



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
NÚCLEO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

NEYLLA CAROLINA PAMPONET DE ALMEIDA

**A INFLUÊNCIA DOS ANTECEDENTES INDIVIDUAIS E DOS
ANTECEDENTES CONTEXTUAIS DA COGNIÇÃO NA INTENÇÃO
EMPREENDEDORA DE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS**

Salvador

2023

NEYLLA CAROLINA PAMPONET DE ALMEIDA

A INFLUÊNCIA DOS ANTECEDENTES INDIVIDUAIS E DOS ANTECEDENTES CONTEXTUAIS DA COGNIÇÃO NA INTENÇÃO EMPREENDEDORA DE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS

Tese apresentada ao PPGA Acadêmico – Programa de Pós-graduação em Administração Acadêmica, UFBA – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, como requisito para obtenção do grau de Doutora em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Roberto Brasileiro Paixão

Salvador

2023

A447 Almeida, Neylla Carolina Pamponet de.
A influência dos antecedentes individuais e contextuais da
cognição na intenção empreendedora de estudantes universitários /
Neylla Carolina Pamponet de Almeida.
– 2023.
452 f.: il.

Orientador: Prof. Dr. Roberto Brasileiro Paixão.
Tese (doutorado): Universidade Federal da Bahia, Escola de
Administração, Salvador, 2023.

1. Empreendedorismo. 2. Capacidade executiva. 3.
Empreendedores – Aspectos psicológicos. 4. Teoria do conhecimento.
5. Cognição. 4. Psicologia da aprendizagem.
5. Cognição. 5. Estudantes universitários – Pesquisa. I. Universidade
Federal da Bahia. Escola de Administração. II. Título.

NEYLLA CAROLINA PAMPONET DE ALMEIDA

**A INFLUÊNCIA DOS ANTECEDENTES INDIVIDUAIS E
CONTEXTUAIS DA COGNIÇÃO NA INTENÇÃO
EMPREENDEDORA DE ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS**

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutora em Administração, Escola de Administração, da Universidade Federal da Bahia.

Salvador, 08 de agosto de 2023

Banca examinadora:

Prof. Dr. Roberto Brasileiro Paixão

Formação: Doutor em Administração pela Universidade Federal da Bahia

Instituição: Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Profa. Dra. Elisabeth Regina Loiola da Cruz Souza

Formação: Doutora em Administração pela Universidade Federal da Bahia

Instituição: Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Prof. Dr. Prof. Dr. Adriano Leal Bruni

Formação: Doutor em Administração pela Universidade de São Paulo

Instituição: Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Profa. Dra. Profa. Dra. Rubia Oliveira Correia

Formação: Doutora em Administração Pontifícia Universidade Católica do Paraná

Instituição: Universidade Federal de Sergipe (UFS)

Prof. Dr. José Milton de Souza Filho

Formação: Doutor em Administração pela Fund. Getúlio Vargas (EAESP/FGV).

Instituição: Universidade de Fortaleza (UNIFOR)

A Deus, proteção em meus caminhos e luz sobre as minhas escolhas.

A Raimundo e Clea, meus exemplos de fé, amor e trabalho.

A Bernardo, meu amor: presença e apoio incondicional em todos os momentos.

A Helena, minha pequena Lelê: luz dos meus dias e por quem eu tento ser melhor sempre.

AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Dr. Roberto Brasileiro Paixão, que me acolheu como sua orientanda lapidando os meus conhecimentos com generosidade, competência, assertividade, clareza. Sua postura de orientar sem ser o centro do processo; me desafiando, apoiando e respeitando, fizeram total diferença. Faltam-me palavras para lhe agradecer.

Ao Professor Dr. Jader Souza-Silva, mestre e irmão querido, luz em meus momentos de dificuldade, fortaleza nas horas difíceis. Sempre me pergunto como agradecer-lhe por tanto, mas, sei que nunca será suficiente.

À Professora Dra. Elisabeth Loiola, por contribuir com a sua disponibilidade e generosidade para o meu aprendizado. Obrigada por tudo!

Bernardo e Helena, pela compreensão em todos os momentos de ausência, pela certeza do amor que me fortaleceu em todas as horas. Meus pais, Raimundo e Cléa, minhas irmãs, Gaby e Renata, por todo amor. Mayanna Pimenta, pela nossa amizade. Tânia Cunha Melo, pelo incentivo no início deste caminho.

Ao amigo e companheiro de jornada, Márcio Sampaio. Sua presença, lealdade e apoio foram fundamentais para que eu chegasse até aqui.

Aos(às) professores(as) do NPGA - Núcleo de Pós Graduação em Administração da UFBA, pelos tantos e tão valiosos ensinamentos.

Aos(às) colegas do NPGA – Núcleo de Pós Graduação em Administração da UFBA, pelos momentos de aprendizado e companheirismo.

Aos(às) mestres(as) que compõem a Banca Avaliadora, por doarem seu tempo e conhecimento para contribuírem com esta tese.

Aos(às) estudantes da UFBA que responderam ao *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* - GUESSS Brasil nos anos de 2016 e 2018. Suas respostas foram matéria-prima valiosa em meu processo de aprendizado.

À Anaélia, sempre atenta e carinhosa em todas as nossas demandas no NPGA.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Nível Superior – CAPES – pelo apoio financeiro a esta pesquisa.

Que desafio, hein?

"Nunca sofra por não ser uma coisa ou por sê-la."

(Clarice Lispector)

DE ALMEIDA, Neylla Carolina Pamponet. **A influência dos antecedentes individuais e contextuais da cognição na intenção empreendedora de estudantes universitários.** Orientador: Roberto Brasileiro Paixão. 2023. 226 f. il. Tese (Doutorado em Administração) – Núcleo de Pós-graduação em Administração, NPGA/EAUFBA, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2023.

RESUMO

Tema em evidência no campo do empreendedorismo desde o início dos anos 1990, a intenção empreendedora desperta a atenção de pesquisadores que se voltam para a compreensão dos elementos que desencadeiam o comportamento empreendedor. No campo teórico, diferentes estudos abordam a intenção empreendedora, observando-se a preponderância do Modelo do Evento Empreendedor (Shapiro, 1985) e da Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991). Reconhecendo o ato de empreender como um processo que deriva, em parte, das estruturas cognitivas dos indivíduos nos contextos em que estão inseridos, a pesquisa acerca dos elementos que influenciam a elaboração da intenção de carreira empreendedora torna-se cada vez mais relevante. Sob tal perspectiva, o objetivo desta tese foi analisar como os antecedentes individuais e contextuais da cognição influenciam a intenção empreendedora entre estudantes universitários não-empreendedores. Assim, as relações entre tais antecedentes e a intenção de explorar oportunidades e iniciar um negócio próprio é considerada estratégica nesta pesquisa. Empiricamente, tal análise foi gerada a partir dos dados coletados junto a universitários respondentes da *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS) em 2016 e 2018, na Universidade Federal da Bahia (UFBA), contabilizando-se uma amostra de 2.741 e 2.167 estudantes, respectivamente. A abordagem metodológica adotada foi quantitativa, operacionalizada por meio de análises fatoriais exploratórias, estatísticas descritivas e regressões múltiplas a partir de métodos robustos. Ao testarem-se todos os antecedentes individuais e contextuais incluídos nesta tese, conjuntamente, os resultados mostraram a autoeficácia empreendedora e as competências empreendedoras como os principais antecedentes individuais da intenção de empreender, evidenciando, também, dentre os antecedentes contextuais, que as normas subjetivas - família/ amigos/colegas têm forte poder explicativo sobre a intenção em iniciar um negócio próprio. Revelaram, ainda, o efeito positivo e significativo das covariáveis gênero e área de estudos em relação à intenção empreendedora, quando adicionados aos antecedentes individuais e contextuais.

Palavras-chave: empreendedorismo; intenção empreendedora; cognição empreendedora; universitários; antecedentes individuais da cognição; antecedentes contextuais da cognição.

DE ALMEIDA, Neylla Carolina Pamponet. **The influence of individual and contextual antecedents of cognition on the entrepreneurial intention of university students.** Advisor: Roberto Brasileiro Paixão. 2023. 226 f. il. Thesis (PhD. in Management) - Núcleo de Pós-graduação em Administração, NPGA/EAUFBA, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2023.

ABSTRACT

A topic in evidence in the field of entrepreneurship since the early 1990s, entrepreneurial intention attracts the attention of researchers who focus on understanding the elements that trigger entrepreneurial behavior. In the theoretical field, different studies address the entrepreneurial intention, observing the preponderance of the Entrepreneurial Event Model (Shapiro, 1985) and the Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991). Recognizing the act of undertaking as a process that derives, in part, from the cognitive structures of individuals in the contexts in which they are inserted, the research about the elements that influence the elaboration of the entrepreneurial career intention becomes increasingly relevant. From this perspective, the aim of this thesis was to analyze how individual and contextual antecedents of cognition affect entrepreneurial intention among non-entrepreneurial university students. Thus, the relationship between such antecedents and the intention to explore opportunities and start their own business is considered strategic in this research. Empirically, such an analysis was generated from data collected from university students responding to the Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS) in 2016 and 2018, at the Federal University of Bahia (UFBA), accounting for a sample of 2.741 and 2.167 students, respectively. A methodological approach adopted was quantitative, operationalized through exploratory factor analysis, descriptive statistics and multiple regressions from robust methods. When testing all the individual and contextual antecedents included in this thesis, together, the results found entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial competences as the main individual antecedents of the intention to undertake, also showing, among the contextual antecedents, that the subjective norms - family/friends/colleagues have strong explanatory power about the intention to start a business of their own. They also revealed the positive and significant effect of the covariates gender and field of study in relation to entrepreneurial intention, when added to individual and contextual antecedents.

Keywords: entrepreneurship; entrepreneurial intention; entrepreneurial cognition; college students; individual antecedents of cognition; contextual antecedents of cognition.

LISTA DE FIGURAS E QUADROS

Figura 1 - Fluxograma Prisma (2020)	28
Figura 2 - Etapas da revisão	31
Figura 3 - Modelo de Evento Empreendedor	40
Figura 4 - Teoria do Comportamento Planejado	41
Figura 5 - Modelo de análise da tese	67
Figura 6 - Histogramas das variáveis - GUESSS 2016	92
Figura 7 - Histogramas das variáveis - GUESSS 2018	95
Figura 8 - Histograma e Gráfico P-Plot - Amostra GUESSS 2016	99
Figura 9 - Gráfico de Homocedasticidade de Resíduos - Amostra GUESSS 2016	100
Figura 10 - Histograma e Gráfico P-Plot - amostra GUESSS 2018	107
Figura 11 - Gráfico de Homocedasticidade de resíduos - Amostra GUESSS 2018	107
Quadro 1 - Vertentes de pesquisa sobre Intenção Empreendedora	39
Quadro 2 - Estudos empíricos sobre antecedentes da cognição e IE	62
Quadro 3 - Hipóteses da tese	68
Quadro 4 - Escala GUESS 2016/2018	71
Quadro 5 - Ordem de inserção das variáveis independentes por Modelo	100
Quadro 6 - Resultados do teste de hipóteses GUESSS 2016/2018	125

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Estudos empíricos analisados	31
Tabela 2 - Estudos empíricos analisados	34
Tabela 3 - Resultados da análise fatorial exploratória - Escala GUESSSS 2016	85
Tabela 4 - Resultados da análise fatorial exploratória - Escala GUESSSS 2018	88
Tabela 5 - Estatística descritiva das variáveis - Escala GUESSSS 2016	90
Tabela 6 - Estatística descritiva das variáveis - Escala GUESSSS 2018	93
Tabela 7 - Correlações entre as variáveis da tese - Escala GUESSSS 2016	97
Tabela 8 - Modelos de regressão com variável dependente IE - Amostra GUESSSS 2016	104
Tabela 9 - Correlações entre as variáveis da tese - Escala GUESSSS 2018	106
Tabela 10 - Modelos de regressão com variável dependente IE - Amostra GUESSSS 2018	110

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANOVA	Análise da Variância
BDTD	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
GUESSS	<i>Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IE	Intenção Empreendedora
IES	Instituição de Ensino Superior
<i>KMO</i>	<i>Kaiser-Meyer-Olkin</i>
<i>LAVAAN</i>	<i>Latent Variable Analysis</i>
PRISMA	<i>Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analysis</i>
SciELO	<i>Scientific Electronic Library Online</i>
SPELL	<i>Scientific Periodicals Electronic Library</i>
SPSS	<i>Statistical Package for the Social Sciences</i>
TPB	Teoria do Comportamento Planejado
TSC	Teoria Social Cognitiva
TSCDC	Teoria Sociocognitiva de Desenvolvimento de Carreira
UFBA	Universidade Federal da Bahia

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	15
1.1 OBJETIVO GERAL.	20
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	20
1.3 JUSTIFICATIVA	22
1.4 ESTRUTURA DA TESE	25
2. REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA	27
2.1 APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS	30
3 REFERENCIAL TEÓRICO	37
3.1 INTENÇÃO EMPREENDEDORA	37
3.2 COGNIÇÃO EMPREENDEDORA	42
3.2.1 Antecedentes individuais da cognição	43
3.2.1.1 Autoeficácia empreendedora	44
3.2.1.2 Locus de controle interno	48
3.2.1.3 Competências empreendedoras	50
3.2.2 Antecedentes contextuais da cognição	52
3.2.2.1 Normas subjetivas	52
3.2.2.2 Educação empreendedora	55
3.3 GÊNERO	57
3.4 ÁREA DE ESTUDO	58
3.5 SÍNTESE INTEGRATIVA DO REFERENCIAL TEÓRICO	59
4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	64
4.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	65
4.2 MODELO DE ANÁLISE E HIPÓTESES DA TESE	65
4.3 POPULAÇÃO	66
4.4 INSTRUMENTO E TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS	67
4.5 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS	72
4.6 TRATAMENTO E ANÁLISE DE DADOS	72
4.6.1 Análise fatorial exploratória	72
4.6.2 Análise estatística descritiva	74
4.6.3 Análise de regressão linear múltipla	75
4.6.4 Análise da Variância (ANOVA)	78
5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	79
5.1 CARACTERIZAÇÃO DAS AMOSTRAS	79

5.1.1 Amostra GUESSSS 2016	79
5.1.2 Amostra GUESSSS 2018	80
5.2 ANÁLISE FATORIAL EXPLORATÓRIA DAS VARIÁVEIS	81
5.2.1 Escala GUESSSS 2016	81
5.2.2 Escala GUESSSS 2018	85
5.3 ANÁLISE ESTATÍSTICA DESCRITIVA DAS VARIÁVEIS	88
5.3.1 Escala GUESSSS 2016	88
5.3.2 Escala GUESSSS 2018	91
5.4 ANÁLISE DE REGRESSÃO LINEAR MÚLTIPLA	94
5.4.1 Amostra GUESSSS 2016	94
5.4.2 Amostra GUESSSS 2018	102
6. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	108
7. CONCLUSÕES	118
REFERÊNCIAS	129
APÊNDICES	152
APÊNDICE A - <i>Outputs</i> do SPSS GUESSSS 2016 (Estatísticas Descritivas)	153
APÊNDICE B - <i>Outputs</i> do SPSS GUESSSS 2016 (Análises Fatoriais)	160
APÊNDICE C - <i>Outputs</i> do SPSS GUESSSS 2018 (Estatísticas Descritivas)	170
APÊNDICE D - <i>Outputs</i> do SPSS GUESSSS 2018 (Análises Fatoriais)	177
ANEXOS	186
ANEXO A – Instrumento GUESSSS Brasil 2016	187
ANEXO B – Instrumento GUESSSS Brasil 2018	206

1 INTRODUÇÃO

Concebido como um campo de conhecimento multidimensional, visto sob perspectivas econômicas, psicológicas, da administração (Ferreira; Loiola; Gondim, 2020) e considerado como um fenômeno socioeconômico, o empreendedorismo vem alcançando progressivamente um papel de destaque na literatura mundial, sendo objeto de atenção em diversos estudos no cenário internacional nas últimas décadas (Kakouris; Georgiadis, 2016; Landström; Harirchi; Aström, 2012; McClelland, 1988; Pradhan *et al.*, 2020; Petrakis; Kostis; Kafka, 2016; Shane; Venkataraman, 2000; Sarasvathy, 2001; Shepherd, Williams; Patzelt, 2015; Wang; Jessup, 2014).

No Brasil, o aumento do número de publicações científicas sobre empreendedorismo reflete a importância das discussões direcionadas a temas que se incluem neste campo de conhecimento (Filardi; Barros; Fischmann, 2014), revelando que o interesse dos pesquisadores se volta não somente para o fenômeno de empreender mas, também, aos estudos orientados às organizações (nível macro de análise), com foco em temas como redes e interações no desenvolvimento do empreendedorismo, desenvolvimento local e incubadoras, dentre outros (Ferreira; Loiola; Gondim, 2020).

Quanto ao conceito de empreendedorismo, embora não exista consenso quanto à definição do termo, diversos estudiosos têm se dedicado a contribuir para uma definição que acompanha a própria evolução histórica do papel do empreendedor (Johan; Kruger; Minello, 2018). Os autores concebem o empreendedorismo como um fenômeno estratégico para o crescimento econômico e marcado pela destruição criativa¹ (Schumpeter, 1939); uma atividade geradora de renda *per capita* que envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade, aceitando riscos e transformando realidades (Hisrich; Peters; Shepherd, 2014); o reconhecimento de oportunidades empresariais e a combinação de recursos para criar inovações (Behling; Lenzi, 2020). A relação entre o indivíduo e a oportunidade também baliza o conceito de empreendedorismo (Shane, 2012; Shepherd; Williams; Patzel, 2015).

Desse modo, para que se alcance o desenvolvimento econômico é necessário que um ator social – o empreendedor – identifique oportunidades e adote as ações necessárias para

¹ Conceito no qual o autor descreve uma mudança no perfil econômico, em que os empreendimentos inovadores destroem empresas e modelos de negócios antigos e ultrapassados.

aproveitá-las, refletindo seu próprio espírito (Davidsson, 2015). Ser empreendedor, portanto, é mostrar-se apto a lograr oportunidades, atuando como agente de mudança (Schaefer; Minello, 2017), gerando, necessariamente, resultados econômicos suficientes para compensar as condições incertas do ambiente empresarial (Petraakis; Kostis; Kafka, 2016). Sob tal ótica, o desenvolvimento econômico de longo prazo passa a ser determinado pela criação de empreendimentos inovadores, além de investimentos em educação e tecnologia (Pradhan *et al.*, 2020).

Considerando que a decisão de empreender, além de voluntária, é planejada, pode-se afirmar que esta pode ser predita e explicada a partir de modelos de intenção (Krueger; Reilly; Carsrud, 2000). Dessa maneira, em se tratando da intenção empreendedora (IE), esse construto representa os planos iniciais de dedicação a uma carreira voltada para a identificação e exploração de oportunidades empresariais. Portanto, uma tendência indispensável para o estabelecimento de novos negócios (Lanero; Vázquez; Muñoz-Adánez, 2015; Liguori; Bendickson; Mcdowell, 2018; Lan; Luc, 2020).

Os estudos sobre a IE iniciaram-se no final dos anos 1980 e despertam, progressivamente, o interesse de pesquisadores que se voltam para a compreensão da influência de antecedentes individuais e contextuais sobre a intenção de empreender, baseando-se, predominantemente no Modelo do Evento Empreendedor, de Shapero (1985) e na Teoria do Comportamento Planejado (TPB) de Ajzen (1991), amplamente adotados para explicar a intenção empreendedora (Schlaegel; Koenig, 2014).

O Modelo do Evento Empreendedor, de Shapero (1985), baseado em Krueger (1993) e em Shapero e Sokol (1982), compreende a criação de negócios como um evento resultante da interação entre desejabilidade, viabilidade e propensão para agir. Em outras palavras, o comportamento humano é guiado pela inércia até que algo a interrompa. O motivo dessa interrupção, que resulta no evento empreendedor, pode ser negativo, como por exemplo perder o emprego, ou positivo, como receber uma herança, antecipando uma mudança no comportamento e levando indivíduo a buscar a melhor oportunidade disponível dentre as alternativas que possui (Krueger Jr; Reilly; Carsrud, 2000). Assim, o modelo explica a intenção de empreender a partir de três aspectos: a) Percepção da Desejabilidade: relacionada com as percepções de conveniência para começar um negócio, incluindo questões pessoais; b) Percepção da Viabilidade, que diz respeito ao grau em que a pessoa se sente pessoalmente preparada para começar um negócio; c) Propensão para agir, voltada à disposição pessoal

colocar em prática uma determinada decisão. Nesse sentido, sugere que a intenção antecede uma ação, isto é, a pessoa demonstra inicialmente a intenção de realizar algo, o que resultará em uma ação, ou seja, na efetivação do comportamento (Shapero, 1985).

A Teoria do Comportamento Planejado (TPB), proposta por Ajzen (1991) e originada da Psicologia Social, baseia-se na análise de comportamentos, voltando-se ao processo mental que resulta na ação. Para se entender o comportamento, é preciso identificar os determinantes das intenções comportamentais: a) as atitudes, que dizem respeito ao grau em que o indivíduo apresenta uma autoavaliação positiva ou negativa sobre se tornar um empreendedor; b) as normas subjetivas, representadas pela pressão social percebida quanto a empreender ou não; c) a percepção de controle comportamental, concebida como a avaliação quanto a viabilidade de se tornar empreendedor (Ajzen, 1991). A TCP representa um modelo conceitual válido para lidar com as complexidades do comportamento humano na medida em que as atitudes, normas subjetivas e percepção de controle sobre o comportamento podem prever intenções comportamentais, como a IE (Ajzen, 1991; Liñán; Chen, 2011).

Além dos estudos sobre a IE, outro aspecto que ganha importância no campo do empreendedorismo diz respeito à cognição empreendedora (Shepherd; Patzelt, 2018). Considerando os ambientes em que as organizações operam como complexos e voláteis, caracterizados por mudanças bruscas, significativas e descontínuas (Hitt *et al.*, 2001), a identificação de oportunidades e a criação de novos negócios tornam-se ainda mais desafiadoras (Sirmon; Hitt; Ireland, 2007). Partindo desse entendimento, a reflexão que se faz é por que alguns indivíduos revelam-se aptos a identificar e explorar oportunidades, enquanto outros mostram-se incapazes de fazê-lo. Uma resposta para esse questionamento pode estar relacionada à cognição empreendedora, isto é, aos elementos cognitivos por meio do qual é possível mapear, interpretar e fazer uso da informação no reconhecimento de oportunidades (Behling; Lenzi, 2020).

Nesse sentido, a análise de tais elementos visando a identificação das estruturas de conhecimento que os empreendedores adotam para avaliar oportunidades e criar novos negócios torna-se cada vez mais relevante, uma vez que, essas dimensões determinam comportamentos individuais e organizacionais, influenciando fortemente as práticas empresariais (Armstrong; Cools; Sadler-Smith, 2012; Mitchell *et al.*, 2002; Wood; Mckelvie, 2015). Como abordado anteriormente, a criação de um empreendimento está intrinsecamente relacionada à identificação de oportunidades as quais o empreendedor acredita terem potencial

para gerarem resultado econômico (Davidsson, 2015; Schaefer; Minello, 2017; Shane, 2012; Petrakis; Kostis; Kafka, 2016; Pradhan *et al.*, 2020).

Assim, para analisar a viabilidade dessas oportunidades, ele recorre a uma série de informações, vindas das mais diversas áreas (finanças, operações, tecnologia, marketing etc.) e fontes (indivíduo, grupos, organizações e redes). Entretanto, é o processo de interpretação que permitirá ao empreendedor discernir sobre dados e informações, estabelecendo os resultados a serem alcançados por meio da oportunidade (Behling; Lenzi, 2020). Esse processo, proposto por Mitchell *et al.* (2002) na Teoria da Cognição Empreendedora, origina-se, em parte, dos modelos mentais que esses indivíduos usam para fazer avaliações, julgamentos ou decisões, envolvendo avaliação e exploração de oportunidades de negócios. Trata-se de uma cognição em rede, uma vez que mobiliza conhecimentos detidos por diferentes atores; e contextualizada, tendo em vista que os conhecimentos usados pertencem a um mesmo contexto e no qual cognição e ação são os dois lados do peculiar processo de conhecer (Mitchell *et al.*, 2002).

Dito de outra forma, a pesquisa sobre cognição empreendedora nos fornece algumas lentes úteis para explorar fenômenos relacionados aos modelos mentais adotados pelos empreendedores, indissociáveis de suas ações. O modelo mental corresponde a uma orientação cognitiva que determina o processo de interpretação de contextos (Dhanaraj; Khanna, 2011; Mitchell *et al.*, 2002). Tal orientação, representa, portanto, a forma adotada pelo indivíduo para captar, processar e avaliar dados; influenciando e guiando comportamentos. Portanto, compreender os elementos da cognição que sustentam as análises de uma oportunidade é crucial para explicar as condições em que a intenção de carreira é elaborada e em que ação empreendedora é mais provável de ocorrer (Shepherd; Williams; Patzel, 2015; Valliere, 2013).

Nesse sentido, representando um esforço de explicar os antecedentes individuais que exercem influência sobre as ações relacionadas à carreira, assim como os antecedentes contextuais da cognição, surge a Teoria Sociocognitiva de Desenvolvimento de Carreira (TSCDC), concebida por Lent, Brown e Hackett (1994) e derivada da Teoria Social Cognitiva (TSC), de Bandura (1986).

A TSC propõe um modelo explicativo para o funcionamento humano no qual comportamento, aspectos pessoais e ambientais interagem como determinantes que se influenciam reciprocamente. Sob essa perspectiva, o aprendizado se dá por meio da observação e o estado mental daquele que está aprendendo desempenha um papel essencial no processo de construção do conhecimento. Dessa forma, a aprendizagem social acontece a partir da interação

entre a mente do aprendiz e o contexto em que se encontra inserido (Bandura, 1986). Seguindo essa lógica, a TSCDC propõe que a carreira se desenvolve a partir da sequência interesse, intenção e ação, e que as escolhas profissionais também sofrem interferência de fatores cognitivos, interpessoais e externos (Lent; Brown, 2002).

Nesta tese, o conceito de cognição empreendedora é operacionalizado por variáveis independentes relacionadas ao indivíduo e também ao contexto no qual este se insere, que, assim como a IE, foram extraídas dos instrumentos da *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS)², aplicados na Universidade Federal da Bahia (UFBA) em 2016 e 2018. Dessa forma, considerando a cognição como um processo mental que abrange aspectos individuais (história de vida, personalidade, habilidades) e aspectos ambientais (contexto social, político e econômico) os quais influenciam a intenção empreendedora (BIRD, 1988), adotou-se, aqui, os termos “antecedentes individuais da cognição” e “antecedentes contextuais da cognição” para designar tais variáveis.

Há indicativos, na literatura, de que a cognição representa uma dimensão determinante do comportamento empreendedor, considerando que o empreendedor não reage automaticamente frente aos estímulos do ambiente, mas processa as informações disponíveis a partir do esforço cognitivo visando transformar oportunidades identificadas em negócios viáveis (Armstrong; Cools; Sadler-Smith, 2012; Behling; Lenzi, 2020; Corbett; Hmieleski, 2007; Krueger, 1993). Desse modo, níveis mais elevados de cognição empreendedora resultam em uma compreensão mais ampla das oportunidades de mercado por parte do empreendedor (WOOD *et al.*, 2014). Entretanto, no que se refere à cognição empreendedora enquanto preditora da intenção empreendedora, os resultados de estudos realizados em diferentes países mostram-se inconclusivos (Ferreira; Loiola; Gondim, 2020), sinalizando que ainda há campo para estudos empíricos que abordem as relações existentes entre os antecedentes da cognição e como esses, conjuntamente, moldam a identificação e exploração de novos negócios, isto é, a ação empreendedora (Behling; Lenzi, 2020). Essa constatação leva a crer que as relações entre cognição e intenção empreendedora requerem uma análise mais aprofundada, considerando a

² A pesquisa GUESSS é realizada a cada dois ou três anos e organizada por meio da cooperação entre a Universidade de *St. Gallen* e a Universidade de Berna, ambas na Suíça. Seu propósito é mapear as atividades e intenções empreendedoras de estudantes universitários, verificando, também, os contextos de ensino e apoio a atividades empreendedoras em instituições de todo mundo, gerando conhecimento para a melhoria da formação universitária em nível global.

importância do empreendedorismo como uma via de geração de riqueza e desenvolvimento socioeconômico (Shepherd; Williams; Patzelt, 2015).

