



**EMPREENDEADORISMO NA UNIVERSIDADE: COMPETÊNCIAS
EMPREENDEDORAS E A INTENÇÃO DE EMPREENDER**

**ENTREPRENEURSHIP AT THE UNIVERSITY: ENTREPRENEURIAL SKILLS
AND THE INTENTION TO ENTREPRENEUR**

Rodrigo Celso Gheno

Unochapecó

rodrigo.gheno@unochapeco.edu.br

<https://orcid.org/0000-0002-8364-5570>

Resumo

A educação empreendedora desenvolve nos indivíduos a capacidade de reconhecer oportunidades, assumir riscos e buscar o novo. Tais capacidades são potencializadas pelo desenvolvimento da autoconfiança e da proatividade, o comportamento empreendedor é uma proposta de solução para o mercado de trabalho em crise, especialmente nos períodos de mudança econômica e social. Com base na Teoria do Comportamento Planejado (TCP), este estudo analisa a influência das competências empreendedoras sobre a intenção empreendedora (IE). A amostra foi composta por 130 estudantes regularmente matriculados no curso de graduação em Administração da Universidade Federal Fronteira Sul. Para tanto, utilizou-se de pesquisa descritiva, com abordagem quantitativa, por meio de survey, para análise dos resultados utilizou-se da análise de regressão linear múltipla. Os resultados indicaram a existência de forte influência das competências empreendedoras na intenção empreendedora. Esse resultado é explicado pela TCP, no qual se observa que as competências e a intenção empreendedora são influenciadas diretamente pelas experiências de vida do indivíduo. A educação empreendedora mostrou-se importante para melhorar as competências empreendedoras, porém não apresentou influência significativa direta na IE. O estudo contribui ao destacar que os estudantes de Administração que possuem maiores competências empreendedoras estão mais propensos a abrir e gerir um novo negócio.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Competências Empreendedoras; Intenção Empreendedora; Comportamento Planejado; Universidade.

Abstract

Entrepreneurial education develops in individuals the ability to recognize opportunities, take risks and seek the new. Such capabilities are enhanced by the development of self-confidence and proactivity, entrepreneurial behavior is a proposed solution for the labor market in crisis, especially in periods of economic and social planning. Based on the Theory of Planned Behavior (TCP), this study analyzes the influence of entrepreneurial skills on entrepreneurial intention (EI). The sample consisted of 130 students regularly enrolled in the undergraduate course in Business Administration at Universidade Federal Fronteira Sul. For that, a descriptive research was used, with a quantitative approach, through a survey, for analysis of the results it was used the analysis of multiple linear regression. The results indicated the existence of a strong influence of entrepreneurial skills on entrepreneurial intention. This result is explained by the TCP, in which it is observed that the competencies and entrepreneurial intention are directly influenced by the individual's life experiences. Entrepreneurial education proved to be important to improve entrepreneurial skills, but it did not have a significant direct influence on EI. The study contributes by highlighting that Business Administration students who have greater entrepreneurial skills are more likely to open and manage a new business.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurial Skills; Entrepreneurial Intent; Planned Behavior; University.

1. Introdução

A ação das universidades é de fundamental importância para fomentar o empreendedorismo no âmbito acadêmico, tendo em vista, que o desenvolvimento de competências empreendedoras nos estudantes contribui para o crescimento e desenvolvimento da sociedade em termos globais (Crestani, Carvalho, & Carraro, 2019).

Pesquisa realizada pelo Sebrae e pela Endeavor em 2018, indica que quase seis em cada dez universitários pensam em abrir o próprio negócio, também identificaram que a maioria dos alunos não se preparam para empreender. Essa falta de prática pode ter impacto na confiança

para realizar atividades típicas de um empreendedor, como contratar, gerir as finanças ou definir estratégias para um novo produto (Sebrae & Endeavor, 2018).

O empreendedorismo é um fenômeno social amplamente estudado e fomentado, principalmente em função de sua importância para o desenvolvimento econômico. No centro dessa discussão, tem-se a figura do empreendedor, que desempenha papel essencial nesse processo. O empreendedorismo participa do desenvolvimento econômico e social em todas as nações (Crestani, Carvalho, & Carraro, 2019), impactando diretamente no crescimento econômico dos países, na geração de emprego e renda (Freire & Lucena, 2016). O empreendedorismo é um conceito abrangente que não é apenas um mero negócio de criação, mas também um modo de vida e pensamento (Kuratko, 2005; Ferreira, 2022).

O empreendedor é parte essencial no processo de desenvolvimento econômico, levando em conta os sistemas de valores da sociedade, em que são fundamentais os comportamentos individuais dos seus integrantes (Baggio & Baggio, 2015). Destaca-se assim que o papel do empreendedor vai além da geração de empregos, mas também age como incentivador da economia seja ela local, ou regional. Ele é um impulsionador das mudanças que ocorrem na sociedade, sendo portanto, componente chave do desenvolvimento social e econômico, devido ao seu impacto positivo, incluindo entre outros a criação de empregos, inovação, competitividade (Luis-Rico et al., 2020; Costa, 2021).

Considerando o empreendedorismo como uma ponte para o desenvolvimento econômico, diversos pesquisadores passaram a estudar além do fenômeno de empreender, voltando-se à educação empreendedora, tornando-se objeto de investigação de diversos pesquisadores à medida que exerce papel fundamental na difusão da cultura empreendedora na sociedade atual (Mason, 2011; Arasti, Falavarjani, & Imanipour, 2012; Bakar, Islam, & Lee, 2015). Além disso, o empreendedorismo torna-se vital para a esfera econômica de um país, uma vez que por meio dele ocorre a preparação de indivíduos com habilidade e conhecimentos suficientes para transformar obstáculos em oportunidades e desse modo criar novas empresas (Mason, 2011; Bakar et al., 2015; Costa, 2021).

Para ocorrer o empreendedorismo, o indivíduo tem que intencional empreender, e essa intenção é formada a partir de motivações e competências. Visto isso, a percepção da relevância do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e social provoca o surgimento de pesquisas sobre o assunto (Crestani, Carvalho, & Carraro, 2019).

Diante deste contexto, apresenta-se a seguinte questão de pesquisa: qual a influência das competências empreendedoras sobre a intenção de empreender dos alunos do curso de

graduação em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS)? Para respondê-la, o presente estudo tem como objetivo analisar a influência das competências empreendedoras sobre a intenção de empreender de alunos do curso de graduação em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS).

Como objetivos específicos, busca-se: identificar as competências empreendedoras dos alunos e analisar a influência das competências empreendedoras na intenção de empreender dos alunos.

Para tanto, foi realizada uma coleta de dados por meio de questionário *on-line* com 130 acadêmicos regularmente matriculados no curso de graduação em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), na busca de evidenciar a influência da graduação nos seus comportamentos e desenvolvimento de competências para gerir um negócio, este foi aplicado durante os meses de agosto e setembro de 2021, por meio da plataforma *Google Forms*.

Este estudo justifica-se no sentido que o empreendedorismo exerce papel fundamental no desenvolvimento social e mesmo os alunos recebendo conhecimento na graduação sobre esta disciplina, muitos não desenvolvem a intenção de empreender. Também encontra-se alinhado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Assembleia Geral das Nações Unidas (ONU) em especial ao objetivo 8.3 (ONU, 2022) que versa sobre promover políticas orientadas para o desenvolvimento que apoiem as atividades produtivas, geração de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação, e incentivar a formalização e o crescimento das micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros.

Quanto à relevância, o ensino do empreendedorismo não pode ser considerado somente de importância acadêmica, é preciso se levar em consideração todos os benefícios que, na prática, este estímulo pode significar para o contexto social. É fundamental, diante de todo o histórico apresentado e do atual cenário brasileiro, que se estude e, conseqüentemente, se apresente propostas para estimular iniciativas empreendedoras.

