva: A frequência do comportamento passado é “justificada a partir de uma perspectiva behaviorista, onde o comportamento é visto como influenciado pelo hábito, um fator que não é capturado pelos conceitos originais da TCP” (IWAYA, p. 70, 2020)
	<p>Definição operacional: Será operacionalizada mediante os seguintes indicadores vinculados às variáveis:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) utilização do tempo em prol da criação da empresa; 1- Com que frequência uso parte do meu tempo aprendendo sobre como criar minha própria empresa? b) capacidade investigativa para abrir o próprio negócio; 2- Com que frequência investigo para reconhecer oportunidades para poder criar uma empresa? c) compreensão de resolução de cálculos financeiros; 3- Com que frequência resolvo problemas que envolvam cálculos financeiros? d) Frequência com que trabalha em projetos empresariais; 4- Com que frequência trabalho em projetos que envolvem atividades empresariais? <p>(Escala Likert de 1 a 5, onde 1 (nunca) a 5 pontos (sempre))</p>

Fonte: Elaborado pela Autora (2023).

Os constructos “Emoções Positivas/Negativas Antecipadas” foram mensurados com o auxílio da escala likert de 5 pontos, na qual 1 declara-se a discordância total com a afirmativa e 5 a concordância total.

Quadro 05 – Definição constitutiva e Operacional de emoções positivas e negativas antecipadas

EMOÇÕES POSITIVAS E NEGATIVAS ANTECIPADAS	<p>Definição constitutiva: As emoções positivas/negativas antecipadas são definidas como a consequência emocional auto prevista para alcançar um objetivo, tanto as emoções negativas antecipadas (ENA) quanto as emoções positivas antecipadas (EPA) explicam os desejos (BAGOZZI; PERUGINI, 2001; FAYOLLE; LIÑÁN; MORIANO, 2014). “As emoções antecipadas são dinâmicas no sentido de surgirem de processos de pensamento e avaliação no momento da tomada de decisão e envolvem julgamentos e sentimentos prospectivos; eles mudam à medida que mudam as contingências e os valores das metas e sua realização” (XIE et al., p. 14, 2013).</p>
	<p>Definição operacional: As emoções negativas antecipadas serão verificadas por meio das variáveis:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) evitar um baixo nível de renda; <ul style="list-style-type: none"> 1-Criar minha própria empresa me permitirá evitar um baixo nível de renda? b) esperança em poder ser o próprio chefe; <ul style="list-style-type: none"> 2- Criar minha própria empresa me permitirá evitar ter um chefe? c) expectativa em evitar um futuro ruim; <ul style="list-style-type: none"> 3- Criar minha própria empresa evitará um futuro sombrio para mim e minha família? d) abrir uma empresa me evitará de ter um trabalho desmotivador. <ul style="list-style-type: none"> 4- Criar minha própria empresa me permitirá evitar um trabalho desmotivador? <p>Para verificar as emoções positivas antecipadas, tem-se o indicador:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) status social ou reconhecimento <ul style="list-style-type: none"> 1- Criar minha própria empresa me fará ganhar reconhecimento entre outros e aumentar meu status social? <p>(Escala Likert de 1 a 5, onde 1 (discordo totalmente) a 5 pontos (concordo totalmente))</p>

Fonte: Elaborado pela Autora (2023).

O quadro 06 mostra a definição constitutiva e operacional do constructo “Percepção e Controle do Comportamento”, o constructo foi mensurado com o auxílio da escala Likert de 5 pontos, na qual 1 declara-se a discordância total com a afirmativa e 5 a concordância total. A seguir, maiores detalhes:

Quadro 06 – Definição constitutiva e Operacional de Percepção e Controle do Comportamento

PERCEPÇÃO E CONTROLE DO COMPORTAMENTO	Definição constitutiva: Refere-se à percepção do indivíduo sobre a facilidade ou dificuldade de se tornar um empreendedor, sua capacidade de empreender, aborda sobre à percepção do indivíduo quanto a sua capacidade de executar aquele comportamento (FAYOLLE; LIÑÁN; MORIANO, 2014).
	<p>Definição operacional: Será operacionalizada mediante as seguintes variáveis:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) preparo para lidar com soluções inovadoras; 1- Estou qualificado para propor soluções inovadoras e identificar alternativas que contribuam para a minha comunidade em situações reais? b) capacidade de motivar a equipe de trabalho; 2- Sou capaz de motivar as pessoas a realizar um projeto, conquistando a confiança da minha equipe de trabalho? <p>(Escala Likert de 1 a 5, onde 1 (discordo totalmente) a 5 pontos (concordo totalmente))</p>

Fonte: Elaborado pela Autora (2023).

O quadro 07, mostra a definição constitutiva e operacional do constructo “Educação Empreendedora”. Esse constructo também foi mensurado com o auxílio da escala Likert de 5 pontos, na qual 1 declara-se a discordância total com a afirmativa e 5 a concordância total. A seguir, detalhes sobre ele:

Quadro 07 – Definição constitutiva e Operacional de Educação Empreendedora

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA	<p>Definição constitutiva: Educação empreendedora se apresenta como uma oportunidade para integração entre a educação escolar e a extraescolar, e entende a importância desse processo de desenvolvimento para a criação de habilidades, de valor econômico, cultural e social. A educação empreendedora contribui para os objetivos da educação que envolvem o desenvolvimento educativo de capacidades e habilidades pessoais, entende-se como uma resposta pedagógica para a capacitação do indivíduo (PRYTOLUK, 2019).</p>
	<p>Definição operacional: Será operacionalizada mediante as seguintes variáveis:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) estuda sobre atualizações na gestão empresarial; <ul style="list-style-type: none"> 1- Eu invisto muito tempo e energia estudando as últimas atualizações sobre gestão empresarial. b) educação empreendedora ou treinamento empreendedor; <ul style="list-style-type: none"> 2- Eu recebi alguma educação sobre como ser um empreendedor, ou como empreender, ou algum treinamento empreendedor. c) o conhecimento sobre empreendedorismo; <ul style="list-style-type: none"> 3- Eu tenho muito conhecimento sobre empreendedorismo. d) experiência empreendedora; <ul style="list-style-type: none"> 4- Tenho muitas experiências empreendedoras. <p>(Escala Likert de 1 a 5, onde 1 (discordo totalmente) a 5 pontos (concordo totalmente))</p>

Fonte: Elaborado pela Autora (2023).

O quadro 08, mostra a definição constitutiva e operacional do constructo “Desejo”. O constructo em questão foi mensurado com o auxílio da escala Likert de 5 pontos, na qual 1 declara-se a discordância total com a afirmativa e 5 a concordância total. A seguir, maiores detalhes:

Quadro 08 – Definição constitutiva e Operacional de Desejo

DESEJO	Definição constitutiva: O desejo é um estado de espírito de motivação pessoal para realizar uma ação ou objetivo (FAYOLLE; LIÑÁN; MORIANO, 2014).
	<p>Definição operacional: Será operacionalizada mediante as seguintes variáveis:</p> <ul style="list-style-type: none"> e) esperança em tornar-se um empreendedor; 1-Espero que um dia me torne um empreendedor. f) disposição para tornar-se um empreendedor; 2-Estou disposto a fazer o que for preciso para ser um empreendedor. g) o desejo de ser um empreendedor; 3-Meu desejo é ser um empreendedor. h) fazer o possível para abrir e administrar a própria empresa; 4-Farei todo o possível para iniciar e administrar minha própria empresa. <p>(Escala Likert de 1 a 5, onde 1 (discordo totalmente) a 5 pontos (concordo totalmente))</p>

Fonte: Elaborado pela Autora (2023).

O quadro 09, mostra a definição constitutiva e operacional do constructo “Intenção Empreendedora”. Esse constructo também foi mensurado com o auxílio da escala Likert de 5 pontos, na qual 1 declara-se a discordância total com a afirmativa e 5 a concordância total. A seguir, detalhes sobre ele:

Quadro 09 – Definição constitutiva e Operacional de Intenção Empreendedora

INTENÇÃO EMPREENDEDORA	Definição constitutiva: esforço que o indivíduo faz para obter um comportamento empreendedor (LIÑÁN; CHEN, 2009).
	<p>Definição operacional: A intenção empreendedora será operacionalizada mediante as variáveis:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) certeza na criação de uma empresa com produtos inéditos; 1-Tenho certeza que vou criar uma empresa cujos produtos ou serviços sejam inéditos no mercado. b) certeza na criação de uma empresa com processos e equipamentos inovadores; 2-Tenho certeza que vou criar uma empresa que usa processos e equipamentos inovadores. c) clareza nos objetivos para criar a empresa; 3-Tenho passos claros que devo tomar para cumprir meu objetivo de criar minha própria empresa. d) confiança em criar uma empresa; 4-Meu objetivo de criar minha própria empresa é real. <p>(Escala Likert de 1 a 5, onde 1 (discordo totalmente) a 5 pontos (concordo totalmente))</p>

Fonte: Elaborado pela Autora (2023).

3.3 Caracterização geral da pesquisa

De acordo com Burrel e Morgan (1979), os pesquisadores ao realizarem suas pesquisas apresentam posicionamentos implícitos ou explícitos sobre como compreendem a natureza do mundo social e como pode ser observado. Como o indivíduo entende a natureza de um fenômeno, refere-se a sua ontologia. Entende-se como ontologia, a nossa concepção sobre o significado das coisas (SACCOL, 2009). É a partir da ontologia que o indivíduo busca embasamento teórico para fundamentar seu posicionamento, isto é a epistemologia de sua pesquisa (BURREL; MORGAN, 1979).

Ontologicamente essa pesquisa se classifica como realista/objetivista, visto que o realismo admite que o mundo social é constituído por estruturas reais, tangíveis e relativamente imutáveis, que existem independente da concepção humana, em outros termos, pressupõe que o mundo possui uma existência sólida e concreta independente das percepções e construções individuais (BURREL; MORGAN, 1979; SACCOL, 2009).

Em uma perspectiva epistemológica, essa pesquisa tem uma visão positivista. Dessa forma, entende-se que o pesquisador pode descobrir o que realmente acontece por meio da categorização e medição científica do comportamento das pessoas e sistemas (BURREL; MORGAN, 1979).

Para o positivismo a “realidade é uma estrutura concreta, objetiva e externa ao pesquisador suscetível de ser reduzida a variáveis explicativas (independentes) e dependentes por meio de leis que expressam sua relação”. Nesse tipo de pesquisa, “a construção de modelos estatísticos complexos associados à utilização de grandes volumes de dados que permitam testar as relações entre as diversas variáveis, expressas em hipóteses previamente formuladas, é descrita como a abordagem metodológica por excelência” (MAJOR, p. 173, 2017).

Quanto aos objetivos, este estudo se classifica como descritivo, uma vez que descreverá as características de uma certa população, e também como explicativo, visto que este estudo identifica os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos, esse tipo de pesquisa é o que mais acentua o conhecimento teórico da realidade, isso porque procura explicar a razão pela qual os fatos ocorrem, sendo assim é considerado o tipo mais complexo e delicado de pesquisa (GIL, 2008). Neste caso esse estudo utiliza como população os discentes matriculados em Instruções de Ensino Superior do Estado de Sergipe.

Ainda quanto aos objetivos, esse estudo se classifica também como exploratório uma vez que esta pesquisa tem por objetivo familiarizar o problema estudado tornando-o mais explícito, construindo hipóteses e proporcionando maiores informações sobre o assunto

investigado descobrindo um novo tipo de enfoque sobre o tema (ANDRADE, 2002). Mediante essa explicação fica claro que esta pesquisa investiga um novo tipo de enfoque, especialmente porque amplia o modelo Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021), quando explora a mediação da educação empreendedora na relação entre o desejo e a intenção empreendedora.

Quanto a natureza, essa pesquisa é quantitativa. De acordo com Silva, Lopes e Junior (2014), a pesquisa quantitativa só tem sentido frente a um problema muito bem definido, neste caso, pertence-se solucionar a questão: Como o Modelo de Comportamento Direcionado a Metas (MCDM), sob mediação da variável Educação Empreendedora, explica as intenções empreendedoras dos alunos de graduação em Sergipe? No mais, em estudos quantitativos há informação e teoria a respeito do objeto de conhecimento, entendido aqui como o foco da pesquisa e/ou aquilo que se quer estudar.

Quanto a temporalidade, de acordo com Fontelles et al. (2009), esta pesquisa é classificada como pesquisa transversal, longitudinal, prospectiva, retrospectiva e como transversal. A concepção temporal desta pesquisa foi de corte transversal, assim, serão realizadas observações na amostra em um determinado instante no tempo.

3.4 Instrumento de Pesquisa e Pré-Teste

O artigo de Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021). foi base para esse estudo, seu instrumento de pesquisa foi traduzido por um profissional da área (professor de Letras-Português/Inglês) e será aqui adotado (ver Apêndice A) para coletar as informações frente a estudantes universitários em Sergipe. O questionário original possui 22 questões, a saber:

Quadro 10 – Questionário aplicado a alunos do ensino médio na Colômbia

Constructos	Questões
Atitudes pessoais	O empreendedorismo me atrai muito?
	Entre várias opções, eu preferia ser um empreendedor?
Norma subjetiva	Qual a opinião dos meus pais sobre ser empreendedor?
Percepção e controle do comportamento	Estou qualificado para propor soluções inovadoras e identificar alternativas que contribuam para a minha comunidade em situações reais?
	Sou capaz de motivar as pessoas a realizar um projeto, conquistando a confiança da minha equipe de trabalho?
Desejo	Espero que um dia me torne um empreendedor?
	Estou disposto a fazer o que for preciso para ser um empreendedor?
	Meu desejo é ser um empreendedor?
	Farei todo o possível para iniciar e administrar minha própria empresa.
Intenção empreendedora	Tenho certeza de que vou criar uma empresa cujos produtos ou serviços sejam inéditos no mercado?
	Tenho certeza de que vou criar uma empresa que usa processos e equipamentos inovadores?
	Tenho passos claros que devo tomar para cumprir meu objetivo de criar minha própria empresa?
	Acho que meu objetivo de criar minha própria empresa é real.
Emoções Negativas Antecipadas (ENA)	Criar minha própria empresa me permitirá evitar um baixo nível de renda?
	Criar minha própria empresa evitará um futuro sombrio para mim e minha família?
	Criar minha própria empresa me permitirá evitar ter um chefe?
	Criar minha própria empresa me permitirá evitar um trabalho desmotivador?
Emoções Positivas Antecipadas (EPA)	Criar minha própria empresa me fará ganhar reconhecimento entre outros e aumentar meu status social?
Frequência do comportamento passado	Frequência com que uso parte do meu tempo aprendendo sobre como criar minha própria empresa?
	Frequência com que investigo para reconhecer oportunidades para criar uma empresa?
	Frequência com que resolvo problemas que envolvem cálculos financeiros?
	Frequência com que trabalho em projetos que envolvem atividades empresariais?

Fonte: Elaborado pela Autora, com base em Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021).

A este questionário, foi acrescido o constructo Educação Empreendedora. Para tanto uma escala validada foi utilizada, a saber:

Quadro 11 – Questionário acrescido ao questionário que foi aplicado neste estudo

Constructo	Questões
Educação Empreendedora	Eu invisto muito tempo e energia estudando as últimas atualizações sobre gestão empresarial.
	Eu recebi alguma educação sobre como ser um empreendedor, ou como empreender, ou algum treinamento empreendedor.
	Eu tenho muito conhecimento sobre empreendedorismo.
	Tenho muitas experiências empreendedoras.

Fonte: Elaborado pela Autora, com base em Liu, Lin, Zhao e Zhao (2019).

Para mensurar os constructos atitudes pessoais, educação empreendedora, desejo, intenção, percepção e controle do comportamento e emoções positivas e negativas antecipadas utilizou-se de escala do tipo *Likert*, de concordância que variaram de 1 (discordo totalmente) a 5 pontos (concordo totalmente).

No constructo norma subjetiva as respostas foram categorizadas com uma escala, do tipo *Likert*, de cinco pontos que variaram de 1 (muito positivo) a 5 (muito negativo), já no constructo frequência do comportamento passado as respostas serão avaliadas por meio de uma escala *Likert* de cinco pontos que variaram de 1 (Nunca) a 5 (Sempre).

Percebe-se que o artigo, base dessa pesquisa, por ter sido feito no nível médio de ensino, foi elaborado para adolescentes entre 15 e 17 anos. Mediante essa afirmação foi necessário modificar as proposições do instrumento de pesquisa para um melhor entendimento, para tanto um pré-teste foi realizado.

O pré-teste, definem Milani et al. (2018), é a fase inicial para que haja compreensão dos itens do questionário da versão adaptada mantendo assim uma maior proximidade com a ideia do questionário original, bem como a facilidade de interpretação e compreensão dos respondentes. O pré-teste foi aplicado a 5 pessoas do universo do estudo, conforme layout e instruções de preenchimento do mesmo. Foram observadas algumas dificuldades de alguns respondentes quanto ao vocabulário da pesquisa. Dois dos cinco entrevistados tiveram dúvidas sobre questões com alguma falta de clareza. Por outro lado, os outros três entrevistados responderam ao questionário com facilidade e sem nenhuma dúvida, gastando em média, 5 minutos para o preenchimento de todo o questionário, dessa forma foi possível obter sugestões de melhorias. Após esse pré-teste as sugestões foram analisadas e ponderadas e as seguintes

alterações foram feitas: a) inclusão do tempo gasto (em minutos) para a responder o questionário e b) melhoria sobre erros de digitação e compreensão de ideias.

3.5 População e amostra

Em conformidade com o objetivo dessa pesquisa em explicar as intenções empreendedoras de estudantes do ensino superior em Sergipe, o universo dessa pesquisa foi composto por estudantes do ensino superior, das IES do estado de Sergipe. Com base na pesquisa da SEMESP (2022), o estado de Sergipe possui 18 IES, dentre elas 2 públicas, que ofertam cursos presenciais e a distância. A amostra foi obtida tanto na esfera pública quanto particular, sendo admitido alunos de diversos cursos ativos nas instituições, sendo o público alvo todos os alunos de graduação do das IES do estado de Sergipe, tendo cursado ou não a disciplina empreendedorismo.

Por ser pouco provável alcançar todos os elementos do universo amostral da pesquisa foi necessário utilizar de técnicas de amostragem não probabilísticas por acessibilidade ou conveniência (CASTANHEIRA, 2013).