A discussão traçada até aqui reflete a natureza multirreferencial do objeto proposto, motivando a voltar a atenção para uma temática que, mesmo tendo alcançado uma posição de destaque na literatura mundial, faz jus, no cenário nacional, a mais pesquisas, considerando o caráter ainda inconclusivo dos estudos (Ferreira; Loiola; Gondim, 2020) e, principalmente, a importância do empreendedorismo como força motriz do crescimento econômico no Brasil. É nesse contexto que se insere este trabalho, visando responder ao seguinte problema de pesquisa: como os antecedentes individuais e os antecedentes contextuais da cognição influenciam a intenção empreendedora entre estudantes universitários não-empreendedores?

1.1 OBJETIVO GERAL

Analisar como os antecedentes individuais e os antecedentes contextuais da cognição influenciam a intenção empreendedora entre estudantes universitários não-empreendedores.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

a) Verificar a influência das variáveis autoeficácia empreendedora, locus de controle interno e competências empreendedoras (antecedentes individuais da cognição) na intenção empreendedora em estudantes universitários não-empreendedores, a partir dos dados da *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* - GUESSS em 2016 e 2018.

b) Verificar como adição das variáveis normas subjetivas – família/amigos/colegas; histórico familiar – pais autônomos; histórico familiar – pais proprietários; normas subjetivas - sociedade; universidade - ambiente favorável ao empreendedorismo; universidade aprendizagem voltada ao empreendedorismo e contato com disciplinas de empreendedorismo (antecedentes contextuais da cognição) influenciam a intenção empreendedora em estudantes universitários não-empreendedores a partir dos dados da *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* – GUESSS em 2016 e 2018.

c) Verificar como o acréscimo da covariável ao modelo gênero afeta a IE.

d) Verificar como a incorporação da covariável área de estudo ao modelo afeta a IE.

Quanto à realização da pesquisa com estudantes universitários, a exemplo da maioria dos estudos dedicados à validação empírica de modelos IE que recorreram a amostras com essa

população, o argumento aqui sustentado é de que a compreensão da teoria requer analisar o fenômeno empreendedor antes que ele ocorra, ou seja, a partir do estudo com não-empreendedores (Macmillan; Katz, 1992). Partindo dessa lógica, os estudantes universitários são considerados um grupo significativo de indivíduos, por estarem imersos em decisões de carreira e pela possibilidade de apresentarem uma série de experiências, comportamentos e intenções em relação ao empreendedorismo (Callanan; Zimmerman, 2016; Hirschi; Fischer, 2013). Dito de outra forma, podem ser considerados fortes candidatos a futuros empreendedores, seja em países desenvolvidos ou em desenvolvimento (Krueger, 1993; Krueger Jr; Reilly; Carsrud, 2000). Além disso, cabe destacar a importância da uniformidade da amostra, possibilitando comparações mais assertivas, visto que aspectos como idade, experiência prévia, acesso a conhecimento e grau de escolaridade são relativamente homogêneos (Thomas; Muller, 2000).

Em relação à escolha por uma amostra formada por universitários brasileiros, a execução desta tese também se explica a partir dos dados do GEM (2022), de que o desenvolvimento de competências empreendedoras praticamente não recebe atenção na educação de níveis básico e médio no Brasil. O relatório do GEM (2022) demonstra que, dos empreendedores nascentes, apenas 7,4% têm curso superior completo. Entre os novos empreendedores (negócios com até 3,5 anos de operação), a proporção com nível superior é de 10,8%. Em 2022, houve uma variação negativa nas taxas de empreendedorismo nascente em todos os níveis de escolaridade (-7% a -36%), porém a redução foi expressiva no grupo com ensino superior completo (-36%). Por outro lado, o aumento da taxa geral de empreendedorismo novo no Brasil, em 2022, se deu especialmente pelo aumento da taxa entre os que possuem o ensino fundamental incompleto (135%). Nota-se, então, que houve uma redução dos mais escolarizados e um aumento da participação dos menos escolarizados em atividades empreendedoras (GEM, 2023).

Outra questão diz respeito ao cenário nacional quanto às iniciativas de empreendedorismo. No Brasil, 42,2 milhões é a estimativa do número de pessoas adultas (entre 18 a 64 anos) que já tinham um negócio (formal ou informal) ou que fizeram alguma ação, em 2022, visando ter um negócio no futuro. Ao longo dos três anos da pandemia, o empreendedorismo estabelecido cresceu gradativamente de 8,7% da população adulta em 2020 para 10,4% em 2022; os empreendimentos novos com 13,4% em 2020 sofreram redução em 2021 (11,1%), mas voltaram a um patamar mais alto em 2022 (12,6%); e os nascentes que se

mantiveram com taxa de 10,2% em 2020 e 2021 tiveram redução significativa em 2022 (7,5%). Apesar dessa redução, há uma elevada proporção de brasileiros (53% da população adulta) que ainda não são empreendedores, mas manifestam a intenção de iniciar uma atividade empreendedora em até três anos (GEM, 2023).

1.3 JUSTIFICATIVA

A fim de verificar, no âmbito da produção científica nacional e internacional, a existência de trabalhos direcionados ao problema de pesquisa aqui proposto, realizou-se um mapeamento em periódicos nas áreas de administração e empreendedorismo nas bases SPELL – *Scientifique Periodicals Electronic Library*, SciELO - *Scientific Electronic Library Online*, *Web of Science*, Scopus, Portal de Periódicos CAPES, Google Acadêmico e BDTD - Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações, além de publicações internacionais especializadas no tema.

O levantamento considerou os estudos mais relevantes para a área nos últimos 10 anos (2012 a 2022) e, em linhas gerais, verificou-se a existência de publicações que abordam o empreendedorismo sob uma perspectiva clássica, centrada na Administração e na Economia (estratégia, inovação, conhecimento organizacional, fomento econômico, redes, desenvolvimento local, *startups* etc.) e outras que direcionam as suas reflexões para o perfil do empreendedor (competências, atitudes e motivações empreendedoras) adotando a linha da psicologia e, evidenciando, que trata-se de um campo de estudo amplo, interdisciplinar e multiparadigmático (Ferreira; Loiola; Gondim, 2020; Venkataraman, 2019).

No âmbito internacional, o enfoque de estudos é predominantemente no nível micro de análise, isto é, voltado ao perfil e às características de empreendedores, além dos fatores precedentes à ação empreendedora (Wang; Jessup, 2014). No cenário nacional, as pesquisas revelam um maior interesse dos estudiosos pelo nível macro de análise do empreendedorismo, voltado às organizações (Ferreira; Loiola; Gondim, 2020). Tal panorama representa um caminho promissor para estudos nacionais voltados ao nível micro de análise (Ferreira, 2017).

Em relação à abordagem de pesquisa, internacionalmente, nota-se a predominância de pesquisadores que utilizam métodos quantitativos, com adoção de estatística descritiva, análise fatorial exploratória, correlações, regressões e modelagem de equações estruturais para o

tratamento e análise de dados. No cenário nacional, os métodos qualitativos são mais evidentes, principalmente os estudos de caso (Wang; Jessup, 2014).

Um trabalho realizado por Ferreira, Loiola e Gondim (2020) identificou um conjunto de 26 categorias de pesquisa em empreendedorismo, sendo que mais de 36% delas concentram-se em cinco temas, relativos ao nível macro de análise, voltado às organizações: a) redes e interações na promoção do empreendedorismo, b) empreendedorismo feminino, c) empreendedorismo social, d) perfil empreendedor, e) orientação empreendedora. Por outro lado, mais de 50% das pesquisas analisadas referem-se às primeiras categorias e 13,5% a outras temáticas.

O estudo revela também que os trabalhos sobre intenção empreendedora representam apenas 0,9% das publicações. Essa realidade se mostra diferente do quadro internacional (Liñán; Fayolle, 2015), levando a crer que as pesquisas as quais explorem tal temática – o nível micro de análise, voltado para o indivíduo – a partir de abordagens quantitativas, certamente representarão avanços do conhecimento científico no campo do empreendedorismo, em razão da escassez de estudos nacionais dessa natureza (Ferreira; Loiola; Gondim, 2020).

Quanto à cognição empreendedora, observa-se uma escassez de estudos voltados à análise dos processos cognitivos para o entendimento do comportamento empreendedor (Lopes; Almeida; Lima, 2019). Dessa forma, torna-se cada mais vez necessário entender como se dá o processo de identificação de oportunidades de negócio no empreendedorismo; ou seja, quais e como as estruturas de conhecimento (modelos mentais) são empregadas na avaliação, no julgamento e na tomada de decisões sobre oportunidades de negócio (Armstrong; Cools; Sadler-Smith, 2012; Grégoire *et al.*, 2015; Vahidnia *et al.*, 2017).

Pesquisas anteriores em psicologia sobre cognição sugerem que os modelos mentais - estruturas cognitivas (Neisser, 1967), *Gestalt* psicológica (Fiske; Taylor, 1984) motivadores cognitivos (Bandura, 1993), representações mentais (Posner, 1973) - contemplam vários elementos críticos que interagem conjuntamente.

Por esse ângulo, apesar das evidências acumuladas a favor do poder explicativo de, por exemplo, traços de personalidade em empreendedores, permanecem críticas não refutadas de que modelos baseados em traços estáticos têm a sua utilidade científica questionada (MITCHELL *et al.*, 2007) visto que dentre as fragilidades apontadas, desconsideram o contexto e se mostram ineficazes ao demonstrar os empreendedores como um grupo homogêneo cujas características pessoais se diferenciam de não empreendedores (Mitchell *et al.*, 2002,

MITCHELL *et al.*, 2007). O estudo da cognição empreendedora a partir da perspectiva da psicologia social mostra-se direcionado a ir além do estático, explorando a situação ou contexto como fator gerador do comportamento empreendedor (Mitchell, 2007) sugerindo que o caminho para se tornar um empreendedor não é em si especial, mas está assentado em sistemas cognitivos criados pela prática deliberada ou a ação (Baron, 1998; Mitchell, 2005).

Avançando um pouco mais, entende-se que a cognição está socialmente situada – não isolada em representações e processos internos – mas interdependente com o contexto social. Desse modo, não é simplesmente um processamento abstrato de informações, mas uma dimensão orientada pela ação e que sofre influência de diferentes contextos (Mitchell *et al.*, 2002; Semi; Smith, 2013). Portanto, nos empreendedores ação e cognição estão fortemente inter-relacionadas (Vahidnia *et al.*, 2017) e suportam a influência de contextos de comunicação, de relação e grupais (Semi; Smith, 2013).

Para adquirir uma visão mais abrangente, a pesquisa sobre empreendedorismo, além de focar no que os empreendedores fazem (comportamentos observáveis) ou como pensam (representações mentais ou recursos cognitivos que podem ter adquirido por meio de experiências passadas), necessita investigar a combinação de fatores individuais e contextuais que, conjunta e simultaneamente, influenciam intenção e ação empreendedora. A partir dessa explicação macroscópica, a dinâmica empreendedora provavelmente será tomada em relação ao todo, ou seja, percebendo-se os efeitos conjuntos de tais fatores em oposição aos seus efeitos específicos (Vahidnia *et al.*, 2017). Seguindo essa lógica, analisar o efeito conjunto de antecedentes individuais e contextuais da cognição sobre a intenção empreendedora representa a principal contribuição teórica desta tese.

No que se refere à abordagem atual sobre cognição empreendedora, cabe destacar que intenção e ação empreendedoras revelam-se conceitos multiníveis e multidimensionais (Mitchell *et al.*, 2007). Desse modo, quanto à intenção empreendedora entre estudantes universitários - variável dependente desta tese, tida como um passo antecedente à abertura de um novo negócio - internacionalmente, constata-se um considerável número de estudos (Guzmán-Alfonso; Guzmán-Cuevas, 2012; Koenig, 2014; Kolvereid, 2016; Moriano *et al.*, 2012; Watchravesringkan *et al.*, 2013). No entanto, na literatura nacional, tais estudos ainda se mostram incipientes (Almeida, 2013; Ferreira; Loiola; Gondim, 2017; Lima *et al.*, 2015), o que torna emergente a necessidade de investir em pesquisas que se proponham a investigar como

aspectos individuais e contextuais influenciam a intenção empreendedora (Cortez; Hauck, 2020; Cortez; Veiga, 2018; Soomro; Shah, 2015).

Assim, considerando o objetivo geral proposto, a realização desta tese se justifica, no nível teórico, por três razões.

A primeira razão refere-se à carência de pesquisas que tratam da análise conjunta de antecedentes individuais da cognição (autoeficácia, locus de controle interno, competências empreendedoras) para o entendimento da intenção empreendedora (Behling; Lenzi, 2020). Dessa forma, examinar os modelos mentais que os empreendedores adotam para avaliar oportunidades, mobilizar recursos, planejar e implementar estratégias empresariais mostra-se uma perspectiva de pesquisa promissora (Behling; Lenzi, 2020; Cortez; Hauck, 2020; Ferreira; Loiola; Gondim, 2017; Liñan; Fayolle, 2015; Lopes; Almeida Lima, 2019), que certamente contribuirá para o entendimento mais aprofundado acerca das relações existentes entre os aspectos cognitivos individuais e como estes, em conjunto, moldam a IE.

A segunda razão sustenta-se no entendimento de que a atividade empreendedora é um fenômeno coletivo que se constrói a partir de ações desenvolvidas ao longo de interações sociais (Downing, 2005; Zahra; Kuratko; Jennings, 1999). Logo, investigar como a combinação de antecedentes contextuais da cognição (normas subjetivas – família/amigos colegas, normas subjetivas - sociedade, universidade - ambiente favorável ao empreendedorismo, universidade aprendizagem voltada ao empreendedorismo, histórico familiar – pais autônomos, histórico familiar – pais proprietários e contato com disciplinas de empreendedorismo) influenciam a intenção empreendedora possibilitaria a construção de modelos explicativos mais apurados (Loiola *et al.*, 2016).

A terceira razão diz respeito ao entendimento de que uma análise integrativa dos antecedentes individuais e contextuais da cognição sobre a IE possibilitará um debate mais enriquecedor para o campo, contribuindo para delinear ainda mais os contornos da cognição empreendedora no horizonte de pesquisa atual.

1.4 ESTRUTURA DA TESE

Esta tese encontra-se estruturada em seis capítulos.

Este primeiro capítulo, introdutório, inclui o contexto do estudo, a questão de pesquisa, os objetivos estabelecidos, além das justificativas para sua realização, contribuições para campo de conhecimento e estrutura da tese.

No segundo capítulo é apresentada uma revisão sistemática de literatura, visando repertoriar as evidências empíricas que contextualizam, no campo acadêmico nacional e internacional, a intenção e a cognição empreendedora entre estudantes universitários.

O terceiro capítulo contempla o referencial teórico que suporta a pesquisa e versa sobre intenção e cognição empreendedora, bem como sobre os antecedentes individuais e contextuais da cognição, a partir da exposição dos principais conceitos encontrados na literatura disponível.

O quarto capítulo apresenta os procedimentos metodológicos, incluindo a caracterização da pesquisa, modelo de análise e hipóteses, descrição da população, instrumento e técnicas de coleta, tratamento e análise de dados.

No quinto capítulo são apresentados os resultados quantitativos da pesquisa, incluindo a caracterização da amostra, a análise de estatística descritiva, a análise fatorial exploratória e a análise de regressão linear múltipla a partir do uso de método robustos, por meio da qual foi verificada a influência das variáveis autoeficácia empreendedora, locus de controle interno e competências empreendedoras (antecedentes individuais da cognição) e da covariável gênero na intenção empreendedora em estudantes universitários não-empreendedores, a partir dos dados da *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey - GUESSS* em 2016 e 2018. Observou-se ainda, como a adição das variáveis normas subjetivas – família/amigos colegas; histórico familiar – pais autônomos; histórico familiar – pais proprietários; normas subjetivas – sociedade; universidade - ambiente favorável ao empreendedorismo; universidade aprendizagem voltada ao empreendedorismo e contato com disciplinas de empreendedorismo (antecedentes contextuais da cognição) e da variável de controle área de estudos influenciam a IE nas amostras.

O capítulo seis inclui a discussão dos resultados encontrados a partir das amostras e técnicas estatísticas aplicadas.

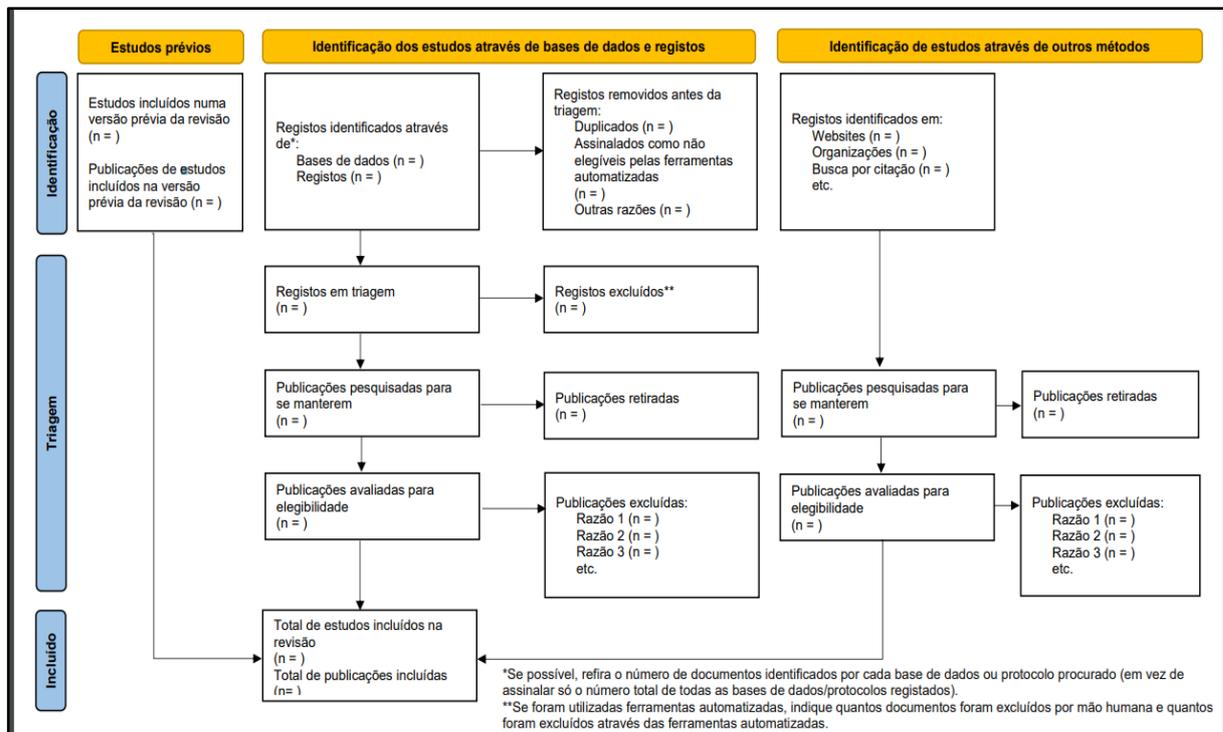
A tese é finalizada com o sétimo capítulo, abrangendo as conclusões do trabalho, limitações, principais contribuições e proposições para futuras pesquisas.

2. REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA

Para cumprir o objetivo deste capítulo, propõe-se a realização de uma revisão sistemática da produção acadêmica nacional e internacional sobre IE e seus antecedentes da cognição entre 2012 a 2022, buscando mapear perspectivas teóricas, abordagens e métodos de pesquisas mais adotados nos estudos relacionados a tais temáticas, a fim de estruturar a base teórica desta tese.

Adotou-se o *framework* PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analysis*), definido como um conjunto mínimo de itens baseados em evidências para relatórios em revisões sistemáticas e meta-análises. O Prisma enfatiza, principalmente, a notificação de revisões que avaliam os efeitos de intervenções, mas também pode ser utilizado como base para relatar revisões sistemáticas com outros objetivos (Prisma, 2020). Para revisão dos artigos empíricos considerou-se o Fluxograma Prisma 2020 (Figura 1), contemplando as fases de identificação (mapeamento de estudos prévios através de bases de dados), triagem e inclusão de artigos.

Figura 1 - Fluxograma Prisma (2020)



Fonte: Prisma (2020).

Na fase de identificação, foram consultadas as bases de dados *SPELL – Scientific Periodicals Electronic Library*, *SciELO - Scientific Electronic Library Online*, *Web of Science*, *Scopus*, *Google Acadêmico* e *BDTD - Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações*, além de publicações internacionais especializadas no tema. A escolha dessas bases de dados fundamentou-se nos seguintes critérios:

- a) legitimidade/confiabilidade na área acadêmica: visto que todas são fontes reconhecidas pela comunidade científica;
- b) especificidade: considerando que muitas fontes de publicações são já direcionadas à área de empreendedorismo, tais como o *Journal of Entrepreneurship*, *Journal of Entrepreneurship education*, *Journal of Entrepreneurship and Management*, *Journal of Business Venturing*, *Journal of Entrepreneurship and Innovation*, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, *Education and Training*, *Entrepreneurship Research Journal*, *European Research Studies Journal*, *Education+ Training*, dentre outros;
- c) acessibilidade: assegurada pelo acesso via VPN (rede privada virtual) da Universidade Federal da Bahia;
- d) delimitação: no que se refere ao *Google acadêmico*, foram levantados estudos atuais, classificados por ordem de relevância, nas dez primeiras páginas.

Na etapa de triagem, considerou-se os termos “intenção empreendedora” e “cognição empreendedora”, em suas versões em inglês: “*entrepreneurial intention*”, “*entrepreneurial cognition*” e as palavras-chave “autoeficácia empreendedora”, “locus de controle interno”, “competências empreendedoras”, “normas subjetivas” e “educação empreendedora”, além de gênero e área de estudo, em versões no inglês: “*entrepreneurial self-efficacy*”, “*locus of control intern*”, “*entrepreneurial skills*”, “*subjective norms*”, “*entrepreneurial education*”, “*gender*”, “*field of study*”. Foram adotadas as seguintes *strings* de busca em português (e suas versões em inglês): “intenção empreendedora” OR “intenção de carreira empreendedora” AND “cognição empreendedora”; “intenção empreendedora” AND “determinantes” OR “fatores” AND “estudantes universitários”; “intenção empreendedora” OR “intenção de carreira empreendedora” AND “cognição empreendedora”; “cognição empreendedora” AND “autoeficácia empreendedora”; “cognição empreendedora” AND “locus de controle interno”; “cognição empreendedora” AND “competências empreendedoras”; “intenção empreendedora” OR “intenção de carreira empreendedora” AND “autoeficácia empreendedora”; “intenção

empreendedora” OR “intenção de carreira empreendedora” AND “locus de controle interno”; “intenção empreendedora” OR “intenção de carreira empreendedora” AND "competências empreendedoras”; “intenção empreendedora” OR “intenção de carreira empreendedora” AND “gênero”; “intenção empreendedora” OR “intenção de carreira empreendedora” AND “área de estudo”.

Finalizadas as fases de identificação e triagem, os estudos selecionados foram lidos integralmente, sendo selecionados aqueles que contemplavam o tema proposto. Assim, na fase de inclusão, foram utilizados critérios de inclusão e exclusão de busca, visando delimitar os trabalhos que deveriam ser selecionados e lidos integralmente. Destacam-se como critérios de inclusão:

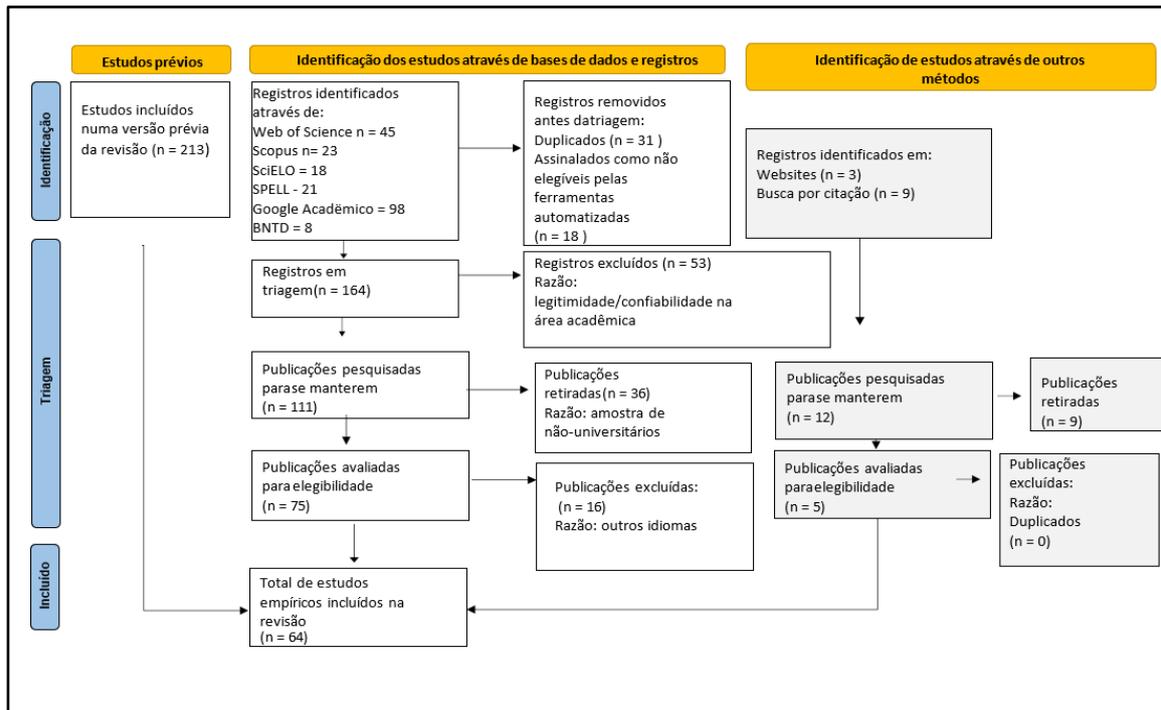
- a) estudos em inglês e português;
- b) estudos que tratassem da intenção e cognição empreendedora, estudos que relacionassem antecedentes individuais e contextuais da cognição com efeito preditor sobre a IE;
- c) estudos cuja amostra fosse formada por estudantes universitários;
- d) estudos completos publicados em periódicos nacionais e internacionais nos últimos 10 anos, além daqueles identificados como seminiais;
- e) teses e dissertações defendidas no Brasil.

Os critérios de exclusão contemplaram os estudos publicados em outros idiomas que não inglês e português, trabalhos de conclusão de curso (graduação, pós-graduação *lato sensu*) e estudos empíricos cuja amostra não fosse composta por estudantes universitários de graduação.

Em paralelo a essa fase foi realizada a sumarização e catalogação dos dados, organizados em duas categorias. Na primeira, a partir dos estudos que cumpriram os critérios de seleção foi construída uma planilha contendo os metas-dados (título, autores, instituição, ano de publicação, resumo, palavras-chave) e outras informações tidas como relevantes para os objetivos de pesquisa. Na segunda categoria, foram organizados em outra planilha os estudos que não alcançaram os critérios de seleção, também com a catalogação dos metas-dados (título, autores, instituição, ano de publicação, resumo, palavras-chave) e o motivo da exclusão. O gerenciamento das referências bibliográficas foi realizado por meio do software *Mendeley*, visando garantir a associação entre cada citação e a respectiva referência, além da segurança do armazenamento.

A operacionalização das etapas da revisão sistemática, bem como a quantidade de artigos encontrados, em duplicidade, excluídos e incluídos separados por base de dados pode ser verificada na Figura 2.

Figura 2 - Etapas da revisão



Fonte: dados da pesquisa (2021:2023) baseado no Fluxograma Prisma (2020).

2.1 APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS

São apresentadas a seguir as publicações identificadas sobre IE, com o foco nos antecedentes individuais e contextuais da cognição.