2. Referencial Teórico

2.1 Teoria do comportamento planejado e a intenção empreendedora

O ser humano é altamente adaptável ao contexto em que está inserido e isto o torna um elemento de difícil previsibilidade e compreensão de seus comportamentos (Simon, 1990; Vazquez & Hutz, 2021). Visando esclarecer esta questão, surgiram diversas teorias nas quais seus autores

tentaram elucidar o comportamento humano no campo das ciências sociais. Schlüter et al. (2017) apontam algumas destas teorias: Teoria Clássica do Condicionamento (Pavlov, 1927), Teoria do Condicionamento Operante (Skinner, 1953); Teoria da Racionalidade Limitada (Simon, 1957), e Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991), dentre outras.

Diante das diversas teorias que visam compreender o comportamento dos indivíduos, a Teoria do Comportamento Planejado é a mais difundida entre os pesquisadores no campo de estudos do empreendedorismo (Armitage & Christian, 2003; Andrade, 2021). Neste sentido Moutinho e Roazzi (2010) e Andrade (2021) corroboram no entendimento quando apontam que esta teoria é capaz de indicar quando determinado comportamento de um indivíduo foi condicionado por fatores internos, por fatores externos, ou ainda por ambos.

No contexto da educação empreendedora, esta teoria é útil para analisar o processo de comportamento empreendedor. Ginanjar (2016) define educação empreendedora como um curso de educação empreendedora oferecido por universidades que ensina a teoria e a prática. Honig (2004) e Santos (2021) discutiram métodos de ensino, comparando simulação e teoria empírica baseada em contingências e propuseram que a educação para o empreendedorismo deveria formar um sistema com características próprias ao invés de simplesmente introduzir métodos de ensino padronizados e convencionais. Para promover o empreendedorismo entre os estudantes universitários, é necessário garantir que os estudantes universitários tenham alta intenção empreendedora. Uma vez que a aquisição de conhecimento pode mudar o comportamento, a intenção empreendedora pode ser influenciada pelos resultados da aprendizagem.

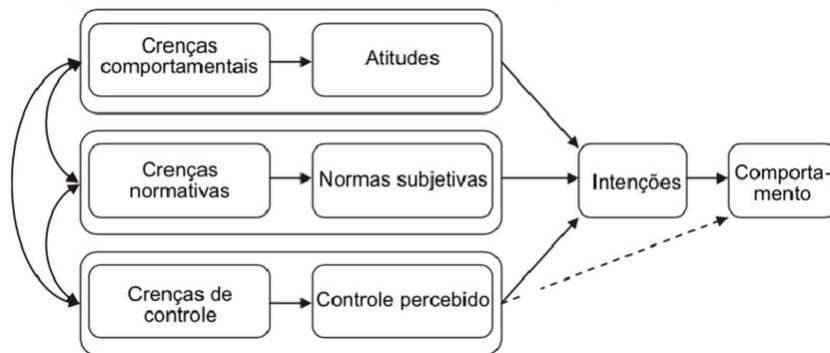
Ajzen (2005) propõe que, quando a probabilidade de sucesso for alta, os indivíduos prestam mais atenção às suas intenções. Portanto, aprender diferentes comportamentos podem resultar em mudanças de atitude, mudanças estas que passam a poder influenciar as intenções empreendedoras (Ferreira, Fernandes, & Ratten, 2017). A educação para o empreendedorismo pode mudar a capacidade de um indivíduo (incluindo conhecimento, habilidades e espírito empreendedor) de mudar as intenções relacionadas ao empreendedorismo. Neste contexto, a educação para o empreendedorismo é o processo de ensinar o empreendedorismo aos alunos, que envolve identificar oportunidades de negócios viáveis e transformá-las em empreendimentos comerciais de sucesso (Iacobucci & Micozzi, 2012; Dornelas, 2021). A educação para o empreendedorismo desempenha um papel fundamental no cultivo das intenções dos alunos (Anwar & Saleem, 2019).

A pesquisa empírica de Kaya, Erkut e Thierbach (2019) comprova que tanto o apoio ao empreendedorismo quanto o ensino de habilidades relacionadas à autogestão aumentam a possibilidade de futuras atividades empreendedoras, o que reforça a necessidade de estabelecimento de cursos de educação empreendedora nas universidades.

Os métodos de ensino para a educação para o empreendedorismo não são estáticos, mas dinâmicos, e podem mudar com o uso constante das mídias sociais como parte da experiência de aprendizagem (Chawinga, 2017). Especialmente quando se trata de explicar uma decisão de iniciar um novo negócio, a intenção empreendedora desempenha um papel importante, na medida em que uma mentalidade que direciona a atenção ou ação das pessoas para um determinado comportamento (Ferreira et al., 2012). As intenções são determinadas pela viabilidade, intencionalidade e propensão a agir. De acordo com a teoria do comportamento planejado, a intenção empreendedora de uma pessoa é uma função de sua atitude positiva, normas subjetivas favoráveis e controle comportamental percebido positivo para o comportamento empreendedor (Rideout & Gray, 2013; Do Nascimento Silva, 2022).

Os constructos teóricos apresentados até o momento, buscam explicar as atitudes relativas ao comportamento, por meio das normas subjetivas e controle percebido do comportamento. Portanto, através dos elementos que constituem a Teoria do Comportamento Planejado (Figura 1), busca-se prever caminhos para explicar e entender o comportamento de um indivíduo diante da tomada de decisão em relação à intenção empreendedora.

Figura 1. Teoria do Comportamento Planejado



Fonte: adaptado de Ajzen (2002)

Como pode ser analisado na Figura 1, o comportamento é guiado por três tipos de crenças: comportamentais, normativas e de controle (Ajzen, 2002). As crenças comportamentais produzem uma atitude favorável ou desfavorável em relação ao comportamento. As crenças normativas resultam de uma pressão social. Já as crenças de controle podem facilitar ou impedir a performance de um comportamento. Assim, atitude em

relação ao comportamento, norma subjetiva e percepção se o comportamento está sujeito à vontade conduzem a formação de uma intenção comportamental. Geralmente, quanto mais favoráveis são a atitude e a norma subjetiva e maior o controle percebido, maior deve ser a intenção pessoal de realizar o comportamento. Dado um suficiente grau de controle do comportamento, as pessoas tendem a realizar suas intenções quando as oportunidades aparecem. Dessa forma, a intenção comportamental é considerada o antecessor imediato do comportamento (De Rezende Pinto, 2007; Surdo, 2022).

2.2 Competências Empreendedoras

Uma “competência” é definida por Jardim (2021) como a capacidade de operacionalizar, em uma situação concreta, um conjunto de conhecimentos, atitudes e habilidades para ter sucesso. Este conceito destaca que uma pessoa competente em uma determinada área tem um *savoir-faire* analítico, criativo e prático, mais do que simplesmente um conhecimento desenraizado das circunstâncias de desempenho. Além disso, mostra uma competência específica ao operacionalizar com sucesso seus conhecimentos em situações específicas. Por sua vez, as competências empreendedoras são entendidas como os conhecimentos, atitudes e habilidades que permitem que alguém seja bem-sucedido no desenvolvimento de projetos, produtos ou serviços originais e valiosos, com base nas necessidades de uma empresa – população-alvo e, como resultado, o cumprimento de objetivos funcionais, sociais ou emocionais (Jardim, 2021).