A amostra não probabilística apresenta viés amostral, onde podem levar a resultados equivocados, dos quais podem ocorrer viés de seleção e do viés de publicação (WHEELAN, 2016). Porém para minimizar o viés, os resultados devem ser acompanhados por uma descrição detalhada de como a amostra foi obtida, para que o leitor avalie a credibilidade desses resultados (FREITAG, 2018).

Para a que a amostra esteja dentro dos parâmetros aceitáveis ela deve levar em consideração o critério de Cohen sobre o poder estatístico está relacionado a quantidade de caminhos em direção a um constructo juntamente com o seu nível de significância sobre a estimativa de R^2 e também 80% de chances de encontrar o efeito investigado, caso realmente ele exista na população (COHEN, 1988).

Tabela 01 – Tamanho de amostra em PLS-SEM (80% de poder estatístico)

Nº máximo de caminhos em direção a um único constructo	Nível de significância											
	1%				5%				10%			
	R ² mínimo				R ² mínimo				R ² mínimo			
	0,10	0,25	0,50	0,75	0,10	0,25	0,50	0,75	0,10	0,25	0,50	0,75
2	158	75	47	38	110	52	33	26	88	41	26	21
3	176	84	53	42	124	59	38	30	100	48	30	25
4	191	91	58	46	137	65	42	33	111	53	34	27
5	205	98	62	50	147	70	45	36	120	58	37	30

Fonte: Elaborado pela autora baseado em Hair Jr. et al. (2014)

Segundo Hair Jr. Et al. (2009), o tamanho mínimo da amostra deve levar em consideração 5 % de casos para cada indicador. Como foram usados 33 indicadores no questionário que foi aplicado neste estudo e pelo motivo do constructo Desejo possuir 5 caminhos direcionados a ele, sendo assim o constructo com maior número de relações, então o tamanho mínimo da amostra foram de 147 casos para alcançar um poder estatístico de 80 %, detectando valores mínimos de R² de 0,10 e 5% de probabilidade de erro.

3.6 Técnicas de coleta de dados

Para a coleta de dados foi desenvolvido um questionário eletrônico feita por meio de um *survey online*, mediante *Google Forms* e disponibilizado por intermédio de um *link* personalizado. O questionário eletrônico foi disponibilizado nas instituições de ensino superior e em redes sociais, como *whatsapp*, *Instagram*, *facebook*, *e-mail*, buscando com essa ação um público elevado de respondentes para que a pesquisa fosse realizada com maior amplitude. Também foram feitas algumas visitas em salas de aula de instituições públicas e particulares para abordagem de alunos para poderem responder o questionário.

O controle sobre o preenchimento do questionário foi assegurado através da necessidade em assinalar todas as questões para que fosse possível concluí-lo. O público alvo desse questionário foram os alunos de graduação de instituições de ensino superior de Sergipe, onde foi utilizado um questionário online com 35 questões. Para garantir que os respondentes fossem alunos de IEs do estado de Sergipe foi elaborada a questão: Faz algum curso de graduação em

alguma IES - Instituição de Ensino Superior do estado de Sergipe? Se o respondente negasse a questão o questionário era fechado e não aceitaria resposta do mesmo número de IP e e-mail.

No período que compreendeu entre dezembro de 2022 à março de 2023 foi disponibilizado o questionário online ativo para coletar as respostas. Houve um total de 157 respostas, sendo que houve 9 respostas invalidadas, com um respondente que não concordou em participar da pesquisa respondendo o questionário, e os outros 8 participantes apesar de terem concordado em participar da pesquisa não estavam matriculados em algum curso de graduação em alguma instituição de ensino superior do Estado de Sergipe tornando assim inválidos para pesquisa, mediante o total de respostas coletadas e respostas invalidadas foram totalizadas 148 respostas válidas.

O tamanho da amostra ultrapassou em 1 respondente o tamanho mínimo (147 casos) ficando dentro dos parâmetros de Hair Jr. Et al. (2009), para atingir um poder estatístico de 80 %, detectando valores mínimos de R^2 de 0,10 e 5% de probabilidade de erro.

3.7 Técnicas de análises dos dados

Os procedimentos que foram empregados neste estudo para a análise dos dados coletados envolvem testes de estatística descritiva e técnicas de análise multivariada, utilizando os softwares estatísticos *SPSS 22* e *WarpPLS 8.0*, de acordo com a ordem abaixo:

- a. análise descritiva das variáveis de caracterização da amostra com frequência e percentual para observação do perfil dos integrantes da amostra;
- b. análise das variáveis manifestas por média, mediana e desvio padrão, para observar as características de tendência central de cada uma delas;
- c. análise fatorial confirmatória das variáveis latentes para verificar a validade e confiabilidade do modelo de mensuração;
- d. modelagem de equações estruturais com o objetivo de avaliar as relações entre as variáveis do modelo estrutural.

3.7.1 Modelagem de Equações estruturais

A Modelagem de equações estruturais (SEM), é uma técnica estatística que associa múltiplas variáveis com o objetivo de estimar uma série de relações de dependência simultaneamente (HAIR JR. et al., 2009; MARÔCO, 2010). Segundo Hair Jr. et al. (2009), outra capacidade da SEM é a de incorporar variáveis latentes na análise. Este tipo de variável é um conceito teorizado e não observado que pode ser representado por variáveis observáveis ou

mensuráveis. A variável ou construto latente é medida indiretamente pelo exame da consistência de múltiplos indicadores ou variáveis manifestas (HAIR JR. et al., 2009).

A modelagem de equações estruturais que utiliza variáveis latentes e observáveis é constituída por dois modelos, um modelo de mensuração e um modelo estrutural. O modelo mensuração tem o objetivo de verificar se os itens de cada constructo medem com precisão o seu respectivo conceito, enquanto o modelo estrutural define as relações de causa ou associação entre as variáveis (HAIR JR. et al., 2009).

Metodologias baseadas em SEM são particularmente úteis no desenvolvimento e expansão da teoria, principalmente quando fatores de segunda e até de terceira ordem possibilitam um melhor entendimento das relações que podem não estar aparentes. Há duas técnicas de SEM: uma com base em covariância (CB-SEM), que tem o objetivo de minimizar as diferenças entre as matrizes de covariância observadas e esperadas, e outra com base nos mínimos quadrados parciais (PLS-SEM) que procura à maximização da variância explicada dos constructos (HAIR; GABRIEL; PATEL, 2014). Segundo Hair Jr. et al. (2017), entre algumas características da PLS-SEM estão a possibilidade de ter altos níveis de poder estatístico com pequenas amostras e a não suposição de distribuição normal, ou seja, a PLS-SEM é um método não paramétrico.

O software que foi utilizado nesta pesquisa foi o *WarpPLS* 8.0 (KOCK, 2010; 2011; 2015a; 2020). Este software estatístico utiliza o algoritmo *PLS regression* de Wold (WOLD, 1982), que infla os coeficientes, diminui os níveis de colinearidade e possui pesos mais estáveis. O *WarpPLS* também reduz os erros de interpretação dos resultados, pois não permite a influência do modelo estrutural no modelo de mensuração, inclusive é capaz de identificar relações não lineares entre os construtos, o que é útil, pois nem sempre há relações lineares (KOCK, 2020).

4 RESULTADOS

Neste capítulo são apresentados e analisados os dados que foram coletados nesse estudo. A princípio são expostos os resultados da pesquisa partindo da análise estatística descritiva e, dando prosseguimento, com as análises multivariadas.

4.1 Análise descritiva da amostra

A amostra utilizada nesse estudo foi de 148 respondentes (estudantes de nível superior em Sergipe). Os indicadores utilizados com o intuito de descrever o perfil dos participantes dessa amostra, formam: idade, gênero, se faz curso em alguma IES do estado de Sergipe, a natureza da IES frequentada, o curso que realiza, a quantidade de períodos do curso, o período em que está cursando, se possui vínculo trabalhista, se já cursou a disciplina de empreendedorismo ou equivalente, se possui pais ou parentes que empreendem ou já empreenderam e renda mensal familiar.

A tabela 02 retrata a classificação dos respondentes da pesquisa segundo suas faixas-etárias. De acordo com os dados, 23,6% dos respondentes possuem até 20 anos de idade. A maioria da amostra (51,4 %) declarou possuir entre 21 e 30 anos. Outra parcela, aqueles entre 31 e 40 anos representaram 17,6% dos respondentes. Aqueles entre 41 e 50 anos foram exatamente 4,7% da amostra. Por sua vez, o menor número de respondentes (2,7%) se incluiu na faixa-etária acima de 50 anos. Assim, conforme a classificação de Gonçalves (2016), a maioria dos respondentes são jovens adultos.

Tabela 02 – Idade dos participantes

Idade dos Participantes	Frequência	% das respostas	% acumulado
Até 20 anos	35	23,6	23,6
De 21 a 30 anos	76	51,4	75,0
De 31 a 40 anos	26	17,6	92,6
De 41 a 50 anos	7	4,7	97,3
Acima de 50 anos	4	2,7	100,0
Total	148	100,0	

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

Em relação ao sexo, pode-se observar na tabela 03 que 54,1 % dos participantes da pesquisa declararam-se do sexo masculino e 45,9% do sexo feminino. Amostra bastante equilibrada no que diz respeito ao indicador sexo dos respondentes

Tabela 03 – Sexo dos participantes

Sexo	Frequência	% das respostas	% acumulado
Masculino	80	54,1	54,1
Feminino	68	45,9	100,0
Total	148	100,0	

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

Observando a tabela 04, é possível afirmar que a maioria dos respondentes (64,9%) são advindos das IES públicas. Aqueles originários das IES privadas representam 35,1% da amostra.

Tabela 04 – Natureza das IES

Natureza das IES	Frequência	% das respostas	% acumulado
Pública	96	64,9	64,9
Privada	52	35,1	100,0
Total	148	100,0	

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

A tabela 05, revela que os cursos com maior incidência de respondentes são: Administração, com 42,6% dos respondentes, seguido do curso de Direito (8,1%) e dos cursos de Análise e Desenvolvimento de Sistemas (6,8%) e Enfermagem (6,8%).

Tabela 05 – Curso de Graduação

Curso de graduação	Frequência	% das respostas	% acumulado
Administração	63	42,6	42,6
Física	3	2,0	44,6
Arquitetura e urbanismo	2	1,4	45,9
Biblioteconomia	2	1,4	47,3
Engenharia de produção	2	1,4	48,6
Pedagogia	2	1,4	50,0
Psicologia	2	1,4	51,4
Química	2	1,4	52,7
Agroindústria	1	0,7	53,4
Biologia	1	0,7	54,1
Engenharia de computação	1	0,7	54,7
Direito	12	8,1	62,8
Fisioterapia	1	0,7	63,5
Geologia	1	0,7	64,2
Gestão financeira	1	0,7	64,9
Matemática computacional	1	0,7	65,5
Sistema da informação	1	0,7	66,2
Análise e desenvolvimento de sistemas	10	6,8	73,0
Enfermagem	10	6,8	79,7
História	7	4,7	84,5
Odontologia	7	4,7	89,2
Ciências contábeis	6	4,1	93,2
Farmácia	6	4,1	97,3
Letras	4	2,7	100,0
Total	148	100,0	

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

Os cursos de graduação consultados nesta pesquisa costumam possuir 10 períodos de duração, no entanto, alguns deles possuem 4 ou 5 períodos; é o caso dos cursos de graduação tecnológicos, regidos pela resolução CNE/CP nº 3, de 18 de dezembro de 2002. Na tabela 06 são apresentadas a quantidade máxima de períodos nos cursos de Graduação aqui consultados:

Tabela 06 – Quantidade máxima de períodos nos cursos de Graduação

Quantidade máx. de períodos	Frequência	% das respostas	% acumulado
4,0	1	0,7	0,7
5,0	1	0,7	1,4
8,0	16	10,8	12,2
10,0	130	87,8	100,0
Total	148	100,0	

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

O período curricular dos respondentes também foi uma informação levantada nesta pesquisa e expressa na tabela 07:

Tabela 07 – Período curricular dos respondentes

Período curricular do respondente	Frequência	% das respostas	% acumulado
1,0	2	1,4	1,4
2,0	25	16,9	18,2
3,0	12	8,1	26,4
4,0	29	19,6	45,9
5,0	19	12,8	58,8
6,0	13	8,8	67,6
7,0	5	3,4	70,9
8,0	26	17,6	88,5
9,0	6	4,1	92,6
10,0	9	6,1	98,6
11,0	2	1,4	100,0
Total	148	100,0	

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

Percebe-se que a maioria dos respondentes (19,6%) se encontra no 5º período, isso indica que provavelmente já cursaram a metade do curso. O segundo e terceiros maiores percentuais são, respectivamente, de respondentes cursando o 8º (17,6%) e o 2º períodos (16,9%).

A pesquisa revelou um quadro bastante equilibrado entre os respondentes que possuem vínculo trabalhista e ou desempregados. A tabela 08 mostra que 52% dos respondentes afirmam não possuir vínculo trabalhista enquanto 48% afirmam possuir vínculo trabalhista.

Tabela 08 – Vínculo trabalhista

Vínculo trabalhista	Frequência	% das respostas	% acumulado
Sim	71	48,0	48,0
Não	77	52,0	100,0
Total	148	100,0	

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

A maioria dos respondentes (61,5%) declarou já ter cursado a disciplina empreendedorismo ou alguma equivalente. Os que declaram não ter cursado representa 38,5 %

da amostra. Tal resultado pode ser reflexo do número de estudantes que já cumpriram a metade do curso e muito provavelmente já tiveram acesso a conteúdos relacionados a temática empreendedorismo. Na tabela 09 maiores detalhes:

Tabela 09 – Cursou a disciplina de empreendedorismo ou equivalente

Cursou a disciplina de empreendedorismo ou equivalente?	Frequência	% das respostas	% acumulado
Sim	57	38,5	38,5
Não	91	61,5	100,0
Total	148	100,0	

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

A renda mensal familiar dos estudantes consultados foi detalhada na tabela 10. Assim, a maioria (41,2%) deles declara receber entre 1 e 3 salários-mínimos. Aqueles que recebem 1 salário-mínimo representam 21,6% da amostra. Os que recebem entre 3 e 6 salários-mínimos representam 19,6 % dos respondentes. Aqueles que declararam renda familiar entre 6 e 9 salários-mínimos, totalizaram 10,1% da amostra. No mais, apenas 7,4% dos inquiridos declararam deter uma renda familiar acima de 9 salários-mínimos, como mostra a tabela 11, a seguir:

Tabela 10 – Renda mensal familiar

Renda mensal familiar	Frequência	% das respostas	% acumulado
1 salário-mínimo	32	21,6	21,6
1 a 3 salários-mínimos	61	41,2	62,8
3 a 6 salários-mínimos	29	19,6	82,4
6 a 9 salários-mínimos	15	10,1	92,6
9 a 12 salários-mínimos	5	3,4	95,9
12 a 15 salários-mínimos	3	2,0	98,0
Mais de 15 salários-mínimos	3	2,0	100,0
Total	148	100,0	

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

Na tabela de número 11 observar-se a porcentagem de respondentes com pais ou parentes que empreendem ou já empreenderam. Existe uma disparidade entre os dados encontrados pois, 68,2% dos estudantes inquiridos possuem pais ou parentes que empreendem ou empreenderam contra 31,8% da amostra que respondeu negativamente ao questionamento.

Tabela 11 – Pais ou parentes que empreendem ou empreenderam

Pais ou parentes que empreendem ou empreenderam	Frequência	% das respostas	% acumulado
Sim	101	68,2	68,2
Não	47	31,8	100,0
Total	148	100,0	

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

De forma detalhada, mostrou-se acima a estatística descritiva que caracterizou a amostra desta pesquisa. A seguir analisa-se as variáveis do modelo do estudo em questão.

Com relação ao perfil dos respondentes, foi possível verificar que a maioria deles são jovens adultos, pois possuem entre 20 e 40 anos, são do sexo masculino, possuem renda familiar de 1 a 3 salários-mínimos, estão em IES públicas e cursaram até o 5º período de Administração de Empresas. Em sua maioria, eles encontram-se no mercado de trabalho como estagiários ou bolsistas, que não cursaram a disciplina empreendedorismo ou alguma equivalente e declararam possuir algum parente que empreende ou já empreendeu.

4.2 Análise das Variáveis do Modelo da pesquisa

A análise apresentada nessa seção teve como objetivo detalhar o padrão de respostas para cada indicador que compõem as variáveis do modelo proposto por Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021), ou seja: Educação Empreendedora, Atitudes Pessoais, Norma Subjetiva, Percepção e Controle do Comportamento, Desejo, Intenção Empreendedora, Emoções Negativas Antecipadas (ENA), Emoções Positivas Antecipadas (EPA), Frequência do Comportamento Passado. Para isso são consideradas estatísticas descritivas: média, mediana e desvio padrão.

4.2.1 Educação empreendedora

A variável Educação Empreendedora foi formada por quatro indicadores, conforme tabela 12. Os dados expostos revelam que, na média, os respondentes discordaram parcialmente quando expostos as afirmativas expressas pelos indicadores: EE-10 (Eu invisto muito tempo e energia estudando as últimas atualizações sobre gestão empresarial); EE_11 (Eu recebi alguma educação empreendedora ou treinamento/curso empreendedor); EE_12 (Eu tenho muito conhecimento sobre empreendedorismo) e EE_13 (Tenho muitas experiências

empreendedoras); nessas situações as médias foram respectivamente 2,38; 2,76; 2,40 e 2,05. Os desvios-padrões dos indicadores EE-10, EE_11, EE_12 e EE_13, respectivamente, 1,15; 1,42; 1,08 e 1,03, revelam que as respostas dadas não variaram muito, estão concentradas entorno das médias descritas.

As medianas confirmam a expressiva discordância com os indicadores EE-10, EE12 e EE12; revelam que metade dos estudantes discorda (totalmente ou em partes) com as afirmativas expressas nesses indicadores. A situação menos crítica é vista no indicador E – 11, pois, a mediana (3,00) revela que a metade dos estudantes declaram discordância ou neutralidade frente a afirmativa realizada; enquanto a outra metade concorda ou mantém-se neutra. A seguir, tabela 12 com as informações que foram descritas acima:

Tabela 12 –Educação empreendedora

Educação empreendedora	Média	Mediana	Desvio Padrão
EE_10. Eu invisto muito tempo e energia estudando as últimas atualizações sobre gestão empresarial.	2,38	2,00	1,15
EE_11. Eu recebi alguma educação empreendedora ou treinamento/curso empreendedor	2,76	3,00	1,42
EE_12. Eu tenho muito conhecimento sobre empreendedorismo	2,40	2,00	1,08
EE_13. Tenho muitas experiências empreendedoras	2,05	2,00	1,03

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

Para McClelland (2010), a educação empreendedora ocorre efetivamente quando existe a articulação entre métodos do conhecimento, formação docente e a aplicabilidade dos estudantes mediante os conceitos adquiridos. É percebido pelos dados obtidos que uma parcela expressiva dos respondentes não está sendo educada a contento para o empreendedorismo, seja por meio de atualizações, capacitações ou até mesmo diante de experiências práticas. Tal resultado pode sinalizar que a articulação proposta por McClelland (2010) não está sendo realizada.