Tabela 1 – Estudos empíricos analisados (Antecedentes Individuais)

ANTECEDENTES INDIVIDUAIS DA COGNIÇÃO				
Autoeficácia empreendedora, Locus de controle interno, Competências empreendedoras				
Métodos e técnicas: Modelagem de equações estruturais, Regressões múltiplas, Correlação, Estatística descritiva, Análise fatorial exploratória, Análise fatorial confirmatória, Análise de Variância (ANOVA) teste t.				
N.	Autoria/Data	País	Amostra	Método

1	Autio (2001)	EUA	3.047	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
2	Liñán (2008)	Espanha	249	Modelagem de equações estruturais
3	Zellweger <i>et al.</i> , (2011)	Áustria, Bélgica, Finlândia, Alemanha, Hungria, Nova Zelândia, Noruega e Suíça	5.363	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
4	Moriano <i>et al.</i> (2012)	Alemanha, Índia, Irã, Polônia, Espanha e Holanda	1.074	Modelagem de Equações estruturais
5	Solesvik <i>et al.</i> (2012)	Ucrânia	321	Modelagem de Equações estruturais
6	Saeed <i>et al.</i> (2013)	Paquistão	100	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
7	Nabi; Liñán (2013)	Espanha e Grã-Bretanha	619	Modelagem de equações estruturais
8	Watchravesringkan <i>et al.</i> (2013)	EUA	345	Modelagem de equações estruturais
9	Pihie; Bagheri (2013)	Malaysia	722	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
10	Sesen (2013)	Turquia	356	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
11	Ibrahim; Lucky (2014)	Nigéria	155	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
12	Mortan <i>et al.</i> (2014)	Espanha e Portugal	394	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
13	Mat; Maat; Mohd (2015)	Índia	554	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
14	Koenig (2016)	Croácia	324	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas

15	Ibrahim; Mahmood; Bakar (2016)	Nigéria	370	Modelagem de Equações Estruturais
16	Yarima; Hashim (2016)	Nigéria	432	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
17	Pfeifer; Šarlija; Sušac (2016)	Croácia	504	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
18	Hassan; Ghazali (2016)	Malásia	336	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
19	Çolakoğlu; Gözükarab (2016)	Turquia	226	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
20	Ferreira (2017)	Brasil	2.771	Modelagem de equações estruturais, Teste t
21	Tiwari; Bhat; Tikoria (2017)	Índia	390	Análise Fatorial confirmatória Modelagem de equações estruturais
22	Nasip <i>et al.</i> (2017)	Malásia	676	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
23	Darmanto; Yuliari (2018)	Indonésia	162	Modelagem de equações estruturais
24	Sahabuddin (2018)	Indonésia	212	Modelagem de equações estruturais
25	Sancho; Martín-Navarro; Ramos-Rodríguez (2018)	Espanha	654	Modelagem de equações estruturais
26	Bartha; Gubik; Bereczk (2019)	Hungria, Polónia, República Tcheca, Eslováquia	15.971	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
27	Al-Jubari, Hassan; Liñán (2019)	Malásia	438	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
28	Liu <i>et al.</i> (2019)	China	327	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas

29	Santos; Liguori (2019)	EUA	1.026	Modelagem de Equações Estruturais
30	Fragoso, Rocha-Junior, Xavier (2020)	Portugal e Brasil	600	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
31	Draksler; Sirec (2021)	Eslovênia	837	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
32	Hossain <i>et al.</i> , (2020)	Índia	270	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
33	Elnadi; Gheith (2021)	Arábia Saudita	259	Modelagem de equações estruturais
34	Maluda; Alias (2022)	Malásia	292	Modelagem de equações estruturais
35	Svotwa <i>et al.</i> (2022)	Botswana	347	Modelagem de equações estruturais
36	Sharma; Jamwal (2022)	Índia	165	Modelagem de equações estruturais
37	Tseng <i>et al.</i> (2022)	Taiwan	242	Modelagem de equações estruturais
38	Nazir; Lone (2022)	Índia	852	Modelagem de equações estruturais

Fonte: a autora (2022).

Tabela 2 - Estudos empíricos analisados (Antecedentes Contextuais)

ANTECEDENTES CONTEXTUAIS DA COGNIÇÃO				
Normas subjetivas- família/amigos/colegas, Normas subjetivas – sociedade, Universidade – ambiente favorável ao empreendedorismo, Universidade – aprendizagem voltada ao empreendedorismo, Histórico familiar – pais autônomos, Histórico Familiar – pais proprietários, Contato c/ disciplinas de empreendedorismo				
Métodos e técnicas: Modelagem de equações estruturais, Regressões múltiplas, Correlação, Estatística descritiva, Análise fatorial exploratória, Análise fatorial confirmatória, Análise de Variância (ANOVA) teste t.				
N.	Autoria/Data	País	Amostra	Método
39	Ngugiet <i>al.</i> (2012)	Quênia	133	Estatística descritiva Análise de Variância
40	Bhandari (2012)	EUA	390	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas

41	Liñán; Krueger; Nabi (2013)	Espanha/ Grã-Bretanha	1.005	Modelagem de equações estruturais
42	Hattab (2014)	Egito	250	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
43	Sun <i>et al.</i> (2017)	Ásia	200	Modelagem de Equações Estruturais
44	Joensuu-Salo; Varamäki; Viljamaa (2015)	Índia	3.754	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
45	Soomro; Shah (2015)	Paquistão	135	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
46	Zampetakis <i>et al.</i> (2015)	Grécia	79	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
47	Shirokova; Osiyevskyy; Bogatyreva (2015)	Rússia	70.164	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
48	Gielnik <i>et al.</i> (2015)	África	651	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
49	Loiola <i>et al.</i> (2016)	Brasil	2.999	Modelagem de Equações Estruturais
50	Edelman <i>et al.</i> (2016)	EUA, Rússia	12.399	Análise fatorial confirmatória Regressões múltiplas
51	Ozaralli; Rivenburgh (2016)	EUA, Turquia	589	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
52	Gubik; Farkas (2016)	Hungria	658	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
53	Díaz-Casero <i>et al.</i> (2017)	Espanha	2.497	Modelagem de equações estruturais
54	Mwiya <i>et al.</i> (2017)	Zambia	306	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
55	Moraes; Lisuka; Pedro (2018)	Brasil	287	Modelagem de equações estruturais
56	Zhang <i>et al.</i> (2019)	China	200	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
57	Barral; Ribeiro; Canever (2018)	Brasil	566	Análise fatorial exploratória Diferença das diferenças
58	Nabi <i>et al.</i> (2018)	Grã-Bretanha	49	Estatística descritiva/Teste t/ Regressões múltiplas

59	Lopez; Alvarez (2019)	Países da América Latina	35.335	Modelagem de equações estruturais
60	Palmer <i>et al.</i> (2021)	Áustria e Liechtenstein	3.342	Modelagem de equações estruturais
61	Martins; Perez (2020)	Colômbia	155	Modelagem de equações estruturais
62	Gubik (2021)	Hungria	9.667	Análise fatorial exploratória Regressões múltiplas
63	Romaní <i>et al.</i> , (2022)	Países da América Latina	16.185	Modelagem de equações estruturais
64	Alkhalaf <i>et al.</i> (2022)	França	400	Modelagem de equações estruturais

Fonte: a autora (2022).

A partir do mapeamento realizado identificou-se que, dentre as temáticas relacionadas à IE mais estudadas, estão as dimensões individuais e contextuais da cognição. Antecedentes individuais como autoeficácia empreendedora, locus de controle interno, atitudes, propensão ao risco, tolerância à ambiguidade, desejo de realização, competências, controle comportamental e motivações são objetos de estudos empíricos (Ferreira, 2017; Liu *et al.*, 2019; Liñán; Fayolle, 2015; Maresh, 2016; Moriano *et al.*, 2012, Moustafa; Mohamed, 2021; Nabi; Liñán, 2013; Nazir; Lone, 2022; Pihie; Bagheri, 2013; Santos; Liguori, 2019; Travis; Freeman, 2017; Watchravesringkan *et al.*, 2013). Outras pesquisas ocupam-se da análise de antecedentes relacionados ao contexto, como ambiente universitário e educação empreendedora, normas subjetivas e histórico familiar como dimensões críticas para a explicação da IE em universitários (Alkhalaf *et al.*, 2022; Bhandari, 2012; Edelman *et al.* 2016; Liñán; Krueger; Nabi, 2013; Loiola *et al.*, 2016; Martins; Perez, 2020; Palmer *et al.*, 2021, Smith; Williams; Yasin, 2014; Sun *et al.*, 2017; Zhang *et al.*, 2019). Além dos antecedentes citados, alguns estudos adotaram covariáveis ou variáveis de controle, como gênero, experiência profissional, nacionalidade e renda familiar. Não foram encontradas pesquisas tendo a área de estudos de estudantes universitários como variáveis de controle, com efeito sobre a IE.

Dentre esses estudos, a maioria adotou a Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991) que pressupõe uma relação de interdependência entre três antecedentes condicionantes

na intenção comportamental (atitudes, normas subjetivas e controle comportamental) como base teórica para a explicação da IE.

Na produção científica da área predominam os estudos realizados principalmente na Ásia, seguidos da Europa, América e África, notadamente a partir de 2016, quando se observa maior ocorrência de trabalhos na área, indicando o crescente interesse de pesquisadores nesse campo do conhecimento. No Brasil, as pesquisas dessa temática são incipientes, indicando que investir em estudos empíricos sobre a IE e o efeito de antecedentes individuais e contextuais da cognição pode resultar em valiosas contribuições para o campo de conhecimento do empreendedorismo. Observou-se também pesquisas interpaíses, que podem contribuir para uma visão mais abrangente em termos de IE (Criaco *et al.*, 2017; Edelman *et al.*, 2016; Fra; Gubik; Bartha; 2018; Liñán; Krueger; Nabi, 2013; Moriano *et al.*, 2012; Nabi; Liñán, 2013; Ozaralli; Rivenburgh, 2016).

Quanto à metodologia de pesquisa adotada, há predominância de estudos quantitativos, baseados, principalmente, nas técnicas de Análise de Regressões Múltiplas e na Modelagem de Equações Estruturais (SEM) para tratamento dos dados. Dentre os periódicos com maior número de publicações estão: *Entrepreneurship, Theory and Practice, International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research, Journal of Small Business and Enterprise Development; Journal of Business Venturing; Education and Training Entrepreneurship; Journal of Asian Finance*, dentre outros.

Como sugestões de estudos que representem avanços para a área, nos trabalhos revisados indicam-se pesquisas voltadas à: mensuração das intenções empreendedoras que se convertem em ação, visto que a IE prediz o comportamento empreendedor, mas não o assegura (Moutinho; Roazzi, 2010); avaliação das competências adquiridas por meio da educação empreendedora; análise combinada de antecedentes individuais e contextuais da cognição e cultura, a fim de propiciar uma visão mais ampla dos fatores que afetam a IE; à estudos interpaíses, cuja contribuição reside na explicação de variações decorrentes das diferenças culturais e à análise da influência da educação empreendedora na IE em diferentes formações educacionais, o que pode ser interessante para a estruturação de políticas públicas para o sistema educacional.

Com base nessa revisão de literatura serão apresentadas no capítulo a seguir, as análises e discussões dos trabalhos selecionados a fim de traçar o quadro conceitual que dará sustentação ao desenvolvimento da tese

3 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo é apresentada a base teórica que respaldou a pesquisa, contemplando uma visão do campo de estudos acerca da intenção e da cognição empreendedora, incluindo os antecedentes individuais e os antecedentes contextuais da cognição.

3.1 INTENÇÃO EMPREENDEDORA

A intenção empreendedora (IE) é considerada, no campo teórico, como um dos pilares da ação empreendedora (Lee, Lim; Pathak, 2011; Jennings; Brush, 2013). Ao traçarem um panorama evolutivo das pesquisas sobre IE, Liñán e Fayolle (2015) relatam que os estudos que tratam a IE tiveram início nos anos 1980, mas, ganharam expressividade a partir da década de 1990, encontrando-se, atualmente, em evolução.

Um elevado número de estudos empíricos, incluindo o campo da Psicologia Social e da Psicologia Cognitiva, vêm adotando a IE como modelo para examinar comportamentos (Anwar; Abdullah, 2021). Embora essa tendência confirme a aplicabilidade do conceito a vários cenários, no Brasil, uma parte substancial desta pesquisa carece de sistematização, tendo em vista a escassez de estudos que tratem da IE e sua relação com aspectos individuais e contextuais no cenário nacional, onde trabalhos desse tipo ainda são limitados (Ferreira; Loiola; Gondim, 2020). No cenário internacional, ao mesmo tempo em que se ampliam os estudos sobre a IE e seus antecedentes, também se disseminam imprecisões, confusões, incompreensões (Liñán; Fayolle, 2015).

A intenção é um estado de espírito que leva a atenção, experiência e ação do indivíduo para um objetivo específico ou caminho para atingir o objetivo (Bird, 1988). Sob tal ótica, a IE é derivada desse conceito essencial da Psicologia e definida como um pré-fator em um processo que pode levar os indivíduos a criar e gerenciar novos empreendimentos (LU, SONG; PAN, 2021). Em outras palavras, é a tendência psicológica que leva os indivíduos a escolherem o empreendedorismo no futuro. Também pode ser compreendida como o estímulo que o indivíduo dispõe para assumir um comportamento empreendedor (Cantner; Goethner; Silbereisen, 2017). Desse modo, tal temática assume posição de centralidade na investigação de fatores individuais e contextuais que motivam o indivíduo a empreender (Krueger, 2017).

Outras conceituações do termo descrevem a IE como uma predisposição que direciona a atenção para um comportamento individual voltado a empreender, sendo a variável preditora

mais expressiva do empreendedorismo (Obschonka; Silbereisen; Schmitt-Rodermund., 2010). Também é classificada como a convicção própria que antecede o processo de constituição de uma empresa (Schaefer *et al.*, 2017). Com efeito, estudos baseados na IE apontam uma oportunidade de compreender o empreendedorismo. A fim de explicar a intenção empreendedora, uma série de modelos são propostas na literatura, tendo em vista que as intenções empreendedoras são essenciais para compreender o comportamento empreendedor dos indivíduos (De Clercq, Dimov; Thongpapanl, 2013; Lu; Song; Pan, 2021). Um levantamento dos estudos empíricos sobre IE permite identificar duas vertentes distintas e convergentes de pesquisa, conforme apresentado no Quadro 1.

Quadro 1 - Vertentes de pesquisa sobre Intenção Empreendedora

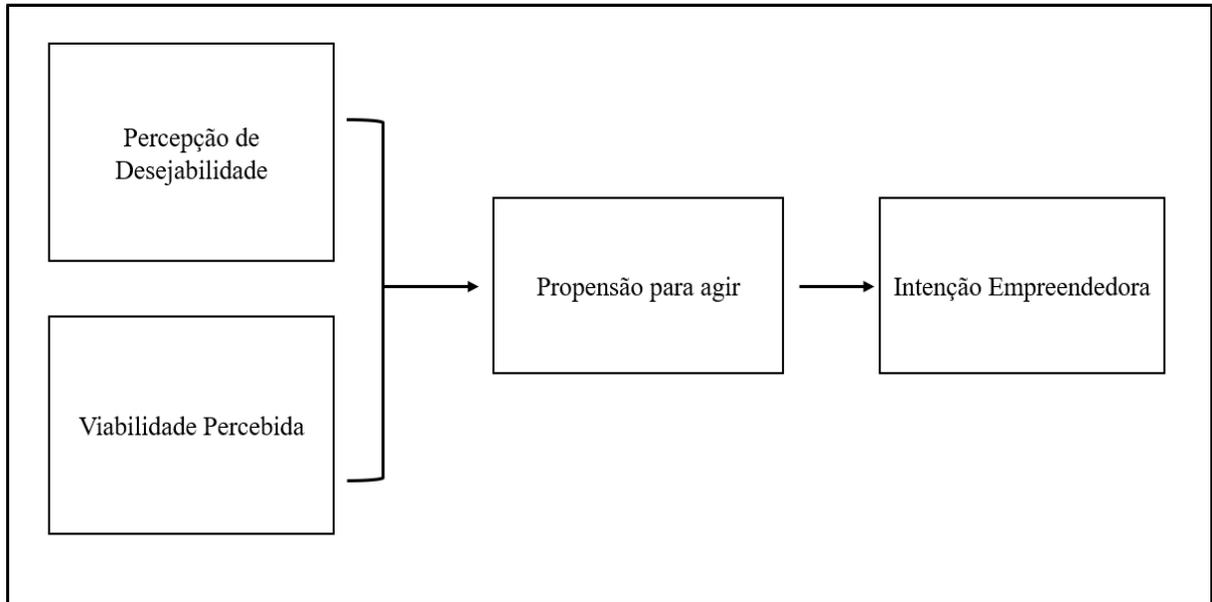
Modelo do Evento Empreendedor Shapero (1985)	Teoria do Comportamento Planejado Ajzen (1991)
Compreende a criação de negócios como um evento resultante da interação entre iniciativas, habilidades, autonomia, risco e gestão. A intenção empreendedora emerge da percepção de viabilidade, desejabilidade e da propensão a agir diante de oportunidades.	Baseia-se na análise de comportamentos, voltando-se ao processo mental que resulta na ação. Para se entender o comportamento, é preciso identificar os determinantes das intenções comportamentais: atitudes, normas subjetivas e crenças.

Fonte: a autora (2022).

O Modelo do Evento Empreendedor, de Shapero (1985), baseado em Krueger (1993) e Shapero e Sokol (1982), compreende a criação de negócios como um evento resultante da interação entre iniciativas, habilidades, autonomia, risco e gestão. O objetivo do autor era construir um modelo para apoiar a formação de eventos empreendedores (Shapero; Sokol, 1982) destacando a busca pela mudança como o início do processo empreendedor. Desse modo, neste modelo, a IE emerge da desejabilidade, da percepção de viabilidade e da propensão a agir diante de oportunidades. Dito de outra forma, a desejabilidade está associada com a atração do indivíduo por um determinado comportamento (tornar-se um empreendedor). A viabilidade percebida relaciona-se ao grau em que esse se considera capaz de realizar determinado comportamento. A propensão a agir diz respeito ao grau de disposição para empreender

(Shapero, 1985).

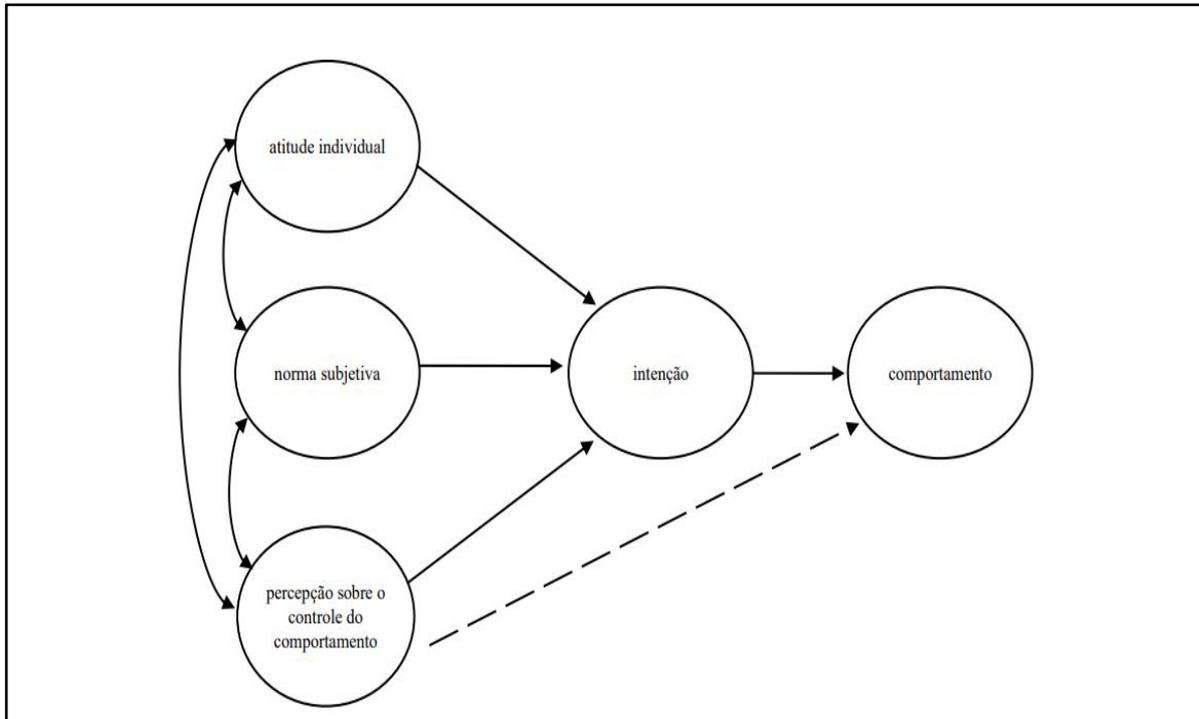
Figura 3 - Modelo de Evento Empreendedor



Fonte: adaptado de Shapero (1985).

Já a Teoria do Comportamento Planejado (TPB), originada da psicologia social e proposta por Ajzen (1991), baseia-se na análise de comportamentos, voltando-se ao processo mental que resulta na ação. Para se entender o comportamento, é preciso identificar os determinantes das intenções: as atitudes, que dizem respeito à ação ou crença quanto a um comportamento e relacionam-se à avaliação positiva ou negativa que o indivíduo faz desse comportamento. As normas subjetivas, que se referem à influência social, isto é, à percepção de que pessoas importantes para o indivíduo podem ou não aprovar a decisão de se tornar um empreendedor. Quanto mais promissoras forem as atitudes e as normas subjetivas, mais provável é que se construa a intenção de comportamento (Ajzen, 2001). Outro aspecto presente na TCP refere-se à percepção do controle sobre o comportamento, relacionada, no contexto do empreendedorismo, à autoeficácia, ou seja, com disposição de agir sobre as decisões considerando experiências passadas, agentes facilitadores ou dificuldades (Ajzen, 1991).

Figura 4 - Teoria do Comportamento Planejado



Fonte: adaptado de Ajzen (1991)

Em ambos os modelos entende-se que a decisão de empreender é influenciada por antecedentes individuais e contextuais da cognição, conjuntamente (Liñán; Fayolle, 2015). No entanto, o TPC mostra-se ainda mais conveniente quanto à previsão da IE entre estudantes, justamente porque o comportamento é precedido pela intenção de se tornar empreendedor, tendo em vista a análise de viabilidade, barreiras e custo de oportunidade (Lortie; Castogiovanni, 2015; Schlaegel; Koenig, 2014). Em outras palavras, no campo do empreendedorismo, um novo negócio se constrói ao longo do tempo e requer um planejamento considerável. Sob essa perspectiva, o empreendedorismo tende a se configurar como um tipo de comportamento planejado para o qual os modelos de intenção são adequados (Saeed *et al.*, 2013).

É preciso ressaltar que não existe uma relação exata entre intenções e comportamentos. Isso dependerá de fatores como a força da intenção, ou seja, a probabilidade subjetiva de realização de uma ação admitida pelo indivíduo e, também, da estabilidade das intenções. Entretanto, as pessoas, normalmente, agem de acordo com as suas intenções (Moutinho; Roazzi, 2010). A TCP predomina na literatura enquanto modelo teórico adotado para explicar como se

forma a intenção empreendedora (Fayolle; Liñán; Ibrain; Mas'ud, 2016; Liñán; Fayolle, 2015; Kolvereid, 2016; Pfeifer; Šarlija; Sušac, 2016). Segundo essa teoria, a variável atitude reflete as crenças pessoais (negativas ou positivas) que o indivíduo pode ter em relação a um determinado comportamento. Assim, quanto mais favorável e vantajoso um comportamento é percebido, mais forte é a intenção de assumi-lo. Vários estudos demonstram, então que a atitude em relação ao empreendedorismo é o preditor mais forte da IE (de Al-Jubari; Hassan; Liñán, 2018; Farooq *et al.*, 2018; Gubik; Farkas, 2019; Kautonen; Van Gelderen; Fink, 2015; Krueger Jr; Reilly; Carsrud, 2000; Liñán; Chen, 2009; LOIOLA *et al.*, 2016; Wach; Wojciechowski, 2016).

Desse modo, quando se trata dos fatores dependentes do próprio indivíduo, a convergência do potencial com a intenção é um dinamizador do empreendedorismo (Lima *et al.*, 2015). Já a variável controle sobre o comportamento reflete o grau de percepção de controle individual, direcionando determinados comportamentos. Tais percepções podem ser baseadas em vivências anteriores e também influenciadas por informações externas, por experiências de conhecidos e amigos e por outros fatores que aumentam ou reduzem a dificuldade percebida de realizar o comportamento em questão (Al-Jubari; Hassan; Liñán *et al.*, 2019).

Esta correlação positiva entre IE, atitudes, normas subjetivas e controle do comportamento percebido também foi encontrada por outros autores (Ozareli; Rivenburgh, 2016). Ademais, a influência das variáveis atitude, controle percebido e norma subjetiva difere em magnitude, mas tais efeitos são generalizados em todas as culturas estudadas (Ferreira; Loiola; Gondim, 2017). Tratando de forma mais específica os antecedentes individuais da cognição sobre a IE nos estudantes universitários, pode-se afirmar que predominam as variáveis pessoais (Liñán; Fayolle, 2015), visto que fatores psicológicos, traços de personalidade, valores pessoais, motivação e autoeficácia empreendedora são consideradas antecedentes fortes da IE (Lanero *et al.*, 2015; Saeed *et al.*, 2013). Outras características de personalidade como propensão ao risco (Nabi; Liñán, 2013) e locus de controle interno (Zellweger *et al.*, 2011) também vêm sendo estudadas. Pesquisadores vêm se dedicando ainda a analisar a criatividade e a inteligência emocional como antecedentes da IE (Zampetakis *et al.*, 2015).

Em relação aos antecedentes contextuais da cognição com influência na IE, família, redes de amigos e universidade são considerados fatores que podem influenciar o indivíduo a seguir uma carreira empreendedora. Estudos realizados em diferentes países demonstraram a forte influência da experiência empreendedora da família no engajamento em atividades

empreendedoras (Bhandari, 2012; Bosma *et al.*, 2012; Carr; Sequeira, 2007; Barnir; Watson; Hutchins, 2011; Radu; Loué, 2008). Outras pesquisas também demonstraram que a rede de amigos funciona como outro exemplo a ser seguido e apoio no desenvolvimento de negócios (Liñán; Santos, 2007; Sesen, 2013).

3.2 COGNIÇÃO EMPREENDEDORA

À medida que os estudiosos da psicologia começaram a reconhecer as limitações da abordagem behaviorista (Skinner, 1953; Watson, 1924), a psicologia cognitiva passou a ser adotada para explicar os processos mentais dos indivíduos. Nesse sentido, os primeiros estudos sobre cognição empreendedora alcançaram destaque na década de 1990 com os trabalhos de Aquino (2000), Baron (1998), Bird (1992), Busenitz e Lau (1996); Krueger (1993), Krueger Jr e Carsrud (1993), Krueger Jr e Dickson (1994), Mitchell e Chesteen (1995).

No entanto, o estudo de Mitchell *et al.* (2002) foi pioneiro a demonstrar as similaridades na relação entre as cognições individuais e a criação de negócios em empreendedores em diferentes países e culturas (Corbett; Hmieleski, 2007). Mitchell *et al.* (2002) cunharam o termo cognição empreendedora, que vincula processos mentais à ação empreendedora. Nessa perspectiva, a cognição empreendedora é definida como um processo que envolve fazer análises, julgamentos ou tomar decisões, incluindo a avaliação de oportunidades e a criação de empreendimentos. Para esses autores, a pesquisa em cognição empreendedora trata da compreensão de como indivíduos usam modelos mentais simplificados para organizar informações desconectadas e criar sentidos que os auxiliem a identificar e explorar oportunidades, viabilizando os recursos necessários para iniciar ou expandir negócios (Mitchell *et al.*, 2002).

Partindo desse entendimento, os estudos acerca da cognição empreendedora voltam-se para os esquemas mentais adotados pelos empreendedores. Nessa lógica, os aspectos cognitivos são compreendidos como um processo mental por meio do qual o indivíduo adquire, armazena, processa e utiliza informações exógenas (Dhanaraj; Khanna, 2011). A literatura sobre cognição postula, assim, que existe uma relação entre as propriedades cognitivas individuais e a capacidade de identificar e explorar oportunidades (Wood *et al.*, 2014). Em outras palavras, os estudos atuais sobre cognição empreendedora apontam que a compreensão dos processos

mentais dos empreendedores permite construir modelos teóricos que expliquem sistematicamente o papel do indivíduo dentro do processo de empreendedorismo (Mitchell *et al.*, 2007; Shepherd; Williams; Patzelt, 2015).

Os modelos cognitivos são elementos determinantes da ação empreendedora, impactando diretamente as práticas empresariais (Armstrong; Cools; Sadler-Smith, 2012). Desse modo, na complexa interação entre cognição e ambiente os empreendedores interpretam informações e formulam esquemas mentais para resolver problemas. E em condições de incerteza e escassez de informações, tais indivíduos criam representações, regras e *scripts* para interpretar informações e dar sentido à ação (Mitchell *et al.*, 2000). Sob tal perspectiva, com o propósito de explicar os processos individuais de controle pessoal que exercem influência sobre as ações relacionadas ao desenvolvimento de carreira, surge a Teoria Sociocognitiva de Desenvolvimento de Carreira (TSCDC), concebida por Lent; Brown; Hackett (1994). Segundo a TSCDC, a carreira se desenvolve a partir da sequência interesse, intenção e ação. Dessa maneira, as escolhas profissionais são diretamente influenciadas por aspectos cognitivos e interpessoais, além da ação de fatores externos que interferem nas decisões de encareiramento (Lent, 2002).