A partir da teoria da personalidade, Chell et al. (2008) argumenta que as competências podem ser desenvolvidas a partir de experiências no mundo real, como experiências empreendedoras anteriores. Também surge dos traços de personalidade, que são relevantes para prever a intenção empreendedora (Brandstätter, 2011). A personalidade de uma pessoa inclui vários fatores, que podem abranger as atitudes da pessoa, suas habilidades ou competências (Boyd & Vozikis, 1994). Para que outras atividades sejam bem-sucedidas, deve haver alguma forma de desenvolvimento de competências, e esse desenvolvimento pode surgir por meio do aprendizado (Boyatziz, 2008).

Empreendedores com níveis mais altos de habilidades gerais, como habilidades de comunicação e *networking*, são mais propensos a iniciar vários negócios (Anokhin, Grichnik, & Hisrich, 2008). Isso é sustentado pela teoria da personalidade, pois considera as motivações e os traços que um empreendedor possui (Robinson & Stubberud, 2014). Olhar para as competências em oposição aos traços e motivações tradicionais é um método para avaliar a

probabilidade de sucesso de um indivíduo do que apenas olhar para sua personalidade (Mischel, 1973; Boyatziz, 2008).

Como as competências empreendedoras são compostas por identificação de oportunidades, habilidades de *networking* e propensão a assumir riscos, isso torna o negócio e o empreendedor mais adaptáveis às mudanças ambientais, preferências do consumidor, desenvolvimentos tecnológicos e movimentos da concorrência (Kellermanns, Eddleston, Barnet, & Pearson, 2008). Muitos construtos e competências de personalidade estão diretamente ligados à intenção que um empreendedor tinha (Brandstätter, 2011).

A educação para o empreendedorismo desempenha um papel vital na criação de habilidades empreendedoras e comportamento empreendedor (Fayolle & Klandt, 2006). Há também evidências de que as decisões de alunos de *startups* empreendedoras são significativamente afetadas pelo suporte educacional percebido em uma universidade (Nabi & Linan, 2013; Trivedi, 2016; Anwar & Saleem, 2019). O ensino superior é capaz de focar fundamentalmente na formação de empreendedores competentes e prontos para ações práticas. Pode envolver três componentes principais: programas educacionais apropriados; estilo de ensino adequado; os instrumentos para criar um ambiente empreendedor com base na universidade (Mitchelmore & Rowley, 2010).

A competência empreendedora dos alunos é alimentada pela educação para o empreendedorismo, que leva ao desenvolvimento da intenção empreendedora (Franco, Haase, & Lautenschläger, 2010; Robinson & Stubberud, 2014; Lindberg, Bohman, & Hulten, 2017). A universidade desempenha um papel de destaque no desenvolvimento da percepção, competência, confiança e convicção dos alunos oferecendo cursos transversais complementados com treinamento sobre criação de empreendimentos e criação de uma cultura de empreendedorismo (Iglesias-Sánchez, Jambrino-Maldonado, Velasco, & Kokash, 2016). A educação, então, atua como um antecedente na capacitação empreendedora de um indivíduo (Hannon, 2006).

A formação de profissionais competentes e competitivos no mercado de trabalho é uma tarefa fundamental para os países economicamente desenvolvidos. A qualidade da educação nessa direção também pode ajudar a melhorar a posição econômica dos países em desenvolvimento (Bell, 2016). Por isso, a formação de profissionais competentes é uma questão importante. Isso só é possível através da formação das competências do empreendedor (Akhmetshin, Muller, Yumashev, Kozachek, Prikhodko, & Safonova, 2019).

Para se ter uma maior visibilidade sobre a realização desse estudo, realizou-se uma busca sobre outras pesquisas já realizadas sobre o tema, sobre competências empreendedoras de alunos universitários, mostrando quais foram os objetivos e resultados obtidos por outros pesquisadores, Crestani, Carvalho e Carraro (2019), objetivaram identificar o potencial e o perfil empreendedor dos estudantes de Ciências Contábeis de uma Universidade Federal da região Sul do Brasil, Foi possível inferir que os alunos do curso de Ciências Contábeis ainda não têm grandes intenções de abrir uma empresa no futuro. Dos alunos respondentes, menos de 10% já tem um negócio, sendo parte desses profissionais autônomos de prestação de serviços. Poucos têm planos para empreender no futuro e não estão economizando dinheiro para a abertura de um negócio. Também foi inferido que poucos alunos acreditam que a abertura de uma empresa pode trazer segurança familiar, podendo estar relacionado ao fato das tensões econômicas e a instabilidade do empreendedorismo. Os estudantes respondentes consideram o ensino do empreendedorismo na universidade altamente relevante, mesmo aqueles que não tem a intenção de abrir um novo negócio.

Ferreira Neto, Cavalcante e Castro (2020), buscaram verificar a existência de relações significativas entre criatividade percebida, resiliência, autoeficácia e a viabilidade percebida com a intenção em empreender. Os resultados dessa pesquisa confirmaram que a resiliência, a viabilidade percebida e a auto eficácia influenciam diretamente a intenção empreendedora, enquanto a criatividade contribui mediada pela autoeficácia e se junta aos demais construtos, que formam a intenção empreendedora.

Estudos anteriores realizados abordando a temática do empreendedorismo, buscam destacar as características que levam o aluno a empreender, bem como compreender a sua intenção empreendedora.

3. Metodologia

O delineamento metodológico da presente pesquisa é caracterizado como de caráter descritivo em relação ao objetivo, por meio de pesquisa *survey* por se utilizar de questionário e, com abordagem quantitativa para análise dos dados. A população da pesquisa compreende 427 estudantes do curso de graduação em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), Campus Chapecó, regularmente matriculados no segundo semestre de 2021. A definição desta população se justifica pela expectativa que há nos estudantes de Administração que estes se tornem empreendedores durante ou ao final do curso considerando que estes estão inseridos no ambiente universitário e frequentemente participam de atividades ligadas ao

empreendedorismo (Iizuka; & De Moraes, 2014). A amostra é composta por 130 alunos, visto o número total de respondentes.

Como técnica para levantamento de dados foi utilizado questionário em escala tipo *Likert*, dividido em três grandes blocos: educação empreendedora, competências empreendedoras e intenção empreendedora. Cada bloco foi composto por afirmações para as quais os respondentes assinalaram um dos 5 graus de concordância, variando de 1 (discordo totalmente) para 5 (concordo totalmente). O questionário utilizado para a pesquisa é um questionário já validado, oriundo da publicação de Tosta, Cassol, Tosta, Vitarelli, Bueno e Barbieri (2021). O Quadro 1 apresenta o constructo da pesquisa.