4.2.2 Atitudes pessoais

A variável atitudes pessoais, foi formada por dois indicadores, conforme tabela 13. Os dados expostos revelam que na média, os inquiridos posicionaram-se de forma neutra ou indiferente quando foram expostos às afirmativas expressas nos indicadores AP_14 (O empreendedorismo me atrai muito) e AP_15 (Entre várias opções, eu preferia ser um empreendedor); nessas situações as médias foram respectivamente 3,53 e 3,10. Os desvios

padrões dos indicadores AP_14 e AP_15, respectivamente, 1,24 e 1,26, mostram que as respostas dadas não variaram muito, ou seja, estão concentradas entorno das médias descritas.

A mediana do indicador AP_14 (4,0), no entanto, revela que a metade dos respondentes concordaram, em algum grau, com a afirmativa ali expressa. Já a mediana correspondente ao indicador AP_15 (3,0) sinaliza que a metade da amostra continua neutra diante da afirmação ou discorda em algum grau; enquanto a outra metade dos respondentes mantêm-se neutra ou concorda (em partes ou totalmente) com a afirmativa. A seguir encontra-se a tabela 13 com as informações que foram descritas:

Tabela 13 – Atitudes pessoais

Atitudes pessoais	Média	Mediana	Desvio Padrão
AP_14. O empreendedorismo me atrai muito.	3,53	4,00	1,24
AP_15. Entre várias opções, eu preferia ser um empreendedor	3,10	3,00	1,26

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

As atitudes pessoais procuram mensurar o quão positivo ou negativo pode ser um comportamento em relação a alguma atitude a ser tomada (LONDONO; WILSON; OSÓRIO-TINOCO, 2021), sendo assim uma expressão de julgamento. Percebe-se, especialmente diante da análise da mediana, que a metade dos respondentes se sente muito atraído a abrir um empreendimento no futuro; no entanto, frente a outras possibilidades profissionais os respondentes parecem bem devidos com relação a preferência ou não pela carreira empreendedora.

4.2.3 Norma subjetiva

A variável Norma Subjetiva foi formada por um indicador, visto que o artigo base dessa pesquisa utiliza somente esta afirmativa para mensurar o constructo, conforme tabela 14. Esse indicador foi o único a ser mensurado com a escala invertida sendo, 1 para muito positivo e 5 para muito negativo, considerando essa peculiaridade foram feitos os devidos cuidados ao tratar dos dados.

Ao serem exposto a afirmativa expressa no indicador NS_16 (Qual a opinião dos meus pais sobre ser empreendedor), na média, os respondentes revelam que seus pais possuem opiniões muito positivas ou positivas acerca do empreendedorismo como opção profissional.

Nessa situação a média obtida foi de 2,54. O desvio padrão do indicador NS_16, (1,16) revela que as respostas obtidas não variaram muito e estão concentradas entorno da média apresentada.

A mediana confirma que metade dos estudantes acreditam que seus pais percebem o empreendedorismo de forma neutra/indiferente ou positiva; enquanto a outra metade acredita ter pais neutros ou com opções negativas sobre ser empreendedor. A tabela 14, a seguir, mostra as informações que foram descritas acima:

Tabela 14 – Norma subjetiva

Norma subjetiva	Média	Mediana	Desvio Padrão
NS_16. Qual a opinião dos meus pais sobre ser empreendedor?	2,54	3,00	1,16

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

A norma subjetiva é a pressão social que é exercida em um indivíduo na situação em se tornar ou não um empreendedor, sendo proveniente do meio social em que o indivíduo vive e se socializa, com a influência de familiares e amigos, nas crenças que são introduzidas em decorrer de sua vida e na motivação em cumprir as mesmas (FAYOLLE; LIÑÁN; MORIANO, 2014). O julgamento positivo, por parte dos pais dos respondentes acerca do processo empreendedor, pode promover pressões futuras para que alguns dos indivíduos inqueridos venham a se tornar empreendedores; justificando, em parte, a escolha profissional.

4.2.4 Percepção e controle do comportamento

A variável Percepção e Controle do Comportamento foi formada por dois indicadores, conforme tabela 15. A média diante das afirmativas expressas nos indicadores PCC_17 (Estou qualificado para propor soluções inovadoras e identificar alternativas que contribuam para a minha comunidade em situações reais) e PCC_18 (Sou capaz de motivar as pessoas a realizar um projeto, conquistando a confiança da minha equipe de trabalho); respectivamente 3,06 e 3,54, sinalizam indiferença dos respondentes diante das afirmações. Os desvios padrões dos indicadores PCC_17 e PCC_18, respectivamente, 1,12 e 1,07, revelam que as respostas dadas não variaram muito, estão concentradas entorno das médias descritas.

A mediana do indicador PCC_17 (3,0) confirma que a metade dos respondentes discordaram (totalmente ou em partes) ou mantiveram-se neutros com relação a afirmativa ali feita; a outra metade concordou (partes ou totalmente) ou se manteve neutra diante da afirmativa. Por sua vez, a mediana do indicador PCC_18 (4,0) sinaliza que a metade dos

respondentes concordam em parte ou na totalidade com a afirmativa ali expressa. A seguir, tabela 15 com as informações que foram descritas acima:

Tabela 15 –Percepção e controle do comportamento

Percepção e controle do comportamento	Média	Mediana	Desvio Padrão
PCC_17. Estou qualificado para propor soluções inovadoras e identificar alternativas que contribuam para a minha comunidade em situações reais.	3,06	3,00	1,12
PCC_18. Sou capaz de motivar as pessoas a realizar um projeto, conquistando a confiança da minha equipe de trabalho.	3,54	4,00	1,07

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

A PCC refere-se à percepção do indivíduo sobre a facilidade ou dificuldade de se tornar um empreendedor abordando sua percepção em relação a capacidade de executar um comportamento (FAYOLLE; LIÑÁN; MORIANO; 2014). Verificando-se a Mediana, em especial, é possível salientar que existe uma neutralidade por parte dos entrevistados que impossibilita expressar a parcela deles que estar preparada para propor soluções inovadoras e identificar alternativas que contribuam socialmente. Por sua vez, um número relevante de pessoas (50% da amostra) acredita ser capaz de motivar e conquistar a confiança da equipe de trabalho; competência indispensável ao empreendedor.

4.2.5 Desejo

A variável Desejo foi formada por quatro indicadores, conforme tabela 16. As médias resultantes da pesquisa neutralidade/indiferença como relação aos indicadores: D_19 (Espero que um dia me torne um empreendedor), D_20 (Estou disposto a fazer o que for preciso para ser um empreendedor); D_21 (Meu desejo é ser um empreendedor) e D_22 (Farei todo o possível para iniciar e administrar minha própria empresa); nessas situações as médias foram respectivamente 3,68; 3,08; 3,12 e 3,24. Os desvios padrões dos indicadores D_19, D_20, D_21, e D_22, respectivamente, 1,11; 1,20; 1,31; E 1,24, revelam que as respostas dadas não variaram muito, e estão concentradas entorno das médias descritas.

As medianas confirmam a expressiva indiferença com os indicadores D_20, D_21, e D_22; metade dos estudantes discordam ou são indiferentes com as afirmativas expressas nessas ocasiões; a outra metade expressa concordância ou indiferença com relação a essas mesmas alternativas. A situação mais positiva é vista está no indicador D_19, pois, a mediana (4,00) revela que a metade dos estudantes declaram concordância (parcial ou total) frente a afirmativa realizada. A seguir, tabela 16 com as informações que foram descritas acima:

Tabela 16 – Desejo

Desejo	Média	Mediana	Desvio Padrão
D_19. Espero que um dia me torne um empreendedor.	3,68	4,00	1,11
D_20. Estou disposto a fazer o que for preciso para ser um empreendedor.	3,08	3,00	1,20
D_21. Meu desejo é ser um empreendedor.	3,12	3,00	1,31
D_22. Farei todo o possível para iniciar e administrar minha própria empresa.	3,24	3,00	1,24

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

Para Perugini e Bagozzi (2001), o desejo é a realização do ato, ação ou objetivo motivado pelo estado de espírito de um indivíduo. Os dados acima revelam que pelo menos 50% dos respondentes pretendem empreender um dia, contudo, muitos não estão dispostos a empreender a qualquer custo.

4.2.6 Intenção empreendedora

A variável Intenção Empreendedora foi formada por quatro indicadores, conforme tabela 17. As médias obtidas revelam discordância com as afirmativas expressas nos indicadores IE_23 (Tenho certeza de que vou criar uma empresa cujos produtos ou serviços sejam inéditos no mercado) e IE_25 (Tenho passos claros que devo tomar para cumprir meu objetivo de criar minha própria empresa); nessas situações as médias foram respectivamente 2,75 e 2,70. Vê-se, entretanto, um posicionamento neutro/indiferente diante das afirmativas expressas nos indicadores IE_24 (Tenho certeza de que vou criar uma empresa que usa processos e equipamentos inovadores) e IE_26 (Meu objetivo de criar minha própria empresa é real); nessas situações as médias foram respectivamente 3,10 e 3,14. Os desvios padrões dos indicadores IE_23; IE_24; IE_25 e IE_26, respectivamente, 1,15; 1,20; 1,23 e 1,41, revelam que as respostas dadas não variaram muito, estão concentradas entorno das médias descritas.

As medianas confirmam a expressiva indiferença/neutralidade com os indicadores IE_23; IE_24; IE_25 e IE_26; onde metade dos estudantes discordam (totalmente ou em partes) ou permanecem neutros com as afirmativas expressas nessas ocasiões; já a outra metade concorda (totalmente ou em partes) ou permanece neutra ao ser confrontada com as afirmações. A seguir, tabela 17 com as informações que foram descritas acima:

Tabela 17 – Intenção empreendedora

Intenção empreendedora	Média	Mediana	Desvio Padrão
IE_23. Tenho certeza de que vou criar uma empresa cujos produtos ou serviços sejam inéditos no mercado.	2,75	3,00	1,15
IE_24. Tenho certeza de que vou criar uma empresa que usa processos e equipamentos inovadores.	3,10	3,00	1,20
IE_25. Tenho passos claros que devo tomar para cumprir meu objetivo de criar minha própria empresa.	2,70	3,00	1,23
IE_26. Meu objetivo de criar minha própria empresa é real	3,14	3,00	1,41

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

Mediante os resultados expressos na tabela 17, a mediana mostra uma distribuição quantitativa muito equilibrada junto aos marcadores de concordância e discordância, em todas as afirmativas. A média deixa visível que a concentração de notas mais baixas (na faixa da discordância) se deu nas afirmativas vinculadas aos indicadores IE_23 e IE_25, assim existe uma parcela relevante de pessoas que discorda com as afirmativas em questão. Tal discordância é resultado da falta de certeza do potencial de inovação da empresa que possa vir a ser criada, e ainda, na falta de clareza acerca das decisões a tomar para concretizar a própria empresa. Como sabido, as intenções empreendedoras são a representação cognitiva célere para a realização de um determinado comportamento como também de um antecedente imediato do comportamento (VIRICK; BASU; ROGERS, 2015). Mediante os resultados obtidos, a neutralidade de boa parte dos respondentes, pode resultar em pouca previsibilidade com relação a intenção empreendedora.

4.2.7 Emoções Negativas Antecipadas (ENA)

A variável Emoções Negativas Antecipadas (ENA) foi formada por quatro indicadores, conforme tabela 18. As médias encontradas revelam neutralidade ou indiferença frente as afirmativas expressas em todos os indicadores: ENA_27 (Criar minha própria empresa me permitirá evitar um baixo nível de renda); ENA_28 (Criar minha própria empresa evitará um futuro sombrio para mim e minha família); ENA_29 (Criar minha própria empresa me permitirá evitar ter um chefe) e ENA_30 (Criar minha própria empresa me permitirá evitar de ter um trabalho desmotivador); nessas situações as médias foram respectivamente 3,41; 3,35; 3,85 e 3,40. Os desvios-padrões dos indicadores ENA_27, ENA_28, ENA_29 e ENA_30, respectivamente, 1,34; 1,31; 1,16 e 1,30, revelam que as respostas obtidas não variaram muito, estão concentradas entorno das médias descritas.

As medianas confirmam a expressiva concordância (parcial ou total) com os indicadores ENA_27, ENA_29 e ENA_30; onde metade dos estudantes concorda parcialmente ou totalmente com as afirmativas expressas nesses indicadores. A situação se modifica perante o indicador ENA_28, pois, a mediana (3,00) revela que metade dos estudantes declaram discordância ou neutralidade frente a afirmativa; a outra metade declara concordância ou neutralidade realizada. A seguir, tabela 18 com as informações que foram descritas:

Tabela 18 – Emoções negativas antecipadas (ENA)

Emoções Negativas Antecipadas (ENA)	Média	Mediana	Desvio Padrão
ENA_27. Criar minha própria empresa me permitirá evitar um baixo nível de renda.	3,41	4,00	1,34
ENA_28. Criar minha própria empresa evitará um futuro sombrio para mim e minha família.	3,35	3,00	1,31
ENA_29. Criar minha própria empresa me permitirá evitar ter um chefe.	3,85	4,00	1,16
ENA_30. Criar minha própria empresa me permitirá evitará de ter um trabalho desmotivador.	3,40	4,00	1,30

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

Os dados acima mostram que existe um número expressivo de respondentes que vê no empreendedorismo uma alternativa para evitar emoções negativas na esfera profissional. Assim muitos respondentes acreditam que seja possível evitar uma renda baixa, um futuro difícil, um chefe e um trabalho desmotivador. As emoções negativas antecipadas funcionam como “variáveis independentes com base em um processo de decisão que leva em consideração as consequências julgadas de alcance de metas e falha de metas” (PERUGINI; BAGOZZI, p.83, 2001).

4.2.8 Emoções Positivas Antecipadas (EPA)

A variável Emoções Positivas Antecipadas (EPA) foi formada por um indicador, visto que o artigo base dessa pesquisa utilizou somente um indicador para analisar o constructo, conforme tabela 19.

A média encontrada expressa neutralidade ou indiferença dos respondentes frente a afirmativa expressa no indicador EPA_31 (Criar minha própria empresa me fará ganhar reconhecimento entre outros e aumentar meu status social), onde nessa situação a média obtida foi 3,64. O desvio padrão do indicador EPA_31, que foi 1,30, revela que as respostas dadas não variaram muito e que estão concentradas entorno da média apresentada.

A mediana, neste caso, apresenta-se mais; mostra que a metade dos estudantes consultados concordam com a afirmativa expressa nessa ocasião. A seguir, tabela 19 com as informações que foram descritas acima:

Tabela 19 – Indicador de emoções positivas antecipadas (EPA)

Emoções Positivas Antecipadas (EPA)	Média	Mediana	Desvio Padrão
EPA_31. Criar minha própria empresa me fará ganhar reconhecimento entre outros e aumentar meu status social.	3,64	4,00	1,30

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

A Mediana evidência que a metade dos respondentes acredita que ao criar a própria empresa ganhará reconhecimento entre outros e aumentar do status social as emoções positivas antecipadas são vistas principalmente como metas alcançáveis, ou seja, concretas (PERUGINI; BAGOZZI, 2001); assim esses respondentes tendem verdadeiramente a acreditar que sendo empreendedores a situação acima descrita deve se concretizar

4.2.9 Frequência do comportamento passado

A variável Frequência do Comportamento Passado foi formada por quatro indicadores, conforme tabela 20. Os resultados revelam que, na média, raramente, os respondentes usam parte do tempo para: aprender sobre como criar a própria empresa; (FCP_32) reconhecer oportunidades para criar uma empresa (FCP_33); resolve problemas que envolvam cálculos financeiros (FCP_34) e trabalha em projetos que envolvam atividades empresariais (FCP_34); nessas situações as médias foram respectivamente 2,43; 2,55; 2,98; e 2,70. Os desvios padrões dos indicadores FCP_32, FCP_33, FCP_34 e FCP_35, respectivamente, 1,04; 1,17; 1,20 e 1,31, revelam que as respostas dadas não variaram muito, estão concentradas entorno das médias descritas.