Além disso, os planos de carreira são influenciados pela autoeficácia, pelo interesse profissional e pela expectativa de resultado. Isto significa que a percepção individual quanto à capacidade de planejar, organizar e realizar determinadas atividades (autoeficácia); as intenções ao adotar determinados comportamentos (interesse profissional) e a espera de resultados dos esforços e ações individuais (expectativa de resultado) influenciam, conjuntamente, a escolha da carreira (Bandura; 2001; Lent; Brown, 2013). A cognição contempla, assim, um processo mental que inclui aspectos ambientais (contexto social, político e econômico) e individuais (história pessoal, personalidade e habilidades) que influenciam a intenção, além de aspectos relacionados à racionalidade e à intuição (Bird, 1988).

Diante do exposto e considerando a relevância dos estudos sobre como variáveis cognitivas influenciam os empreendedores (Behling; Lenzi, 2020) novas pesquisas são necessárias, visando explorar mais a fundo a contribuição dos antecedentes individuais e contextuais da cognição para a compreensão do comportamento empreendedor (Arend; Sarooghi; Burkemper, 2015). Além disso, aprofundar a investigação acerca das especificidades da ação empreendedora para compreender o processo de criação de novos empreendimentos e de empreendedores nascentes se mostra igualmente relevante para que haja avanços mais

expressivos na compreensão da cognição no campo do empreendedorismo (Shepherd, Williams; Patzelt, 2015).

3.2.1 Antecedentes individuais da cognição

Nesta seção, trataremos dos antecedentes individuais da cognição, a partir de modelos e reflexões propostas por expoentes na literatura.

3.2.1.1 Autoeficácia empreendedora

O conceito de autoeficácia foi tratado pela primeira vez do ponto de vista da aprendizagem social, isto é, considerando a interação entre comportamentos e conhecimentos, por Bandura (1977) ao ponderar que a capacidade de julgar as suas próprias habilidades desempenha um papel importante no sistema de autorregulação do indivíduo. Em 1986, em discussão sistemática adicional, o autor constrói uma estrutura teórica sobre o construto, argumentando que a autoeficácia pode influenciar a escolha de comportamentos, interferindo em decisões sobre tarefas específicas em um determinado cenário; no esforço motivacional, ou seja, o grau de esforço que é empenhado pelo indivíduo e até que ponto pode persistir; e nos próprios padrões de pensamento, bem como na resposta emocional a supostos desafios. Enfatiza ainda, que a autoeficácia não se relaciona diretamente com as habilidades que um indivíduo possui, mas com a sua autoavaliação sobre a capacidade de usar essas habilidades para atingir um objetivo (Bandura, 1977).

Em sua Teoria da Aprendizagem Social, Bandura (1986) também defende que as crenças individuais acerca da autoeficácia podem ser desenvolvidas a partir quatro fontes de influência: a) experiências exitosas, que constroem uma crença robusta na eficácia pessoal; b) modelos sociais, considerando que acompanhar pessoas semelhantes a si serem bem-sucedidas em seus esforços, amplia a crença de que também se possui a capacidade de mobilizar os esforços necessários obter sucesso; c) persuasão social, visto que pessoas que são persuadidas verbalmente de que possuem a capacidade de executar atividades tendem a mobilizar um esforço maior e sustentá-lo a fim de atingirem seus objetivos; d) redução de ações de estresse constantes, que podem repercutir negativamente a percepção de autoeficácia.

Outrossim, as percepções de eficácia podem ser influenciadas por diferenças de

personalidade, motivação e pela própria tarefa, propondo que a autoeficácia se trata de uma estrutura cognitiva dinâmica que evolui de acordo com novas experiências, estando relacionada ao ambiente social e estado mental das pessoas (Gist; Mitchell, 1992). Sob tal perspectiva, quanto mais forte a autoeficácia percebida, maiores os objetivos, esforços e persistência que as pessoas estabelecem para si mesmas (Bandura, 1993).

No campo do empreendedorismo, o construto autoeficácia é denominado de autoeficácia empreendedora e associado à crença individual de que se é capaz de desempenhar com sucesso os papéis e tarefas de um empreendedor (Drnovšek; Wincent; Cardon, 2010; Newman *et al.*, 2019). Pesquisas efetuadas até então sobre a psicologia dos empreendedores verificaram que traços de personalidade como locus de controle interno não seriam suficientes para diferenciar empreendedores de gerentes (Chen; Greene; Crick, 1998). Assim, visando identificar uma característica individual que distingue o empreendedor, propuseram o construto de autoeficácia empreendedora, de forma a prever a probabilidade de um indivíduo ser empreendedor. Nesse sentido, para os autores, a autoeficácia empreendedora refere-se à crença de uma pessoa de que ela é capaz de desempenhar com êxito os diversos papéis relacionados ao empreendedorismo, estando positivamente relacionada à intenção de montar o próprio negócio (Chen; Greene; Crick, 1998).

A pesquisa de Chen; Greene; Crick (1998), realizada em uma amostra de empreendedores de pequenas empresas e estudantes universitários, discutiu cinco dimensões da autoeficácia empreendedora (marketing, riscos, gestão, inovação, tomada de decisão e controle financeiro) sendo considerada referência na literatura, por constatar que esse constructo é um atributo cognitivo chave para a compreensão da intenção de empreender, considerando que muitas pessoas podem se mostrar temerosas quanto a empreender não porque não possuem as habilidades necessárias, mas pelo fato de acreditarem que não são capazes (Chen; Greene; Crick, 1998). Posteriormente, outros pesquisadores (Kolvereid; Isaksen, 2006) complementam tais estudos propondo outras dimensões relacionadas a autoeficácia empreendedora, como rede interpessoal, identificação de oportunidades, gestão de pessoas, administração de financiamentos, gestão de relacionamentos e identificação de oportunidades. Em estudo também relevante e complementar à pesquisa de Chen; Greene; Crick (1998), Zhao, Seibert e Hills. (2005) desenvolveram e testaram, em uma amostra de estudantes de cinco universidades norte-americanas, um conjunto de hipóteses em que a autoeficácia empreendedora medeia a relação entre antecedentes de nível individual e intenções

empreendedoras. Os resultados da pesquisa forneceram evidências de que os indivíduos optam por se tornar empreendedores (ou relevam intenções), porque apresentam alta autoeficácia, ou seja, a crença de que podem ter sucesso nesse papel. Também evidenciaram que o papel mediador da autoeficácia empreendedora nas intenções empreendedoras é maior no que se refere à aprendizagem formal e a experiência, do que em aspectos como a propensão ao risco e gênero. Em estudos posteriores (Fernández, Liñan, Santos, 2009; Haus *et al.*, 2013; Roper; Scott, 2009; Wilson, Kickul; Marlino, 2007) apontam para a influência desses fatores, sugerindo que a relação entre autoeficácia empreendedora e controle de riscos nas mulheres é mais fraca, quando comparada aos homens.

A partir de pesquisa com uma amostra de universitários na Alemanha, Índia, Irã, Polônia, Espanha e Holanda, Moriano *et al.* (2012) constataram que em todas essas culturas, a autoeficácia empreendedora é um forte preditor de intenções empreendedoras. Em estudo que avaliou estudantes de três universidades americanas Watchravesringkan *et al.* (2013) apuraram que a autoeficácia empreendedora influenciou a intenção empreendedora mais do que o contexto social do estudante. Entretanto, os resultados apontaram que embora a crença na capacidade de êxito e realização seja importante para o indivíduo no início do negócio, as relações sociais são necessárias à sua manutenção. De forma similar, ao analisarem um grupo de estudantes da Malaysia, Pihie e Bagheri (2013) observaram que a autoeficácia empreendedora dos alunos tem o impacto mais significativo e positivo na sua intenção de se tornar um empreendedor. Mortan *et al.* (2014) verificaram que a autoeficácia empreendedora é um fator-chave no desenvolvimento de intenções de iniciar um negócio, embora ressaltem que a confiança em sua eficácia por si só não seja suficiente e deva ser complementada com treinamento e uma dose de conhecimento em gestão de negócios, juntamente com a inteligência emocional para lidar com os desafios de empreender (Mortan *et al.*, 2014).

Ao estudarem o contexto universitário nigeriano, Ibrahim; Mahmood; Bakar (2016) observaram que estudantes com alta autoeficácia empreendedora são mais propensos a identificar e explorar oportunidades empresariais, demonstrando maior intenção em empreender. Efeitos similares foram encontrados por Yarima e Hashim (2016) em amostra de universitários nesse mesmo país e ainda por Koenig (2016) junto a alunos na Croácia. Kazeem *et al.*, (2016) encontraram efeito similar em um grupo de jovens em uma instituição de ensino superior na Malásia, assim como Tiwari, Bhat, Tikoria (2017) considerando uma amostra de universitários indianos. Todos esses estudos explicitaram mais propensão ao comportamento

empreendedor e alta probabilidade de iniciar um negócio próprio quando os indivíduos demonstram maiores níveis de autoeficácia.

Em outra pesquisa com universitários croatas, Pfeifer, Šarlija e Sušac (2016) concluíram que aqueles com maiores intenções empreendedoras também apresentam alto grau de autoeficácia, confirmando a influência deste construto para a IE. Em estudo realizado por Travis e Freeman (2017) junto a universitários, a influência positiva da autoeficácia empreendedora sobre a IE também foi verificada, confirmando o entendimento de Ajzen (1991) e Bandura (1993), quando propõem efeitos diretos de autoeficácia sobre as intenções de carreira empreendedora. Indicando resultados equivalentes quanto a autoeficácia empreendedora como preditora da intenção empreendedora, ao analisar as relações entre IE, autoeficácia empreendedora e competências empreendedoras em um grupo de estudantes indonésios, Sahabuddin (2018) constatou que IE é significativamente influenciada pela percepção de autoeficácia empreendedora e competência, concluindo que a intenção em iniciar um negócio próprio é maior nos alunos que apresentam alto nível de confiança em suas competências e capacidade de realização, lançando-se mais facilmente aos desafios de empreender. Achados empíricos resultantes do estudo de Darmanto, Yuliari (2018) junto a estudantes indonésios confirmam essa relação positiva.

A partir de uma amostra de estudantes universitários chineses, Liu *et al.* (2019) também concluíram que, juntamente com a educação empreendedora, a autoeficácia empreendedora tem um efeito positivo bastante significativo na intenção empreendedora, de modo que os jovens com maior percepção de autoeficácia empreendedora mostram-se mais motivados a empreender. Ao analisarem universitários americanos, Santos e Liguori (2019) encontraram resultados semelhantes, confirmando a relação positiva entre autoeficácia empreendedora e IE. Adicionalmente, descobertas empíricas como as de Elnadi e Gheith (2021), em pesquisa com um grupo de estudantes da Arábia Saudita, demonstraram que a autoeficácia empreendedora medeia fortemente a relação entre ecossistema empreendedor e IE, sugerindo que a percepção positiva dos alunos sobre um ambiente que estimule o empreendedorismo aumenta a sua percepção de autoeficácia para iniciar um novo negócio.

Em outro estudo com uma amostra de universitários, Maluda e Alias (2022) também constataram que a autoeficácia empreendedora exerce forte influência na IE e que essa também pode ser reforçada a partir da formação teórica (currículo) e prática (programa de incubadoras e startups) voltada ao empreendedorismo. Sivotwa *et al.* (2022) analisaram universitários

matriculados em cinco instituições de ensino superior de Botsuana, encontrando a autoeficácia empreendedora como um forte precursor das intenções empreendedoras, demonstrando que quando os jovens acreditam serem capazes de executar novos empreendimentos de sucesso, tendem a desenvolver um espírito empreendedor. Por outro lado, quando não têm essa percepção de autoeficácia é improvável que demonstrem intenção em empreender. Em pesquisa empírica que examinou a IE de estudantes universitários na Turquia, Maslakçı, Sürücü, Şeşen (2022) encontraram uma relação significativa entre autoeficácia empreendedora e IE. Este resultado é consistente com outros achados (Sharma; Jamwal, 2022; Nazir; Lone, 2022) os quais constataram que a crença em si e em sua capacidade de realização, definida aqui como autoeficácia, tem um efeito direto na IE.

Cada uma à sua maneira, as contribuições teóricas expostas têm em comum o entendimento de que a autoeficácia empreendedora desempenha um papel crítico na capacidade de controlar pensamentos, sentimentos, motivações e ações (Benight; Bandura, 2004) influenciando fortemente empreendedores em potencial quanto à intenção de empreender, inclusive mantendo-os resilientes frente a adversidades (Baluku *et al.*, 2019; Baron *et al.*, 2016; Krueger Jr; Reilly; Carsrud, 2000; Lee *et al.*, 2011; Mitchell *et al.*, 2002; Pihie; Akmaliah, 2009; Santos; Liguori, 2019). Dessas argumentações, surge a primeira hipótese:

H1: A autoeficácia empreendedora exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE).

3.2.1.2 Locus de controle interno

Considerado um aspecto de personalidade que exprime a crença individual sobre os sucessos e fracassos como resultado do esforço ou relacionados ao fator sorte (Begley & Boyd, 1987), o locus de controle é um dos objetos centrais de estudo no que se refere aos traços empreendedores. Tido como uma dimensão cognitiva, perceptiva e motivacional (Levenson, 1981; Rotter, 1966), foi inicialmente estudado por Rotter (1966) no contexto da Teoria da Aprendizagem Social, abrangendo desse modo o Behaviorismo e as Teorias Cognitivas. Para o autor, que desenvolveu a Escala de locus de controle interno-externo, o construto refere-se à expectativa do indivíduo quanto ao seu poder de controle sobre os acontecimentos que resultam das suas ações. Assim, é considerado interno quando percebe as repercussões das suas ações como consequência das suas próprias escolhas. E externo, como resultado de fatores que estão

fora do seu controle. Desse modo, as pessoas com maior locus de controle interno dedicariam mais esforços para realização de seus objetivos, quando comparadas àquelas com locus de controle externo maior (Rotter, 1966).

Os estudos de Levenson (1973) sobre locus de controle representam outra importante contribuição teórica na medida em que, ao propor uma escala multidimensional de controle composta por 24 itens, esse autor projetou três dimensões para o construto: a) dimensão pessoal, ou seja, a certeza, por parte do indivíduo, quanto ao controle sobre a sua vida; b) dimensão social, representando o controle exercido por outros indivíduos do seu meio social, principalmente aqueles em posição de poder; c) dimensão interpessoal, em que a fonte de controle está relacionado à sorte, destino ou acaso. Quando se trata do empreendedorismo, campo marcado pela incerteza e, frequentemente, pelas adversidades, o locus de controle interno representa considerável influência sobre os comportamentos (Zhao; Seibert, 2006; Zhao; Seibert; Lumpkin, 2010) e a intenção empreendedora visto que indivíduos com maior locus de controle interno mostram-se mais propensos investirem em um negócio próprio, baseados na percepção de que os resultados obtidos estão diretamente relacionados aos seus esforços (Diaz; Rodriguez, 2003; Frese, 2009).

Em estudo voltado a verificar os fatores que afetam a intenção empreendedora entre estudantes universitários de Bangladesh, Uddin e Bose (2012) encontraram uma correlação positiva entre locus de controle interno e IE. De maneira semelhante, junto a amostra de universitários ucranianos, Solesvik (2012) também constatou essa relação positiva. Resultados compatíveis foram encontrados por Sensen (2013) em estudo com estudantes da Turquia e por Mat, Maat e Mohd (2015) ao analisarem universitários na Índia. Em pesquisa empírica com uma amostra de universitários na Turquia, os resultados obtidos por Çolakoğlua e Gözükarab (2016) demonstraram que aqueles com maior locus de controle interno apresentam maiores níveis de intenção empreendedora, reforçando o entendimento de que pessoas com nível mais elevado de locus controle interno são mais propensas a exercer comportamentos empreendedores em comparação com aqueles com menor locus de controle interno (Diaz; Rodríguez, 2003).

Em outros estudos que examinaram os principais preditores da intenção empreendedora entre estudantes universitários na Malásia e em Zambia os resultados observados foram de que o locus de controle tem efeito positivo direto na intenção empreendedora. Desta forma, quanto maior o locus de controle interno, maiores as chances de se tornar um empreendedor (Mwiya

et al., 2017). Sahabuddin (2018) também identificou o efeito positivo do locus de controle interno na IE entre universitários da Indonésia, corroborando para o entendimento de que essa característica em uma pessoa a encoraja a ter confiança de que é capaz de controlar o ambiente com suas capacidades para que possa alcançar o que pretende. Esses achados são confirmados no estudo de Sancho, Martín-Navarro e Ramos-Rodríguez (2018) com universitários espanhóis e de Kurjono *et al.*, (2021) ao analisarem alunos do ensino superior na Indonésia.

De modo similar, com objetivo de examinar quais antecedentes individuais da cognição que afetam a IE em uma amostra de estudantes indianos, os resultados encontrados por Nazir e Lone (2022) indicaram que o locus de controle interno dos alunos influencia positivamente a sua intenção de se tornarem empreendedores. Ao estudarem uma amostra de universitários de Taiwan, Tseng *et al.* (2022) verificaram que o locus de controle interno aumenta a intenção empreendedora. Em estudo junto a universitários de também de Bangladesh, Hossain *et al.*, (2020) também observaram que tal aspecto está significativamente correlacionado com a intenção empreendedora ao nível de significância de 5%.

Por outro lado, em pesquisa realizada junto a estudantes de oito países, em três deles - Bélgica, Nova Zelândia e Noruega - o efeito do locus de controle interno sobre a IE mostrou-se negativo e significativo. De acordo com os autores, isto pode ser explicado a partir do entendimento de que jovens com pais empreendedores - ainda que possuem alto locus de controle interno mostram-se avessos ao empreendedorismo por testemunharem os desafios vivenciados pelos familiares e perceberem-se capazes de controlar o próprio destino, em outras carreiras (Zellweger; Sieger; Halter, 2011).

Em estudo com estudantes graduandos no Paquistão, o locus não impactou na IE, o que pode ser explicado pelo aspecto cultural, já que naquele país, ao contrário de outras culturas individualistas, o locus de controle interno tende a ser menos desenvolvido (Saeed *et al.*, 2013). Em outra pesquisa empírica com universitários na Malásia, também não encontraram evidências estatísticas acerca da influência positiva deste antecedente na IE (Nasip *et al.*, (2017). Apesar desses resultados, há um número maior de pesquisas que encontraram um efeito positivo da variável em questão na intenção empreendedora. Assim, molda-se a segunda hipótese:

H2: O locus de controle interno exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE).

3.2.1.3 Competências empreendedoras

O constructo competência pode ser definido como um conjunto de habilidades, atitudes e conhecimentos necessários para cumprir determinadas tarefas, alcançando resultados superiores (Baum *et al.*, 2001; McClelland, 1976; Mitchelmore; Rowley, 2010; Sanghi, 2016).

Na literatura, observa-se duas principais vertentes deste constructo, a americana, sugerida por McClelland e Boyatzis (1982), volta-se aos atributos do indivíduo, assim, competências são definidas como conhecimentos, habilidades e atitudes inerentes e/ou desenvolvidas pelos indivíduos. A abordagem francesa dedica-se à ação para conceituar competência, relacionando as competências à capacidade de alocar conhecimentos, habilidades e atitudes, por meio de processos de aprendizagem (Le Boterf, 2003; Zarifian, 2001).

Quando se trata de competências empreendedoras, são descritas como características como conhecimentos, habilidades, traços de personalidade, autoimagem e papéis sociais que resultam na implementação, sobrevivência ou crescimento de empreendimentos (BIRD, 1995). Man e Lau (2000) sugerem uma tipologia de seis competências empreendedoras, a saber: (a) formar o escopo competitivo, que se traduz na capacidade em analisar cenários, por meio das competências de oportunidade; (b) criar capacidades organizacionais, que requer competências de organização, (c) competências de relacionamento com objetivo de fazer associações e parcerias (d) competências conceituais, visando organizar recursos, definir metas e tomar decisões, (e) competências estratégicas e (f) competências de comprometimento, a fim de definir os rumos do negócio.

Nesse sentido, no contexto do empreendedorismo, as competências estão relacionadas com todas as fases de desenvolvimento de novos negócios (Baum *et al.*, 2001), constituindo-se como as habilidades para implementar e operar um empreendimento com sucesso (Liñán; Chen, 2009) ou ainda como uma série de habilidades e atitudes que possibilitam ao indivíduo imprimir sua visão de negócios, implementando estratégias e ações na criação de valor para sociedade, destacando a relação positiva entre as competências e desempenho do empreendimento (Lenzi *et al.*, 2011).

Partindo de uma lógica similar, a competência empreendedora é tida como a combinação inseparável de habilidades essenciais para determinar o uso de recursos visando obter vantagens competitivas (Sanghi, 2016) e possibilita ao indivíduo a capacidade de investir em novos negócios, promovendo o desenvolvimento socioeconômico (Chew *et al.*, 2016;

Mitchelmore; Rowley, 2010).

Em trabalhos complementares realizados nas décadas de 1990, outros propuseram tipologias de competências empreendedoras tais como identificação de oportunidades, visão estratégica, negociação, tomada de decisão, relacionamentos em rede, dentre outros (Baum 1995; Chandler; Jansen, 1992). Em estudo a partir de uma amostra de pequenos e médios empreendedores, Man e Lau (2000) encontraram 45 habilidades comportamentais e as dividiram em cinco categorias: competências relacionais, conceituais, organizacionais, estratégicas e de apoio.

As competências empreendedoras também foram relacionadas com gestão estratégica, gerenciamento de operações, resolução de problemas e tomada de decisão, gestão de recursos humanos, relações interpessoais e influência e autogestão (Pettersen, 2006). Outros estudiosos concentraram-se na análise de conhecimentos, habilidades e comportamentos que estariam ligados ao empreendedorismo, como resolução de problemas, orientação para resultados, autoconfiança, capacidade para assumir riscos, determinação, senso de responsabilidade, motivação e iniciativa (Man *et al.*, 2002; Mcgee *et al.* 2009).

Mitchelmore e Rowley (2010) propõem um modelo com quatro categorias de análise das competências empreendedoras: a) negócios e competências gerenciais: ênfase no desenvolvimento de recursos, aspectos operacionais e estratégicos; b) competências e relações humanas: ênfase na cultura, liderança e pessoas; c) competências conceituais e de relacionamento: ênfase na comunicação, relacionamento com stakeholders e tomada de decisão; d) competências empreendedoras: ênfase na inovação. Também destacam, assim como outros autores, a influência positiva das competências empreendedoras na IE e na performance do negócio como um todo (Mitchelmore; Rowley, 2010; Phelan; Sharpley, 2012; Teece, 2012).

Em estudo com universitários brasileiros, os resultados obtidos por Ferreira (2017) também apontam para o efeito positivo das competências empreendedoras na IE, destacando ainda que os universitários pesquisados se percebem competentes ainda que em um contexto limitante de educação empreendedora no país, o que confirma a importância do ensino em empreendedorismo (Ferreira, 2017). Assim, delinea-se a terceira hipótese:

H3: As competências empreendedoras exercem influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE).

3.2.2 Antecedentes contextuais da cognição

Nesta seção, trataremos dos antecedentes contextuais da cognição, considerando as contribuições teóricas propostas por expoentes na literatura.

3.2.2.1 Normas subjetivas

No campo de conhecimento do empreendedorismo, os antecedentes contextuais da cognição (família, amigos, colegas e sociedade) estão relacionados ao constructo denominado norma subjetiva, definida como a pressão social resultante do contexto em que vive e projetada sobre indivíduo no sentido de tornar-se ou não um empreendedor (Linán, 2008; Linán *et al.*, 2011; Liñán; Chen, 2009; Schlaegel; Koenig, 2014).

Em outras palavras, os padrões e valores da família, amigos, colegas – pessoas reconhecidas como importantes – e sociedade influenciam comportamentos (Ajzen, 1991; Bryant, 2009). Partindo dessa lógica, a influência de tais redes quanto a iniciar um negócio próprio poderá prever a intenção empreendedora (Ozaralli; Rivenburgh, 2016).

No que se trata da família, estudos realizados em diferentes países demonstraram a influência da experiência empreendedora da família no engajamento em atividades empreendedoras, sugerindo que um forte preditor para o empreendedorismo é ter pais empreendedores e fornecendo indícios de que, embora empreender seja uma escolha individual, a exposição ao empreendedorismo por meio de familiares pode influenciar as intenções de alguém (Barnir; Watson; Hutchins, 2011; Carr; Sequeira, 2007; Radu; Loué, 2008). Ao analisar universitários americanos Bhandari (2012) constatou que a relação entre a ocupação dos pais e a dos estudantes influencia positivamente a intenção de empreender. Resultados análogos foram encontrados por Sesen (2013) ao constatar que o contexto proximal (família, amigos, colegas) exerce maior influência nos estudantes que o contexto universitário, verificando ainda que o apoio dessas redes sociais também pode propiciar aos jovens o acesso a outros meios relevantes ao iniciarem um novo negócio, como capital financeiro ou humano.

Estudando uma amostra que incluiu universitários latinos, Romaní *et al.* (2022) também encontraram efeito positivo da família na IE dos jovens pesquisados. Resultados similares foram observados por Gubik e Farkas (2016) junto a universitários húngaros quanto à influência positiva da atuação e apoio familiar no empreendedorismo em relação a intenção em empreender. Achados revelaram, igualmente, a influência do papel dos pais como um fator

familiar significativo na IE de estudantes americanos e turcos, segundo pesquisa de Ozaralli e Rivenburgh (2016). Em outra pesquisa junto a estudantes de Zambia esse efeito positivo também foi confirmado, refletindo que nos indivíduos os quais percebem que seus pares, familiares próximos e colegas aprovariam a decisão de iniciar o próprio negócio, a IE revela-se ser mais forte (Mwiya *et al.*, 2017).

Outro estudo de Edelman (2016) com estudantes americanos e russos confirma esses achados, ao constatar que as normas subjetivas têm um efeito positivo na intenção em investir em *startups*. Dito de outra forma, os laços da família, amigos e colegas servem como um reforço positivo no processo de criação de empreendimentos, funcionando como um locus de apoio social (Kalnins; Chung, 2006).

Já em estudo de Loiola *et al.*, 2016 com uma amostra de 2.999 universitários brasileiros, respondentes do GUESS - *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* 2013/2014, quando analisada em conjunto com variáveis mediadoras da IE (a exemplo de motivo de poder, motivo de realização e percepção de risco) a norma subjetiva não exerceu qualquer influência significativa na intenção empreendedora.

No que concerne ao histórico pais empreendedores, seja como autônomos ou proprietários de empresa, em estudo realizado por Palmer *et al.* (2021) com base em uma amostra composta por universitários da Áustria e Liechtenstein dos quais ao menos um dos pais era empreendedor, os achados também confirmaram o papel do contexto familiar como antecedente da IE. Esse apoio social também foi evidenciado por Gubik e Farkas (2018) em estudo realizado com estudantes de graduação da Polônia, República Checa, Eslováquia e Hungria, ao observarem que família, amigos, colegas têm efeito positivo sobre as intenções e atitudes empreendedoras. Resultados similares foram encontrados por Gubik (2021) em amostra de universitários húngaros ao indicarem que experiências de uma família empreendedora deixam uma marca muito forte nos planos de carreira empreendedora dos estudantes.

Entretanto, em oposição, em estudo realizado com 5.363 universitários de oito países, Zellweger *et al.*, (2011) constataram que os exemplos de empreendedorismo vindos de familiares surtiram um efeito negativo, pois, embora os indivíduos considerassem a carreira empreendedora como uma escolha viável e tivessem níveis relativamente altos de autoeficácia, não necessariamente viam o empreendedorismo como uma carreira desejável, em função dos sacrifícios e obstáculos que os membros da família enfrentaram ao empreenderem (Zellweger

et al., 2011). Delineiam-se, então, a quarta e a quinta hipóteses:

H4: As normas subjetivas - família, amigos e colegas exercem influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE).

H5: O histórico familiar - pais autônomos e/ou proprietários exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE).