Quadro 1. Constructo da Pesquisa

Variáveis	Descrição
Independente: Competências Empreendedoras	Neste bloco buscamos analisar as competências empreendedoras que o aluno possui.
CE01	Busco sempre melhorar o meu desempenho em relação à tarefa anterior.
CE02	Se uma maneira de resolver um problema não funcionar, procurarei outra abordagem.
CE03	Quando confrontado com um problema, coloco todo o meu empenho e esforço para resolvê-lo.
CE04	Acredito que o sucesso do meu negócio depende, principalmente, da minha vontade e, sendo assim, certamente seria um sucesso.
CE05	Para mim, a autoconfiança constitui um "mau conselheiro" para lidar com riscos e incertezas.
CE06	Eu acredito que todos podem ter sucesso na carreira empreendedora, inclusive eu.
CE07	O fracasso na primeira tentativa empreendedora é uma "fonte" de autoconhecimento e pode levar a uma tentativa empreendedora subsequente.
CE08	O sucesso nos negócios depende, em grande parte, das características individuais, habilidades e fatores psicológicos.
CE09	Tenho prazer em responder aos desafios, então a competição me faz trabalhar mais.
CE10	Ao lidar com uma tarefa, raramente preciso ou quero ajuda.
CE11	Acredito que para ter sucesso nos negócios é importante trabalhar com outras pessoas.
CE12	Posso persuadir as pessoas a mudarem de opinião por meio de discussão.
CE13	Não gosto de resultados, por mais favoráveis que sejam, se não forem provenientes dos meus próprios esforços.
CE14	Prefiro trabalhar com pessoas a trabalhar sozinho.
CE15	Tenho qualidades de liderança e habilidades que são necessárias para ser um empreendedor.
CE16	Estou disposto a aceitar as consequências positivas e negativas das minhas decisões e ações.
CE17	Eu identifiquei oportunidades empreendedoras específicas que tentarei buscar no futuro.
CE18	Acompanho as novas ideias e tendências no ambiente empreendedor.
CE19	Fico desconfortável se não tenho claro os meus objetivos futuros.
CE20	Tento levar em consideração todos os problemas que podem surgir.
CE21	Fico incomodado quando as atividades não ocorrem da maneira que planejei previamente.
CE22	Eu lido com os problemas conforme eles surgem.
CE23	Gosto de desafios que aumentam minhas habilidades, em vez de coisas que posso fazer facilmente.
CE24	Quando me deparo com um desafio, penso mais nos resultados do sucesso do que nas consequências do fracasso.

Dependente: Intenção Empreendedora	Neste bloco buscamos analisar o conhecimento acerca de iniciar um empreendimento, bem como entender se o aluno possui intenção de empreender.
IE01	Mesmo que eu seja capaz, trabalhador e ambicioso, não possuo condições financeiras para abrir um negócio.
IE02	Eu considero difícil levantar os recursos financeiros necessários para abrir um negócio no Brasil.
IE03	Eu sei como ter acesso à assistência necessária para começar um novo negócio.
IE04	No Brasil, a atividade empreendedora é considerada vantajosa, apesar dos riscos.
IE05	Tenho acesso a capital para começar a ser um empreendedor.
IE06	Acredito que só posso ganhar muito dinheiro se for autônomo.
IE07	Pessoas de quem gosto aprovam minhas intenções de me tornar um empreendedor.
IE08	Ser um empreendedor implicaria em mais vantagens do que desvantagens para mim.
IE09	Eu não me importo se o lucro é pequeno, desde que seja garantido e constante.
IE10	Produzo mais quando estou sozinho, sem supervisão direta de ninguém.
IE11	Quero ganhar apenas o suficiente para atingir um padrão de vida confortável.
IE12	Estou determinado a abrir um negócio nos próximos três anos.

Fonte: adaptado de Tosta *et al.* (2021)

A aplicação do questionário ocorreu por meio da plataforma *Google Forms*, devido a esta oferecer a possibilidade de acesso em qualquer local e horário; agilidade na coleta de dados e análise dos resultados, pois quando o questionário é respondido as respostas aparecem imediatamente; facilidade de uso entre outros benefícios (Mota, 2019), também considerando que a aplicação dos questionários se deu no período de alta da pandemia COVID-19, nos meses de agosto e setembro de 2021. Para a análise dos dados foi aplicado a análise de regressão linear múltipla. Na análise dos dados, foram verificados todos os critérios para a validação das regressões lineares necessárias, tais como normalidade dos resíduos, ausência de autocorrelação dos resíduos, não multicolinearidade e linearidade dos parâmetros. Existem alguns coeficientes que não são apresentados nos resultados e nas discussões por não terem gerado resultados representativos aos constructos. São analisadas todas as relações dos constructos, que desempenham papéis diferentes mas complementares na explicação das hipóteses em análise.

Para a tabulação dos dados utiliza-se de planilha eletrônica e para o tratamento estatístico o *software* SPSS. Estabelece-se para a análise dos dados a estatística descritiva, mais especificamente a análise de frequência das questões relacionadas no Quadro 1. Após a descrição dos procedimentos metodológicos da pesquisa, apresenta-se na próxima seção a descrição e análise dos resultados.

4. Resultados

Esta seção apresenta os resultados obtidos a partir do que se estabeleceu no objetivo da pesquisa e, delineando os procedimentos metodológicos, serão apresentadas as estatísticas

descritivas das características gerais e individuais (demográficas) dos estudantes respondentes da presente pesquisa.

Tabela 1. Número de respondentes por gênero

Gênero	Frequência	% da amostra
Masculino	39	30
Feminino	91	70
Total	130	100

Fonte: dados da pesquisa/elaborado pelos autores

Como pode-se observar na Tabela 1, entre os respondentes da amostra, 39 (30%) pertencem ao sexo masculino e 91 (70%) ao sexo feminino. Este dado está em consonância com os achados de Ricoldi e Artes (2016) que indicaram uma maior proporção de estudantes do sexo feminino no ensino superior.

Tabela 2. Idade dos respondentes

Idade	Frequência	% da amostra
Menor de 18 anos	4	3,08
18 a 20 anos	41	31,54
21 a 25 anos	64	49,23
26 a 30 anos	11	8,46
31 a 35 anos	5	3,85
36 a 40 anos	2	1,54
Acima de 40 anos	3	2,31
Total	130	100

Fonte: dados da pesquisa/elaborado pelos autores

Em relação a idade dos respondentes (Tabela 2), 4 (3,08%) alunos possuem idade menor que 18 anos, 41 (31,54%) alunos estão na faixa de 18 a 20 anos, 64 (49,23%) alunos na faixa de 21 a 25 anos, 11 (8,46%) alunos na faixa de 26 a 30 anos, 5 (3,85%) alunos na faixa de 31 a 35 anos, 2 (1,54%) alunos na faixa de 36 a 40 anos e 3 (2,31%) alunos estão na faixa acima de 40 anos. Destaca-se que 80% da amostra está na faixa de idade entre 18 anos e 25 anos.

Tabela 3. Estado civil dos respondentes

Estado civil	Frequência	% da amostra
Casado	17	13,08
Divorciado	6	4,62
Solteiro	107	82,31
Total	130	100

Fonte: dados da pesquisa/elaborado pelos autores

No que condiz ao estado civil (Tabela 3), 17 (13,08%) alunos responderam serem casados, 6 (4,62%) divorciados e 107 (82,31%) solteiros. O maior número de alunos respondentes solteiros reflete na questão de número de filhos como pode ser observado na Tabela 4, sendo que 11 (8,46%) alunos responderam possuir de 1 a 2 filhos e 119 (91,54%) não possuem filhos.

Tabela 4. Quantidade de filhos dos respondentes

Nº de filhos	Frequência	% da amostra
1 a 2 filhos	11	8,46
Não possui filhos	119	91,54
Total	130	100

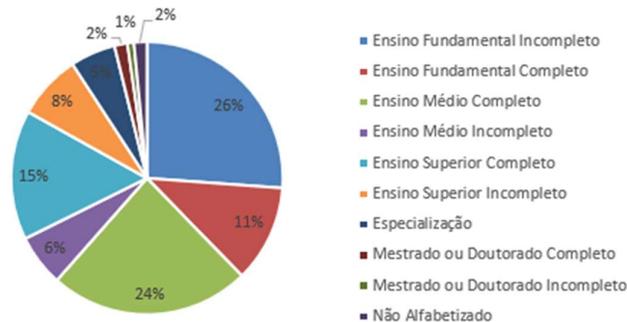
Fonte: dados da pesquisa/elaborado pelos autores

Em relação a renda familiar mensal (Figura 2), 43 (33%) alunos possuem renda familiar mensal de 1 a 2 salários mínimos, 45 (35%) alunos possuem renda familiar mensal de 2 a 4 salários mínimos, 29 (22%) alunos apresentaram renda familiar mensal de 4 a 6 salários mínimos e 13 (10%) alunos responderam que sua renda familiar mensal é acima de 6 salários mínimos.