A mediana (2,0) confirma que a metade dos estudantes desta amostra, nunca ou raramente usam parte do tempo para aprender sobre como criar a própria empresa (FCP_32). Com frequência um pouco maior (varando entre às vezes, quase sempre e a sempre), a metade dos respondentes realizam as atividades salientadas nos indicadores FCP_33, FCP_34 e FCP_35; a metade restante declara nunca, raramente ou às vezes realizá-las; isso porque a mediana desses indicadores foi exatamente 3,0. A seguir, tabela 20 com as informações que foram descritas acima:

Tabela 20 – Indicadores da frequência do comportamento passado

Frequência do comportamento passado	Média	Mediana	Desvio Padrão
FCP_32. Com que frequência uso parte do meu tempo aprendendo sobre como criar minha própria empresa.	2,43	2,00	1,04
FCP_33. Com que frequência investigo para reconhecer oportunidades para criar uma empresa	2,55	3,00	1,17
FCP_34. Com que frequência resolvo problemas que envolvam cálculos financeiros.	2,98	3,00	1,20
FCP_35. Com que frequência trabalho em projetos que envolvam atividades empresariais.	2,70	3,00	1,31

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

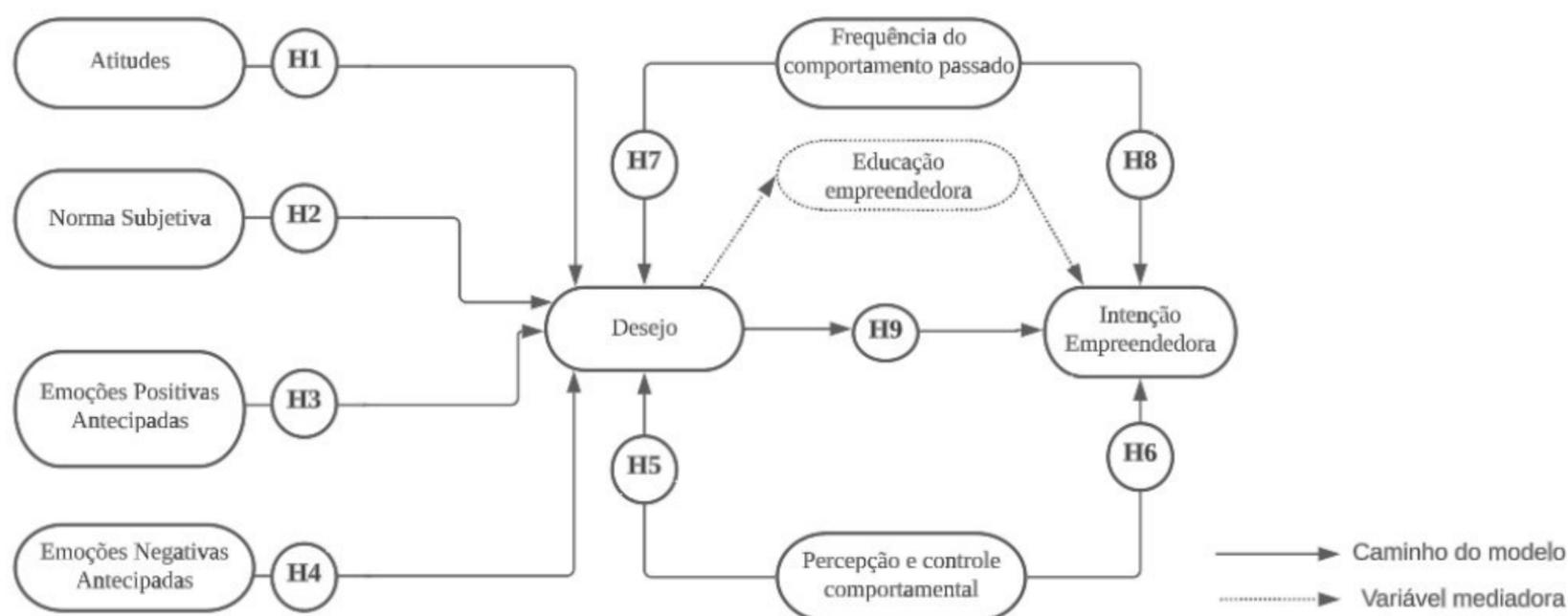
Mediante o indicador de frequência do comportamento passado não existe uma constância, por parte de muitos entrevistados, de comportamentos desejáveis para futuros empreendedores. Contudo, os respondentes tendem mesmo que “raramente” ou “as vezes” buscar praticar um comportamento frequente e constante refletindo assim a força do hábito para que esse comportamento possa refletir no futuro (PERUGINI; BAGOZZI, 2001).

4.3 Análise fatorial confirmatória

O método utilizado para testar se as variáveis medidas representam de maneira satisfatória os seus constructos foi a análise fatorial confirmatória (AFC), que segundo Hair Jr. et al. (2009), nos informa a realidade dos valores especificados, fornecendo assim a verificação da teoria de mensuração, que é a série de relações que mostra como as variáveis manifestas podem representar um constructo latente que não pode ser mensurado.

Para poder avaliar o modelo estrutural é essencial fazer a análise do modelo de mensuração para poder verificar a validade convergente, a validade discriminante e a confiabilidade para todos os indicadores e construtos. Para esse estudo o modelo estrutural possui nove variáveis latentes.

Figura 04 – Modelo estrutural



Fonte: Elaborado pela autora mediante literatura com base em Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021)

Para que pudesse ser avaliada a validade convergente, foi utilizado o software WarpPLS 8.0 que fornece as cargas cruzadas dos indicadores (*cross loadings*). As cargas dos indicadores associados a determinados construtos devem ser sempre maiores do que a suas cargas associadas com os outros construtos (HAIR JR.; et al.; 2009). Os resultados das cargas cruzadas estão apresentados na tabela 21, a seguir:

Tabela 21 – *Cross loadings* das variáveis latentes

	AP	NS	EPA	ENA	DE	FCP	PCC	IE	EE	EE*DE	P value
AP_14	0.952	0.028	0.056	0.024	-0.100	0.067	0.087	-0.134	-0.055	-0.027	<0.001
AP_15	0.952	-0.028	-0.056	-0.024	0.100	-0.067	-0.087	0.134	0.055	0.027	<0.001
NS_16	-0.000	1.000	0.000	-0.000	0.000	0.000	-0.000	-0.000	-0.000	-0.000	<0.001
EPA_31	-0.000	0.000	1.000	-0.000	0.000	0.000	0.000	-0.000	0.000	-0.000	<0.001
ENA_27	-0.025	-0.081	0.137	0.857	0.131	-0.107	0.048	0.001	0.007	-0.065	<0.001
ENA_28	-0.137	0.009	0.052	0.897	0.053	0.032	-0.047	0.027	-0.025	0.051	<0.001
ENA_29	-0.080	-0.060	-0.332	0.664	-0.122	-0.304	0.038	0.122	0.184	0.040	<0.001
ENA_30	0.251	0.128	0.072	0.787	-0.101	0.337	-0.031	-0.134	-0.134	-0.021	<0.001
D_19	0.274	-0.006	0.158	0.037	0.880	0.106	0.047	-0.352	-0.124	0.013	<0.001
D_20	-0.108	-0.011	-0.026	0.000	0.940	-0.054	-0.044	0.014	0.114	-0.030	<0.001
D_21	0.041	0.013	-0.085	-0.075	0.947	-0.060	0.007	0.111	-0.048	0.030	<0.001
D_22	-0.202	0.004	-0.039	0.043	0.883	0.015	-0.007	0.217	0.054	-0.014	<0.001
FCP_32	-0.179	0.071	0.024	0.060	0.298	0.887	-0.066	0.053	-0.033	0.012	<0.001
FCP_33	-0.214	0.001	0.085	-0.047	0.377	0.862	-0.141	0.058	0.028	0.004	<0.001
FCP_34	0.098	0.088	0.190	-0.234	-0.393	0.695	0.152	-0.029	-0.006	0.048	<0.001
FCP_35	0.341	-0.155	-0.281	0.187	-0.391	0.807	0.092	-0.095	0.012	-0.059	<0.001
PCC_17	0.185	-0.035	-0.088	0.046	-0.313	-0.029	0.867	0.219	0.154	-0.032	<0.001
PCC_18	-0.185	0.035	0.088	-0.046	0.313	0.029	0.867	-0.219	-0.154	0.032	<0.001
IE_23	-0.049	0.103	0.037	-0.001	-0.299	-0.164	-0.018	0.836	0.092	-0.019	<0.001
IE_24	0.078	-0.017	-0.024	-0.048	-0.285	-0.179	0.162	0.860	-0.029	-0.000	<0.001
IE_25	-0.081	-0.051	0.077	-0.087	0.097	0.213	-0.017	0.847	0.041	0.083	<0.001
IE_26	0.048	-0.031	-0.087	0.132	0.471	0.126	-0.125	0.876	-0.099	-0.062	<0.001
EE_10	0.342	0.288	-0.056	-0.178	-0.361	0.176	-0.072	0.383	0.741	0.029	<0.001
EE_11	0.015	-0.094	-0.036	0.096	-0.143	-0.196	-0.096	-0.010	0.804	0.004	<0.001
EE_12	-0.097	-0.042	-0.036	0.118	0.252	0.094	0.220	-0.398	0.858	-0.055	<0.001
EE_13	-0.246	-0.137	0.136	-0.062	0.223	-0.072	-0.078	0.089	0.743	0.030	<0.001
EE*DE	0.000	-0.000	-0.000	-0.000	-0.000	-0.000	0.000	0.000	-0.000	1.000	<0.001

Legenda: AP = Atitude pessoal, NS = capacidade de aprendizagem, EPA = Emoções positivas antecipadas, ENA = Emoções negativas antecipadas, DE = Desejo, FCP = Frequência do comportamento passado, PCC = Percepção e controle comportamental, IE = Intenção empreendedora, EE = Educação empreendedora, EE*DE = Educação empreendedora como mediadora do desejo.

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

Para Hair Jr.; et al. (2009) e Kock (2013), a carga de cada indicador deve ser maior ou iguais a 0,5. Pode-se perceber que nenhum indicador possui valor abaixo do esperado (0,5), assim sendo, o modelo possui validade convergente.

A validade discriminante, por sua vez, foi examinada de acordo como o valor da variância média extraída (AVE). Segundo Hair Jr. et al (2009), a AVE deve ser igual ou maior que 0,5 para assim validar o modelo. Já a confiabilidade do modelo de mensuração foi avaliada utilizando-se os valores do Alfa de Cronbach e da Confiabilidade Composta, valores que devem ser iguais ou superiores a 0,7; sendo aceitáveis valores iguais ou superiores a 0,6 diante de

pesquisa exploratória; caso em questão (HAIR JR.; et al., 2009). Na tabela 22 tem-se expostos esses valores e seus detalhes:

Tabela 22 – Correlações, AVEs, confiabilidade composta e alphas de Cronbach das variáveis latentes.

	AP	NS	EPA	ENA	DE	FCP	PCC	IE	EE	EE*DE
AP	0.952	-0.172	0.361	0.359	0.813	0.392	0.377	0.592	0.421	0.040
NS	-0.172	1.000	-0.044	0.004	-0.159	-0.132	-0.058	-0.178	-0.120	-0.004
EPA	0.361	-0.044	1.000	0.658	0.448	0.277	0.242	0.544	0.131	0.102
ENA	0.359	0.004	0.658	0.806	0.526	0.309	0.276	0.614	0.040	0.073
DE	0.813	-0.159	0.448	0.526	0.913	0.517	0.375	0.795	0.378	0.050
FCP	0.392	-0.132	0.277	0.309	0.517	0.816	0.427	0.611	0.560	0.038
PCC	0.377	-0.058	0.242	0.276	0.375	0.427	0.867	0.449	0.566	-0.102
IE	0.592	-0.178	0.544	0.614	0.795	0.611	0.449	0.855	0.393	-0.014
EE	0.421	-0.120	0.131	0.040	0.378	0.560	0.566	0.393	0.788	-0.067
EE*DE	0.040	-0.004	0.102	0.073	0.050	0.038	-0.102	-0.014	-0.067	1.000
Conf. Composta	0.951	1.000	1.000	0.880	0.952	0.888	0.858	0.916	0.867	1.000
Alfa de Cronbach	0.896	1.000	1.000	0.816	0.933	0.830	0.669	0.877	0.795	1.000
AVE	0.906	1.000	1.000	0.650	0.833	0.666	0.751	0.730	0.621	1.000

Legenda: AP = Atitude pessoal, NS = Norma subjetiva, EPA = Emoções positivas antecipadas, ENA = Emoções negativas antecipadas, DE = Desejo, FCP = Frequência do comportamento passado, PCC = Percepção e controle comportamental, IE = Intenção empreendedora, EE = Educação empreendedora, EE*DE = Educação empreendedora como mediadora do desejo. As raízes quadradas da variância média extraída (AVEs) estão na diagonal.

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

A tabela 22 apresenta medidas de AVE que vão de 0,621 e 1,000. A Confiabilidade composta teve medidas entre 0,858 e 1,000. Já o menor Alfa de Cronbach foi de 0,669. Vê-se que todos os valores estão dentro do recomendado pela literatura.; isso implica dizer que este modelo possui validade discriminante e confiabilidade interna.

4.4 Avaliação do modelo estrutural

Considerando que foi feita a verificação da validade e da confiabilidade das variáveis do modelo, em seguida examina-se os ajustes do modelo estrutural, os quais são apresentados na tabela 23, e a relação entre os seus constructos.

Tabela 23 – Indicadores de ajustes do modelo

Indicadores	Valor	Referência
Average path coefficient (APC)	0.267, P<0.001	P<0,05
Average R-squared (ARS)	0.600, P<0.001	P<0,05
Average adjusted R-squared (AARS)	0.592, P<0.001	P<0,05
Average block VIF (AVIF)	1.607	Aceitável se ≤ 5 , ideal se $\leq 3,3$
Average full collinearity VIF (AFVIF)	2.535	Aceitável se ≤ 5 , ideal se $\leq 3,3$ Pequeno $\geq 0,1$; médio $\geq 0,25$; grande $\geq 0,36$
Tenenhaus GoF (GoF)	0.700	$\geq 0,36$
Sympson's paradox ratio (SPR)	1.000	Aceitável se $\geq 0,7$, ideal se =1
R-squared contribution ratio (RSCR)	1.000	Aceitável se $\geq 0,9$, ideal se =1
Statistical suppression ratio (SSR)	1.000	Aceitável se $\geq 0,7$
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)	0.900	Aceitável se $\geq 0,7$

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

Os indicadores mostram quando em conjunto a qualidade preditiva e explicativa do modelo ao ser adicionado variáveis latentes. Os indicadores coeficiente médio de caminho (APC), a média do R-quadrado (ARS) e a média do R-quadrado ajustado (AARS), apresentam uma significância, conforme quando, os valores recomendados para APC, ARS e AARS são de p-value igual ou inferior a 0,5 (KOCK, 2013).

Os valores de AVIF (1,607) e AFVIF (2,535) apontam que as variáveis latentes e o modelo não manifestam problemas de colinearidade. Para esses indicadores os valores de referência aceitáveis são menores que 5 e ideais se menores que 3,3. O índice Tenenhaus Gof (GoF) foi 0,700, esse índice é utilizado para validar o modelo PLS globalmente ele leva em consideração a mensuração e a performance do modelo estrutural (TENENHAUS; et al., 2005; KOCK, 2013).

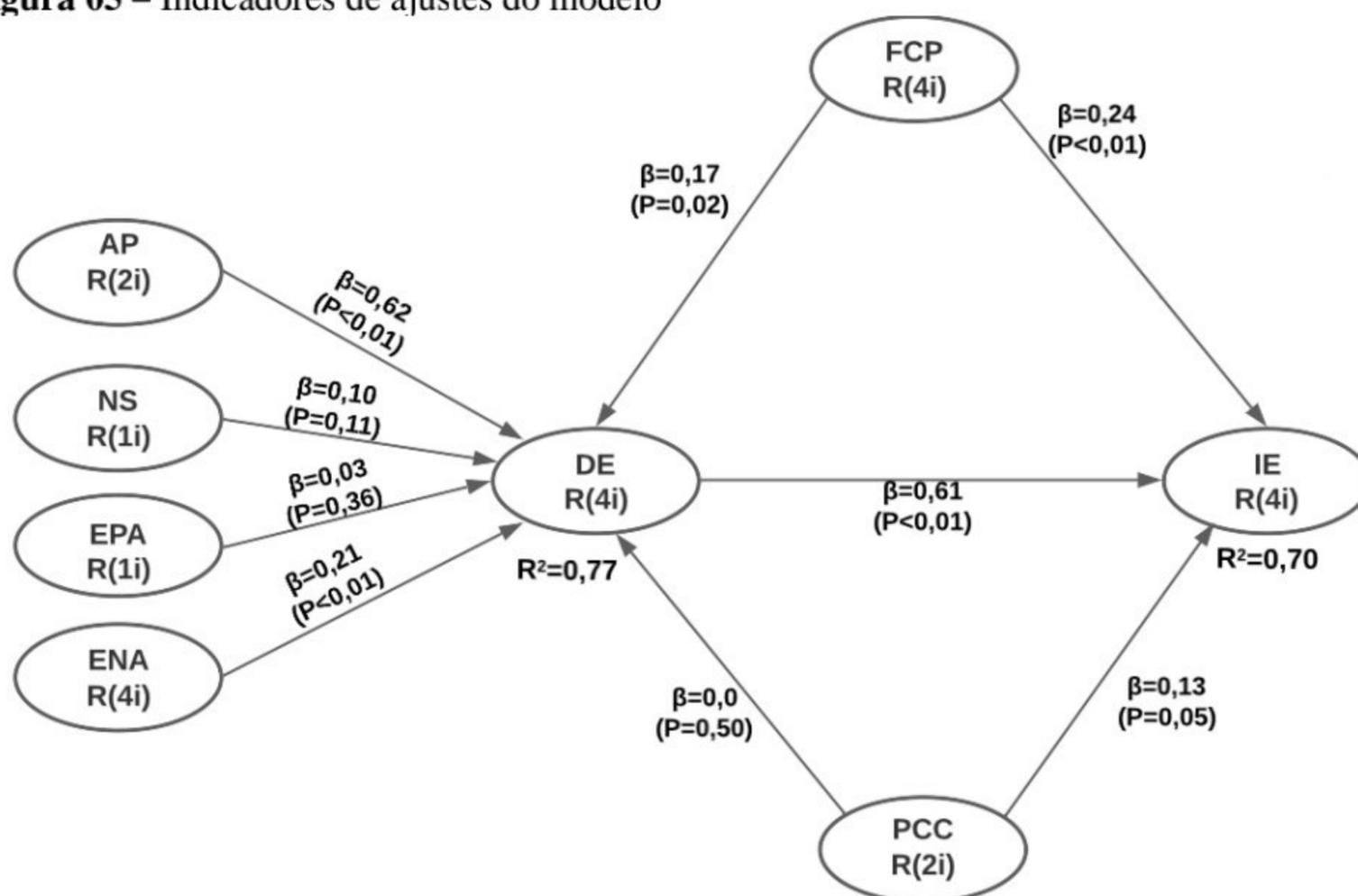
O GoF é considerado pequeno se for maior que 0,1, médio se for maior que 0,25 e grande se for maior que 0,36, ou seja nessa situação o GOF de 0,700 é considerado grande. A taxa do paradoxo de Sympson's (SPR) com valor de 1,000, onde se considerada aceitável se ele for maior ou igual a 0,7 e ideal se for igual a 1, nesse caso ele considera-se ideal o que aponta que não existe problemas de causalidade.

O índice RSCR (R-squared contribution ratio) indica se o modelo está livre de coeficientes de determinação negativos, seu valor foi 1,000, esse índice é aceitável se for maior ou igual a 0,9 e ideal se for igual a 1,000, o que nessa situação considera-se ideal. O índice SSR (Statistical Suppression Ratio) foi 1,000, ele é aceitável se for maior ou igual a 0,7, esse índice mede a dilatação da liberdade de problemas de casualidade do modelo, indicando que o modelo é aceitável (MACKINNON; et al., 2000).

O indicador NLBCDR (Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio) foi 0,900, ele verifica o apoio as direções hipotéticas dos links do modelo pelos coeficientes bivariados não lineares, ele é aceitável se for maior ou igual a 0,7, o que nessa situação está aceitável.