Quanto às normas subjetivas relacionadas à pressão exercida pela sociedade em relação à IE, pesquisadores sugerem que essas são consideravelmente influenciadas pelos valores sociais vigentes no país em que se vive (Autio *et al.*, 2001; Zampetakis *et al.*, 2015). Em culturas individualistas, as normas sociais explicam as atitudes individuais e essas podem ter influência positiva na intenção empreendedora. Ou seja, nessas sociedades, atitudes em relação ao empreendedorismo são normalmente consideradas preditores positivos e significativos de intenções empreendedoras. Já em culturas coletivistas, os resultados de estudos são inconclusivos e mistos, sinalizando a necessidade de mais pesquisas (Zampetakis *et al.*, 2015).

No que tange à conveniência em valer-se dos conceitos de individualismo e coletivismo como indicadores de determinada sociedade verifica-se que os estudos transculturais e transnacionais adotam de forma recorrente esses constructos como base teórica para explicar diferenças de condutas observadas entre diferentes grupos culturais e sociais (Ferreira; Assmar; Souto, 2002).

Em levantamento realizado por Hofstede (1980; 1997) envolvendo pessoas de 50 países, que trabalhavam em subsidiárias locais de uma grande companhia multinacional, os resultados revelaram a presença de quatro dimensões de valores básicas: distância hierárquica ou do poder; individualismo *versus* coletivismo; feminilidade *versus* masculinidade e evitação de incerteza. A dimensão individualismo x coletivismo diz respeito à natureza das relações que o indivíduo mantém com o grupo. O individualismo é caracterizado pelo domínio do interesse individual sobre o grupal, o que leva as pessoas a se preocuparem apenas consigo próprias ou com sua família próxima. Já o coletivismo é marcado pela sobreposição do interesse do grupo sobre o individual, resultando na formação de grupos coesos que protegem o indivíduo em troca de sua lealdade (Hofstede, 1980; Triandis, 1994).

No que se refere ao Brasil, estudos apontam que a sociedade brasileira apresenta traços individualistas, os quais têm se acentuado desde a década de 1950, com o processo acelerado de urbanização, mercantilização das relações sociais, mobilidade social e integração ao mundo do consumo. Tais transformações sociais consolidaram, ao longo do tempo, valores e aspirações

individualistas no país (Sorj, 2000). Essa característica se reflete, inclusive, nos contextos corporativos (Thiry-Cherques, 2008), ainda que o individualismo brasileiro inclua um componente intrínseco da mentalidade emotivista procedente da influência portuguesa no processo de formação dessa sociedade (Holanda, 1976). Outra especificidade dos traços de individualismo presentes no Brasil diz respeito ao caráter relacional da sociedade. Embora existam relações individualizadas, a dinâmica social brasileira avança no sentido de construir mediações, ou seja: apesar de reconhecer o valor do indivíduo, que intenciona certa autossuficiência social, ela prioriza as relações, os vínculos. Neste contexto os valores individualistas são englobados pelos interesses da relação (Damatta, 1997).

Considerando tais argumentos, apresenta-se a sexta hipótese de pesquisa:

H6: As normas subjetivas - sociedade exercem influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE)

3.2.2.2 Educação empreendedora

No que se trata do efeito da educação empreendedora, segundo estudo de Ngugi et al (2012) em uma amostra de estudantes universitários quenianos, o ambiente universitário voltado ao empreendedorismo mostrou-se favorável à intenção em iniciar um novo negócio. Em outro estudo junto a uma amostra de estudantes universitários do Paquistão, Soomro e Shah (2015) também concluíram que a IE estava positivamente relacionada aos programas de educação empreendedora. Achados semelhantes foram observados por Sun *et al.* (2017) em uma amostra de estudantes de universidades asiáticas e por Gielnik *et al.* (2015) junto a universitários africanos. De modo similar, outras pesquisas como a de Shirokova, Osiyevskyy e Bogatyreva (2015) em amostra de estudantes russos detectaram relação positiva entre programas de ensino empreendedor e IE.

Em estudo de Ozaralli e Rivenburgh (2016) com estudantes americanos e turcos que tiveram aulas consideradas úteis para iniciar um novo negócio expressaram uma maior intenção de empreender, embora a IE ainda fosse considerada abaixo do ponto médio. Já Díaz-Casero *et al.* (2017) ao estudarem universitários espanhóis verificaram relação positiva entre a educação empreendedora e IE, indicando que o contexto universitário influencia fortemente e positivamente as intenções empreendedoras por meio da educação empreendedora. Moraes, Lisuka e Pedro (2018) examinaram uma amostra composta por alunos brasileiros do último ano

de cursos de graduação e os resultados indicam que a intenção empreendedora é influenciada pelo ambiente universitário e pela atitude em relação ao risco e à autoeficácia, comprovando que existe uma relação positiva entre o contexto educacional e a IE. Ratificando essa perspectiva, um estudo realizado por Lopez e Alvarez (2019) visando analisar a influência do contexto universitário nas intenções empreendedoras de estudantes latino-americanos, apresentou resultados que mostram que os cursos de empreendedorismo e a percepção favorável de um ambiente universitário empreendedor foram positivamente relacionados às intenções empreendedoras.

Gubik e Farkas (2018) analisaram uma amostra de universitários da Polônia, República Checa, Eslováquia e Hungria, constatando que o ambiente empreendedor nas universidades apresentava uma relação positiva com a IE em todos esses países, fortalecendo assim o papel da educação para a formação de visões empreendedoras, especialmente no ensino superior. Zhang *et al.* (2019) encontraram resultados que fornecem evidências empíricas desse efeito positivo em uma amostra de universitários que se matricularam na disciplina de empreendedorismo oferecida nas universidades de Hong Kong e tiveram nível mais alto de IE em relação aos que não participaram da formação.

Em pesquisa realizada junto a estudantes do ensino superior em Bangladesh, Hossain *et al.*, (2020) também observaram que fatores contextuais como redes sociais e programa educacional universitário têm efeito positivo sobre a IE. Em outra pesquisa de Gubik (2021) com universitários húngaros, os achados empíricos também demonstram influência positiva do ambiente universitário empreendedor nas aspirações para iniciar um novo negócio.

Em pesquisa realizada junto a estudantes do Brasil e Portugal, Fragoso, Rocha-Junior, Xavier (2020) também não encontraram efeito positivo do ensino empreendedor na IE. Os resultados da pesquisa de Nabi *et al.* (2018) com estudantes britânicos nos estágios iniciais do ensino superior sinalizam que o efeito da educação empreendedora sobre a IE é variável, e em alguns casos, até resultou na diminuição da intenção de empreender. Estudos de Alkhalaf *et al.* (2022) em amostra de universitários franceses também revelam que a educação empreendedora afeta negativamente as intenções de carreira empreendedora, destacando como implicações práticas do estudo, o desenvolvimento de programas de empreendedorismo visando ampliar a intenção empreendedora entre os jovens.

Como demonstrado, embora as evidências mostrem um aumento notável de programas de empreendedorismo em escolas e universidades em todo o mundo (Haibin; Sadan; Abdullah,

2021), alguns resultados encontrados na literatura a respeito da influência do ensino empreendedor na IE têm sido inconclusivos e até contraditórios (Asimakopoulos; Hernández; Peña Miguel, 2019; Bae *et al.*, 2014; Barral; Ribeiro; Canever, 2018; Ferreira; Loiola; Gondim, 2017; Joensuu-Salo; Varamäki; Viljamaa, 2015), indicando intenções empreendedoras que variam entre países, de acordo com valores culturais vigentes, metodologias de ensino adotadas, índice de desenvolvimento do país e das suas instituições de apoio ao empreendedorismo (Ferreira; Loiola; Gondim, 2020). A partir da literatura mencionada até aqui, apresenta-se a sétima, a oitava e a nona hipóteses:

H7: O ambiente universitário favorável ao empreendedorismo exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE)

H8: A aprendizagem voltada ao empreendedorismo exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE)

H9: O contato com disciplinas de empreendedorismo exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE)

3.3 GÊNERO

Considerando a importância do empreendedorismo como vetor de desenvolvimento econômico, o entendimento da influência da variável sociodemográfica gênero na intenção empreendedora assume considerável importância, o que se reflete no crescente volume de estudos que analisam o efeito do gênero no empreendedorismo (Chenji; Sode; Memdani, 2020; Díaz-García; Jiménez-Moreno, 2010; Joensuu-Salo; Varamäki; Viljamaa, 2015; Griffiths; Gundry.; Kickul., 2013; Yeng; Ahmad, 2012; Kalafatoglu; Mendoza, 2017; Robb; Watson, 2012; Sánchez-Escobedo *et al.*, 2011; Shane, 2008; Soria-Barreto *et al.*, 2017; Sternberg, 2011).

No Brasil, o Projeto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) examinou a atividade empreendedora em 2022 e os resultados mostram que a proporção de mulheres para homens em termos de empreendedorismo é baixa, inclusive a forte queda nas taxas de empreendedores nascentes foi influenciada, principalmente, pela diminuição da participação feminina. No último ano, em todos os estágios de desenvolvimento de novos negócios os homens apresentaram um envolvimento mais intenso com atividades empreendedoras, representando 54,6% dos empreendedores nascentes; 56,8% dos empreendedores novos e 66,3% dentre os

empreendedores estabelecidos. Historicamente, entre os planos de empreender, a criação e a consolidação do novo negócio, observa-se uma dispersão maior de mulheres nesse processo (GEM, 2023).

Em se tratando de estudantes universitários, estudos também sinalizam que os homens apresentam maior intenção empreendedora (Chenji; Sode; Memdani, 2020; Fragoso *et al.*, 2020; Díaz-García; Jiménez-Moreno, 2010; Sánchez-Escobedo *et al.*, 2011). Algumas razões são apontadas para explicar esse hiato de gênero como fatores culturais, a exemplo das diferentes percepções sobre o papel das mulheres na sociedade, geralmente vistas como naturalmente inclinadas aos cuidados com a família, portanto, menos propensas aos negócios (Bird; Brush, 2002). Dimensões como assertividade, competitividade, autoeficácia, independência e propensão a riscos também são mais relacionadas ao gênero masculino (Bandura, 1997; Hofstede, 1980:1997; Koellinger *et al.*, 2011; Robb; Watson, 2012). Além disso, aspectos econômicos, traduzidos na facilidade de acesso aos recursos financeiros necessários à exploração de oportunidades (Estrin; Mickiewicz, 2011).

Considerando os estudos aqui analisados, propõe-se a hipótese a seguir:

H10: existe diferença significativa na intenção empreendedora (IE) de estudantes universitários que se identificam com o gênero masculino e dos que se identificam com o gênero feminino.

3.4 ÁREA DE ESTUDO

No que tange à área de estudo, acredita-se que diferentes cursos desenvolvam o ensino do empreendedorismo a partir de ênfases específicas, o que pode afetar a intenção empreendedora. Entretanto, não foram encontradas na literatura, evidências quanto à influência desta variável na intenção de explorar oportunidades de negócios de estudantes. Cabe considerar, aqui, a natureza inconclusiva de estudos empíricos acerca do efeito preditor da educação empreendedora na IE (Barral; Ribeiro; Canever, 2018; Ferreira; Loiola; Gondim, 2017; Joensuu-Salo; Varamäki; Viljamaa, 2015) refletindo que esses achados podem estar relacionados à influência das áreas de estudos na intenção empreendedora. Assim, ainda que a hipótese que não se encontre ancorada em estudos anteriores, mas em observações empíricas, é possível testá-la. Assim, delinea-se a seguinte suposição.

H11: não existe diferença significativa na intenção empreendedora (IE) entre estudantes de

diferentes áreas de estudos.

3.5 SÍNTESE INTEGRATIVA DO REFERENCIAL TEÓRICO

Considerando os objetivos da revisão sistemática de literatura e do referencial teórico direcionados ao levantamento e à investigação do estado da arte do tema pesquisado, o Quadro 2 contempla uma síntese dos antecedentes individuais e contextuais da cognição com influência na IE, visando dar suporte às hipóteses delineadas para esta tese.

Quadro 2 - Estudos empíricos sobre antecedentes da cognição e IE

Variável Dependente	Variável Independente	Relação Positiva	Relação Negativa	Resultados Inconclusivos
IE	Autoeficácia empreendedora	Moriano <i>et al.</i> (2012) Watchravesringkan <i>et al.</i> (2013) Sensen (2013) Pihie; Bagheri (2013) Mortan <i>et al.</i> (2014) Koenig (2016) Ibrahim; Mahmood; Bakar (2016) Yarima; Hashim (2016) Kazeem; Asimiran (2016) Pfeifer; Šarlija; Sušac (2016) Tiwari; Bhat; Tikoria (2017) Sahabuddin (2018) Darmanto; Yuliari (2018) Liu <i>et al.</i> (2019) Santos; Liguori (2019) Moustafa; Mohamed (2021) Gui, Chen, Zhang (2021) Maluda; Alias (2022) Svotwa <i>et al.</i> (2022) Maslakçı; Sürücü; Şeşen (2022) Sharma; Jamwal (2022) Nazir; Lone (2022)	-	-
	Locus de controle interno	Solesvik (2012) Sensen (2013) Mat; Maat; Mohd (2015)	Zellweger <i>et al.</i> (2011)	Saeed <i>et al.</i> (2013) Nasip <i>et al.</i> (2017)

		<p>Çolakoğlua; Gözükarab (2016) Hassan; Ghazali (2016) Mwiya <i>et al.</i> (2017) Sahabuddin (2018) Sancho; Martín-Navarro; Ramos-Rodríguez (2018) Hossain; Asheq; Arifuzzaman (2020) Kurjono <i>et al.</i>,(2021) Nazir; Lone (2022) Tseng <i>et al.</i> (2022)</p>		
	Competências empreendedoras	<p>Linan (2008) Ibrahim; Lucky (2014) Ferreira (2017) Al-Jubari , Hassan; Liñán (2019) Draksler; Sirec (2021)</p>	-	-
	Normas subjetivas (família/ amigos/colegas)	<p>Bhandari (2012) Sesen (2013) Romaní <i>et al.</i> (2022) Gubik; Farkas (2016) Ozaralli; Rivenburgh (2016) Edelman (2016) Mwiya <i>et al.</i> (2017) Palmer <i>et al.</i> (2021) Martins; Perez (2020) Gubik (2021)</p>	-	Loiola <i>et al.</i> , (2016)
	Histórico Familiar Pais Autônomos Pais Proprietários	<p>Bhandari (2012) Edelman (2016) Palmer <i>et al.</i> (2021) Gubik; Farkas (2019) Gubik (2021)</p>	Zellweger <i>et al.</i> , (2011)	-

	Normas subjetivas (sociedade)	Autio <i>et al.</i> (2001) Zampetakis <i>et al.</i> (2015)	-	-
	Universidade (Ambiente Aprendizagem Contato com disciplinas)	Ngugi <i>et al.</i> (2012) Soomro; Shah (2015) Sun <i>et al.</i> (2017) Hattab (2014) Osiyevskyy; Bogatyreva (2015) Ozaralli; Rivenburgh (2016) Díaz-Casero <i>et al.</i> (2017) Moraes; Lisuka; Pedro (2018) Lopez; Alvarez (2019) Gubik; Farkas (2018) Zhang <i>et al.</i> (2019) Gubik (2021)	Ferreira (2017) Fragoso, Rocha-Junior, Xavier (2020) Alkhalaf <i>et al.</i> (2022)	Bae <i>et al.</i> , (2014) Simakopoulos; Hernández; Peña Miguel (2019) Nabi <i>et al.</i> (2018) Barral; Ribeiro; Canever (2018)
	Gênero	Chenji; Sode; Memdani (2020) Díaz-García e Jiménez-Moreno (2010) Ghobril <i>et al.</i> (2006) Sánchez-Scobedo <i>et al.</i> (2011) Fragoso, Rocha-Junior, Xavier, 2020 (2020)	-	-

Fonte: a autora (2022).

As informações aqui trazidas permitem afirmar que a maior parte dos estudos revisados apresentam resultados que indicam um efeito positivo dos antecedentes individuais e contextuais da cognição em relação à IE. A autoeficácia empreendedora, as competências empreendedoras e o locus de controle interno constam como antecedentes individuais mais significativos da IE, embora alguns poucos estudos sinalizem uma influência negativa e/ou mostrem-se inclusivos para locus de controle interno. As normas subjetivas - família/amigos/colegas e as normas subjetivas sociedade são tidos como preditores contextuais da IE, embora ainda haja estudos com resultados inconclusivos. No que tange ao contexto universitário favorável, embora pesquisas sinalizem a relação positiva com a IE, outras tantas encontraram resultados contrários e/ou inconclusivos, indicando que novos estudos são relevantes para uma melhor compreensão de cenários ainda incipientes.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo são apresentados os procedimentos metodológicos da tese, incluindo a caracterização da pesquisa, o modelo de análise e as hipóteses, além da descrição da população, o instrumento e técnicas de coleta, tratamento e análise dos dados.

Para assegurar a ética de pesquisa, foi realizado um pré-registro desta tese no *Open Science Framework* (OSF), uma ferramenta de gerenciamento de projetos de código aberto que facilita a colaboração durante todo o ciclo de vida de uma pesquisa, além da possibilidade de compartilhamento com um público mais amplo, oportunizando, inclusive, que a mesma seja replicada ou reproduzida. Tal ação converge com os princípios da *Open Science*, movimento que compreende processos de disseminação do conhecimento para que os resultados de pesquisas sejam acessíveis a todos, passíveis de reutilização e de reprodução (FOSTER; Deardorff, 2017). Prezando pela transparência, integridade e reprodutibilidade, características vitais da ciência (Nosek *et al.*, 2015) o pré-registro inclui um plano detalhado (questão de pesquisa, objetivos, modelo de análise, hipóteses, variáveis, amostra, procedimentos de coleta de dados), explicitando, ainda, se a pesquisa é confirmatória ou exploratória (Munafò *et al.*, 2017; Nosek; Lakens, 2014). É realizado antes da coleta e análise de dados (Munafò *et al.*, 2017), objetivando:

- a) Evitar vieses de publicação, que ocorrem quando estudos com resultados coerentes com determinadas expectativas têm maiores chances de publicação, em detrimento de outros que não apresentam essa coerência. Como consequência, a literatura publicada indica evidências mais fortes para os achados do que realmente existe na realidade e perde-se a noção do volume de estudos com resultados que se distanciam de tais expectativas (Nosek; Lakens, 2014);
- b) Servir de barreira para a flexibilidade analítica, que refere-se a mudanças nas principais variáveis da análise após observação dos resultados. Assim, o pesquisador se ajusta aos dados, assumindo decisões de análise muito específicas para uma determinada amostra, o que compromete a integridade dos resultados obtidos (MUNAFÒ *et al.*, 2017).

O pré-registro desta tese encontra-se disponível em <https://osf.io/5zk7p/>. Todos os dados, devidamente anonimizados, assim como os códigos de análises serão disponibilizados neste espaço.

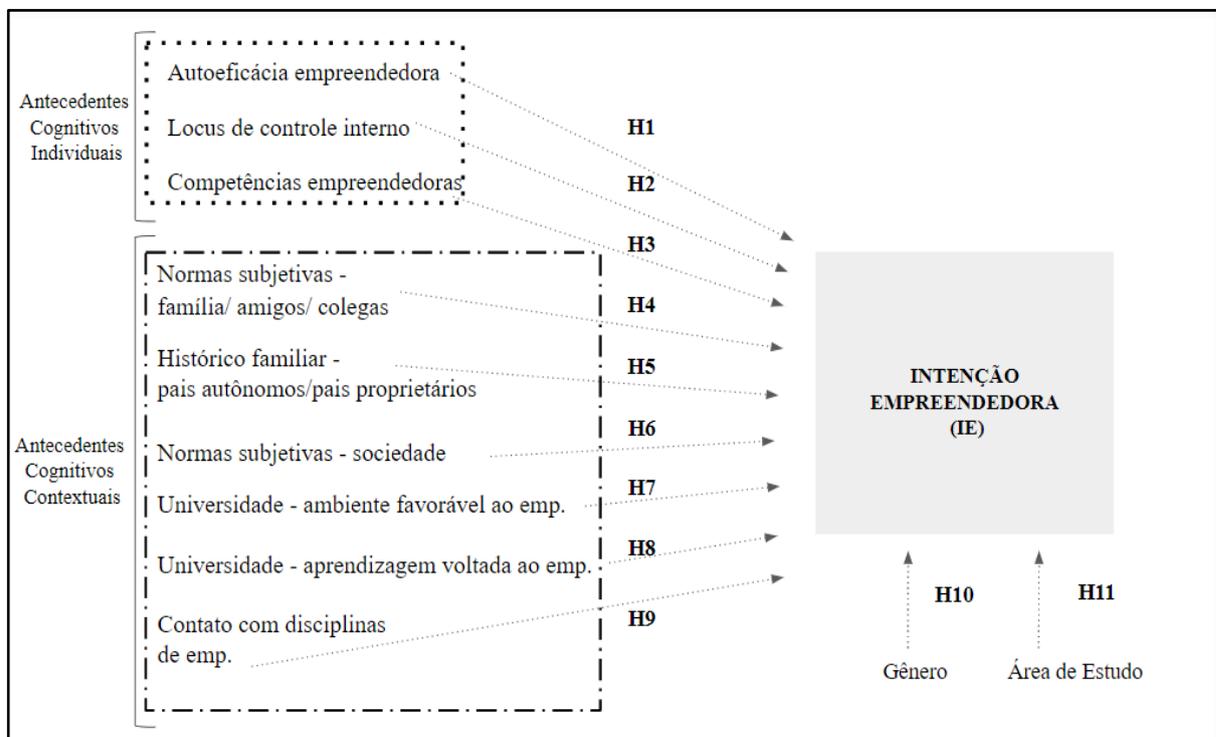
4.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A fim de cumprir os objetivos inicialmente estabelecidos por este trabalho, quanto à abordagem e à sua natureza propõe-se um estudo quantitativo, descritivo e explicativo, de caráter inferencial, sendo a coleta de dados a partir de *survey* realizada junto a estudantes de uma Instituição de Ensino Superior (IES) pública federal, localizada no estado da Bahia.

4.2 MODELO DE ANÁLISE E HIPÓTESES DA TESE

A partir dos constructos teóricos abordados até aqui, tendo em vista a questão de pesquisa estabelecida para esta tese, o modelo de análise é apresentado na Figura 5. A partir dele visualizam-se as variáveis investigadas e as suas relações. Assim, as hipóteses de pesquisa são indicadas para serem testadas.

Figura 5 - Modelo de análise da tese



Fonte: a autora (2023),

Considerando a IE como variável dependente nesta tese, as hipóteses formuladas são apresentadas no Quadro 3:

Quadro 3 - Hipóteses da tese

N.	Hipóteses da tese
H1	A autoeficácia empreendedora exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE)
H2	O locus de controle interno exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE)
H3	As competências empreendedoras exercem influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE)
H4	As normas subjetivas - família, amigos e colegas exercem influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE)
H5	O histórico familiar - pais autônomos ou proprietários exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE)
H6	As normas subjetivas- sociedade exercem influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE)
H7	O ambiente universitário favorável ao empreendedorismo exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE)
H8	A aprendizagem voltada ao empreendedorismo exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE).
H9	O contato com disciplinas de empreendedorismo exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE)
H10	Existe diferença significativa na intenção empreendedora (IE) de estudantes universitários que se identificam com o gênero masculino e dos que se identificam com o gênero feminino.
H11	Não existe diferença significativa na intenção empreendedora (IE) entre estudantes de diferentes áreas de estudo.

Fonte: a autora (2022).

4.3 POPULAÇÃO

A população da pesquisa foi formada por universitários vinculados à uma instituição pública federal do nordeste do Brasil, a Universidade Federal da Bahia - UFBA. Em 2016 a

universidade contava com um total de 38.846 estudantes de graduação distribuídos em 100 cursos, segmentados em Progressão Linear, Bacharelado Interdisciplinar e Superiores de Tecnologia (UFBA, 2017). Em 2018 o total de estudantes de graduação era de 43.202, matriculados entre 101 cursos (UFBA, 2019).

4.4 INSTRUMENTO E TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

O instrumento de pesquisa adotado refere-se a um questionário construído pela GUESSS, *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (<http://www.guesssurvey.org/>), anexado a este projeto (versões 2016 e 2018). A pesquisa GUESSS é realizada a cada 2 - 3 anos e organizada por meio da cooperação entre a Universidade de *St. Gallen* e da Universidade de *Berna*, ambas na Suíça. Seu propósito é mapear as atividades e intenções empreendedoras de estudantes universitários, verificando, também, os contextos de ensino e as condições de apoio a atividades empreendedoras em instituições de todo mundo, visando o aperfeiçoamento de competências e recursos de tais instituições para que possam formar futuros profissionais, principalmente aqueles que desenvolverão algum tipo de iniciativa empreendedora (GUESSS, 2023). O *survey* é um dos procedimentos mais adotados para coletar dados em pesquisas quantitativas, em razão do custo razoável, facilidade de aplicação e de resposta, baixa complexidade para coletar e analisar os resultados e, posteriormente, investigar relações estatísticas entre as variáveis estudadas, generalizando os resultados encontrados em uma amostra para toda uma população (Edwards *et al.*, 1997).

A utilização das bases de dados da GUESSS se justifica por essa ser uma pesquisa realizada junto a universitários entre 25 a 34 anos, apontados como a maior faixa entre os empreendedores brasileiros (GEM, 2023). Além disso, o instrumento adotado para obtenção dos dados relacionados à intenção empreendedora de estudantes universitários e no contexto das IES em que estudam, possibilita compreender como a educação empreendedora ocorre nesses espaços, investigando antecedentes do "espírito empreendedor" em estudantes. O estudo mais recente foi realizado em 2021, tendo abrangido 54 países, resultando em mais de 3.000 universidades coletadas e cerca de 208.000,00 respostas completas obtidas. No Brasil, o total de respostas foi de 7.739 (GUESSS, 2021).

A pesquisa ocorre de forma *online* e envolve instrumentos de medição validados e atualizados. Como efeito da sua contribuição para o campo de estudo em empreendedorismo, os dados do GUESSSS são utilizados por reconhecidos periódicos acadêmicos internacionais, como o *Journal of Business Venturing* ou *Entrepreneurship Theory & Practice* (GUESSSS, 2021).

No que se refere às variáveis estudadas, por razões metodológicas, optou-se em considerar as questões comuns do questionário GUESSSS 2016 e 2018, conforme apresentado no Quadro 4.

O questionário GUESSSS 2016, a partir de uma escala *Likert* de 1 a 7, contempla 12 blocos de questões: (1) dados pessoais do estudante; (2) área de formação; (3) intenções de escolha de carreira; (4) motivos para escolha de carreira; (5) ambiente de estudo empreendedor; (6) o estudante e o empreendedorismo (7) experiências familiares do estudante; (8) processos de socialização em cada país; (9) planejamento do próprio negócio; (10) sobre seus negócios; (11) informações sobre negócios da família; (12) questões específicas de cada país onde é aplicado o estudo (seção final). Para as análises realizadas nesta tese foram selecionadas 12 questões desse questionário, totalizando 37 itens. Em nível individual, as variáveis foram: autoeficácia empreendedora (2 itens), locus de controle interno (3 itens) e competências empreendedoras (5 itens). Por sua vez, no nível contextual, as variáveis foram: normas subjetivas - família, amigos e colegas (3 itens), histórico familiar - pais autônomos ou proprietários (2 itens), normas subjetivas - sociedade (6 itens), ambiente favorável ao empreendedorismo (3 itens), aprendizagem voltada ao empreendedorismo (5 itens) e contato com disciplinas de empreendedorismo (2 itens). A variável intenção empreendedora (6 itens) também foi incluída.