Figura 2. Renda familiar mensal dos respondentes

Fonte: dados da pesquisa/elaborado pelos autores

Sobre a formação escolar dos pais dos alunos (Figura 3), 34 (26%) possuem o ensino fundamental incompleto, 15 (11%) fundamental completo, 31 (24%) ensino médio completo e 8 (6%) incompleto. Sobre o ensino superior, 20 (15%) possuem ensino superior completo e 10 (8%) incompleto. Ainda 7 (5%) possuem algum nível de especialização. A nível de mestrado e doutorado, 2 (2%) completaram esse nível e 1 (1%) está incompleto. Do total, 2 (2%) responderam que os pais não são alfabetizados.

Figura 3. Formação escolar dos pais dos respondentes

Fonte: dados da pesquisa/elaborado pelos autores

Sobre o estágio de conclusão do curso como pode ser visto na Tabela 5, 41 (31,54%) alunos concluíram menos de 25% do curso, 32 (24,62%) estão no estágio de 25% a 50%, 25 (19,23%) alunos estão no estágio de 51% a 75% e 32 (24,62%) alunos estão acima de 75% de conclusão do curso.

Tabela 5. Estágio de conclusão do curso pelos respondentes

Percentual de conclusão	Frequência	% da amostra
Menos de 25%	41	31,54
25% a 50%	32	24,62
51% a 75%	25	19,23
Acima de 75%	32	24,62
Total	130	100

Fonte: dados da pesquisa/elaborado pelos autores

Os alunos também foram perguntados sobre a frequência em que participam de cursos de aperfeiçoamento (Tabela 6), 16 (12,31%) responderam que participam de tais cursos mais de uma vez ao mês, 36 (27,69%) uma vez ao ano, 15 (11,54%) uma vez ao mês, 39 (30%) uma vez ao semestre e 24 (18,46%) uma vez ao trimestre.

Tabela 6. Participação em cursos de aperfeiçoamento pelos respondentes

Participação em cursos	Frequência	% da amostra
Mais de uma vez ao mês	16	12,31
Uma vez ao ano	36	27,69
Uma vez ao mês	15	11,54
Uma vez ao semestre	39	30
Uma vez ao trimestre	24	18,46
Total	130	100

Fonte: dados da pesquisa/elaborado pelos autores

Os alunos também foram perguntados quanto a possuírem outro curso de graduação ou tecnólogo (Tabela 7), 33 (25,38%) responderam que já possuem algum curso e 97 (74,62%) responderam que não possuem nenhum curso superior.

Tabela 7. Número de respondentes que já possuem algum curso superior

Possui outro curso superior	Frequência	% da amostra
Sim	33	25,38
Não	97	74,62
Total	130	100

Fonte: dados da pesquisa/elaborado pelos autores

A Tabela 8 apresenta dados referentes a influência das Competências Empreendedoras na Intenção Empreendedora.

Tabela 8. Influência das CE na IE

Independente	Dependente	b	t	Sig.	R ²	Adj	DW	F	ANOVA
CE01	IE04	0,264	2,078	0,040**	0,091	0,054	2,147	2,485	0,035
CE04	IE04	0,195	2,340	0,021**	0,250	0,207	2,289	5,797	0,000
CE05	IE05	0,328	2,918	0,004*	0,136	0,115	2,074	6,589	0,000
CE04	IE06	0,269	2,195	0,030**	0,113	0,062	1,807	2,226	0,037

CE05	IE06	0,273	2,511	0,013**	0,140	0,119	1,723	6,833	0,000
CE01	IE07	0,277	2,149	0,034**	0,084	0,047	1,739	2,270	0,052
CE01	IE08	0,295	2,187	0,031**	0,104	0,068	2,087	2,888	0,017
CE04	IE08	0,264	3,044	0,003*	0,291	0,250	2,144	7,157	0,000
CE04	IE10	0,232	2,274	0,025**	0,129	0,079	1,869	2,575	0,016
CE04	IE12	0,199	1,698	0,092***	0,296	0,256	2,156	7,336	0,000
CE01	MÉDIA IE	0,233	3,060	0,003*	0,171	0,138	2,090	5,129	0,000

Significância ao nível de *1%; **5%; ***10%.

Fonte: dados da pesquisa.

Conforme dados apresentados na Tabela 8, a variável busca por melhorar o desempenho em relação à tarefa anterior (CE01) e a variável o sucesso do meu negócio depende, principalmente, da minha vontade (CE04) influenciam de forma positiva e significativa a variável dependente as atividades empreendedoras são vantajosas, apesar dos riscos (IE04), cujas significâncias (*Sig.*) foram de 0,040 e 0,021 respectivamente. A literatura empreendedora ressalta a importância das competências empreendedoras, combinando conhecimento, habilidade e atitude para o sucesso no cenário empresarial (Jardim, 2021).

Neste contexto, a busca contínua por melhorar o desempenho em tarefas anteriores (CE01) e a forte convicção de que o sucesso do negócio é determinado principalmente pela vontade do empreendedor (CE04) são aspectos intrínsecos da jornada empreendedora. Essas características, quando alinhadas com a capacidade do empreendedor de se adaptar e ver o valor nas atividades empreendedoras, apesar dos riscos associados (IE04), solidificam a ideia de que empreendedores armados com as competências e mentalidades corretas têm o potencial de superar desafios e reivindicar recompensas significativas no mundo dos negócios (Kellermanns et al., 2008).

A variável a autoconfiança constitui um mau conselheiro para lidar com riscos e incertezas (CE05) apresentou influência positiva e significativa (*Sig.* 0,004) na variável tenho acesso a capital para começar a ser um empreendedor (IE05). Na Teoria do Comportamento Planejado, conforme explorado por Ajzen (2002), o comportamento humano é orientado por crenças comportamentais, normativas e de controle. Neste contexto, a autoconfiança, mesmo sendo um indicador potencialmente enganoso para lidar com riscos e incertezas (CE05), pode estar alinhada com as crenças de controle de um empreendedor. Indivíduos altamente confiantes podem perceber que têm um maior controle sobre suas ações e os resultados que alcançam. Esta crença na própria capacidade pode levar a uma percepção elevada de que eles têm acesso a capital necessário para iniciar um negócio (IE05). A significância notada (*Sig.* 0,004) sugere que, embora a autoconfiança possa ser um conselheiro duvidoso em termos de avaliação de

riscos, ela desempenha um papel fundamental na influência das intenções empreendedoras, particularmente no que diz respeito ao acesso a recursos.

Dentro do universo empreendedor, a autoconfiança é uma faceta crucial que influencia a tomada de decisões. No entanto, conforme discutido na seção 2.2, a autoconfiança excessiva pode ser um desafio quando se trata de avaliar riscos e incertezas. A literatura sugere que competências empreendedoras eficazes estão associadas à identificação de oportunidades, habilidades de networking e propensão a assumir riscos de maneira equilibrada (Kellermanns et al., 2008).

No entanto, é intrigante observar uma correlação positiva entre autoconfiança excessiva em lidar com riscos e o acesso percebido ao capital inicial. Isso pode indicar que indivíduos excessivamente confiantes podem ter uma probabilidade maior de conseguir financiamento ou capital, talvez devido à sua capacidade de persuasão ou rede de contatos. No entanto, é essencial que essa confiança esteja alinhada com uma avaliação realista das oportunidades e riscos, para que o capital adquirido seja investido de maneira eficaz e sustentável.