A figura 05 expõe os parâmetros medidos do modelo estrutural. As setas indicam os sentidos das relações e os coeficientes de Beta (β), o peso de cada variável independente sobre a variável dependente. Os resultados serão discutidos separadamente com a avaliação de cada hipótese levantada no estudo.

Figura 05 – Indicadores de ajustes do modelo

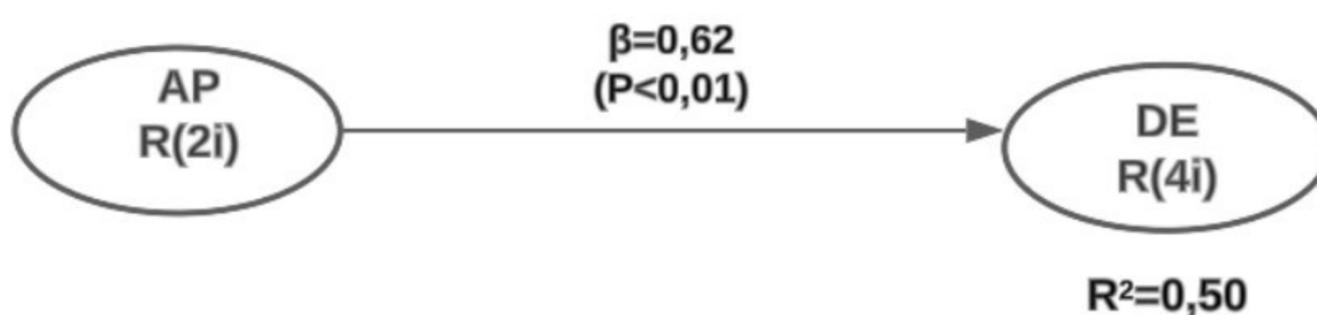


Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

4.4.1 O Efeito direto da Atitude Pessoal no Desejo

Os resultados da figura 06 apresentam a relação ente as atitudes pessoais e o desejo. O $R^2=0,50$, implicando dizer que as atitudes pessoais explicam 50% do desejo de empreender. O $\beta=0,62$ sinaliza a existência de uma relação positiva, em que há impacto da Atitude Pessoal no Desejo. O Valor de $P<0,01$ comprova que a relação em questão é estatisticamente significativa.

Figura 06 – Efeito direto da Atitude Pessoal no Desejo

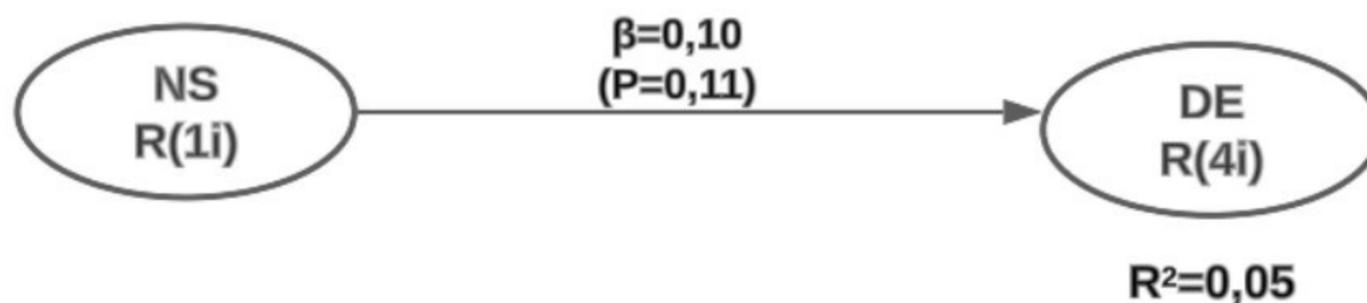


Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

Os resultados achados reforçam estudos que falam sobre como as atitudes pessoais possui uma predisposição para o indivíduo atuar de forma empreendedora, sendo ela positiva ou não (LOPES JÚNIOR; SOUZA, 2005; FAYOLLE; LIÑÁN; MORIANO, 2014) validando assim a hipótese 1 (As Atitudes Pessoais têm uma influência positiva sobre o Desejo).

4.4.2 O Efeito direto da Norma subjetiva no Desejo

A relação entre a norma subjetiva e o desejo é representada na figura 07, onde possui um peso $\beta=0,10$, que sinaliza uma relação negativa, um valor $P=0,11$, que comprova que a relação possui um efeito estatístico insignificante, com um $R^2=0,05$, o que implica dizer que a norma subjetiva explica 5% do desejo de empreender, mostrando que nessa situação, a norma subjetiva, ou seja, o círculo social não influencia no desejo de empreender; refutando assim a hipótese 2 (A Norma Subjetiva tem uma influência positiva sobre o Desejo).

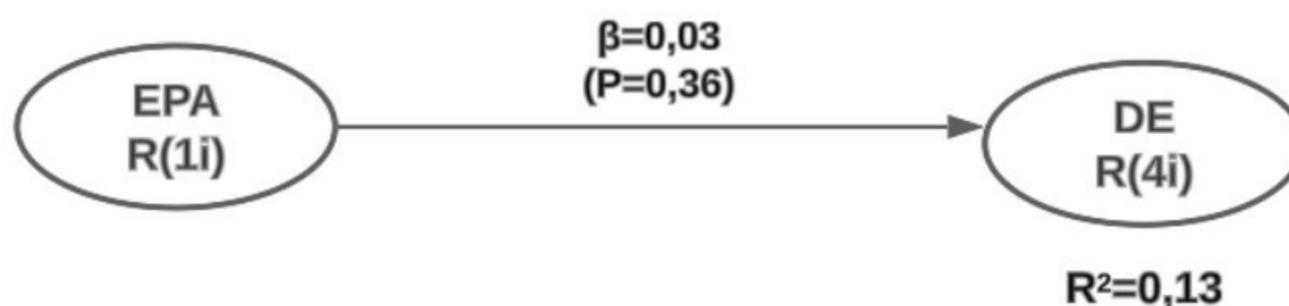
Figura 07 – Efeito direto da Norma subjetiva no Desejo

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

Percebe-se que o mesmo resultado foi obtido na pesquisa de Londono e Osório (2020), onde tiveram um resultado sem significância estatística das normas subjetivas no desejo de empreender. Ajzen (1987) assevera que o mesmo ocorre quando os indivíduos possuem um alto nível de controle interno o que mostra que não se influenciam por terceiros.

4.4.3 O Efeito direto das Emoções positivas antecipadas no Desejo

Os resultados da figura 08 apresentam a relação entre as emoções positivas antecipadas e o desejo. O $R^2=0,13$, implicando dizer que as emoções positivas antecipadas explicam 13% do desejo de empreender. Possui um $\beta=0,03$, o que sinaliza a existência de uma relação negativa, com um valor de $P=0,36$ que comprova uma relação estatística não significativa, negativa.

Figura 08 – Efeito direto das Emoções positivas antecipadas no Desejo

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

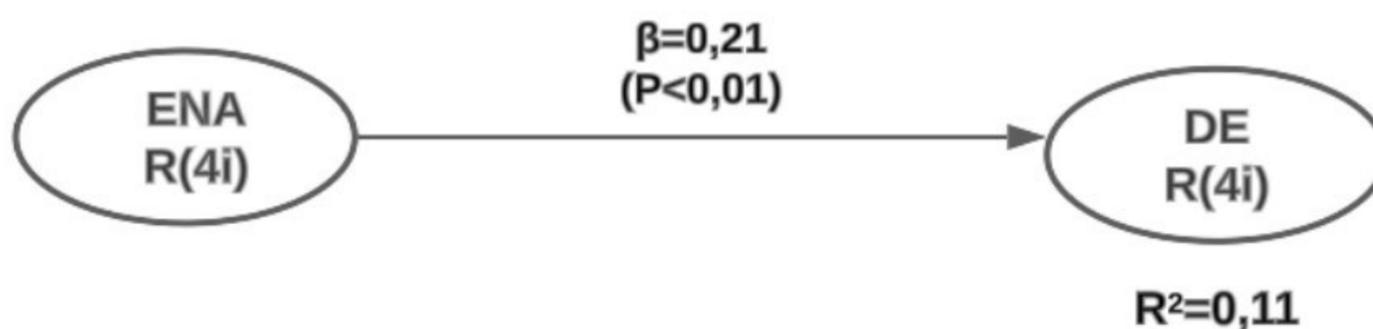
Tal resultado acaba mostrando que nessa situação as emoções positivas antecipadas, que elucida a consequência emocional positiva auto prevista e influencia o alcance de um objetivo, não influenciam no desejo de empreender, refutando assim a hipótese 3 (As Emoções Positivas Antecipadas tem uma influência positiva sobre o Desejo). Esse resultado está contrariando a pesquisa de Baron (2008) que prediz que todos os tipos de emoções reforçam o

empreendedorismo. As emoções possuem diferenças básicas entre reações emocionais positivas e negativas, em relação a representações estruturais estáticas de um efeito (RUSSELL; BARRETT, 1999; WATSON; TELLEGEN, 1985), em relação ao funcionamento básico de sistemas fisiológicos (DAVIDSON, 1992), de acordo com estratégias comportamentais (CARVER; WHITE, 1994; HIGGINS, (1996)), em relação a antecipação do consumo futuro (LOWENSTEIN, 1987), na tomada de decisão (VAN DER PLIGT; ZEELENBERG; VAN DIJK, VRIES, RICHARD, 1998) como também afetando no comportamento (CACIOPPO; BERNSTON, 1994; CACIOPPO, GARDNER; BERNTSON, 1999).

4.4.4 Efeito direto das Emoções negativas antecipadas no Desejo

A relação entre as emoções negativas antecipadas e o desejo é apresentado na figura 09, com um $R^2=0,11$, implicando dizer que as emoções negativas antecipadas explicam 11% do desejo de empreender. O $\beta=0,21$, sinaliza a existência de uma relação positiva, em que há impacto das Emoções negativas antecipadas no Desejo. O Valor de $P<0,01$ comprova que a relação em questão é estatisticamente significativa.

Figura 09 – Efeito direto das Emoções negativas antecipadas no Desejo



Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

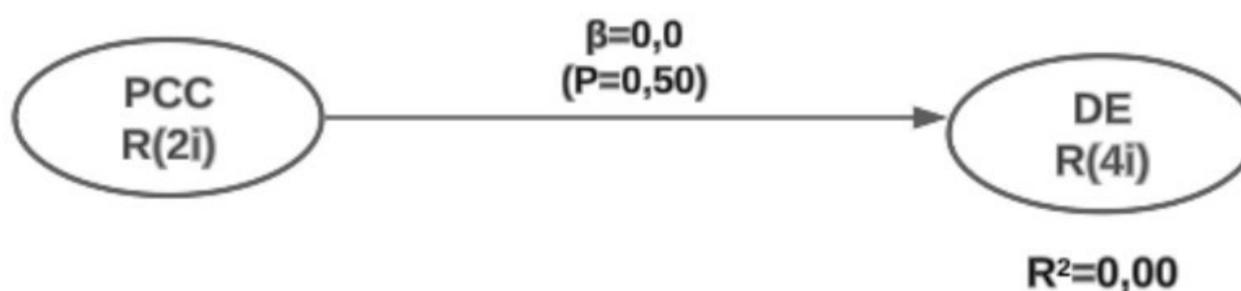
Os dados obtidos mostram que nessa situação as emoções negativas antecipadas, que elucidam que a consequência emocional negativa auto prevista influencia o alcance de um objetivo, influenciam no desejo de empreender, validando assim a hipótese 4 (As Emoções Negativas Antecipadas têm uma influência positiva sobre o Desejo), comprovando que o reforço nos aspectos negativos das emoções surge mais efeito do que o positivo como na pesquisa de Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021). Esse resultado corrobora com o estudo de Bagozzi, Wong e Yi (1999), onde descobriram que a emoção positiva e negativa podem ser

positivamente ou negativamente relacionados (ou não relacionados) entre si, dependendo das circunstâncias.

4.4.5 O Efeito direto da Percepção e controle do comportamento no Desejo

A relação direta entre a percepção e controle do comportamento e o desejo foi apresentado na figura 10, com um $R^2=0,00$, implicando dizer que a percepção e controle do comportamento explicam 0% no desejo de empreender. O $\beta=0,00$ sinaliza a existência de uma relação negativa, em que não há impacto da percepção e controle do comportamento no Desejo. O Valor de $P=0,50$ comprova que a relação em questão possui um efeito estatístico insignificante.

Figura 10 – Efeito direto da Percepção e controle do comportamento no Desejo



Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

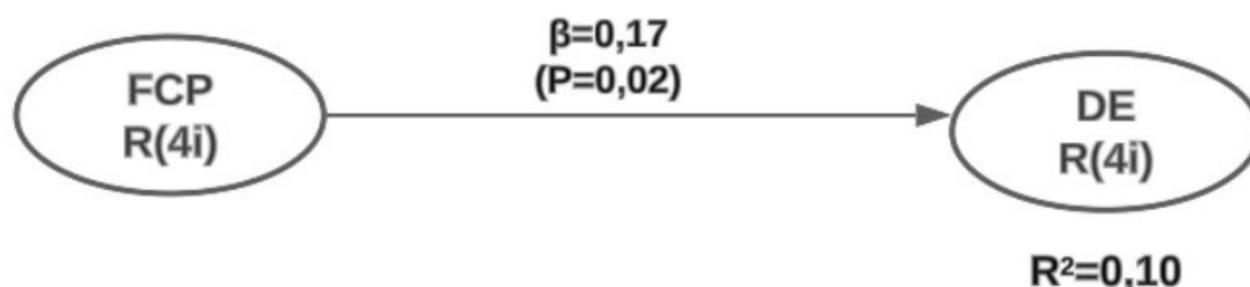
Esse resultado mostra que nessa situação a Percepção e o controle do comportamento, não influencia no desejo de empreender, refutando assim a hipótese 5 (A PCC tem influência positiva sobre o Desejo), contrariando assim a pesquisa de Perugini e Bagozzi (2001). Nesta situação os resultados obtidos mostraram a dificuldade dos respondentes em perceber a sua capacidade de executar um comportamento, ou seja, de se tornar um empreendedor como Fayolle, Liñán e Moriano (2014) se referem.

4.4.6 O Efeito direto da Frequência do Comportamento Passado no Desejo

A figura 11 apresenta a relação entre a frequência do comportamento passado e o desejo. O $R^2=0,10$, implicando dizer que a frequência do comportamento passado explica 10% do desejo de empreender. O $\beta=0,17$ sinaliza a existência de uma relação positiva, em que há

impacto da Atitude Pessoal no Desejo. O Valor de $P=0,02$ comprova que a relação em questão é estatisticamente significativa.

Figura 11 – Efeito direto da Frequência do comportamento passado no desejo



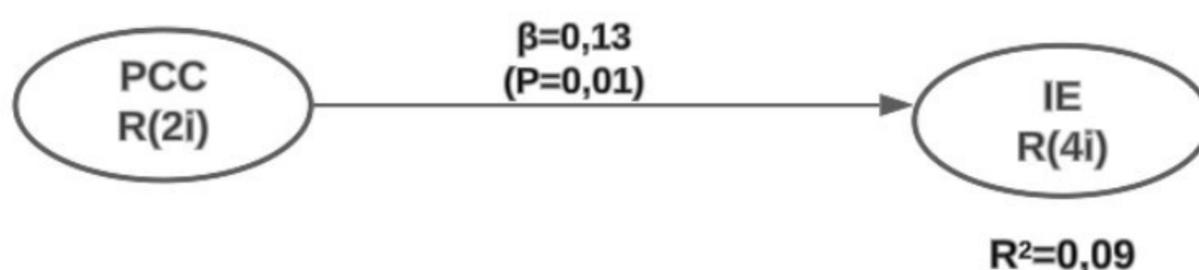
Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

Nessa situação a frequência do comportamento passado, influencia no desejo, aceitando assim a hipótese 7 (A FCP tem uma influência positiva sobre o Desejo), corroborando também com o estudo de Perugini e Bagozzi (2001), onde a FCP influencia os desejos, pois quando um comportamento é bem praticado em um ambiente constante, a frequência do comportamento passado reflete a força do hábito, tendo assim, um efeito direto sobre o comportamento futuro.

4.4.7 O Efeito direto da Percepção e Controle do Comportamento na Intenção Empreendedora

Os resultados da figura 12 apresentam a relação entre a Percepção e Controle do Comportamento e a Intenção Empreendedora. O $R^2=0,09$, implicando dizer que a Percepção e Controle do Comportamento explicam 9% na intenção de empreender. O $\beta=0,13$ sinaliza a existência de uma relação positiva, em que há impacto da a Percepção e Controle do Comportamento na Intenção Empreendedora. O Valor de $P=0,05$ comprova que a relação em questão é estatisticamente significativa.

Figura 12 – Efeito direto da Percepção e Controle do Comportamento na Intenção Empreendedora



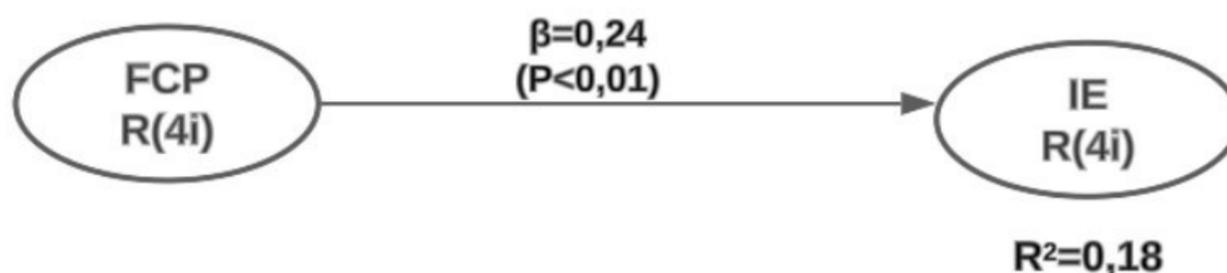
Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

Mostrando que nessa situação a Percepção e o controle do comportamento, influencia na intenção de empreender, aceitando assim a hipótese 6 (A PCC tem uma influência positiva na Intenção Empreendedora). Assim, de acordo com Alexander, Honig (2016) e Mahmood, Uddin, Fan (2019), em apoio a essa hipótese, o controle comportamental percebido tem uma influência positiva nas probabilidades de se tornar um empreendedor.