O questionário aplicado em 2018, também contempla uma escala *Likert* de 1 a 7, mas contém alterações quanto à ordem de apresentação dos blocos, ausência de temáticas presentes no instrumento de 2016 (motivações empreendedoras e processo decisório) e conta ainda, com a inserção de novas temáticas, a exemplo do bloco 10. Inclui 12 blocos de questões: (1) área de formação; (2) intenções de escolha de carreira; (3) ambiente de estudo empreendedor; (4) o estudante e o empreendedorismo; (5) experiências familiares do estudante; (6) processos de socialização em cada país; (7) informações pessoais; (8) planejamento do próprio negócio; (9) informações sobre seus negócios; (10) sobre trabalhar em uma start up; (11) informações sobre

negócios da família; (12) questões específicas de cada país onde é aplicado o estudo (seção final). Para as análises executadas nesta tese foram selecionadas 12 questões do questionário GUESS 2018, totalizando 37 itens. Em nível individual, as variáveis são: autoeficácia empreendedora (2 itens), locus de controle interno (3 itens), competências empreendedoras (5 itens). Por sua vez, no nível contextual, as variáveis normas subjetivas - família, amigos e colegas (3 itens), histórico familiar - pais autônomos ou proprietários (2 itens), normas subjetivas - sociedade (6 itens), ambiente favorável ao empreendedorismo (3 itens), aprendizagem voltada ao empreendedorismo (5 itens) e contato com disciplinas de empreendedorismo (2 itens) A variável intenção empreendedora (6 itens) também foi contemplada, como demonstrado a seguir:

Quadro 4 - Escala GUESS 2016/2018

Variável	2016	2018	Item
Autoeficácia empreendedora	Q5.2	Q4.2	Por favor, indique o seu nível de competência na realização das seguintes tarefas (1= competência muito baixa, 7 = competência muito alta)
	Q5.2_1	Q4.2.1_1	Identificando novas oportunidades de negócios.
	Q5.2_2	Q4.2.1_2	Criando novos produtos e serviços.
Locus de controle interno	Q5.1	Q4.2	Por favor, indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1= discordo totalmente, 7= concordo totalmente)
	Q5.1b_1	Q4.2.3_1	Geralmente sou capaz de proteger meus interesses pessoais.
	Q5.1b_2	Q4.2.3_2	Quando faço planos, tenho quase certeza de fazê-los funcionar.
	Q5.1b_3	Q4.2.3_3	Posso muito bem determinar o que vai acontecer na minha vida.
Competências empreendedoras	Q5.2	Q4.2	Por favor, indique o seu nível de competência na realização das seguintes tarefas (1= competência muito baixa, 7 = competência muito alta)
	Q5.2_4	Q4.2.1_3	Gerenciando a inovação dentro da empresa.
	Q5.2_5	Q4.2.1_4	Sendo um líder e comunicador.
	Q5.2_6	Q4.2.1_5	Construindo uma rede profissional.

	Q5.2_7	Q4.2.1_6	Comercializando e desenvolvendo uma nova ideia.
	Q5.2_8	Q4.2.1_7	Gerenciando com sucesso um negócio.
Normas subjetivas - família/ amigos/colegas	Q5.3	Q6.2	Se você seguisse a carreira de empreendedor, como as pessoas em seu ambiente reagiriam? (1= muito negativamente, 7= muito positivamente)
	Q5.3_1	Q6.2_1	Sua família.
	Q5.3_2	Q6.2_2	Seus amigos.
	Q5.3_3	Q6.2_3	Seus colegas.
Histórico Familiar - Pais autônomos	Q6.1	Q5.1	Seus pais são autônomos?
Histórico Familiar - Pais proprietários	Q6.2	Q5.2	Seus pais são proprietários de uma empresa?
Normas Subjetivas - Sociedade	Q7.	Q6.	Q7. Para as perguntas a seguir, duas respostas opostas são fornecidas. Nenhuma é mais correta do que a outra. Indique com qual resposta você concorda mais.
	Q7.2a_1	Q6.1.1_1	Na minha sociedade a influência de uma pessoa é baseada principalmente:
			Na habilidade de contribuição para sociedade.
			Na autoridade da posição de alguém.
	Q7.2b_1	Q6.1.2_1	Em minha sociedade espera-se que os seguidores:
			Questionem os líderes quando não concordarem.
			Obedeçam aos líderes sem questionar.
	Q7.2c_1	Q6.1.3_1	Na minha sociedade, o poder é:
			Compartilhado por toda sociedade.
			Concentrado no topo.
Universidade - Ambiente favorável ao	Q4.	Q3.	Q4. Por favor, indique até que ponto você concorda com as seguintes afirmações sobre o ambiente universitário (1= nada, 7 = muito)

empreendedorismo	Q4.1_1	Q3.1_1	A atmosfera da minha universidade me inspira a desenvolver ideias para novos negócios.
	Q4.1_2	Q3.1_2	Há um clima favorável para se tornar empreendedor na minha universidade.
	Q4.1_3	Q3.1_3	Na minha universidade os alunos são incentivados a se envolver em atividades empreendedoras.
Universidade - aprendizagem voltada ao empreendedorismo	Q4.	Q3.	Por favor, indique até que ponto você concorda com as seguintes afirmações sobre seus estudos (1= nada, 7 = muito)
	Q4.2_1	Q3.2_1	Aumentaram minha compreensão das atitudes, valores e motivações dos empreendedores.
	Q4.2_2	Q3.2_3	Aumentaram minha compreensão das ações necessárias para iniciar um negócio.
	Q4.2_3	Q3.2_3	Aprimoraram minhas habilidades práticas de gerenciamento para iniciar um negócio.
	Q4.2_4	Q3.2_4	Melhoraram minha capacidade de desenvolver redes profissionais.
	Q4.2_5	Q3.2_5	Aumentaram minha capacidade de identificar oportunidades.
Contato com disciplinas de empreendedorismo	Q.4	Q.3	Por favor, indique quais das seguintes afirmações se aplica a você (múltiplas respostas são possíveis)
	Q4.3_1	Q3.3_1	Ainda não frequentei uma disciplina de empreendedorismo.
	Q4.3_2	Q3.3_3	Freqüentei ao menos uma disciplina de empreendedorismo.
Intenção empreendedora	Q5.1	Q4.1	Por favor, indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1= discordo totalmente, 7= concordo totalmente)
	Q5.1a_1	Q4.1.1_1	Estou pronto para fazer qualquer coisa para ser um empreendedor.
	Q5.1a_2	Q4.1.1_2	Meu objetivo profissional é me tornar um empreendedor.
	Q5.1a_3	Q4.1.1_3	Estou determinado a criar um negócio no futuro.
	Q5.1a_4	Q4.1.1_4	Farei todos os esforços para criar e administrar o meu negócio.
	Q5.1a_5	Q4.1.1_5	Tenho pensado muito seriamente em criar e administrar o meu negócio.
	Q5.1a_6	Q4.1.1_6	Tenho a forte intenção de começar um negócio algum dia.

	Q5.1a_6	Q4.1.1_6	Tenho a forte intenção de começar um negócio algum dia.
--	---------	----------	---

Fonte: adaptado com base nos Questionários GUESSS 2016 e 2018 (2022)

4.5 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

A coleta dos dados da GUESSS nos países participantes é realizada por professores-parceiros, isto é, professores representantes de cada instituição de ensino superior (IES) responsáveis por promover e realizar a coleta nessa instituição. Encarregam-se de distribuir aos estudantes de sua instituição de ensino o *link* do questionário, buscando assegurar que o maior número possível de envolvidos promova o estudo – não apenas os próprios estudantes, mas também professores, responsáveis pelos serviços de TI, coordenadores de curso, pró-reitores, reitores, dentre outros (GUESSS, 2023). Após a coleta, os dados são compartilhados com tais professores. Na Universidade Federal da Bahia, a professora-parceira responsável pela coleta nos anos de 2016 e 2018 foi a Profa. Dra. Elisabeth Regina Loiola da Cruz Souza (<http://lattes.cnpq.br/41941688439091740>). Desse modo, a população determinada para a pesquisa recebeu por e-mail o *link* do questionário enviado pelo setor de Tecnologia da Informação da instituição para participar do estudo. Seguindo princípios éticos, a adesão à pesquisa foi voluntária e ocorreu via termo de consentimento de participação individual, tendo a instituição somente apoiado a iniciativa. A coleta ocorreu nos anos de 2016 e 2018 e um total de 6.980 estudantes responderam à pesquisa GUESSS, sendo 3.267 estudantes em 2016 e 3.713 estudantes em 2018.

4.6 TRATAMENTO E ANÁLISE DE DADOS

Foram adotadas a Análise fatorial exploratória, visando conhecer a estrutura fatorial subjacente às correlações entre as variáveis em observação (Hair *et al.*, 2009), a Análise estatística descritiva, a fim de melhor explorar os achados empíricos, sintetizando os dados coletados (Triola, 2017) e a Análise de regressão linear múltipla, técnica adequada para o estudo das inter-relações lineares entre variáveis, contemplando valores de uma variável dependente e de uma ou mais variáveis independentes, o que se aplica a esta tese (Chein, 2019).

4.6.1 Análise fatorial exploratória

A Análise Fatorial (AF) é empregada para investigar padrões ou relações latentes para um elevado número de variáveis, estruturando-as em um conjunto resumido de fatores. Nessa técnica, cada variável é prevista pelas demais e todas são analisadas simultaneamente, o que explica o fato de a AF ser considerada um modelo de interdependência voltado ao resumo e redução de dados, muito útil na medida em que o número de variáveis utilizadas nas técnicas multivariadas aumenta (Hair *et al.*, 2009). A AF pode ser aplicada a partir de uma perspectiva exploratória (Análise Fatorial Exploratória – AFE) ou por uma perspectiva confirmatória (Análise Fatorial Confirmatória – AFC).

Adotada nesta tese e realizada por meio do *Statistical Package for the Social Sciences* (IBM SPSS), versão 22.0, a Análise Fatorial Exploratória é aplicada na verificação de correlações entre um grande número de variáveis agrupando-as em fatores, o que possibilita a redução de dados, a identificação das variáveis mais representativas ou criação de um novo conjunto de variáveis, bem menor que o original (Hair *et al.*, 2009). Sob essa ótica, representa uma técnica exploratória em que não há intervenção do pesquisador, embora, em alguns casos, existam ideias sobre a estrutura dos dados, a partir de algum referencial teórico ou estudos empíricos anteriores (Hair *et al.*, 2009) como é o caso desta tese.

No que tange ao tamanho da amostra para adoção da AFE, considera-se que, quanto maior, mais adequada se torna para a realização das análises, sendo sugerido na literatura especializada que a amostra deve ser superior a 50 observações e aconselhável no mínimo 100 casos para assegurar resultados mais robustos (Hair *et al.*, 2009), o que se enquadra nas características amostrais desta tese.

Para verificar se a aplicação da análise fatorial tem validade para as variáveis escolhidas foram utilizados o critério de *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) e o teste de Esfericidade de *Bartlett* (DZIUBAN; SHIRKEY, 1974) que consistem nos dois métodos de avaliação são mais utilizados.

O Índice de KMO ou índice de adequação da amostra, sugere a proporção de variância dos itens explicada por uma variável latente e indica quão adequada é a aplicação da AFE para um determinado conjunto de dados (Hair *et al.*, 2009). É obtido por meio do quadrado das correlações totais dividido pelo quadrado das correlações parciais das variáveis analisadas e pode variar de zero a um. Assim, valores iguais ou próximos a zero indicam que a soma das

correlações parciais dos itens avaliados é bastante alta em relação à soma das correlações totais. Nessas situações, provavelmente a análise fatorial será inapropriada (Hair *et al.*, 2009). Como regra para interpretação dos índices de KMO, valores menores que 0,5 são considerados inaceitáveis, valores entre 0,5 e 0,7 são considerados medíocres; valores entre 0,7 e 0,8 são considerados bons; valores maiores que 0,8 e 0,9 são considerados ótimos e excelentes, respectivamente (Hutcheson; Sofroniou, 1999).

O teste de Esfericidade de *Bartlett* avalia o quanto a matriz de covariância é similar a uma matriz identidade, isto é, não apresentam correlações entre si. Mede ainda, a significância geral de todas as correlações em uma matriz de dados (Hair *et al.*, 2009). Desse modo, os valores do teste de Esfericidade de *Bartlett* com níveis de significância ($p < 0,05$) indicam que a matriz é fatorável, rejeitando a hipótese nula de que a matriz de dados é similar a uma matriz identidade. De maneira geral, os resultados dos testes de KMO e de esfericidade de Bartlett tendem a ser uniformes, aceitando ou refutando a possibilidade de fatoração da matriz de dados (Dziuban; Shirkey, 1974).

Testes de comunalidades foram aplicados por meio do método de fatoração do eixo principal. A comunalidade corresponde à quantia total de variância que uma variável original compartilha com todas as outras variáveis incluídas na análise e seu valor de referência deve ser igual ou maior que 0,7 (HAIR *et al.*, 2009).

A carga fatorial de cada variável foi observada e identificadas aquelas que apresentavam valores mais elevados em determinado componente, a partir do método de rotação Oblimin Direto. Recomenda-se que a carga fatorial da variável exceda 0,70 para que assim o fator possa explicar 50% da variância e tenha significância prática (HAIR *et al.*, 2009).

Examinou-se também, a variância acumulada, por meio do método de extração de fatoração do eixo principal, cujos índices acima de 60% são tidos como aceitáveis (Hair *et al.*, 2009).

Foram adotadas ainda as Correlações de *Pearson*, visando avaliar a força das relações entre itens de uma mesma variável e entre variáveis. O coeficiente de correlação de Pearson (r) varia entre -1 e +1. O valor +1 indica uma perfeita relação positiva. O valor 0 sugere que não existe relação linear. Por sua vez, o valor -1 indica uma relação perfeita negativa, ou seja, quando uma variável se amplia, a outra decresce (Hair *et al.*, 2009).

4.6.2 Análise estatística descritiva

Com o propósito de resumir, sumarizar e explorar aspectos relevantes das características observadas nos dados e comparar tais características entre dois ou mais conjuntos, realizou-se análises descritivas, através do *Statistical Package for the Social Sciences* (IBM SPSS), versão 22.0. A partir dos dados obtidos por meio dos questionários GUESSS 2016 e 2018, as medidas calculadas foram: média, quartis, mediana, desvio padrão, limite mínimo/máximo, intervalos de confiança e frequências.

4.6.3 Análise de regressão linear múltipla

Considerada uma técnica estatística multivariada, adotada para analisar a relação de causa e efeito entre uma única variável dependente (explicada) e diversas variáveis independentes (explicativas), a análise de regressão múltipla visa mensurar o impacto de cada variável independente sobre a respectiva variação da variável dependente (Hair *et al.*, 2009).

De forma mais detalhada, a regressão linear múltipla é dada por (Equação 3):

$$y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \dots + \beta_n x_n + \varepsilon \quad (3)$$

onde y é a variável resposta e x_i ($i = 1, 2, \dots, n$) são as variáveis explicativas. β_0 representa o valor de y quando as variáveis explicativas são nulas, os termos β_i são chamados de coeficientes de regressão e o resíduo (ε) é o erro de previsão, isto é, a diferença entre os valores reais e os previstos da variável resposta, que é assumido normalmente distribuído com média zero e variância σ^2 (Hair *et al.*, 2009).

Vale salientar que o erro, representa possíveis variáveis que não foram inseridas no modelo, mas também contribuíram para a explicação desse modelo. O objetivo de tal técnica é encontrar uma equação - denominada como equação de regressão, variável estatística de regressão ou modelo de regressão - que prediz de maneira melhor a variável resposta a partir de uma combinação das variáveis explicativas. Assim, o propósito é descobrir os valores dos b 's que melhor se ajustem aos dados do problema e em seguida valida-se o modelo de regressão, verificando se sinais e magnitude dos coeficientes se mostram coerentes no contexto do fenômeno estudado (Hair *et al.*, 2009).

Em razão da complexidade das relações que pode existir em pesquisas com um grande número de variáveis, visando identificar distorções significativas, além da exclusão de casos com uma variação residual maior que três desvios padrão, os *outliers* (Hair *et al.*, 2009), foram realizadas análises que envolvem testes de pressupostos da regressão:

a) Normalidade: diz respeito à forma da distribuição dos dados para uma variável métrica individual e sua correspondência com a distribuição normal e remete ao formato da distribuição de uma determinada variável contínua, utilizando como parâmetro o grau de assimetria e curtose (HAIR *et al.*, 2009). Foi testada, no R, por meio da análise do histograma de resíduos e do gráfico de regressão de resíduos padronizados e do teste *Shapiro-Wilk*, a fim de verificar se uma determinada distribuição assemelha-se a uma função de distribuição normal. A hipótese nula do *Shapiro-Wilk* é a de que a população possui distribuição normal. Assim, um valor de $p < 0.05$ indica que os dados não possuem distribuição normal (Hair *et al.*, 2009).

b) Homocedasticidade de resíduos: os resíduos preditos pelo modelo devem variar uniformemente. Assim, se na proporção que o valor da variável dependente aumenta, os erros de predição também aumentam, tem-se heterogeneidade na variância (Hair *et al.*, 2009). O teste *Breusch-Pagan* foi a técnica adotada visando identificar formas lineares de heterocedasticidade. Caso apresente R^2 maior que 0,05 existe a Homocedasticidade (ausência de heterocedasticidade). Caso o teste apresente a probabilidade de um R^2 menor que 0,05 não existe a Homocedasticidade, o que sinaliza a presença de heterocedasticidade (Hair *et al.*, 2009).

c) Ausência de multicolinearidade: representa o grau em que uma variável pode ser explicada pelas outras variáveis na análise, ou seja, a existência de intercorrelações muito altas entre variáveis independentes. Surge quando os coeficientes de regressão parcial não podem ser estimados com precisão ou os erros-padrão são altos, havendo dificuldade em avaliar a importância relativa das variáveis independentes em função da variação na variável dependente (HAIR *et al.*, 2009). O diagnóstico de colinearidade foi analisado, por meio do R, objetivando identificar conjuntos de variáveis inter-relacionadas através dos fatores de inflação da variância (VIF) que medem o quanto a variância de um coeficiente de regressão estimado aumenta se seus preditores estão correlacionados, sendo que valores de VIF menores que 10 indicam ausência de multicolinearidade (Hair *et al.*, 2009).

d) Resíduos independentes: o resíduo é caracterizado como a diferença entre o valor previsto e o valor observado, apresentando a informação sobre o motivo do modelo não ter se ajustado

bem aos dados. Para verificar este pressuposto, adotou-se o teste *Durbin-Watson*, visando testar a presença de autocorrelação nos erros dos modelos de regressão, o que significa que tais erros são correlacionados, e assim a regressão de mínimos quadrados pode subestimar o erro padrão dos coeficientes, fazendo com que certas variáveis antecedentes pareçam significativas quando na realidade não são. O índice do *Durbin-Watson* deve estar entre 0 e 4, sendo que um valor igual a 2 significa que não existe autocorrelação. Valores que se aproximam de 0 indicam uma autocorrelação positiva e aqueles maiores que 2, que se aproximam de 4, indicam uma autocorrelação negativa.

Sabe-se que a validação de um modelo de regressão é realizada sob a hipótese de que os resíduos amostrais são variáveis aleatórias independentes e normalmente distribuídas, com média nula e variância constante. Entretanto, essas hipóteses nem sempre são completamente confirmadas. Um meio de solucionar esse inconveniente é a utilização de métodos que não tenham suas estimativas facilmente comprometidas por observações discrepantes, isto é, aquelas que se distanciam da maior parte dos dados ou que se desviam do padrão definido pela maioria (HAIR *et al.*, 2009). Desse modo, no que se trata da violação dos pressupostos relacionados à homocedasticidade e à autocorrelação de resíduos, identificada nas amostras GUESSS de 2016 e 2018, fez-se uso de estimadores robustos de regressão por “mínimos quadrados”, técnica comum para estimar coeficientes de equações de regressão linear que descrevem a relação entre uma ou mais variáveis quantitativas independentes e uma variável dependente - os quais mantêm propriedades estatísticas, ainda que os pressupostos sobre os dados não sejam suficientes (Ryan, 2009).

Na literatura, os fundamentos da robustez estatística foram apresentados por Huber (1964), que concebe esse termo como uma insensibilidade a desvios do modelo probabilístico adjacente. Assim, um estimador da curva de regressão é tido como robusto na medida em que nenhuma observação atípica terá influência significativa no modelo estimado; visto que a inclinação da regressão seleciona o declive médio fora dos pares diferentes dos pontos de dados (Kvam; Vidakovic, 2007). Seguindo tal lógica, um procedimento estatístico robusto deve resultar em um modelo que se ajuste satisfatoriamente à maioria dos dados, sem mostrar-se negativamente impactado por dados discrepantes (Drumond, 1990).

Dentre as vantagens dos métodos robustos destacam-se a identificação de dados que se afastam da maioria, mas que tenham influência sobre o conjunto e, ainda, a descrição de uma estrutura que melhor se ajusta a esse conjunto de dados (Hubert; Rousseeuw; Aelst, 2008). Em

outras palavras, tais métodos voltam-se à composição de técnicas que forneçam resultados confiáveis mesmo quando os dados apresentam algum tipo de atipicidade (Hampel, 1971).

4.6.4 Análise da Variância (ANOVA)

Para comparação de modelos gerados a partir das regressões, adotou-se o teste de análise da variância (ANOVA), procedimento adequado para comparar as variâncias de três ou mais modelos (Field, 2020).

A análise de variância é também um modo de resumir um modelo de regressão linear, recorrendo ao *F test* para verificar a hipótese de que qualquer fonte de variação no modelo é igual a zero. Logo, o *F test* é usado para comparar variâncias que são a base para a ANOVA utilizando o resultado do *F-ratio* para determinar se rejeita ou não a hipótese nula com base na distribuição *F*. (Connelly, 2021; Field, 2020).

Importante destacar que, ao se comparar modelos, as variáveis presentes no modelo inicial (*restricted model*) devem, obrigatoriamente, permanecer nos seguintes. Dito de outra forma, os modelos são os mesmos e uma ou mais variáveis do estudo vão sendo adicionadas para que se avalie a significância estatística de cada um deles, ou seja, qual modelo explica melhor o efeito preditor das variáveis independentes sobre a variável dependente (Field, 2020).

Nesta tese, a variável dependente foi a intenção empreendedora (IE) e as variáveis independentes, conhecidas como explicativas, compreendem autoeficácia empreendedora, locus de controle interno, competências empreendedoras (antecedentes individuais da cognição); normas subjetivas – família/amigos colegas, normas subjetivas – sociedade, universidade - ambiente favorável ao empreendedorismo, universidade - aprendizagem voltada ao empreendedorismo, histórico familiar – pais autônomos; histórico familiar – pais proprietários e contato com disciplinas de empreendedorismo (antecedentes contextuais da cognição). As covariáveis sociodemográficas incluídas foram gênero e área de estudo.

As regressões múltiplas e o ANOVA foram operacionalizados por meio do software R, versão 0.9-2,1 (2021), pacote LAVAAN (*Latent Variable Analysis*).

5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Este capítulo abarca a apresentação e a análise dos resultados obtidos nesta tese, iniciando-se pelo detalhamento das amostras, seguida da análise fatorial exploratória, da análise das estatísticas descritivas das amostras e, finalmente, das regressões múltiplas. Com o propósito de tornar a leitura mais objetiva, a apresentação e análise dos achados empíricos encontram-se segmentadas por amostra, abrangendo os anos 2016 e 2018. Cabe ressaltar que a dinâmica adotada nesta tese consiste em primeiro apresentar os resultados encontrados, para em seguida realizar as discussões.

5.1 CARACTERIZAÇÃO DAS AMOSTRAS

Os respondentes da pesquisa GUESSSS, *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (<http://www.guesssurvey.org/>) nos períodos de 2016 e 2018 foram de 3.267 e 3.713 estudantes de graduação e pós-graduação (MBAs, Mestrado e Doutorado) da Universidade Federal da Bahia - UFBA, respectivamente. Os participantes matriculados em cursos de graduação eram de 2.916 estudantes em 2016 e 3.178 estudantes em 2018.

5.1.1 Amostra GUESSSS 2016

Nesta tese, foi utilizada uma amostra final de 2.741 universitários não-empresendedores, matriculados em cursos de graduação, o equivalente a aproximadamente 7,06% da população. Esse número foi atingido a partir do tratamento dos dados com a exclusão de *outliers* e *missing*, com a utilização do R, versão 0.9-2,1 (2021).

Inicialmente os *missing values* foram retirados via *listwise deletion*, técnica por meio da qual as respostas com dados ausentes nas variáveis observadas são deletadas (Enders, 2010). Foram excluídos, assim, 72 *missing* nas seguintes variáveis: 12 casos (autoeficácia empreendedora), 5 casos (intenção empreendedora), 1 caso (área de estudo), 2 (gênero), 6 casos (competências empreendedoras), 12 casos (locus de controle interno), 12 casos (normas subjetivas - família/amigos/colegas), 3 casos (normas subjetivas - sociedade), 6 casos

(universidade - ambiente favorável ao empreendedorismo), 2 casos (universidade - aprendizagem voltada ao empreendedorismo), e 11 casos (contato com disciplinas de empreendedorismo). Em seguida, utilizando a Distância de Mahalanobis (MD) foram retirados *outliers* multivariados (40 casos) e por variável, considerando o *Z score* normal (13 casos - locus de controle interno e 22 casos - normas subjetivas família/amigos/colegas) e o *Z score* robusto (26 casos - locus de controle interno). Na sequência testou-se novamente a existência de *outliers* multivariados e foram localizados os últimos *outliers* (mais 2 casos - locus de controle interno). Retirou-se então, um total de 103 casos considerando um ponto de corte de 3 desvios padrão padronizados, de -3 a 3.

Dentre os participantes, a idade média foi de 26 anos (DP=5,78), sendo que 59,2% (n= 1.623) se identificaram com o gênero feminino e 40,8% (n= 1.118) com o gênero masculino.

Destes, 24,9% (n=683) eram da área de estudos de Medicina e Ciências da Saúde; 22,6% (n= 619) de Engenharia, Arquitetura e Ciências da Computação; 20,1% (n= 551) de Humanidades; 10,3% (n=282) de Direito, Economia, Administração e Negócios; 7,5% (n= 205) de Ciências Sociais e Educação; 6,1% (n= 167) de Matemática e Ciências Naturais; 1,9% de Artes (n= 53) e 6,6% (n=181) não especificaram.

Em relação ao contato com disciplinas de empreendedorismo, 79,2% (n=2.170) afirmaram que nunca tiveram contato e 20,8% (n=571) fizeram ao menos uma disciplina, seja como eletiva ou obrigatória. Dos respondentes, 33,3% (n=912) afirmaram que pai, mãe ou ambos eram autônomos e 66,7% (1.829) afirmaram que não possuíam pais autônomos. Declararam possuir pais proprietários majoritários de uma empresa 19,6% (n= 538) e afirmaram não possuir, 80,4% (n=2.203).

5.1.2 Amostra GUESSS 2018

Nesta tese, a amostra final foi composta por 2.167 universitários não-empresendedores, também matriculados em cursos de graduação, o equivalente a aproximadamente 5,02% da população. Chegou-se a esse número também a partir do tratamento dos dados, com a exclusão de *outliers* e *missing*, com o uso do R versão 0.9-2,1 (2021).

Em princípio os *missing values* foram deletados também via *listwise deletion*, tendo sido excluídos, 994 *missing* nas seguintes variáveis: 959 casos (autoeficácia empresenedora), 2

casos (intenção empreendedora), 13 casos (área de estudo), 11 casos (gênero), 4 casos (competências empreendedoras), 3 casos (locus de controle interno) e 2 casos (normas subjetivas - família, amigos e colegas). Depois, via Distância de Mahalanobis (MD) foram rastreados *outliers* multivariados e por variável, considerando o *Z score* normal e o *Z score* robusto (17 casos - normas Subjetivas - família/amigos/colegas). Na sequência testou-se novamente a existência de *outliers* multivariados, não tendo sido identificados outros. Retirou-se então, um total de 17 casos considerando um ponto de corte de 3 desvios padrão padronizados, de -3 a 3.

Em relação à faixa etária, a idade média foi de 34 anos (DP=138,88), sendo que 59,7% (n=1.293) se identificaram com o gênero feminino e 40,3% (n= 874) com o gênero masculino.

Dos participantes, 23,4% eram da área de estudos de Medicina e Ciências da Saúde; 17,3% (n= 375) Engenharia e Arquitetura; 15,9% (n=345) de Artes e Humanidades, 9% (n=195) de Ciências Sociais, 8% de Ciências Naturais, 7% (n=151) de Direito, 5,3% (n=114) de Gestão e Negócios, 3,6% (n=77) de Ciências da Computação, 1,5% (n= 33) Economia, 1,3%(n=33) de Matemática e 5,9% (n=128) de outras áreas.

Quanto ao contato com disciplinas de empreendedorismo, 81,5% (n=1767) afirmaram que nunca tiveram contato e 18,5% (n=400) fizeram ao menos uma disciplina, seja como eletiva ou obrigatória. Dos respondentes, 28,9% (n=541) afirmaram que pai, mãe ou ambos eram autônomos e 71,1% (n=626) afirmaram que não possuíam pais autônomos. Declararam possuir pais proprietários majoritários de uma empresa 21% (n= 455) e afirmaram não possuir 79% (n=1712).

5.2 ANÁLISE FATORIAL EXPLORATÓRIA DAS VARIÁVEIS

A seguir, são apresentadas as análises fatoriais exploratórias das variáveis que compõem as escalas GUESSS 2016 e 2018.