A literatura sobre a Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991) demonstra que a formação de intenções comportamentais é influenciada por crenças individuais e percepções sobre um determinado comportamento. De acordo com essa teoria, a atitude, a norma subjetiva e a percepção de controle são os principais determinantes das intenções comportamentais. No contexto do empreendedorismo, o estudo de variáveis como a crença de que a autonomia pode levar a ganhos financeiros (IE06) é relevante para entender a motivação e a intenção empreendedora.

Ao relacionar essa crença com a ideia de que o sucesso de um negócio depende principalmente da vontade do empreendedor (CE04) e com a percepção de que a autoconfiança pode ser um mau conselheiro ao lidar com riscos e incertezas (CE05), é possível estabelecer uma ligação entre as crenças pessoais e a capacidade percebida para lidar com os desafios do empreendedorismo. Esta relação é respaldada pelas significâncias estatísticas (Sig.) de 0,030 e 0,013, respectivamente. Assim, pode-se inferir que, para os empreendedores que acreditam na relevância da autonomia para o sucesso financeiro, essa crença também influencia sua percepção de controle e confiança ao enfrentar riscos e incertezas no mundo dos negócios. A literatura, portanto, sugere que as crenças pessoais e as percepções sobre o empreendedorismo estão intrinsecamente interligadas e têm um impacto profundo nas decisões e intenções dos indivíduos no domínio empreendedor.

Ainda em relação aos dados apresentados na Tabela 8, observa-se que a busca por melhorar o desempenho em relação à tarefa anterior (CE01) influencia de forma positiva e significativa as variáveis pessoas de quem gosto aprovam as minhas intenções de empreender (IE07) e ser um empreendedor implicaria em mais vantagens do que desvantagens (IE08), com significância estatística (*Sig.*) de 0,034 e 0,031 respectivamente. Estes resultados demonstram que aprender diferentes comportamentos mudam atitudes e afetam as intenções empreendedoras (Ferreira et al., 2017).

Conforme descrito por Kaya et al. (2019), quanto maior o ensino de habilidades empreendedoras, maior será a probabilidade de futuras atividades empreendedoras. É plausível inferir que uma atitude positiva em relação ao autoaperfeiçoamento pode reforçar normas subjetivas positivas e percepções favoráveis sobre o empreendedorismo. Essa abordagem alinhada sugere que o comprometimento contínuo com a melhoria e o reconhecimento desse esforço pelos pares podem, de fato, cultivar uma visão mais positiva sobre o empreendedorismo, levando a uma maior intenção empreendedora.

O empreendedorismo é reconhecido por sua capacidade de gerar oportunidades, empregos e promover o avanço econômico. Nesse contexto, a percepção de melhoria contínua e superação de desempenho anterior pode ser vista como uma característica intrínseca do empreendedor, que busca sempre inovar e se adaptar às mudanças do mercado. Esse desejo de superação e desenvolvimento constante pode, conseqüentemente, influenciar positivamente a percepção do entorno social sobre as intenções empreendedoras do indivíduo, já que, segundo Robinson e Stubberud (2014), a personalidade do empreendedor, que engloba suas competências e motivações, tem grande peso no processo.

Além disso, o fato de buscar melhorias contínuas pode reforçar a ideia de que empreender traz mais vantagens do que desvantagens, dado que o indivíduo está constantemente se aprimorando, minimizando riscos e maximizando oportunidades. Assim, essa busca incessante por aprimoramento, respaldada pela literatura, pode ser um fator que impacta positivamente a percepção do empreendedorismo e suas vantagens.

Por fim, a variável independente o sucesso do meu negócio depende, principalmente, da minha vontade (CE04) influencia de forma positiva e significativa as variáveis ser um empreendedor implicaria em mais vantagens do que desvantagens (IE08), produzo mais quando estou sozinho, sem supervisão direta (IE10) e estou determinado a abrir um negócio nos próximos três anos (IE12), apresentando significância estatística (*Sig.*) de 0,003, 0,025 e 0,092 respectivamente. As intenções são determinadas pela viabilidade, intencionalidade e propensão

a agir. De acordo com a teoria do comportamento planejado, a intenção empreendedora de uma pessoa é uma função de sua atitude positiva, normas subjetivas favoráveis e controle comportamental percebido positivo para o comportamento empreendedor (Rideout & Gray, 2013).

A discussão trata da perspectiva de que ser empreendedor tem mais vantagens do que desvantagens, a eficiência em trabalhar sozinho sem supervisão direta e a determinação para abrir um negócio nos próximos três anos. Isso se alinha com os constructos da Teoria do Comportamento Planejado, onde atitudes, normas subjetivas e controle percebido do comportamento moldam e dirigem a intenção de um indivíduo. Em particular, a crença no controle pessoal, como indicado pela variável CE04, parece fortalecer a intenção empreendedora, o que é respaldado pela teoria de Ajzen (2002) e outros estudiosos.

A ideia de que as crenças de controle podem facilitar ou impedir a performance de um comportamento é evidenciada na correlação positiva da variável CE04 com as intenções empreendedoras especificadas. O grau de controle percebido sobre o sucesso de um negócio, neste caso, está diretamente ligado à determinação e percepção das vantagens do empreendedorismo, alinhando-se assim com os insights fornecidos pela literatura sobre comportamento empreendedor.

Dentro da vasta literatura sobre empreendedorismo, a ideia de que o sucesso de um negócio é fortemente influenciado pela vontade e determinação do empreendedor é recorrente. Conforme Jardim (2021), a competência empreendedora é caracterizada pela habilidade de operacionalizar conhecimentos, atitudes e habilidades em situações concretas. Essa perspectiva ressalta a importância da autonomia e da autodeterminação, o que pode ser refletido na crença de que o sucesso do negócio depende primariamente da vontade do empreendedor (CE04). Esta crença parece estar intrinsecamente ligada às vantagens percebidas de ser um empreendedor (IE08), à capacidade de produzir de maneira autônoma sem supervisão direta (IE10) e à determinação de empreender no futuro próximo (IE12). Estudos como o de Boyd e Vozikis (1994) também sublinham a relevância dos traços de personalidade e da autonomia na jornada empreendedora. A correlação estatisticamente significativa entre a variável independente e as três variáveis citadas reflete uma consistência com a literatura, onde a vontade pessoal, a autodeterminação e a visão positiva sobre o empreendedorismo desempenham um papel fundamental no sucesso empresarial.

Os dados evidenciados na Tabela 8 lançam luz sobre a complexa tapeçaria de crenças e atitudes que moldam o comportamento empreendedor. Fatores intrínsecos, como a busca

contínua pelo autoaperfeiçoamento e a firme crença na autonomia pessoal sobre o sucesso dos negócios, demonstram ter um impacto substancial sobre a percepção do empreendedorismo, suas vantagens e a intenção de empreender no futuro. É fascinante observar como a autoconfiança, mesmo quando reconhecida como potencialmente enganosa em relação ao gerenciamento de riscos, ainda pode desempenhar um papel crucial ao influenciar a percepção de acesso ao capital, sublinhando a dupla natureza da confiança - tanto um facilitador quanto um potencial obstáculo.

De forma geral, a Teoria do Comportamento Planejado emerge como uma lente útil através da qual podemos compreender essas dinâmicas, ressaltando a interação de atitudes, normas subjetivas e controle percebido na moldagem das intenções empreendedoras. Este estudo reitera a ideia de que o empreendedorismo não é apenas uma questão de habilidades ou recursos, mas também profundamente enraizado nas crenças e percepções dos indivíduos. As nuances dessas relações, conforme destacado pela análise, oferecem insights valiosos para acadêmicos, formadores de políticas e aspirantes a empreendedores, evidenciando a necessidade de uma abordagem equilibrada que reconheça tanto o poder da mentalidade empreendedora quanto os desafios inerentes à jornada empreendedora.