4.4.8 O Efeito direto da Frequência do Comportamento Passado na Intenção empreendedora

A figura 13 apresenta a relação entre a frequência do comportamento passado e a intenção empreendedora. O $R^2=0,18$, implicando dizer que a frequência do comportamento passado explica 18% do desejo de empreender. O $\beta=0,24$ sinaliza a existência de uma relação positiva, em que há impacto da frequência do comportamento passado na intenção empreendedora. O Valor de $P<0,01$ comprova que a relação em questão é estatisticamente significativa.

Figura 13 – Efeito direto da Frequência do Comportamento Passado na Intenção empreendedora



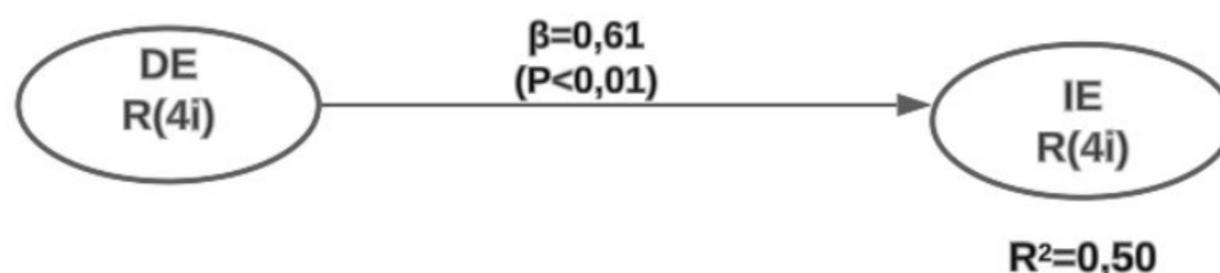
Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

Os dados obtidos mostram que nessa situação a Frequência do Comportamento Passado, influencia na Intenção Empreendedora, validando assim a hipótese 8 (A FCP tem uma influência positiva na Intenção Empreendedora). Tal resultado vá ao encontro daqueles apresentados por Perugini e Bagozzi (2001); isso implica dizer que os indivíduos possuem uma tendência a criar intenções mediante as ações que eles praticaram com frequência no passado (OUELLETTE; WOOD, 1998).

4.4.9 O Efeito direto do Desejo na Intenção Empreendedora

A figura 14 apresenta a relação entre o desejo e a intenção empreendedora. Os dados revelam que existe um $R^2=0,50$, implicando dizer que o desejo explica 50% da intenção de empreender. O $\beta=0,61$ sinaliza a existência de uma relação positiva, em que há impacto do desejo na intenção empreendedora. O Valor de $P<0,01$ comprova que a relação em questão é estatisticamente significativa.

Figura 14 – Efeito direto do Desejo na Intenção Empreendedora



Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

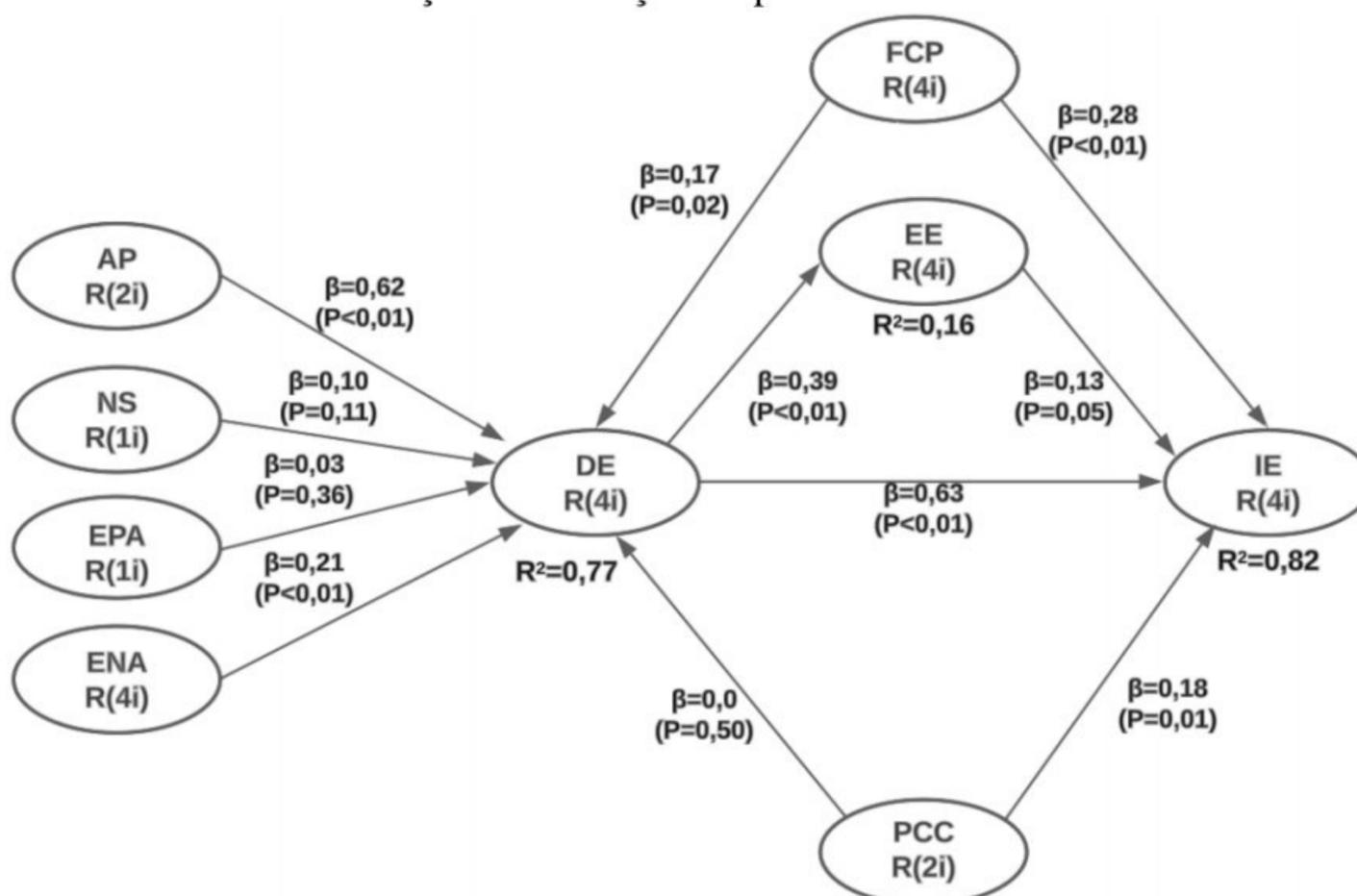
Nessa situação, o desejo influencia na intenção empreendedora, validando assim a hipótese 9 (O Desejo tem uma influência positiva sobre a Intenção Empreendedora). Essa pesquisa corrobora com estudos de vários autores (Fitzsimmons e Douglas, 2011; Krueger Jr. et al., 2000; Liñán e Chen, 2009; Liñán et al., 2011; Wang et al., 2011) que afirmam que o desejo é um antecedente imediato da intenção empreendedora tendo observado o impacto positivo dessa relação.

4.4.10 O Modelo da mediação da Educação empreendedora

Na figura 15 pode-se verificar o efeito mediador da Educação empreendedora entre o desejo e a intenção empreendedora, hipótese 10 (A relação entre o Desejo e a Intenção empreendedora é mediada pela variável Educação Empreendedora). O efeito mediador ocorre quando existe uma terceira variável que realiza um papel intermediário na relação entre o independente e as variáveis dependentes. De forma mais clara, o efeito da variável independente X, na variável dependente Y é mediada por uma terceira variável, M, a qual é chamada de variável mediadora ou mediador.

Assim, quando é formulada uma hipótese de mediação, foca-se em como, ou de que forma uma variável independente (X) afeta uma variável dependente (Y) através de um ou mais potenciais variáveis intervenientes, ou mediadores (M) (PREACHER; HAYES, 2008).

Figura 15 – Modelo da Mediação da Educação Empreendedora



Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

Neste caso, a hipótese 10 é aceita, pois revela como o Desejo afeta estatisticamente e de forma significativa a intenção empreendedora aumentando seus valores ($\beta=0,63$; $P<0,01$) o que mostra que também afeta a Educação empreendedora ($\beta=0,39$; $P<0,01$; $R^2=0,16$), essa, por sua vez, afeta significativamente a intenção empreendedora ($\beta=0,63$; $P<0,01$; $R^2=0,05$),

aumentando assim o total de $R^2=0,82$, da intenção empreendedora, mostrando que a educação empreendedora media a relação entre o desejo e a intenção empreendedora.

Observa-se que nessa situação obteve-se uma mediação parcial, sobretudo porque as relações diretas de $DE \rightarrow EE$ e $EE \rightarrow IE$ são significantes, havendo também a relação direta de $DE \rightarrow IE$ mesmo que retirada a mediação (EE) a relação continua sendo significativa, e com mesma direção, positiva (CARRIÓN; NITZL; ROLDÁN, 2017).

A tabela 24 mostra detalhadamente as hipóteses do estudo que foram refutadas e aceitas mediante os dados obtidos:

Tabela 24 – Hipóteses do estudo

Hipótese	Descrição	Coefficiente	P value	Resultado
H1	AP \rightarrow DE	$\beta=0,62$	$P<0,01$	Aceita
H2	NS \rightarrow DE	$\beta=0,10$	$P=0,11$	Refutada
H3	EPA \rightarrow DE	$\beta=0,03$	$P=0,36$	Refutada
H4	ENA \rightarrow DE	$\beta=0,21$	$P<0,01$	Aceita
H5	PCC \rightarrow DE	$\beta=0,00$	$P=0,50$	Refutada
H6	PCC \rightarrow IE	$\beta=0,13$	$P=0,05$	Aceita
H7	FCP \rightarrow DE	$\beta=0,17$	$P=0,02$	Aceita
H8	FCP \rightarrow IE	$\beta=0,24$	$P<0,01$	Aceita
H9	DE \rightarrow IE	$\beta=0,61$	$P<0,01$	Aceita
H10	DE \rightarrow EE \rightarrow IE	$\beta=0,63$	$P<0,01$	Aceita

Fonte: Elaborado pela autora segundo dados da pesquisa, 2023.

Como apresentado na tabela 28, esse estudo obteve sete hipóteses aceitas e três hipóteses refutadas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta seção são apresentadas as reflexões acerca das relações do modelo proposto, e os resultados obtidos frente os objetivos específicos propostos em destaque. Participaram desta pesquisa alunos de instituições de ensino superior do estado de Sergipe, alunos das redes pública e privada foram contemplados nesse estudo.

Como resultado constatou-se que **os alunos inquiridos**, em sua maioria, são jovens adultos, pois possuem entre 20 e 40 anos, são do sexo masculino, possuem renda familiar de 1 a 3 salários-mínimos, estão em IES pública e cursaram até o 5º período de Administração de Empresas. Eles encontram-se no mercado de trabalho como estagiários ou bolsistas, não cursaram a disciplina empreendedorismo ou alguma equivalente e declararam possuir algum parente que empreende ou já empreendeu.

Na tentativa de responder como o Modelo de Comportamento Direcionado a Metas (MCDM), sob a mediação da variável Educação Empreendedora, explica as intenções empreendedoras dos alunos de graduação em Sergipe; verificou-se que as variáveis emoções negativas antecipadas, a frequência do comportamento passado e especialmente as atitudes de indivíduo, explicam o desejo por empreender nos estudantes que fizeram parte desta amostra.

Com o objetivo de **verificar a influência das atitudes pessoais, das normas subjetivas e emoções sobre o desejo de empreender**, foi verificado que as atitudes explicam grande parte do desejo de empreender dos respondentes nesse estudo. As emoções negativas antecipadas, em menor grau, influenciam o desejo de empreender por parte da amostra pesquisada. Mostra que os indivíduos que são pessimistas em relação ao futuro despertam para o empreendedorismo visando um futuro com o sucesso financeiro e status social. Por sua vez, a frequência do comportamento passado também influencia o desejo de empreender. Elucidando que o comportamento praticado constantemente reflete a força do hábito e promove um grande efeito sobre o comportamento futuro, ou seja, sobre o desejo empreendedor.

Verificou-se ainda que a norma subjetiva, as emoções positivas antecipadas e a percepção e o controle do comportamento não impactam no desejo por empreender, quando observada a amostra desse estudo.

Com relação ao resultado estatisticamente insignificante da relação entre a norma subjetiva e desejo de empreender, Ajzen (1978) explica que, quando os indivíduos possuem um controle interno não são influenciados por terceiros, os dados dessa pesquisa mostraram que a maioria dos respondentes possui um vínculo trabalhista e são relativamente jovens, o que

implica dizer que são adultos que possuem um certo controle de suas vidas. A variação dos contextos culturais influencia a norma subjetiva (KRUEGER; KICKUL, 2006). Os achados apontam que existem efeitos diferentes de resultados das normas subjetivas mediante as características individuais e culturais geograficamente.

Como mencionado, as emoções positivas antecipadas, que elucida a consequência emocional positiva auto prevista e influencia o alcance de um objetivo, nesse estudo, não influenciaram o desejo de empreender. Constata-se que, enfatizar as emoções positivas não afeta o comportamento empreendedor frente a amostra estudada. O reforço positivo de histórias de sucesso pode não ter resultado numa influência positiva para os discentes. Na maioria das vezes, as instituições de ensino expõem histórias de sucesso visando estimular o discente no desejo de empreender, porém, diante do resultado encontrado, essa ação não tem eficácia garantida.

Mediante o objetivo **de averiguar a interferência da capacidade percebida do aluno para realizar a atividade empreendedora sobre o desejo e a intenção de empreender**, a falta de significância estatística da relação percepção e o controle do comportamento *versus* desejo de empreender, mostra a dificuldade dos respondentes em perceber a sua capacidade de executar um comportamento para se tornar um empreendedor.

Observando ainda a forma como o Modelo de Comportamento Direcionado a Metas (MCDM), sob mediação da variável Educação Empreendedora, foi possível verificar que as variáveis percepção e o controle do comportamento, frequência do comportamento passado e, especialmente o desejo, explicam a intenção empreendedora dos respondentes desta pesquisa.

Conforme o objetivo de **verificar a interferência do desejo de empreender sobre a intenção empreendedora**, o desejo explica grande parte da intenção empreendedora neste estudo, reafirmando que o desejo é um antecedente imediato da intenção empreendedora. O resultado obtido corrobora com a afirmação de Perugini e Bagozzi (2011), onde os desejos fornecem o impulso direto para as intenções empreendedoras, transformando suas motivações para agir em atitudes, mostrando que indivíduos motivados possuem intenções empreendedoras mais fortes.

A relação estatisticamente significativa entre a percepção e o controle do comportamento frente a intenção de empreender, leva a crer que os indivíduos que possuem constância e controle de seus comportamentos possuem uma intenção empreendedora maior e mais clara.

O objetivo de **aferir a influência da frequência do comportamento passado sobre o desejo e a intenção de empreender**, nesse estudo, mostrou-se que a relação significativa entre frequência do comportamento passado e intenção empreendedora corrobora com a constatação de Ouellette e Wood (1998), quando afirmam que os indivíduos tendem a criar intenções mediante as ações que eles praticaram com certa frequência no passado.

Afim de **averiguar a Educação Empreendedora como mediadora da relação entre o Desejo e a Intenção Empreendedora no MCDM**, os dados coletados mostraram que a educação empreendedora media, de forma tímida ($R^2=0,16$), a relação entre o desejo e a intenção empreendedora. Isso leva a crer que um conhecimento prévio acerca do processo empreendedor é um dos mecanismos possíveis pelo qual o desejo vem influenciar a intenção empreendedora. Portanto, esses resultados indicam que, no cenário pesquisado, educar para o empreendedorismo é uma estratégia que potencializa a relação entre desejo e intenção empreendedora.

5.1 Contribuições do estudo

O presente estudo não teve a pretensão de ser conclusivo, mas sim de contribuir academicamente para:

- A. Melhor explicar a teoria do Modelo do Comportamento Orientado por Meta (MCOM), de Perugini e Bagozzi (2001);
- B. Testar e expandir a pesquisa de Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021), que testou o Modelo do Comportamento Orientado por Meta (MCOM) na previsão das intenções empreendedoras;
- C. Ampliar o conhecimento sobre o comportamento empreendedor e a gama de fatores associados à intenção empreendedora;
- D. Contribuir para geração de conhecimento acerca da relação educação empreendedora, desejo e as intenções empreendedoras;
- E. Melhor explicar como os aspectos emocionais se comportam no desejo de empreender por parte de universitários no Brasil.

5.2 Limitações da pesquisa e sugestões para pesquisas futuras

Na presente seção estão relacionadas as limitações deste estudo, bem como algumas sugestões para realização de pesquisas futuras.

Este trabalho possui limitações que não devem ser ignoradas, a primeira delas é que os achados não são passíveis de generalização, visto que o estudo utilizou da técnica de amostragem não probabilística por acessibilidade. O baixo retorno dos questionários por parte dos alunos de graduação das instituições de ensino superior do estado de Sergipe, também foi um limitador, pois poderia ter sido uma pesquisa mais robusta com uma gama maior de dados a serem analisados.

No que se refere as sugestões para a realização de pesquisas futuras, se faz importante investigar as relações estudadas nesse trabalho visando novas áreas geográficas, uma vez que esse estudo foi feito em escala estadual, ou seja no estado de Sergipe, podendo ser abrangido por regiões ou até mesmo por todo o país. Replicar a pesquisa em outra área geográfica possibilitaria uma nova visão dos antecedentes do desejo que nesse estudo foram refutados (Norma Subjetiva, Emoções Positivas Antecipadas, Percepção e Controle Comportamental).