5.2.1 Escala GUESSS 2016

A fim obter a estrutura fatorial adequada, inicialmente, analisaram-se as comunalidades da escala visando verificar as quantidades das variâncias (correlações) de cada variável

explicada pelos fatores. Em seguida, analisou-se os testes *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) e de esfericidade de *Bartlett*, com o intuito de comprovar a eficácia do modelo fatorial. Na sequência foi realizada a análise da variância, para verificar os fatores que explicam a variância acumulada, e a matriz rotacionada, que apresenta o valor da carga fatorial de cada variável em seu respectivo fator. A confiabilidade também foi mensurada por meio do alfa de *Cronbach*. Por fim, executou-se o cálculo do coeficiente de correlação de Pearson que avaliou a força das relações entre as variáveis (Hair *et al.*, 2009). Os resultados e análises são apresentados na Tabela 3.

Tabela 3 - Resultados da análise fatorial exploratória - Escala GUESSS 2016

	Autoeficácia empreendedora	Locus de controle interno	Competências empreendedoras	Normas Sub. (família/amigos/ colegas)	Normas Sub. (sociedade)	Universidade (ambiente)	Universidade. (aprendizagem.)	Intenção Empreendedor a
N. itens	2	3	5	3	3	3	3	6
Amplitude Médias	4,36 - 4,54	4,64 - 5,57	4,63 - 5,37	5,80 - 6,11	4,52 - 5,76	3,65 - 3,89	3,55 - 4,47	3,65 - 4,99
Amplitude Desvio	1,63 - 1,56	1,28 - 1,47	1,49 - 1,65	1,11 - 1,29	1,77 - 2,06	1,76 - 1,84	1,82 - 1,89	1,90 - 2,09
N	2726	2724	2695	2717	2720	2712	2683	2694
KMO	0,50	0,65	0,86	0,67	0,69	0,73	0,84	0,91
Qui-qua drado (df)	2290,37 (1)	2480,74 (3)	8510,18 (10)	3317,9 2(3)	2004,97 (3)	6360,05 (3)	11068,05 (10)	16783,77 (15)
Sig.	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01
Qtde Fatores	1	1	1	1	1	1	1	1
Var. Explicada.	75,34%	56,77%	65,51%	63,64%	51,47%	80,18%	71,14%	75,59%
Amplitude cargas	0,87 - 0,87	0,63 - 0,93	0,71 - 0,85	0,69 - 0,96	0,66 - 0,79	0,86 - 0,96	0,77 - 0,89	0,69 - 0,93
Alpha de Cronbach	0,86	0,78	0,90	0,82	0,76	0,92	0,92	0,95

Fonte: a autora (2023).

Os 2 itens referentes à autoeficácia empreendedora foram agrupados explicando 75,34% da variância. O coeficiente *Kaiser-Meyer-Olkin* apresentou resultado aceitável, mas considerado medíocre por estar entre 0,5 a 0,7 (HAIR *et al.*, 2009). O Teste de Esfericidade de *Bartlett* indicou que a matriz é fatorável [KMO = 0,50; *Barlett* = 2290.37 (1); $p < 0,01$].

Os 3 itens relacionados ao locus de controle interno explicam 56,77% da variância. O coeficiente *Kaiser-Meyer-Olkin* e o teste de Esfericidade de *Bartlett* apresentaram resultados aceitáveis, embora para KMO valores entre 0,5 e 0,7 sejam vistos como fracos (HAIR *et al.*, 2009) [KMO = 0,65; *Bartlett* = 2480.74 (3); $p < 0,01$].

Já os 5 itens relativos às competências empreendedoras explicam 65,51% da variância, demonstrando ainda um coeficiente *Kaiser-Meyer-Olkin* considerado ótimo. O teste de Esfericidade de *Bartlett* também indica que a matriz é fatorável [KMO = 0,86; *Bartlett* = 8510.18(10); $p < 0,01$].

Os 3 itens voltados às normas subjetivas - família/ amigos/ colegas explicam agrupadamente, 63,64% da variância. Para esta variável, o coeficiente *Kaiser-Meyer-Olkin* é aceitável, porém considerado medíocre por estar entre 0,5 a 0,7 (HAIR *et al.*, 2009). O teste de Esfericidade de *Bartlett* mostrou resultados adequados [KMO = 0,67; *Bartlett* = 3317.92(3); $p < 0,01$].

Os 3 itens que compõem a variável normas subjetivas - sociedade explicam 51,47% da variância, apresentando o coeficiente *Kaiser-Meyer-Olkin* e resultado do teste Esfericidade de *Bartlett* também aceitáveis, ainda que o KMO esteja um pouco abaixo de 0,70, que é o patamar considerado bom (HAIR *et al.*, 2009), [KMO = 0,69; *Bartlett* = 2004.97(3); $p < 0,01$].

Os 3 itens referentes à universidade - ambiente favorável ao empreendedorismo, explicam 80,18% da variância. O Coeficiente *Kaiser-Meyer-Olkin* e o teste de Esfericidade de *Bartlett* demonstraram adequação [KMO = 0,73; *Bartlett* = 6360.05 (3); $p < 0,01$]. Finalmente, os 3 itens que formam a variável universidade - aprendizagem voltada ao empreendedorismo, explicam 71,14% da variância, apresentando coeficiente *Kaiser-Meyer-Olkin* tido como ótimo e o teste de esfericidade de *Bartlett* também se mostra adequado [KMO = 0,84; *Bartlett* = 11068.05 (10); $p < 0,01$].

Esses resultados indicam que as medidas são fatoráveis (HAIR *et al.*, 2009).

Quanto à variável dependente, os 6 itens relativos à intenção empreendedora explicam 75,59% da variância. O coeficiente *Kaiser-Meyer-Olkin* é tido como excelente e o teste de

esfericidade de *Bartlett* também apresenta adequação estatística ($KMO = 0,91$; $Bartlett = 16783.77 (15)$; $p < 0,01$).

A análise da matriz rotacionada das variáveis independentes também indica que as cargas fatoriais apresentam valores iguais ou superiores a 0,50, critério considerado de significância prática (Hair *et al.*, 2009). No que se refere aos valores do alfa de *Cronbach*, são tidos como satisfatórios o mínimo 0,70, sendo valores até 0,60 aceitáveis. Dentre as variáveis analisadas, todas apresentaram resultados entre 0,76 e 0,95 demonstrando a confiabilidade (Hair *et al.*, 2009).

Os *outputs* da análise fatorial das variáveis estudadas no GUESSSS 2016 podem ser visualizados no Apêndice.

5.2.2 Escala GUESSSS 2018

Do mesmo modo que em 2016, para obter a estrutura fatorial adequada, inicialmente, analisaram-se as comunalidades da escala a fim de verificar as quantidades das variâncias (correlações) de cada variável explicada pelos fatores. Depois, analisou-se os testes *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) e de esfericidade de *Bartlett*, visando comprovar a eficácia do modelo fatorial. Em seguida, foi executada a análise da variância, para verificar os fatores que explicam a variância acumulada e a matriz rotacionada, que apresenta o valor da carga fatorial de cada variável em seu respectivo fator. A confiabilidade também foi mensurada por meio do alfa de *Cronbach*. Finalmente, executou-se o cálculo do coeficiente de correlação de Pearson que avaliou a força das relações entre as variáveis (Hair *et al.*, 2009).

Os resultados e análises encontram-se apresentados na Tabela 4:

Tabela 4 - Resultados da análise fatorial exploratória - Escala GUESSS 2018

	Autoeficácia empreendedora	Locus de controle interno	Competências empreendedoras	Normas Sub. (família/amigos/ colegas)	Normas Sub. (sociedade)	Universidade (Ambiente)	Universidade. (aprendizagem)	Intenção empreendedora
N. itens	2	3	5	3	3	3	5	6
Amplitude Médias	3,80 - 3,97	4,40 - 5,43	4,06 - 4,99	5,55- 5,90	3,81 - 4,94	3,35 - 3,57	3,03 - 4,21	3,28- 4,39
Amplitude. Desv	1,62 - 1,69	1,38 - 1,59	1,70 - 1,77	1,30 - 1,36	2,20 - 2,27	1,69 - 1,78	1,78 - 1,92	1,76 - 2,13
N	2164	2161	2137	2153	2165	2145	2142	2135
KMO	0,50	0,66	0,85	0,63	0,72	0,73	0,81	0,90
Qui-quadrado (df)	1591,15 (1)	2306,66 (3)	6625,54 (10)	1678,69 (3)	2400,70 (3)	3869,31 (3)	7225,90 (10)	12949,18 (15)
Sig.	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01
Qtde Fatores	1	1	1	1	1	1	1	1
Var. Explicada	72,10%	60,43%	64, 89%	53,51%	61,56%	73, 85%	64,26%	74,12%
Amplitude Cargas	0,85 - 0,85	0,64 - 0,96	0,72 - 0,84	0,57 - 0,94	0,77 - 0,80	0,80 - 0,92	0,71 - 0,85	0,70- 0,92
Alpha de Cronbach	0,84	0,80	0,90	0,74	0,83	0,89	0,90	0,94

Fonte: a autora (2023).

Os 2 itens referentes à autoeficácia empreendedora foram agrupados explicando 72,70% da variância. O coeficiente *Kaiser-Meyer-Olkin* apresentou resultado aceitável, embora medíocre por ser estar entre 0,5 a 0,7 (Hair *et al.*, 2009). O Teste de Esfericidade de *Bartlett* indicou que a matriz é fatorável [KMO = 0,50; *Bartlett* = 1591.15 (1); $p < 0,01$].

Os 3 itens relacionados ao locus de controle interno explicam 60,43% da variância. O coeficiente *Kaiser-Meyer-Olkin* e o Teste de Esfericidade de *Bartlett* apresentaram resultados aceitáveis, ainda que o KMO seja classificado como fraco por estar entre 0,5 e 0,7 (HAIR *et al.*, 2009), [KMO = 0,66; *Bartlett* = 2306.66 (3); $p < 0,01$].

Os 5 itens relativos às competências empreendedoras explicam 64,89% da variância, demonstrando também um coeficiente *Kaiser-Meyer-Olkin* considerado ótimo. O teste de Esfericidade de *Bartlett* também indica que a matriz é fatorável [KMO = 0,85; *Bartlett* = 6625.54 (10); $p < 0,01$].

Os 3 itens voltados às normas subjetivas - família/ amigos/ colegas explicam, agrupadamente, 53,51% da variância. Para esta variável, o coeficiente *Kaiser-Meyer-Olkin* é aceitável, porém, também é considerado medíocre por estar entre 0,5 e 0,7 (Hair *et al.*, 2009). O teste de Esfericidade de *Bartlett* mostrou resultados adequados [KMO = 0,63; 1678.69 (3); $p < 0,01$]

Os 3 itens que compõem a variável normas subjetivas - sociedade explicam 61,56% da variância, apresentando o coeficiente *Kaiser-Meyer-Olkin* e resultado do teste Esfericidade de *Bartlett* também aceitáveis [KMO = 0,72; *Bartlett* = 2400.70 (3); $p < 0,01$].

Os 3 itens referentes à universidade - ambiente favorável ao empreendedorismo explicam 73,85% da variância. O Coeficiente *Kaiser-Meyer-Olkin* e o teste de Esfericidade de *Bartlett* demonstraram adequação [KMO = 0,73; *Bartlett* = 3869.31 (3); $p < 0,01$]. Finalmente, os 3 itens que formam a variável universidade - aprendizagem voltada ao empreendedorismo, explicam 64,26% da variância, apresentando coeficiente *Kaiser-Meyer-Olkin* tido como ótimo e o teste de esfericidade de *Bartlett* também se mostra adequado [KMO = 0,81; *Bartlett* = 7225.90 (10); $p < 0,01$].

Tais resultados também apontam que as medidas são fatoráveis (HAIR *et al.*, 2009).

Quanto à variável dependente, os 6 itens relativos à intenção empreendedora explicam 74,12% da variância. O coeficiente *Kaiser-Meyer-Olkin* é tido como excelente e o teste de esfericidade de *Bartlett* também apresenta adequação estatística [KMO = 0,90; *Bartlett* =

12949.18 (15); $p < 0,01$]. Esses resultados indicam que a medida também é fatorável (Hair *et al.*, 2009).

A análise da matriz rotacionada dessas variáveis independentes também indica que as cargas fatoriais apresentam valores iguais ou superiores a 0,50, critério considerado de significância prática (Hair *et al.*, 2009). No que se refere aos valores do alfa de Cronbach, são tidos como satisfatórios o mínimo 0,70, sendo valores até 0,60 aceitáveis. Dentre as variáveis analisadas, todas apresentaram resultados entre 0,64 e 0,96 demonstrando que os itens podem medir o fenômeno sem vieses (Hair *et al.*, 2009).

Os *outputs* da análise fatorial das variáveis estudadas no GUESSSS 2018 encontram-se disponíveis para visualização no Apêndice.

5.3 ANÁLISE ESTATÍSTICA DESCRITIVA DAS VARIÁVEIS

Considerando que em todas as dimensões a unidimensionalidade foi obtida, a partir da realização das análises fatoriais, para cada uma dessas dimensões gerou-se a média dos itens da mesma a fim de executar o cálculo das regressões. Dessa maneira, as estatísticas descritivas de todas as variáveis estão expostas nas Tabelas 5 e 6.

5.3.1 Escala GUESSSS 2016

Tabela 5 - Estatística descritiva das variáveis - Escala GUESSSS 2016

Variável	N	Min	Max	1º Quartil	Mediana	3º Quartil	Média	Desvio Padrão	Intervalo confiança 95%
Autoeficácia empreendedora	2741	1	7	3,50	4,50	5,50	4,45	1,50	4,40 - 4,51
Locus de controle interno	2741	2,33	7	4,33	5,33	6,00	5,21	1,11	5,17 - 5,25
Competências empreendedoras	2741	1	7	4,00	5,00	6,00	4,92	1,34	4,87 - 4,97
Normas sub. família/ amigos/colegas	2741	2,67	7	5,33	6,00	7,00	5,99	1,05	5,96 - 6,03
Normas sub.	2741	1	7	4,33	5,33	6,33	5,14	1,58	5,09 - 5,19

sociedade									
Univers. ambiente	2741	1	7	2,33	3,66	5,00	3,74	1,68	3,68 - 3,80
Univers. aprendizagem	2741	1	7	2,80	4,00	5,20	4,00	1,62	3,94 - 4,06
Intenção empreendedora	2741	1	7	3,00	4,66	6,00	4,43	1,80	4,37 - 4,50
	Freq. relat. 0	Freq. relat. 1	N						
Normas sub. hist. familiar - pais autônomos	1829	912	2741						
Normas sub. hist. familiar - pais proprietários	2203	539	2741						
Universidade - Contato c/ disciplinas de empreend.	2170	531	2741						

Fonte: a autora (2023).

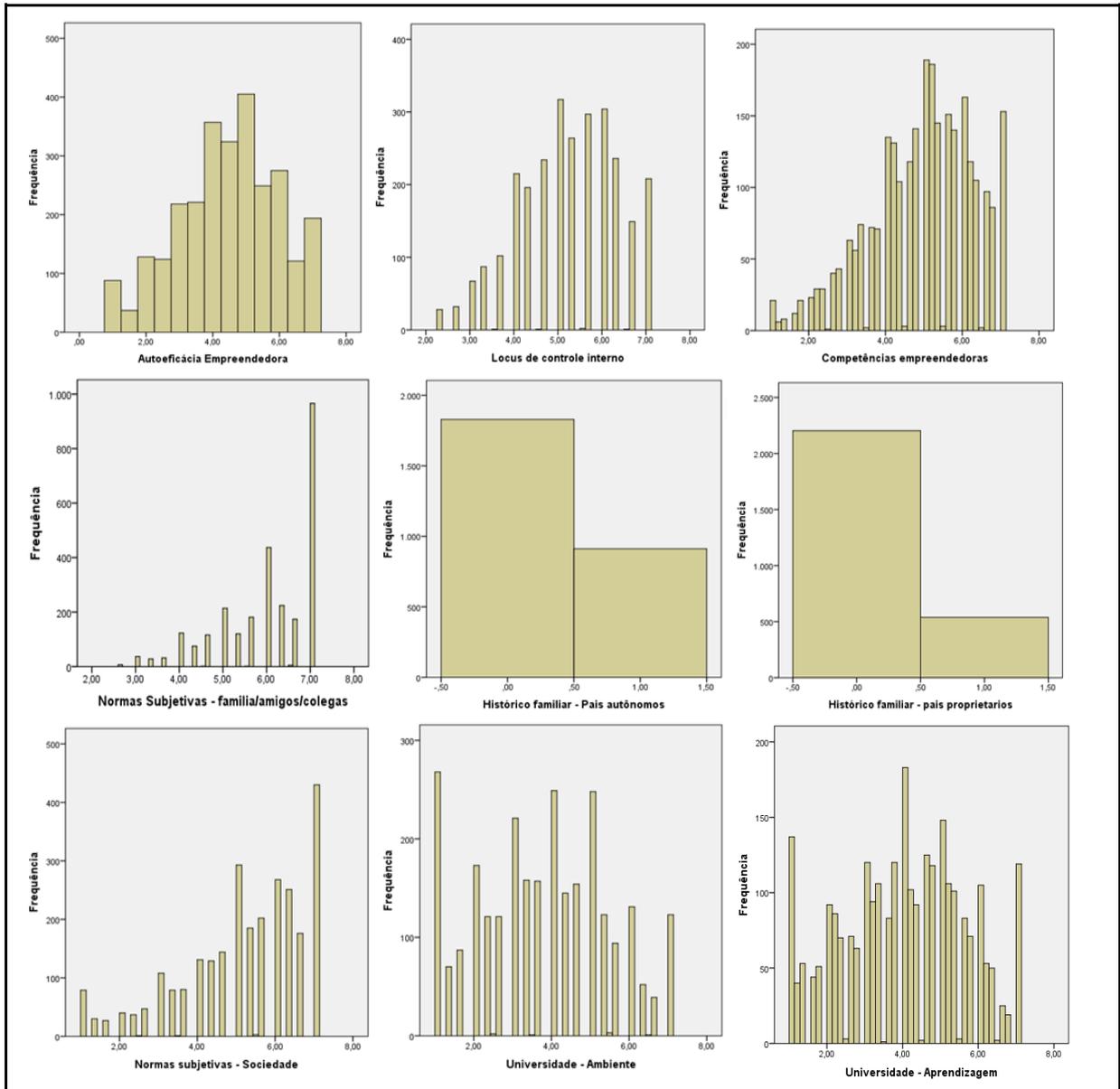
Nota: A frequência relativa 0 corresponde a respostas não para a questão. A frequência relativa 1 corresponde a respostas sim para a questão.

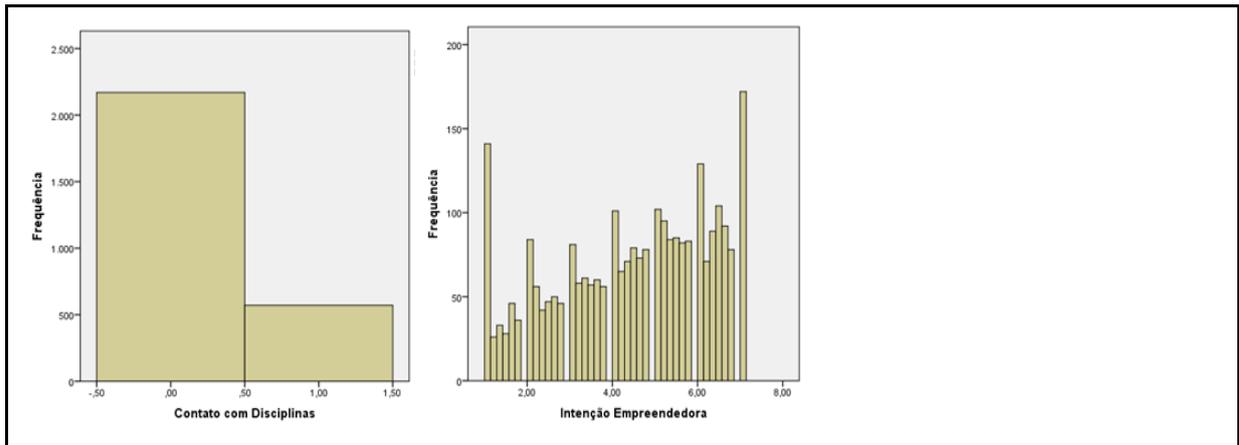
A análise das estatísticas descritivas e dos histogramas destas variáveis revela que os universitários, em sua maioria, têm uma autopercepção de médio a alto nível de autoeficácia empreendedora, locus de controle interno, competências empreendedoras, normas subjetivas - família/ amigos/ colegas e normas subjetivas - sociedade. Em relação às variáveis histórico familiar - pais autônomos e histórico familiar - pais proprietários, os histogramas indicam a ocorrência de altos valores com baixa frequência, sinalizando que um número considerável de universitários não possui pais empreendedores.

Quanto às variáveis universidade - ambiente favorável ao empreendedorismo e universidade - aprendizagem voltada ao empreendedorismo, os histogramas demonstram respostas mais distribuídas ao longo da escala. Assim, em momentos diferentes há concentrações de frequência que se destacam, no entanto, a percepção dessas variáveis é mais baixa. No que se refere à variável contato com disciplinas de empreendedorismo, as frequências refletem o considerável número de estudantes que não cursaram disciplinas deste campo do conhecimento.

Os histogramas da variável intenção empreendedora também sinalizam respostas mais distribuídas, com concentrações de frequência que se destacam em diferentes momentos, entretanto, a percepção dessa variável pelos respondentes é mais baixa. Os padrões de resposta da amostra estão apresentados nos histogramas na Figura 6:

Figura 6 - Histogramas das variáveis - GUESSS 2016





Fonte: a autora (2023).

5.3.2 Escala GUESSS 2018

Tabela 6 - Estatística descritiva das variáveis GUESSS 2018

Variável	N	Min	Max	1º Quartil	Mediana	3º Quartil	Média	Desvio padrão	Intervalo confiança 95%
Autoeficácia empreendedora	2167	1	7	3,00	4,00	5,00	3,89	1,54	3,82 - 3,95
Locus de controle interno	2167	1	7	4,40	5,00	6,00	4,99	1,24	4,94 - 5,04
Competências empreendedoras	2167	1	7	3,40	4,60	5,60	4,44	1,47	4,38 - 4,50
Normas sub. família/amigos/col .	2167	2,67	7	5,00	6,00	6,70	5,80	1,04	5,76- 5,85
Normas sub. sociedade	2167	1	7	3,00	4,67	6,00	4,30	1,94	4,30 - 4,46
Univers. ambiente	2167	1	7	2,00	3,40	4,67	3,41	1,59	3,34 - 3,48
Univers. aprendizagem	2167	1	7	2,40	3,60	4,80	3,60	1,56	3,53 - 3,67
Intenção empreendedora	2167	1	7	2,40	3,84	5,17	3,84	1,76	3,76 - 3,91
	Freq. relat. 0	Freq. relat. 1	N						
Normas sub. hist. familiar - pais autônomos	1541	626	2167						

Normas sub. hist. familiar - pais proprietários	1712	455	2167
Contato c/ disciplinas de empreend.	1767	400	2167

Fonte: a autora (2023).

Nota: A frequência relativa 0 corresponde a respostas não para a questão. A frequência relativa 1 corresponde a respostas sim para a questão.

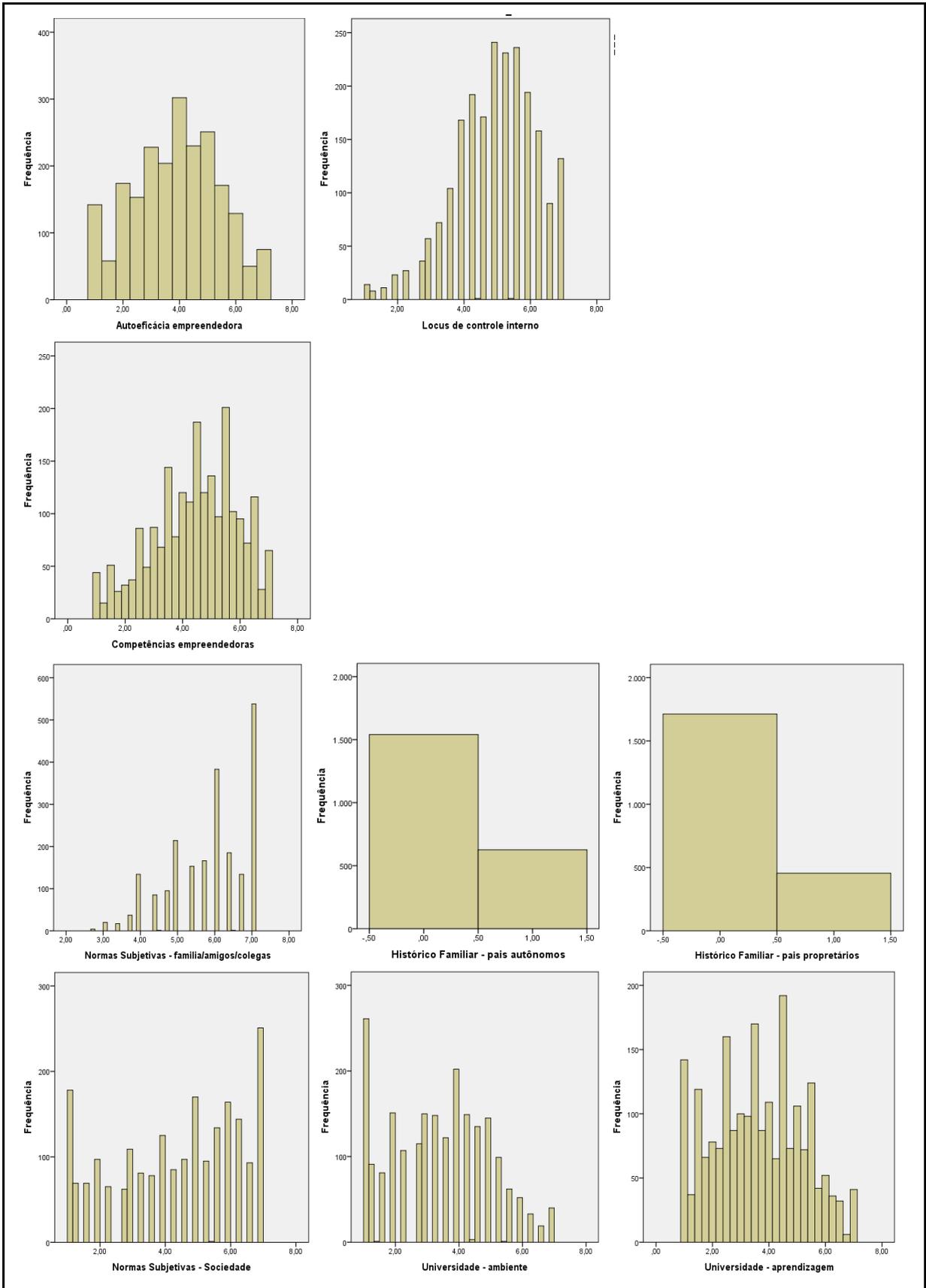
O exame das estatísticas descritivas e dos histogramas das variáveis denota que os universitários, em sua maioria, têm uma autopercepção de médio a alto nível de autoeficácia empreendedora, locus de controle interno, competências empreendedoras, normas subjetivas - família/amigos/colegas e normas subjetivas - sociedade. Em relação às variáveis histórico familiar - pais autônomos e histórico familiar - pais proprietários, os histogramas indicam a ocorrência de altos valores com baixa frequência, indicando que um número considerável de universitários não possui pais envolvidos em atividades empreendedoras.