5. Conclusão

O processo educacional condiciona os indivíduos a desenvolverem capacidades que não lhe são natas, esse mesmo processo ocorre com o comportamento empreendedor, embora existam indivíduos predispostos a empreender, esse comportamento pode ser ensinado ou amplificado por meio da educação empreendedora. Contudo, para que haja um resultado efetivo são necessárias novas metodologias de ensino que não se resumem a alguns conteúdos ou disciplinas, mas que propiciem uma estrutura voltada ao desenvolvimento do comportamento empreendedor, permitindo ao indivíduo a imersão sobre os conceitos e a potencialização ou criação de capacidades empreendedoras.

Portanto, as universidades devem ser as protagonistas no desenvolvimento de metodologias de ensino empreendedoras, úteis a qualquer área do conhecimento, para que os estudantes busquem o novo como diferencial, desenvolvendo a autoconfiança e a proatividade em situações ou ambientes envoltos em incertezas.

Esta pesquisa teve como objetivo analisar a influência das competências empreendedoras sobre a intenção de empreender de alunos do curso de graduação em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), para isso utilizou-se como

base a pesquisa realizada por Tosta et al. (2021). Para a realização do estudo, foi realizado coleta de dados através de questionário on-line no *Google Forms* aplicado com alunos do curso, através de link enviado por e-mail.

O objetivo da pesquisa foi atendido, pois constatou-se que a intenção empreendedora é influenciada pelas competências empreendedoras, competências estas que são de grande relevância pois auxiliam nos desafios de criação, condução e expansão de um novo negócio. Deve-se, portanto, pensar formas de desenvolver efetivamente tais competências por meio de uma educação empreendedora, no qual as aulas teóricas podem combinar atividades práticas, com estímulo à inovação, criatividade e ações de liderança.

O fato de as competências empreendedoras influenciarem diretamente na intenção empreendedora, na medida em que as competências e a intenção são influenciadas diretamente pelas experiências de vida do indivíduo, corroboram com os preceitos abordados na Teoria do Comportamento Planejado. Quanto à educação empreendedora, esta já é reconhecida por melhorar as competências empreendedoras, seja dos indivíduos que naturalmente já possuam algumas características voltadas ao empreendedorismo, como daqueles que inicialmente não possuam tal característica.

Academicamente esta pesquisa contribui no sentido de incentivar o estudo sobre empreendedorismo, identificando os fatores que se mostram mais efetivos para sua promoção, demonstrando a sua relevância para além da academia, uma vez que sua importância é incontestável, no desenvolvimento do país, por meio da geração de empregos, criação de novos produtos e serviços para o mercado, sendo propulsor da geração de riqueza. Este estudo contribui ainda para o campo da pesquisa do empreendedorismo pois gera conhecimentos que possibilitam compreender a importância do desenvolvimento das competências empreendedoras.

Para estudos futuros, considerando que o indivíduo é influenciado pelo meio em que vive, sugere-se que se abordem aspectos de incentivo ao empreendedorismo recebidos pelos indivíduos desde sua infância. Sugere-se também investigar como esse indivíduo foi moldado pelo meio, fazendo a ligação entre as experiências vividas fora do meio acadêmico e verificar se tais experiências podem ser influenciadoras do empreendedorismo.

Como limitações do estudo pode-se citar a não abordagem de temas ligados ao empreendedorismo como inovação, empreendedorismo social, modelos de negócio, cultura organizacional e boas práticas de governança. A dimensão da intenção empreendedora analisada no estudo também pode ser considerada uma limitação pois limitou-se às

competências empreendedoras não sendo analisados os aspectos das motivações empreendedoras.

Finalmente, é possível afirmar com base nos resultados da pesquisa que os estudantes precisam ter a opção de conviver com práticas empreendedoras, assim como serem submetidos aos programas curriculares que incluam outras disciplinas, no intuito de auxiliá-los no desenvolvimento empreendedor. O ambiente propício para o ensino empreendedor deve apresentar mais desafios, provocar a solução de problemas práticos, estimular análise de cenários corporativos e propiciar a estimulação do tema nas demais disciplinas, conforme referencial teórico apresentado pelas instituições de ensino. Aprender a empreender supõe contexto de vida, experiências várias, exemplos percebidos, mas sugere também a possibilidade de descobrir aquilo que não se sabia, não se tinha acesso. Ensinar empreendedorismo é um caminho possível, basta que isso se torne uma referência para o ensino, principalmente na esfera superior.

6. Referências

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality and behavior*. Maidenhead: Open University.
- Ajzen, I. (2002). Residual effects past on later behavior: Habituation and reasoned action perspectives. *Personality and Social Psychology Review*, 6(2), 107-122.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Akhmetshin, E. M., Mueller, J. E., Yumashev, A. V., Kozachek, A. V., Prikhodko, A. N., & Safonova, E. E. (2019). Acquisition of entrepreneurial skills and competences: Curriculum development and evaluation for higher education. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(1), 1-12.
- Andrade, E. U. P. D. (2021). *Transformações atitudinais em condutas empreendedoras: análise de dois casos de empreendedorismo na trajetória de um mesmo empreendedor a partir das abordagens effectuation e causation* (Tese de doutorado). Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas.
- Anokhin, S., Grichnik, D., & Hisrich, R. D. (2008). The journey from novice to serial entrepreneurship in China and Germany: Are the drivers the same?. *Managing Global Transitions*, 6(2), 117.
- Anwar, I., & Saleem, I. (2019). Exploring entrepreneurial characteristics among university students: an evidence from India. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(3), 282-295.
- Arasti, Z., Falavarjani, M. K., & Imanipour, N. (2012). A Study of Teaching Methods in Entrepreneurship Education for Graduate Students. *Higher Education Studies*, 2(1), 2-10.

- Armitage, C. J., & Christian, J. (2003). From Attitudes To Behaviour: Basic and applied research on the theory of planned behaviour. *Current Psychology*, 22(3), 187-195.
- Baggio, A. F., & Baggio, D. K. (2015). Empreendedorismo: Conceitos e definições. *Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia*, 1(1), 25-38.
- Bakar, R., Islam, M. A., & Lee, J. (2015). Entrepreneurship Education: Experiences in Selected Countries. *International Education Studies*, 8(1), 88-99.
- Bell, R. (2016). *Curriculum Development & Teaching Approaches in Entrepreneurship Education*. In: *Summit Forum on Entrepreneurship Education in Universities: International Experiences and Local Practice on Entrepreneurship Education*. Wenzhou University, Wenzhou.
- Boyatzis, R. E. (2008). Competencies in the 21st century. *Journal of management development*, 27(1), 5-12.
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-77.
- Brandstätter, H. (2011). Personality Aspects of Entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and individual differences*, 51(3), 222-230.
- Chawinga, W. D. (2017). Taking social media to a university classroom: teaching and learning using Twitter and blogs. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 14(1), 1-19.
- Chell, E., Wicklander, D. E., Sturman, S. G., & Hoover, L. W. (2008). *The entrepreneurial personality: A social construction*. Routledge.
- Costa, L. M. C. (2021). *As interfaces teórico-práticas entre a Economia Criativa e a Educação Profissional e Tecnológica* (Dissertação de mestrado). Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas, Manaus.
- Crestani, J. D. S., Carvalho, C., & Carraro, W. B. W. H. (2019). Empreendedorismo na universidade: perfil e potencial empreendedor dos alunos de Ciências Contábeis. *Revista Expectativa*, Cascavel, PR, 18(1), 44-70.
- De Rezende Pinto, M. A. (2007). A Teoria do Comportamento Planejado (TCP) e o Índice de Disposição de Adoção de Produtos e Serviços Baseados em Tecnologia (TRI): Uma Interface Possível?. *Revista Gestão & Tecnologia*, 7(2).
- Do Nascimento Silva, L. et al. (2022). Empreender ou não? Eis a questão! Análise da Intenção Empreendedora dos universitários de uma Instituição Federal de Ensino. *Revista de Gestão e Secretariado*, 13(1), 94-119.
- Dornelas, J. (2021). *Empreendedorismo transformando ideias em negócios* (8ª ed.). São Paulo: Empreende Editora.
- Fayolle, A., & Klandt, H. (Eds.). (2006). *International Entrepreneurship Education: Issues and Newness*. Edward Elgar Publishing, Cheltenham, Reino Unido.