Por fim, sugere-se a replicação do modelo de Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021) considerando o efeito moderador da variável educação empreendedora na relação entre desejo e intenção empreendedora.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, M. M. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- AHMAD, N. H.; RAMAYAH, T.; MAHMUD, I.; MUSA, M.; ANIKA, J. J. Entrepreneurship as a preferred career option: Modelling tourism students' entrepreneurial intention. **Education + Training**. Vol.61, issue 9, pp.1151-1169, 2019.
- AJZEN, I. The Theory of Planned Behavior. **Organizational and Human Decision Processes**, v. 50, n. 12, p. 179-211, 1991
- ALEXANDER, I. K.; HONIG, B. Entrepreneurial intentions: A cultural perspective. **Africa Journal of Management**, 2:3, 235-257. 2016.
- ASGHAR, M. Z.; GUL, F.; SEITAMAA-HAKKARAINEN, P.; TASDEMIR, M. Z. Validating entrepreneurial intentions questionnaire to assess the impact of entrepreneurship education. **Eğitim ve bilim**, 2019.
- BAGOZZI, R. P.; WONG, N.; YI, Y. The role of culture and gender in the relationship between positive and negative affect. **Cognition and Emotion**, 13(6), 641-672. 1999.
- BAHARUDDIN, G.; AB RAHMAN, A. What is the most effective antecedent for developing entrepreneurial intention among Muslim youth in Indonesia? **Entrepreneurial Business and Economics Review**, 9(1), 75-88. 2021
- BANDURA, A. Human agency in social cognitive theory. **The American Psychologist**, 44, 1175-1184. 1989.
- BANDURA, A. Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. **Psychological Review**, v. 84, pp. 191-215. 1977.
- BARON, R. A. The role of affect in the entrepreneurial process. **Academy of Management Review**, 33,328-340. 2008.
- BELSHAW, C. S. The cultural milieu of the entrepreneur: a critical essay. **Explorations in Economic History**, v. 7, n. 3, p. 146, 1955.
- BIRD, B. Implementing entrepreneurial ideas: The case for intentions. **Academy of Management Review**, 13, 442-454. 1988.
- BENDOR, M. E. M. S.; LENZI, F. C.; SOUSA, A. M. R. Comportamento e potencial empreendedor à luz da escala de carland entrepreneurship index (cei), na ótica de estudante universitários. **REGEPE - Rev. de Empreendedorismo e Gest. De Pequenas Empres.** | São Paulo, v.9.n.3.p. 272-302. Maio/Ago. 2020.
- BLENKER, P.; ELMHOLDT, S. T.; FREDERIKSEN, S. H; KORSGAARD, S.; WAGNER, K. Methods in entrepreneurship education research: a review and integrative framework. **Education+Training. Emerald Group Publishing Limited**. 2014.

BOLDUREANU, G.; IONESCU, A. M.; BERCU, A. M.; BEDRULE-GRIGORUȚĂ, M. V.; BOLDUREANU, D. Entrepreneurship education through successful entrepreneurial models in higher education institutions. **Sustainability**, 12(3), 1267.2020.

BURRELL, G.; MORGAN, G. **Sociological Paradigms and Organizational Analysis**. Elements of the Sociology of Corporate Life. Vermont: Ashgate, p. 432, 1979.

CACIOPPO, J. T.; BERNTSON, G. G. Relationship between attitudes and evaluative space: A critical review, with emphasis on the separability of positive and negative substrates. **Psychological bulletin**, 115(3), 401-423. 1994.

CACIOPPO, J. T.; GARDNER, W. L.; BERNTSON, G. G. The affect system has parallel and integrative processing components: Form follows function. **Journal of Personality and Social Psychology**, 76(5), 839-855. 1999.

CARDON, M. S.; FOO, M. D.; SHEPHERD, D.; WIKLUND, J. Exploring the heart: Entrepreneurial emotion is a hot topic. **Entrepreneurship theory and practice**, 36(1), 1-10. 2012

CARRIÓN, G.C.; NITZL, C.; ROLDÁN, J. L. Mediation analyses in partial least squares structural equation modeling: guidelines and empirical examples. In: Latan, H., Noonan, R. (eds) **Partial least Squares Path Modeling**. Springer, Cham. 2017.

CARVALHO, P.; GONZÁLEZ, L. Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. **Comportamento organizacional e gestão**, p. 43-65, 2006.

CARVER, C. S.; WHITE, T. L. Behavioral inhibition, behavioral activation, and affective responses to impending reward and punishment: The BIS/BAS Scales. **Journal of Personality and Social Psychology**, 67(2), 319-333. 1994.

CASADO, F. L.; SILUK, J. C. M.; ZAMPIERI, N. L. V. Universidade empreendedora e desenvolvimento regional sustentável: proposta de um modelo. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, 5, 633-649.2012.

CASTANHEIRA, N. P. **Estatística aplicada a todos os níveis**. 1 ed. InterSaberes, 2013.

CASSON, M. **The entrepreneur: An economic theory**. Rowman & Littlefield, 1982.

CERESIA, F.; MENDOLA, C. Am I an entrepreneur? Entrepreneurial self-identity as an antecedent of entrepreneurial intention. **Administrative Sciences**, v. 10, n. 3, p. 46, 2020.

COHEN, J. **Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences**. 2nd ed. New York: Psychology Press, 1988.

CUNHA, R. A. N. A Universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 28, 2004, Curitiba/PR. Anais...Curitiba: ANPAD, 2004.

DATASEBRAE. MEI no Estado de Sergipe. **DATASEBRAE**, 2023. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/mei-no-estado-de-sergipe/>. Acesso em: 24 de jan.2023.

DAVIDSON, R. J. Anterior cerebral asymmetry and the nature of emotion. **Brain and Cognition**, 20, 125-151. 1992.

DECI, E. L., RYAN, R. M. **Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior**. New York: Plenum Press. 1985. <http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4899-2271-7>.

DEUTSCHMANN, C. Capitalism as a religion? An unorthodox analysis of entrepreneurship. **European Journal of Social Theory**, 4(4):387-403.2001.

DOLABELA, F.; FILION, L. J. Fazendo revolução no Brasil: a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação. **Iberoamerican Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 2, n. 3, p. 134-181, 2013.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. 1987.

FACULDADE em Aracaju - Quais as Melhores de 2022? **Aprimoramente**, 2022. Disponível em: <https://aprimoramente.com/guia/universidade/presencial/aracaju-se>. Acesso em :22 de out. de 2022.

FAYOLLE, A. Personal views on the future of entrepreneurship education. **Entrepreneurship & Regional Development**. v.25.n.7-8,692-701.2013.

FAYOLLE, A., LIÑÁN, F. (2014). O futuro da pesquisa sobre intenções empreendedoras. **Journal of Business Research**, 67 (5), 663-666.doi: 10.1016 / j. jbusres.2013.11.024.

FAYOLLE, A.; LIÑÁN, F.; MORIANO, J. A Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship. **International Entrepreneurship and Management Journal**, 10(4), 670-689.2014.

FERNANDES, N. P.; D'AVILA, L. C.; CRUZ, A. P. C.; PEREIRA, E. F. Z., J. Quem é o empreendedor? A busca por uma definição do conceito através da produção científica brasileira. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação**, 7(3), 27-62. 2020.

FERNANDES, F. A. S. Elementos de educação empreendedora nas instituições públicas federais de ensino superior do Ceará. Orientador: Prof. Dr. Alexandre Oliveira Lima. **Monografia - Curso de Administração Pública, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, Redenção, 2021.**

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

FISHBEIN, M.; AJZEN, I. **Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research**. Reading, MA:Addison Wesley.1975.

FISHBEIN, M.; AJZEN, I. **Understanding attitudes and predicting social behavior**. Englewood cliffs, NJ: Prentice-Hall.1980

FITZSIMMONS, J. R.; DOUGLAS, E. J. Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions. **Journal of Business Venturing**, 26, 431-440. 2011.

FONTELLAS, M. J.; SIMÕES, M. G.; FARIAS, S.H.; FONTELLAS, E.G.S. Metodologia da pesquisa científica: diretrizes para a elaboração de um protocolo de pesquisa. **Revista Paraense de Medicina**. Agosto de 2009. Disponível em: <https://cienciassaude.medicina.ufg.br/up/150/o/Anexo>.

FREITAG, R. M. KO. Amostras sociolinguísticas: probabilísticas ou por conveniência? **Revista de Estudos da Linguagem**, v. 26, n. 2, p. 667-686, 2018

GALVÃO, A. R. A importância da formação em empreendedorismo no desenvolvimento regional: O programa de empreendedorismo na região do sabor. **Tese de Doutorado, Universidade da Beira Interior**, Covilhã, Portugal. 2019.

GALLEGUILLOS-CORTÉS, C.; ESCOBAR-BURGOS, B.; HURTADO-CAILLY, R. Predictores de la intención emprendedora en alumnos de pregrado: un modelo basado en ecuaciones estructurales. **Formación universitaria**, 12(1), 83-94. 2019.

GARTNER, W. B. "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. **American Journal of Small Business**, v.12, n. 4, p. 11-32,1988

GARVEY, G. E. The theory of the firm, managerial responsibility, and catholic social teaching. **Journal of Markets and Morality**, 6(2):525-540.. 2003

GEM. **Global Entrepreneurship Monitor**. Empreendedorismo no Brasil. Relatório Executivo 2020. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/06/Relat%C3%B3rio-Executivo-BR-v7-FINAL.pdf>. Acesso em: 10 março 2022.

GIEURE, C.; BENAVIDES-ESPINOSA, M. D. M.; ROIG-DOBÓN, S. The entrepreneurial process: the link between intentions and behavior. **Journal of Business Research**, 112, 541-548. 2020. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.088>

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

GOECKING, O. H. P. Comparação de teorias da ação para explicar intenções comportamentais e comportamentos reais correspondentes. **Dissertação (Mestrado)** - Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais, 2006.

GONÇALVES, J. P. Ciclo Vital: Início, desenvolvimento e fim da vida humana possíveis contribuições para educadores. **Revista Contexto & Educação**, v. 31, n. 98, p. 79, 2016.

GUERRA, M. J.; GRAZZIOTIN, Z. J. Educação empreendedora nas universidades brasileiras. **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**, p. 67-91, 2010.

GUROL, Y.; ASTAN, N. Entrepreneurial characteristics among university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. **Education and Training**, 48(1), 25-38. 2006.

HAIR JR, J. F.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E. **Multivariate data analysis**. 7th Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River, 761. 2009.

HAIR JR., J. F.; GABRIEL, M. L. D DA S; PATEL, V. K. Modelagem de Equações Estruturais Baseada em Covariância (CB-SEM) com o AMOS: Orientações sobre a sua aplicação como uma Ferramenta de Pesquisa de Marketing. *REMark*, v. 13, n. 2, p. 43, 2014.

HAIR JR, J. F.; HULT, G. T. M.; RINGLE, C. M.; SARSTEDT, M. **A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)**. 2nd Edition, Sage Publications Inc., Thousand Oaks, CA. 2017.

HANEBERG, D. H.; AADLAND, T. Learning from venture creation in higher education. *Industry and Higher Education*, 34(3), 121-137. 2020.

HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. *RAM – Revista de Administração Mackenzie*, v. 9, n.5, p. 112-135, 2008.

HIGGINS, E. T. Knowledge activation: Accessibility, applicability, and salience. In E. T. Higgins & A. W. Kruglanski (Eds.) **Social psychology: Handbook of basic principles** (pp. 133-168). The Guilford Press.

HUANG, J. Q.; WU, J.; DENG, B. J.; BAO, S. Q. Research on the Optimization Strategy of Innovation Behavior and Entrepreneurship Intention in Entrepreneurship Teaching. *Hindawi Scientific Programming*. Volume 2021, Article ID 4872108, 6 pages. 2021. <https://doi.org/10.1155/2021/4872108>

HUANG, Y.; LIU, L.; AN, L. Are the teachers and students satisfied: sustainable development mode of entrepreneurship education in Chinese universities? *Frontiers in Psychology*, v. 11, p. 1738, 2020.

HOU, F.; SU, Y.; LU, M.; QI, M. Model of the entrepreneurial intention of university students in the Pearl River Delta of China. *Frontiers in Psychology*, 10, 916. 2019

IWAYA, G. H. Preditores da intenção de compra de alimentos orgânicos : um estudo com base na teoria do comportamento planejado. **Dissertação de mestrado** – Universidade Federal de Santa Catarina. Gabriel Horn Iwaya, orientadora: Andrea Valéria Steil, 2020.

JIN, Y. Analysis of College Students' Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Psychological Quality From the Perspective of Ideological and Political Education. *Front. Psychol.* 13:739353. doi: 10.3389/fpsyg.2022.739353. 2022.

JÚNIOR, D. L. I. A.; SATO, C. Y. Influência da Educação Empreendedora na Identificação de Oportunidades de Negócios. *Revista de Administração IMED*, Passo Fundo, v. 9, n. 2, p. 3-24, dez., 2019.

JÚNIOR, J. B. C.; DA COSTA ARAÚJO, P.; WOLF, S. M.; RIBEIRO, T. V. Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e prática. *Revista de Ciências da Administração*, 8(15). 2006.

KRAEMER, T. D.; VENKATARAMAN, S. Extraordinary feats of entrepreneurial enterprise: Strategies for rapid, sustained growth. In: **Entrepreneurship in a Global Context**. Routledge, 1997. p. 96-121.

KLEIN, S. B.; FAVERO, E.; WRUBEL, F. Cenário de pesquisas internacionais com a teoria social cognitiva em estudos organizacionais. **ReCaPe.- Revista de Carreiras e Pessoas**. Vol. 9. Nº. 3. Set./dez. p. 443-464. 2019.

KOCK, N. WarpPLS 1.0 User Manual. Laredo, TX: ScriptWarp Systems, 2010.

_____. Using WarpPLS in e-collaboration studies: An overview of five main analysis steps. *International Journal of e-Collaboration*, v. 6, n. 4. p. 1-11. 2010.

_____. Using WarpPLS in e-collaboration studies: Descriptive statistics, settings, and key analysis results. *International Journal of e-Collaboration*, v. 7, n. 2, p. 1-18. 2011.

_____. WarpPLS 4.0 User Manual. Laredo, Texas: ScriptWarp Systems, 2013.

_____. A Note on How to Conduct a Factor-Based PLS-SEM Analysis, *International Journal of e-Collaboration*, v. 11, n. 3, p. 1-9. 2015a.

_____. Common method bias in PLS-SEM: A full collinearity assessment approach. *International Journal of e-Collaboration (ijec)*, v. 11, n. 4, p. 1-10, 2015b.

_____. WarpPLS User Manual: Version 7.0. Laredo, TX: ScriptWarp Systems, 2020.

KRUEGER, N. F.; KICKUL, J. So You Thought the Intentions Model Was Simple? Cognitive Style and the Specification of Entrepreneurial Intentions Models. **SSRN Electronic Journal**. January 24, 2006.

WOLD, H. Soft modelling: The Basic Design and Some Extensions. *Systems Under Indirect Observation*, Part II, p. 36-37, 1982.

KOLADE, O. Venturing under fire: Entrepreneurship education, venture creation, and poverty reduction in conflict-ridden Maiduguri, Nigeria. **Education+ Training**, 2018.

KRUEGER, Jr. N. F.; REILLY, M. D.; CARSRUD, A. L. Competing models of entrepreneurial intentions. **Journal of Business Venturing**. Vol. 15(5-6), 411-432.2000.

KURATKO, D. F. The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 29, n. 5, p. 577-597, 2005.

KURATKO, D. F. *Entrepreneurship: Theory, process, and practice*. **Cengage Learning**. 2016.

LACKEUS, M. Entrepreneurship in education: What, why, when, how. **Background Paper for OECD-LEED.**, 1-45. 2015. Retrieved from http://vcplis.com/wpcontent/uploads/2014/10/Lackeus-2014_WP_Entrepreneurship-in-Education-FINALfor-OECD-141023.pdf

LE BOTERF, G. De la compétence – essai sur un attracteur étranger. In: **Les éditions d'organisations**. Paris: Quatrième Tirage, 1995.

LIMA, E.; LOPES, R. M. A.; NASSIF, V. M. J.; SILVA, D. Ser seu próprio patrão? Aperfeiçoando-se a educação superior em empreendedorismo. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 4, art. 1, pp. 419-439, jul./ago. 2015

LIU, X.; LIN, C.; ZHAO, G.; ZHAO, D. Research on the effects of entrepreneurial education and entrepreneurial self-efficacy on college students' entrepreneurial intention. **Frontiers in psychology**, 10, 869. 2019.

LIÑÁN, F.; CHEN, Y. W. Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, **Baylor University**. May, 2009.

LIÑÁN, F.; FAYOLLE, A. A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 11, n. 4, p. 907-933, 2015.

LIÑÁN, F.; RODRÍGUEZ-COHARD, J.C.; RUEDA-CANTUCHE, J.M. Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. **International Entrepreneurship and Management Journal** 7, 195–218 (2011). <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0154-z>

LI, L.; WU, D. Entrepreneurial education and students' entrepreneurial intention: does team cooperation matter? **Journal of Global Entrepreneurship Research**, 9,n.35, 2019.

LOEWENSTEIN, G. Anticipation and the valuation of delayed consumption. **The Economic Journal**, vol. 97, n.387, pp. 666-684. 1987.

LONDONO, J. C.; WILSON, B.; OSÓRIO-TINOCO, F. Understanding the entrepreneurial intentions of youth: a PLS multi-group and FIMIX analysis using the model of goal-directed behavior. **JOURNAL OF ENTREPRENEURSHIP IN EMERGING ECONOMIES**.V. 13. Ed. 3. Pág. 301-326. 2021.

LOPES JÚNIOR, G. S.; SOUZA, E. C. L. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas. Construção de um instrumento de medida. **REAd-Revista Eletrônica de Administração**, v. 11, n. 6, p. 1-21, 2005.

LOPES, R.; ALMEIDA, M.; LIMA, E. Desafios atuais e caminhos promissores para a pesquisa em empreendedorismo. **Revista de Administração de Empresas**, 59, 284-292.2019

LORTIE, J., CASTOGIOVANNI, G. A teoria do comportamento planejado na pesquisa de empreendedorismo: o que sabemos e direções futuras. **International Entrepreneurship and Management Journal** 11, 935–957 (2015). <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0358-3>

LUCENA, R. L.; CENTURIÓN, W. C.; VALADÃO, J. A. D. Contribuições da pedagogia freireana na formação de administradores empreendedores. **RPCA – Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 8, n. 1, p. 1-16, jan./mar., 2014.

LUNN, J.; KLAY, R. The relationship of god's providence to market economics and economic theory. **Journal of Markets and Morality**, 6(2):541-564. 2003.

MACKINNON, D. P.; KRULL, J. L.; LOCKWOOD, C. M. **Equivalence of the Mediation, Confounding and Suppression Effect.** *Prev Sci* 1, 173-181, 2000.

MAHMOOD, M.; UDDIN, M. A.; FAN, L. Influence of transformational leadership on employees' creative process engagement: A multi-level analysis. **Management decision**, vol. 57, no.3, pp. 741-764. 2018.

MAJOR, Maria João. O positivismo e a pesquisa 'alternativa' em Contabilidade. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 28, p. 173-178, 2017.

MARCON, D. L.; SILVEIRA, A.; FRIZON, J. A. Intenção empreendedora e a influência das teorias do comportamento planejado e dos valores humanos. **Revista Gestão e Secretariado (GeSec)**, São Paulo, SP, 12(1), jan./abr., 2021, p. 178-204.

MARÔCO, J. Análise de equações estruturais: fundamentos teóricos, Software & Aplicações. Edição PSE Produtos e Serviços de Estatística, Lda. **Report Number Analises e Gestão de Informação, LDA**, 2010.

MARTENS, C. D. P.; FREITAS, H. A Influência do Ensino de Empreendedorismo nas Intenções de Direcionamento Profissional dos Estudantes de Curso Superior: uma Avaliação a partir da Percepção dos Alunos. In: **XXIV Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica. Gramado**, 2006.

MCCLELLAND. Testing for Competence Rather Than for "Intelligence". **American Psychologist**, 14. 1973.

MCCLELLAND, David C. **The Achieving Society**. Connecticut, USA: Martino Publishing, 2010.

MEI, H.; LEE, C-H.; XIANG, Y. Entrepreneurship education and students' entrepreneurial intention in higher education. **Education Sciences**, v. 10, n. 9, p. 257, 2020.

MENDES, M. T. T. Educação empreendedora: uma visão holística do empreendedorismo na educação. **Dissertação de Mestrado em ciências da Educação** – Universidade Católica Portuguesa – Faculdade de Educação e Psicologia. Lisboa, 2011.288p.

MILANI, L.; LA TORRE, G.; FIORE, M.; GRUMI, S.; GENTILE, D. A.; FERRANTE, M.; MICCOLI, S.; DI BLASIO, P. Internet gaming addiction in adolescence: risk factors and maladjustment correlates. **Int. J. Mental Health Addict**. 16, 888-904. 2018.

MINELLO, I. F. Resiliência e insucesso empresarial: o comportamento do empreendedor. Curitiba: Appris.2014.

NDOFIREPI, T. M. Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial goal intentions: psychological traits as mediators. **Journal of Innovation and Entrepreneurship**. 9, n2, 2020.

NECK, H. M.; GREENE, P. G. Entrepreneurship education: known worlds and new frontiers. **Journal of small business management**, v. 49, n. 1, p. 55-70, 2011.

NIȚU-ANTONIE, R. D.; FEDER, E.; STAMENOVIC, K.; BRUDAN, A. A Moderated Serial-Parallel Mediation Model of Sustainable Entrepreneurial Intention of Youth with Higher Education Studies in Romania. **Sustainability**. 2022. 14. 13342. <https://doi.org/10.3390/su142013342>

OLIVEIRA, N. D. Tempo integral e novo ensino médio: aproximações e distanciamentos em sergipe. **E-book: Educação como (re)Existência: mudanças, conscientização e conhecimentos** - Volume 03... Campina Grande: Realize Editora, 2021. p. 1775-1789. Disponível em: <<https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/74309>>. Acesso em: 09/11/2021 00:54

OLIVEIRA, A. G. M.; MELO, M.C.O.L.; MUYLDER, C. F. Educação Empreendedora: O Desenvolvimento do Empreendedorismo e Inovação Social em Instituições de Ensino Superior. **RAD – Revista de Administração em Diálogo**. Vol.18, n.1, Jan/Fev/Mar/Abr 2016, p.29-56.

OSÓRIO, F. F.; LONDOÑO R., J. C. Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición. **Cuadernos de Administración**, 28 (51), 103-131. 2015 <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-51.ieee>

OUELLETTE, J. A.; WOOD, W. Habit and intention in everyday life: The multiple processes by which past behavior predicts future behavior. **Psychological Bulletin**, 124(1), 54-74. 1998.

OZARALLI, N.; RIVENBURGH, N. K. Intenção empreendedora: Antecedentes do comportamento empresarial nos EUA e na Turquia. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, 6(3).2016.

PEARCE, J. A.; FRITZ, D. A.; DAVIS, P. S. Entrepreneurial orientation and the performance of religious congregations as predicted by rational choice theory. **Entrepreneurship Theory and Practice**, vol 34(1), pages219-248, january, 2010.

PEREIRA, S. M. A formação do empreendedor. Sonia Maria Pereira / Prof. Fernando A. Ostuni Gauthier, Dr Orientador. **Tese de doutorado** – Universidade Federal de Santa Catarina. 2001.

PEREIRA, R. L. A. As competências do educador na difusão da cultura empreendedora: uma análise no ensino fundamental e superior de Belo Horizonte. 124 f. **Dissertação (Mestrado Profissional em Administração)** FIPEL -Fundação Cultural Dr. Pedro Leopoldo - Faculdades Integradas de Pedro Leopoldo, 2010.

PERUGINI, M.; BAGOZZI, R. P, The role desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour. **British Journal of Social Psychology**, 40, 79-98, 2001.

PINHEIRO, D. O. **Aprender a empreender**: a pedagogia empreendedora do SEBRAE. 2010. 112f. Dissertação (Mestrado em Sociedade, Estado e Educação) – Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Cascavel, 2010.

PREACHER, K. J.; HAYES, A. F. Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. **Behavior Research Methods**, 40(3), 879-891. 2008.

PRYTOLUK, A. L. Articulações entre a educação empreendedora e o ensino de ciências. **Dissertação (Mestrado)** – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

RATTEN, V. Behavioral intentions to adopt technological innovations: the role of trust, innovation and performance. **International Journal of Enterprise Information Systems (IJEIS)**, v. 10, n. 3, p. 1-12, 2014.

RIQUELME, H. E.; AL-LANQAWI, A. M. The Desire That Propels Entrepreneurial Intentions. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, v. 12, n. 2, p. 123-150, 2016.

RISE, J.; HALKJELSVIK, T.; KOVAČ, V. B. Mental states of addiction: conceptions in the adult Norwegian population. **Contemporary Drug Problems**, v. 42, n. 4, p. 289-298, 2015.

ROCHA, E. L. C. A influência da participação em atividades educacionais de formação em empreendedorismo no perfil empreendedor de estudantes de administração de empresa. **Dissertação de Mestrado em administração – Centro de Estudos Sociais Aplicados**. Universidade Estadual do Paraná. 97. P. 2012.

RUSSELL, J. A.; BARRETT, L. F. Core affect, prototypical episodes, and Other things called emotion: Dissecting the Elephant. **Journal of Personality and Social Psychology**, 76, 805-819.1999.

SACCOL, A. Z. Um retorno ao básico: compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em administração. **Revista de Administração da UFSM**, Santa Maria, v. 2, n. 2, p. 250-269, maio/ago. 2009.

SALIMATH, M. S.; CULLEN, J. B. Formal and informal institutional effects on entrepreneurship: a synthesis of nation-level research. **International Journal of Organizational Analysis**, vol.18, no.3, pp.358-385, 2010.

SCHAEFER, R. Empreender como uma forma de ser, saber e fazer: o desenvolvimento da mentalidade e do comportamento empreendedores por meio da educação empreendedora. 2018. **Tese de Doutorado**. Universidade Federal de Santa Maria.

SCHAEFER, R.; MINELLO, I. F. Educação Empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. **RPCA – Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 10, n. 3, p. 60-81, jul./set., 2016.

SCHLAEGEL, C.; KOENIG, M. Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta -Analytic Test and Integration of Competing Models. **Entrepreneurship Theory and Practice**. v. 38, n. 2, p. 291 - 332, 2014.

SHAPERO, A. **The entrepreneurial event**. In: C. A. Kent Ed., *The environment for entrepreneurship*, M.A.: Lexington Books, Toronto, 1984, pp.21-40.

SCHULTZ, T. W. **O Capital Humano**: Investimentos em Educação e Pesquisa. Zahar Editores, Rio de Janeiro, 1971.

SCHUMPETER, J. Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1959.

SEMESP. **Mapa do ensino superior**. 12^o Edição. 2022. <https://www.semesp.org.br/mapa/educacao-12/regioes/nordeste/sergipe/>

SILVA, D.; LOPES, E. L.; JUNIOR, S. S. B. Pesquisa quantitativa: elementos, paradigmas e definições. **Revista de Gestão e Secretariado - GeSec**, São Paulo, v. 5, n. 1, p 01-18, jan./abr. 2014.

SILVA, A. W. P.; OLIVEIRA, B. N. F.; CASTRO, A. B. C., SILVA, P. M. M.; VEIGA, A. R., N. (2020). Comportamento empreendedor: Um mapeamento da produção científica nacional (2000-2020) e proposição de uma agenda de pesquisa. **Revista de Administração Unimep**, 18(1), 155-191.

SILVA, E. M. Contribuição da Educação Empreendedora no Ensino Médio: A Experiência do Programa Empreende Jovem Fluminense / Elisângela Modesto Da Silva; Sandra Regina Holanda Mariano, orientadora. Volta Redonda, 2019. 84 f. : il. **Dissertação (mestrado profissional)**-Universidade Federal Fluminense, Volta Redonda, 2019.

SILVA, M. C. R.; VENDRAMINI, C. M. M. Evidências de validade de uma escala de autoconceito acadêmico em estatística. **Educação Matemática Pesquisa**, São Paulo, v. 8, n. 2, pp. 177-196, 2006

SILVEIRA, A.; NASCIMENTO, S.; AUOZANI, L. R. S. Abordagem das capacidades dinâmicas se revela na produção científica de intenção empreendedora? **CGE – Cadernos de Gestão e empreendedorismo**.v.6. n.2. Mai-Ago 2018. 01-21

SONG, S. I.; THOMINATHAN, S.; KHALID, N. A. Entrepreneurial intention of UiTM students and the mediating Role of Entrepreneurship education. **Asian Journal of University Education**, [S.I.], v.17, n.2, p. 236-251, june, 2021.

SOUZA, R. S. Intenção empreendedora: validação de modelo em universidades federais de Mato Grosso do Sul, Brasil./ Roosiley dos Santos Souza. Orientadora: Prof a. Dr a. Amélia Silveira. Tese (doutorado) – **Universidade Nove de Julho – UNINOVE**, São Paulo, 2015.

SOUZA, E. S.; FOTENELE, R.E.S.; SILVA, A. L. L.; FILHO, J. M. S. Mapeamento da produção científica internacional sobre intenção empreendedora. **Revista Gestão e Secretariado (GeSec)**, São Paulo, SP, v. 10, n. 3, set/dez, 2019, p. 114-139

TAYLOR, S.; ISHIDA, C.; WALLACE, D. Intention to engage in digital piracy: a conceptual model and empirical test. **Journal of Service Research**, 11,246-262. 2009.

TENENHAUS, M.; VINI, V.; CHATELIN, Y.; LAURO, C. PLS Path modeling. **Computational Statistics & Data Analysis**, 48, 159-205. 2005

THOMPSON, E.R. Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 33, 669-694. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00321.2009>.

TÜRK, S.; ZAPKAU, F. B.; SCHWENS, C. Prior entrepreneurial exposure and the emergence of entrepreneurial passion: the moderating role of learning orientation. **Journal Small Business Management**. 58,225-258. 2020.

VAN DER PLIGT, J.; ZEELENBERG, M.; VAN DIJK, W. W.; DE VRIES, N. K.; RICHARD, R. Affect, attitudes and decisions: let's be more specific. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), **European Review of Social Psychology**, vol.8, pp. 33-66.

VINOGRADOV, E.; KOLVEREID, L.; TIMOSHENKO, K. Predicting entrepreneurial intentions when satisfactory employment opportunities are scarce. **Education+ Training**, v. 55, n. 7, p. 719-737, 2013.

VIRICK, M.; BASU, A.; ROGERS, A. Antecedents of Entrepreneurial Intention among LaidOff Individuals: A Cognitive Appraisal Approach. **Journal of Small Business Management**, v. 53, n. 2, p. 450-468, 2015.

WANG, G.; OH, I.; COURTRIGHT, S. H.; COLBERT, A. E. Transformational leadership and performance across criteria and levels: A meta-analytic review of 25 years of research. **Group & Organization Management**, 36(2), 223-270. 2011

WATSON, D.; TELLEGEN, A. Toward a consensual structure of mood. **Psychological Bulletin**, 98, 219-235. 1985.

WHEELAN, Belle S. Challenges for policy and standards for adult and higher education. **New Directions for Adult and Continuing Education**, v. 2016, n. 149, p. 83-92, 2016.

XIE, C.; BAGOZZI, R.P.; ØSTLI, J. Cognitive, emotional, and sociocultural processes in consumption.³ **Psychology and Marketing**, Vol. 30 No. 1, pp. 12-25. 2013.

YUN, K.; HONG, J.; YOU, Y. A Study on the Hybrid Start-up Intention by Using the Model of Goal-Directed Behavior (MGB). **Research in World Economy**. 11. 22. 10.5430/rwe.v11n2p22.2020.

ZARIFIAN, P. Objecrif Compétence. Pour une Nouvelle Logique. **Laboratoire de Recherche Innovation-Formation-Éducation (Liaisons)**.1999.

APÊNDICE

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO DA PESQUISA

INTENÇÃO EMPREENDEDORA NO ENSINO SUPERIOR: UMA ANÁLISE UTILIZANDO MODELAGEM DE EQUAÇÕES ESTRUTURAIS

Olá! Você está convidado a participar desta pesquisa, que faz parte de um estudo de Mestrado em Administração. Nesta pesquisa pretendemos coletar dados para explicar as intenções empreendedoras de estudantes do ensino superior em Sergipe. As perguntas são simples e demandam aproximadamente 10 minutos do seu tempo para resposta.

Esta pesquisa deve ser respondida unicamente por: (a) pessoas que já fizeram a matéria de empreendedorismo ao longo de seu curso. Caso não se encaixe nesse perfil, agradecemos o interesse, mas infelizmente você não deve responder o questionário.

Sua resposta é muito importante para a condução desta pesquisa. Caso aceite o termo de consentimento abaixo, você será direcionado para as próximas perguntas.

Agradecemos antecipadamente a sua colaboração.

Manuela de Jesus Silva Santos – Mestranda PROPADM – UFS
Prof^a. Dr^a. Rúbia Oliveira Corrêa – Orientadora PROPADM – UFS

PERFIL

1 – Qual sua idade?

2 – Qual seu sexo?

- Feminino
 Masculino
 Outro

3 – Possui pais ou parentes que empreendem ou já empreenderam?

- Sim
 Não

4 – Possui algum vínculo trabalhista?

- Sim
 Não

5- Natureza econômica da instituição onde realiza a sua graduação:

- Pública

Privada

6- Curso de graduação que realiza:

7- Qual a quantidade máxima de período a ser cursando na graduação supracitada?

8- Período curricular em que se encontra na graduação?

9. Já cursou a disciplina de empreendedorismo ou equivalente?

Sim

Não

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Perguntas	1 (Discordo totalmente)	2 (Discordo)	3 (Nem concordo nem discordo)	4 (Concordo)	5 (Concordo totalmente)
10 - Eu invisto muito tempo e energia estudando as últimas atualizações sobre gestão empresarial.					
11 - Eu recebi alguma educação empreendedora (melhor explicar) ou treinamento empreendedor.					
12 - Eu tenho muito conhecimento sobre empreendedorismo.					
13 -Tenho muitas experiências empreendedoras.					

ATTITUDES PESSOAIS

Perguntas	1	2	3	4	5
-----------	---	---	---	---	---

	(Discordo totalmente)	(Discordo)	(Nem concordo nem discordo)	(Concordo)	(Concordo totalmente)
14 - O empreendedorismo me atrai muito.					
15 - Entre várias opções, eu preferia ser um empreendedor.					

NORMA SUBJETIVA

Perguntas	1 (Muito positiva)	2 (Positiva)	3 (Nem positivo nem negativa)	4 (Negativa)	5 (Muito negativa)
16 - Qual a opinião dos meus pais sobre ser empreendedor.					

PERCEPÇÃO E CONTROLE DO COMPORTAMENTO

Perguntas	1 (Discordo totalmente)	2 (Discordo)	3 (Nem concordo nem discordo)	4 (Concordo)	5 (Concordo totalmente)
17 - Estou qualificado para propor soluções inovadoras e identificar alternativas que contribuam para a minha comunidade em situações reais.					

18 - Sou capaz de motivar as pessoas a realizar um projeto, conquistando a confiança da minha equipe de trabalho.					
---	--	--	--	--	--

DESEJO

Perguntas	1 (Discordo totalmente)	2 (Discordo)	3 (Nem concordo nem discordo)	4 (Concordo)	5 (Concordo totalmente)
19 - Espero que um dia me torne um empreendedor.					
20 - Estou disposto a fazer o que for preciso para ser um empreendedor.					
21 - Meu desejo é ser um empreendedor.					
22 - Farei todo o possível para iniciar e administrar minha própria empresa.					

INTENÇÃO EMPREENDEDORA

Perguntas	1 (Discordo totalmente)	2 (Discordo)	3 (Nem concordo nem discordo)	4 (Concordo)	5 (Concordo totalmente)
23 - Tenho certeza de que vou criar uma empresa cujos					

produtos ou serviços sejam inéditos no mercado.					
24 – Tenho certeza de que vou criar uma empresa que usa processos e equipamentos inovadores.					
25 – Tenho passos claros que devo tomar para cumprir meu objetivo de criar minha própria empresa.					
26 – Meu objetivo de criar minha própria empresa é real.					

EMOÇÕES NEGATIVAS ANTECIPADAS (ENA)

Perguntas	1 (Discordo totalmente)	2 (Discordo)	3 (Nem concordo nem discordo)	4 (Concordo)	5 (Concordo totalmente)
27 – Criar minha própria empresa me permitirá evitar um baixo nível de renda.					
28 – Criar minha própria empresa evitará um futuro sombrio para mim e minha família.					
29 – Criar minha própria empresa me permitirá evitar ter um chefe.					
30 – Criar minha própria empresa					

me permitirá evitará de ter um trabalho desmotivador.					
---	--	--	--	--	--

EMOÇÕES POSITIVAS ANTECIPADAS (APE)

Perguntas	1 (Discordo totalmente)	2 (Discordo)	3 (Nem concordo nem discordo)	4 (Concordo)	5 (Concordo totalmente)
31 – Criar minha própria empresa me fará ganhar reconhecimento entre outros e aumentar meu status social.					

FREQUÊNCIA DO COMPORTAMENTO PASSADO

Perguntas	1 (nunca)	2 (raramente)	3 (às vezes)	4 (quase sempre)	5 (sempre)
32 – Com que frequência uso parte do meu tempo aprendendo sobre como criar minha própria empresa.					
33 – Com que frequência investigo para reconhecer oportunidades para criar uma empresa.					
34 – Com que frequência resolvo problemas que envolvam cálculos financeiros.					
35 – Com que frequência trabalho em projetos que envolvam atividades empresariais.					