- Ferreira, J. J. et al. (2012). A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 424-440.
- Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., & Ratten, V. (2017). *The influence of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions*. In: *Entrepreneurial Universities*. Springer, Cham, 19-34.
- Ferreira, T. A. (2022). *Medida das competências dos docentes para transmitir conceitos relacionados ao empreendedorismo por meio da teoria da resposta ao item* (Tese de doutorado em Engenharia de Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Ferreira Neto, M. N., Cavalcante, M. A. D., & Castro, J. L. C. (2020). Criatividade, viabilidade percebida, resiliência e autoeficácia como antecedentes da intenção empreendedora em tempos da covid-19. In: *Congresso Internacional de Administração ADM 2020*, 1., Ponta Grossa (PR). Anais [...]. Ponta Grossa (PR), 1(1), 1-16.
- Franco, M., Haase, H., & Lautenschläger, A. (2010). Students' entrepreneurial intentions: an inter-regional comparison. *Education+ Training*, 52(4), 260-275.
- Freire, A. de A. Q., & Lucena, R. G. (2016). Empreendedorismo, Inovação e Marketing: uma análise no Qoma Food Trailer. In: *XIX SEMEAD Seminários em Administração, São Paulo*. Anais [...]. São Paulo: [s.n.].
- Ginanjjar, A. (2016). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention entrepreneurship behavior: a case study. In: *2016 Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship*. Atlantis Press, 683-686.
- Hannon, P. D. (2006). Teaching pigeons to dance: sense and meaning in entrepreneurship education. *Education+ Training*, 48(5), 296-308.
- Honig, B. (2004). Entrepreneurship Education: Toward a model of contingency-based business planning. *Academy of Management Learning & Education*, 3(3), 258-273.
- Iacobucci, D., & Micozzi, A. (2012). Entrepreneurship education in Italian universities: trend, situation and opportunities. *Education+ Training*, 54(8/9), 673-696.
- Iglesias-Sánchez, P. P., Jambrino-Maldonado, C., Velasco, A. P., & Kokash, H. (2016). Impact of entrepreneurship programmes on university students. *Education + Training*, 58(2), 209-228.
- Iizuka, E. S., & De Moraes, G. H. S. M. (2014). Análise do potencial e perfil empreendedor do estudante de Administração e o ambiente universitário: reflexões para instituições de ensino. *Administração: ensino e pesquisa*, 15(3), 593-630.
- Jardim, J. (2021). Entrepreneurial skills to be successful in the global and digital world: Proposal for a frame of reference for entrepreneurial education. *EducationSciences*, 11(7), 356.
- Kaya, T., Erkut, B., & Thierbach, N. (2019). Entrepreneurial Intentions of business and economics students in Germany and Cyprus: a cross-cultural comparison. *Sustainability*, 11(5), 1437.

- Kellermanns, F. W., Eddleston, K. A., Barnett, T., & Pearson, A. (2008). An exploratory study of family member characteristics and involvement: Effects on entrepreneurial behavior in the family firm. *Family Business Review*, 21(1), 1-14.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education. *Sage Publications Journal*, 29(5), 577-597.
- Lindberg, E., Bohman, H., & Hulten, P. (2017). Enhancing students' entrepreneurial mindset: a Swedish experience. *Education + Training*, 59(7/8), 768-779.
- Luis-Rico, I. et al. (2020). Entrepreneurial Interest and Entrepreneurial Competence among Spanish Youth: An Analysis with Artificial Neural Networks. *Sustainability*, 12(4), 1351.
- Mason, C. (2011). Entrepreneurship education and research: emerging trends and concerns. *Journal of Global Entrepreneurship*, 1(1), 13-25.
- Mischel, W. (1973). Toward a cognitive social learning reconceptualization of personality. *Psychological Review*, 80(4), 252.
- Mitchellmore, S., & Rowley, J. (2010). Entrepreneurial competencies: a literature review and development agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16(2), 92-111.
- Mota, J. da S. (2019). Utilização do Google Forms na pesquisa acadêmica. *Humanidades & Inovação*, 6(12), 371-373.
- Moutinho, K., & Roazzi, A. (2010). As teorias da ação racional e da ação planejada: relações entre intenções e comportamentos. *Avaliação Psicológica*, 9(2), 279-287.
- Nabi, G., & Liñán, F. (2013). Considering business start-up in recession time: The role of risk perception and economic context in shaping the entrepreneurial intent. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 19(6), 633-655.
- Organização das Nações Unidas – ONU. (2022). *Indicadores Brasileiros para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável*. Disponível em: <https://odsbrasil.gov.br/>. Acesso em: 30 ago. 2022.
- Pavlov, I. P. (1927). *Conditioned reflexes*. Nova Iorque: Oxford University Press.
- Ricoldi, A., & Artes, A. (2016). Mulheres no ensino superior brasileiro: espaço garantido e novos desafios. *Ex Aequo*, Lisboa, (33), 149-161.
- Rideout, E. C., & Gray, D. O. (2013). Does entrepreneurship education really work? A review and methodological critique of the empirical literature on the effects of university-based entrepreneurship education. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 329-351.
- Robinson, S., & Stubberud, H. A. (2014). Elements of entrepreneurial orientation and their relationship to entrepreneurial intent. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(2), 1-11.

Santos, T. M. dos. (2021). *Influência da cultura organizacional, aderência, transferência na maturidade do conhecimento e na inovação: um estudo em uma instituição pública* (Tese de doutorado em Administração). Universidade Fumec, Belo Horizonte.

Schlüter, M. et al. (2017). A framework for mapping and comparing behavioural theories in models of social-ecological systems. *Ecological Economics*, 131, 21-35.

Sebrae; Endeavor Brasil. (2018). *Empreendedorismo nas universidades brasileiras*. Porto Alegre: Sebrae; Endeavor Brasil.

Simon, H. A. (1990). Invariants of human behavior. *Annual Review of Psychology*, 41(1), 1-20.

Simon, H. A. (1957). *Models of man; social and rational*. Nova Iorque.

Skinner, B. F. (1953). *The behavior of organisms: An experimental analysis*. Nova Iorque: BF Skinner Foundation.

Surdo, J. S. (2022). *Avaliação do grau de valorização de produtos lácteos produzidos a partir de boas práticas de sustentabilidade com base na teoria do comportamento planejado-TCP* (Trabalho de Conclusão de Curso em Engenharia de Alimentos). Instituto de Ciência e Tecnologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

Tosta, H. T. et al. (2021). *A educação empreendedora na Universidade Federal da Fronteira Sul*. Florianópolis: Trem da Ilha Serviços Editoriais.

Trivedi, R. (2016). Does university play significant role in shaping entrepreneurial intention? A cross-country comparative analysis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3), 790-811.

Vazquez, A. C. S., & Hutz, C. S. (Orgs.). (2021). *Psicologia positiva organizacional e do trabalho na prática* (Vol. 2). Hogrefe.