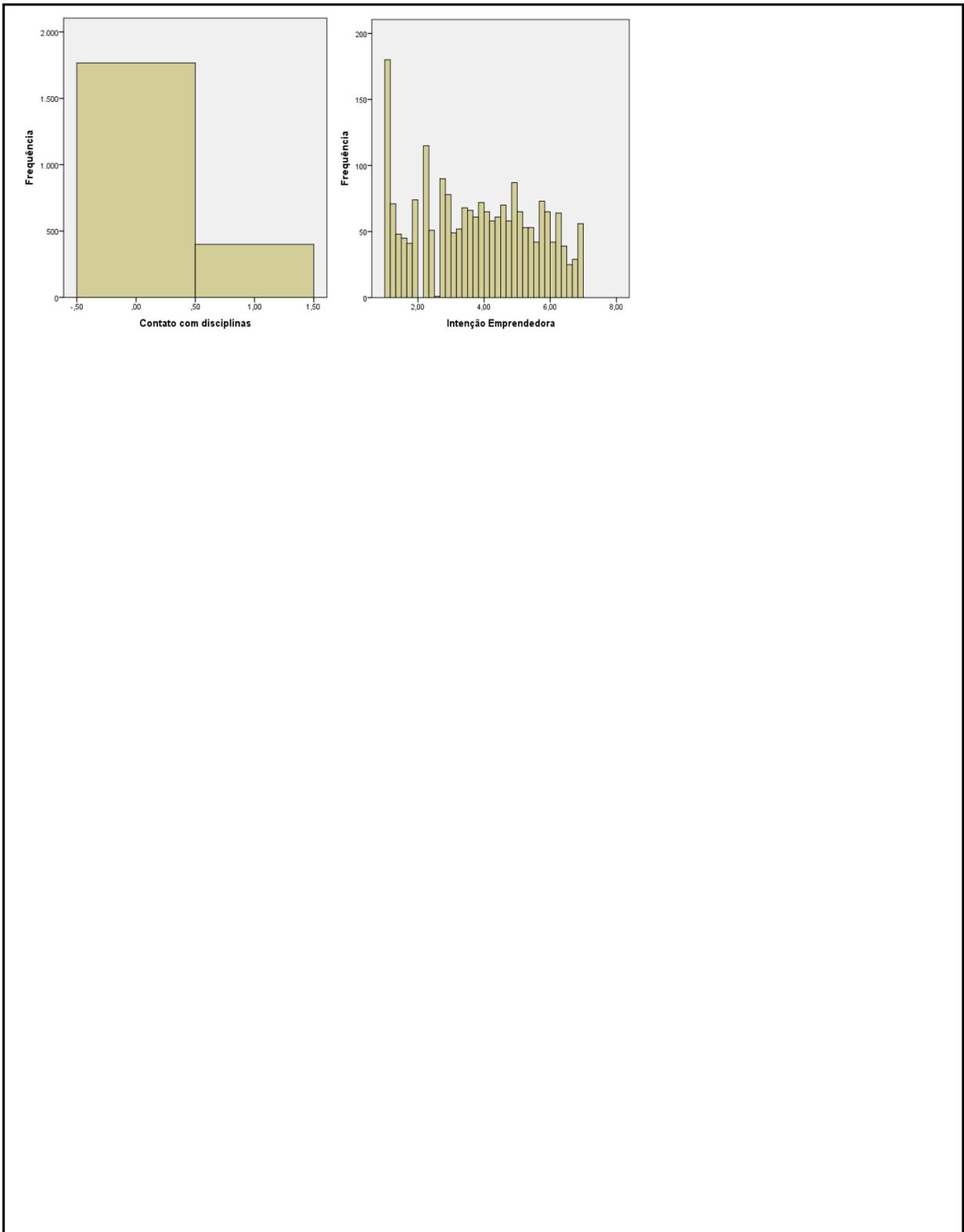
Quanto às variáveis universidade - ambiente favorável ao empreendedorismo, a distribuição de dados indica a ocorrência de altos valores com baixa frequência, ou seja, a maior parte da concentração dos dados está no início da distribuição, indicando percepção mais baixa em relação a essa variável. No que refere à universidade - aprendizagem voltada ao empreendedorismo, os histogramas demonstram respostas mais distribuídas ao longo da escala, principalmente no início da distribuição, também sinalizando menor nível de percepção em relação à variável. Em relação à variável contato com disciplinas de empreendedorismo, as frequências refletem o considerável número de estudantes que não cursaram disciplinas deste campo do conhecimento.

A análise dos histogramas da variável intenção empreendedora indica, também, respostas mais distribuídas, com concentrações de frequência que se destacam em diferentes momentos. A percepção dessa variável pelos respondentes é mais baixa.

Os padrões de respostas também podem ser visualizados nos histogramas abaixo. E, conforme as estatísticas descritivas, são similares nas duas amostras, 2016 e 2018.

Figura 7 - Histogramas das variáveis - GUESSS 2018





Fonte: a autora (2023).

5.4 ANÁLISE DE REGRESSÃO LINEAR MÚLTIPLA

A seguir, são apresentadas as análises de regressão linear múltipla a partir de métodos robustos para as amostras GUESSSS 2016 e 2018.

5.4.1 Amostra GUESSSS 2016

Inicialmente, testou-se as relações entre as variáveis por meio do Coeficiente de Correlação de *Pearson*. Observou-se relações estatisticamente positivas e significativas entre autoeficácia empreendedora, locus de controle interno, competências empreendedoras, normas subjetivas - família/amigos/colegas, universidade-ambiente favorável ao empreendedorismo, universidade - aprendizagem empreendedora e a variável dependente IE. Notou-se que também existe relação positiva e significativa entre autoeficácia empreendedora, competências empreendedoras, universidade - ambiente favorável ao empreendedorismo, universidade - aprendizagem empreendedora e intenção empreendedora com a variável contato com disciplinas de empreendedorismo. Entretanto, as relações entre autoeficácia empreendedora, locus de controle interno, competências empreendedoras, normas subjetivas - família/ amigos/ colegas, histórico familiar - pais autônomos, histórico familiar - pais proprietários, universidade - ambiente favorável ao empreendedorismo, universidade - aprendizagem empreendedora, contato com disciplinas de empreendedorismo e IE com as normas subjetivas – sociedade mostraram-se negativas e significativas (Tabela 7).

Tabela 7 - Correlações entre as variáveis da tese - Escala GUESSSS 2016

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	1	,465**	,766**	,360**	,075**	,078**	-,105**	,345**	,399**	,124**	,604**
2		1	,570**	,338**	,050**	,043*	-,066**	,262**	,299**	,063**	,305**
3			1	,418**	,084**	,093**	-,108**	,303**	,392**	,134**	,571**
4				1	,102**	,100**	-,022	,195**	,210**	,082**	,347**
5					1	,657**	-,033	-,008	,007	,021	,063**
6						1	-,038*	-,008	,001	,031	,060**

7	1	-,130**	-,154**	-,049*	-,083**
8		1	,760**	,143**	,240**
9			1	,167**	,271**
10				1	,127**
11					1

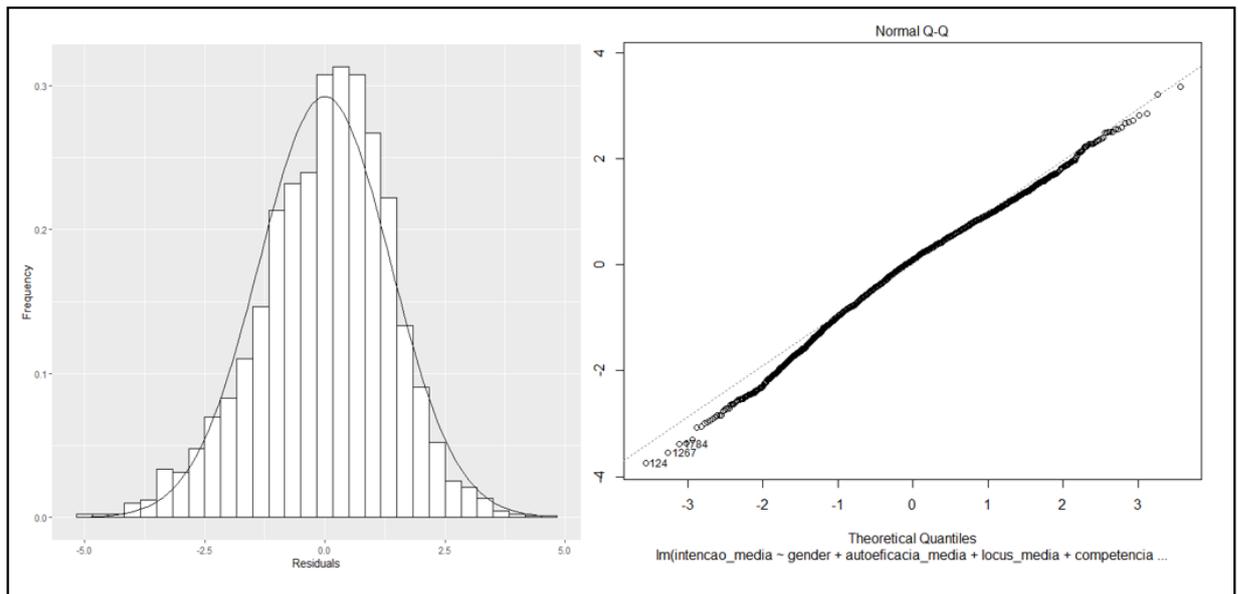
Fonte: a autora (2023).

Nota: Significância **. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades). *. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades). 1 - Autoeficácia empreendedora, 2 - Locus de controle interno, 3- Competências empreendedoras, 4 - Normas Subjetivas (fam/amigos/colegas), 5 - Hist. Familiar - pais autônomos, 6 - Hist. Familiar - pais proprietários, 7 - Normas Subjetivas (sociedade), 8 - Universidade (ambiente favorável ao empreendedorismo), 9 - Universidade (aprendizagem voltada ao empreendedorismo), 10 - Contato com disciplinas de empreendedorismo, 11 - Intenção empreendedora.

Na sequência foram verificados os pressupostos específicos visando atestar a funcionalidade da regressão, quais sejam: normalidade, multicolinearidade, homocedasticidade e independência de resíduos.

A normalidade foi testada por meio do Histograma e Gráfico P–P Plot, que possibilitam avaliar essa suposição por meio da verificação empírica do ajuste da curva de densidade e dos ajustes dos pontos à uma reta, respectivamente. Também foi adotado o teste *Shapiro-Wilk* ($p < .001$), a fim de verificar a normalidade da distribuição (Hair *et al.*, 2009). Neste caso, embora o teste aplicado tenha apresentado resultado significativo, indicando a ausência de normalidade dos resíduos, nota-se que os mesmos apresentam forma satisfatória tanto na curva normal quanto na reta do Q-QP Plot. Em grandes amostras, como é o caso, é comum que os testes de normalidade sejam significativos, entretanto, há argumentos de que tais testes devem rejeitar a hipótese nula da distribuição normal para amostras suficientemente grandes, visto que, quando n é grande, mesmo o menor desvio da normalidade perfeita levará a um resultado significativo. Assim, tendo em vista que todo conjunto de dados grandes terá algum grau de aleatoriedade, nenhuma amostra será perfeitamente distribuída normalmente (LUMLEY *et al.*, 2002). Dessa forma, a análise gráfica torna-se fundamental, na medida em que a sinaliza que não existem desvios graves quanto a normalidade dos dados, considerando o n .

Figura 8 - Histograma e Gráfico P-Plot - Amostra GUESSS 2016

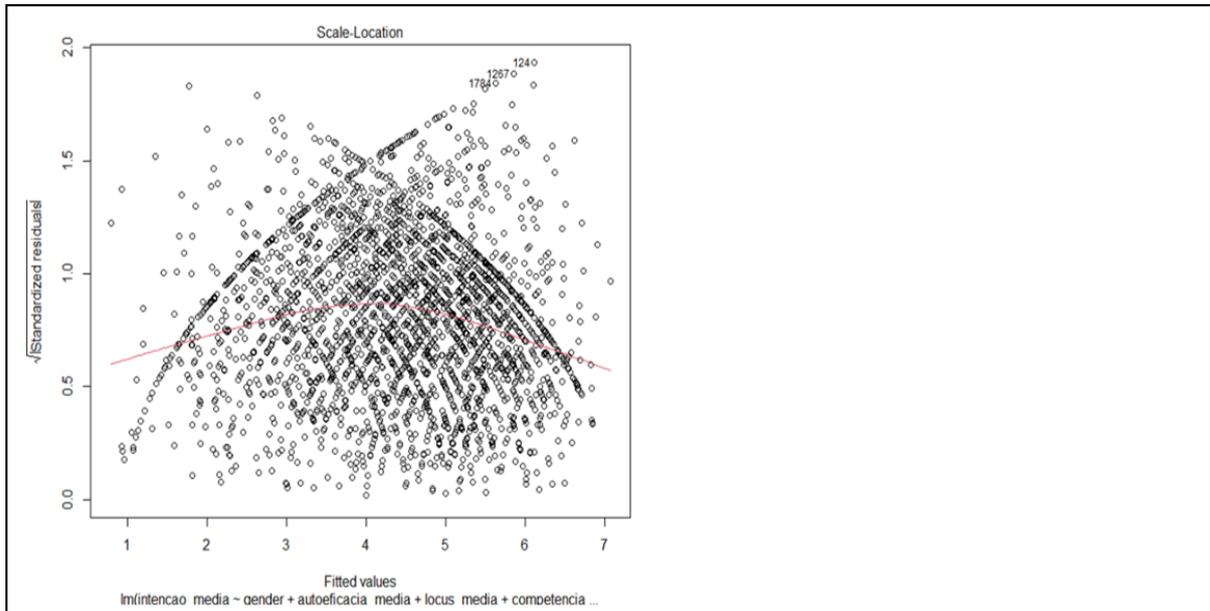


Fonte: a autora (2023).

Para checar a multicolinearidade, adotou-se o teste VIF (Variance Inflation Factor), que mensura o montante de multicolinearidade presente em um conjunto de variáveis. Todas as variáveis consideradas nos modelos apresentaram um VIF abaixo do valor 5, demonstrando baixas evidências de multicolinearidade.

A fim de verificar a homocedasticidade, foi aplicado o teste de *Breusch-Pagan* (BP = 3.9625, $df = 1$, $p = 0,47$) e os resultados indicaram a presença de heterocedasticidade. Por essa razão, como dito anteriormente, visando assegurar as propriedades estatísticas ainda que os pressupostos sobre os dados não sejam suficientes, fez-se uso de estimadores robustos de regressão.

Figura 9 - Gráfico de Homocedasticidade de Resíduos - Amostra GUESSSS 2016



Fonte: a autora (2023).

Para checagem do pressuposto de autocorrelação foram adotados os testes de *Durbin-Watson* ($DW = 0,88$, $p > 0,001$) e de *Breusch-Godfrey* ($LM = 1580$, $df = 3$, $p > 0,001$). Considerando que os resultados dos testes indicaram heterocedasticidade e a autocorrelação de resíduos mostrou-se presente, como dito anteriormente, adotou-se a métodos robustos de regressão visando reduzir a influência de tais parâmetros discrepantes na qualidade dos modelos (Ryan, 2009), detalhados na Tabela 8. Construiu-se então, quatro modelos, de maneira que as variáveis independentes foram inseridas gradativamente, em blocos, seguindo a ordem demonstrada no Quadro 5. Tais modelos foram comparados por meio do *f test* da Análise da Variância (ANOVA), para que se avaliasse a significância estatística de cada um, ou seja, qual modelo explicaria melhor o efeito preditor das variáveis independentes sobre IE.

Quadro 5 - Ordem de inserção das variáveis independentes por Modelo

Modelo	Variáveis	Covariáveis
1	Autoeficácia empreendedora Locus de controle interno Competências empreendedoras	Gênero
	Autoeficácia empreendedora	Gênero

2	Locus de controle interno Competências empreendedoras Normas subjetivas - família/amigos/colegas Normas subjetivas - sociedade Universidade - ambiente favorável ao empreendedorismo Universidade - aprendizagem voltada ao empreendedorismo	
3	Autoeficácia empreendedora Locus de controle interno Competências empreendedoras Normas subjetivas - família/amigos/colegas Normas subjetivas - sociedade Universidade - ambiente favorável ao empreendedorismo Universidade - aprendizagem voltada ao empreendedorismo Histórico Familiar – Pais autônomos Histórico Familiar – Pais empreendedores Contato com disciplinas de empreendedorismo	Gênero
4	Autoeficácia empreendedora Locus de controle interno Competências empreendedoras Normas subjetivas - família/amigos/colegas Normas subjetivas - sociedade Universidade - ambiente favorável ao empreendedorismo Universidade - aprendizagem voltada ao empreendedorismo Histórico Familiar – Pais autônomos Histórico Familiar – Pais empreendedores Contato com disciplinas de empreendedorismo	Gênero Área de estudo

Fonte: a autora (2023).

No **Modelo 1** ($F(450,70) = 1,398$ $p < 0,001$); R^2 Ajustado = 0,396) que explica 39% da IE, foram consideradas as variáveis autoeficácia empreendedora, locus de controle interno, competências empreendedoras e a covariável gênero. Observa-se, neste modelo, como variáveis positivas e significativas a autoeficácia empreendedora, as competências empreendedoras e a covariável gênero, que também se mostrou estatisticamente significativa. No caso do locus de

controle interno, apesar do resultado ter sido significativo, o intervalo de confiança por muito pouco não chegou a zero, visto que $-0,03$ é praticamente zero.

No **Modelo 2** ($F(237,10) = 1,384$, $p < 0,001$; R^2 Ajustado = $0,408$), que demonstrou maior poder explicativo que o anterior (40%) a partir do teste de comparação de modelos, adicionou-se as variáveis normas subjetivas - família/amigos/colegas, normas subjetivas - sociedade, universidade - ambiente favorável ao empreendedorismo e universidade - aprendizagem voltada ao empreendedorismo. Aqui, além de autoeficácia empreendedora, competências empreendedoras e gênero, a variável normas subjetivas - família, amigos/colegas mostrou efeito positivo e significativo. Neste modelo, que demonstrou maior poder explicativo que o primeiro (40%), a variável normas subjetivas - sociedade não apresentou significância estatística.

No **Modelo 3** ($F(173,20) = 1,369$, $p < 0,001$; R^2 Ajustado = $0,408$) foram adicionadas as variáveis histórico familiar - pais autônomos, histórico familiar - pais proprietários e contato com disciplinas de empreendedorismo, que não se mostraram significativas. Tal modelo apontou as mesmas variáveis positivas e significativas dos modelos anteriores. Nota-se que apresentou modelo demonstra o mesmo poder explicativo do anterior, o que nos permite inferir que a adição das variáveis não melhorou a capacidade preditiva/explicativa do mesmo, ou seja, ter ou não pais autônomos e/ou proprietários e ter ou não contato com disciplinas de empreendedorismo não aumentou a IE.

Por fim, no **Modelo 4** ($F(111,6) = 1,369$, $p < 0,001$; R^2 Ajustado = $0,420$) adicionou-se a covariável área de estudo. Este modelo considerou a influência conjunta de todas as variáveis independentes, além das covariáveis, tendo apresentado o maior poder explicativo (42%) quando comparado aos anteriores, revelando-se assim, o melhor modelo entre todos (Tabela 11). Aqui, as variáveis autoeficácia empreendedora, competências empreendedoras e normas subjetivas - família/amigos/colegas mantiveram-se positivas e significativas, sendo autoeficácia empreendedora a variável que mais fortemente influenciou os níveis de IE, seguida de competências empreendedoras.

No que se refere à covariável gênero, assim como nos demais modelos, neste, o gênero masculino se mostrou estatisticamente significativo, demonstrando que homens apresentam maior propensão a empreender que mulheres. Cabe ressaltar que, por tratar-se de uma covariável categórica, o gênero foi transformado em uma variável binária, representada por feminino (0) e masculino (1).

Quanto à área de estudo, observa-se que o acréscimo desta variável aumentou o poder explicativo do modelo, sinalizando a relevância da mesma para a compreensão da IE em universitários. As áreas foram segmentadas, conforme o GUESSSS, em Humanidades (área 1) Engenharia, Arquitetura e Ciências da Computação (área 2), Medicina e Ciências da Saúde (área 3), Direito, Economia e Administração (área 4), Matemática e Ciências Naturais (área 5) Ciências Sociais e Educação (área 6), Artes (área 7) e outras (área 8). Por tratar-se de uma variável categórica, formada por várias *dummies* (0 ou 1) referentes à cada área - tendo a área 4 como referência por contemplar estudantes do curso de Administração, carreira muito relacionada a atividades de empreendedorismo - a interpretação do coeficiente é diferente das demais variáveis, pois, um valor significativo indica que aquela área é significativamente diferente (para mais ou para menos) do que a área de referência.

Os resultados para área indicam que algumas outras demonstram maior intenção empreendedora do que a área 4, contudo, uma contribuição deste trabalho é a verificação que as áreas de estudo são evidenciadas como diferentes em termos de intenção empreendedora. Isso permite inferir a existência de peculiaridades nas áreas que produzem esta diferença. Sendo assim, as pesquisas não deveriam deixar de incluir esta variável nos modelos, uma vez que não há homogeneidade de variâncias entre áreas, que podem ser consideradas *clusters*. Ainda sobre as áreas, o GUESSSS agrupa as mesmas em apenas oito *clusters*.

Se, por um lado, foi possível verificar que os *clusters* são diferentes e, portanto, ignorá-los seria desconsiderar uma importante explicação para a intenção empreendedora, por outro lado o agrupamento de áreas com características bem distintas, como Direito e Administração ou Matemática e Ciências Naturais, por exemplo, dificulta a adequada interpretação dos coeficientes. Além disso, admitindo-se que existem *clusters* (áreas) com características distintas, a modelagem deveria considerá-los um nível acima dos estudantes (respondentes). Ou seja, os estudantes estão agrupados em áreas, o que remete a modelos hierárquicos, estando os estudantes no nível 1 e as áreas no nível 2. Porém, o uso de modelos hierárquicos não é indicado quando o número de *clusters* é baixo. A desconsideração da variável área representaria conceber que os estudantes formam um grupo único e que as respostas são independentes, o que estes resultados indicam não ser o caso. Provavelmente os estudantes dentro dos *clusters* apresentam um padrão de resposta mais similar, o que evidenciaria a não independência das respostas (Tabela 8).

Tabela 8 - Modelos de regressão robusta com variável dependente IE - Amostra GUESSSS 2016

Variáveis Independentes	Modelos Estimados				
	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	
Gênero	0.018***	0.20***	0.19***	0.15**	0.06, 0.25
Autoeficácia empreendedora	0.48***	0.46***	0.46***	0.45***	0.39, 0.51
Locus de controle interno	-0.08**	-0.11***	-0.11***	-0.10***	-0.18, -0.03
Competências empreendedoras	0.38***	0.34***	0.34***	0.34***	0.27, 0.41
Normas sub.-família/amigos/colegas.		0.20***	0.20***	0.19***	0.12, 0.25
Normas sub.-sociedade		-0.02	-0.02	-0.01	-0.06, 0.03
Universidade - ambiente		0.04	0.04	0.02	-0.03, 0.07
Universidade - aprendizagem		-0.02	-0.03	-5.30e-0.3	-0.06, 0.03
Hist. Familiar - pais autônomos			0.04	0.02	-0.28, 0.31
Hist. Familiar - pais proprietários			-0.05	-0.05	-0.42, 0.32
Contato c/ disciplinas de emprend.			0.16	0.11	-0.18, 0.40
Área 1				-0.11	-0.30, 0.08
Área 2				0.35***	0.16, 0.55
Área 3				0.17	-0.03, 0.36
Área 5				-0.12	-0.43, 0.18
Área 6				0.66**	0.30, 1.02
Area 7				-0.28	-0.54, -0.03
Area 8				0.06	-0.21, 0.33
R2	0,397	0,409	0,411	0,424	
	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	
Crítérios	4	8	11	18	

N. de parâmetros	-----	M2 vs. M1	M3 vs. M2	M4 vs. M3
Comparação de modelos	-----	14,54(4)***	2.10(3)	9.06 (7)***
F(df)				

Fonte: a autora (2023).

Nota: Código de Significância: 0 ‘***’ 0.001 ‘**’ 0.01 ‘*’ 0.05 ‘.’ 0.1 ‘’ 1

5.4.2 Amostra GUESSS 2018

A partir do cálculo da Correlação de *Pearson* verificou-se que, assim como ocorreu com a amostra 2016, as relações entre as variáveis autoeficácia empreendedora, locus de controle interno, competências empreendedoras, normas subjetivas - família/amigos/colegas, universidade - ambiente favorável ao empreendedorismo, universidade - aprendizagem empreendedora e intenção empreendedora mostraram-se estatisticamente positivas e significativas. Existe, também, relação positiva e significativa entre autoeficácia empreendedora, competências empreendedoras, universidade - ambiente favorável ao empreendedorismo, universidade - aprendizagem empreendedora e intenção empreendedora com a variável contato com disciplinas de empreendedorismo. Esses resultados convergem com os encontrados na amostra 2016. Já as relações entre autoeficácia empreendedora, locus de controle interno, competências empreendedoras, normas subjetivas - família/ amigos/ colegas, histórico familiar - pais autônomos, histórico familiar - pais proprietários, universidade - ambiente favorável ao empreendedorismo, universidade - aprendizagem empreendedora, contato com disciplinas de empreendedorismo e IE, com normas subjetivas – sociedade mostraram-se negativas e significativas. Essas relações também foram visualizadas na amostra 2016 (Tabela 9).

Tabela 9 - Correlações entre as variáveis da tese - Escala GUESSS 2018

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	1	,412**	,739**	,221**	,031	,043*	-,111**	,295**	,370**	,096**	,528**
2		1	,530**	,228**	,011	,005	-,071**	,173**	,249**	-,002	,255**
3			1	,250**	,045*	,069**	-,119**	,237**	,349**	,086**	,496**
4				1	,049*	,072**	-,032	,178**	,174**	,020	,256**
5					1	,586**	-,006	-,029	-,022	,014	,031
6						1	-,017	,002	-,011	-,003	,025
7							1	-,057**	-,093**	-,033	-,130**
8								1	,677**	,112**	,158**
9									1	,155**	,178**
10										1	,044*
11											1

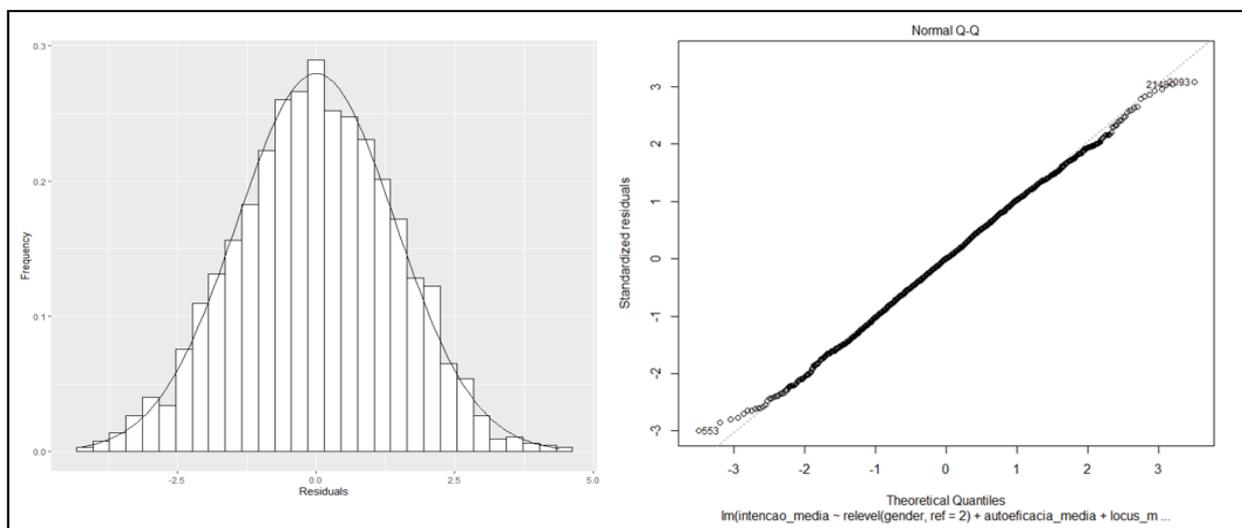
Fonte: A autora (2023).

Nota: Significância **. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades). *. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades). 1 - Autoeficácia empreendedora, 2 - Locus de controle interno, 3- Competências empreendedoras, 4 - Normas Subjetivas (fam/amigos/colegas), 5 - Hist. Familiar - pais autônomos, 6 - Hist. Familiar - pais proprietários, 7 - Normas Subjetivas (sociedade), 8 - Universidade (ambiente favorável ao empreendedorismo), 9 - Universidade (aprendizagem voltada ao empreendedorismo), 10 - Contato com disciplinas de empreendedorismo, 11 - Intenção empreendedora.

Também foram verificados os pressupostos específicos visando atestar a funcionalidade da regressão para amostra de 2018.

Checou-se a normalidade por meio do Histograma, do Gráfico P-P Plot e do teste *Shapiro-Wilk* ($p=0,186$). Na amostra 2018, nota-se que os resíduos aparecem normalmente distribuídos tanto na curva normal quanto na reta P-P Plot, conforme demonstrado na Figura 9.

Figura 10 - Histograma e Gráfico P-Plot - amostra GUESSSS 2018

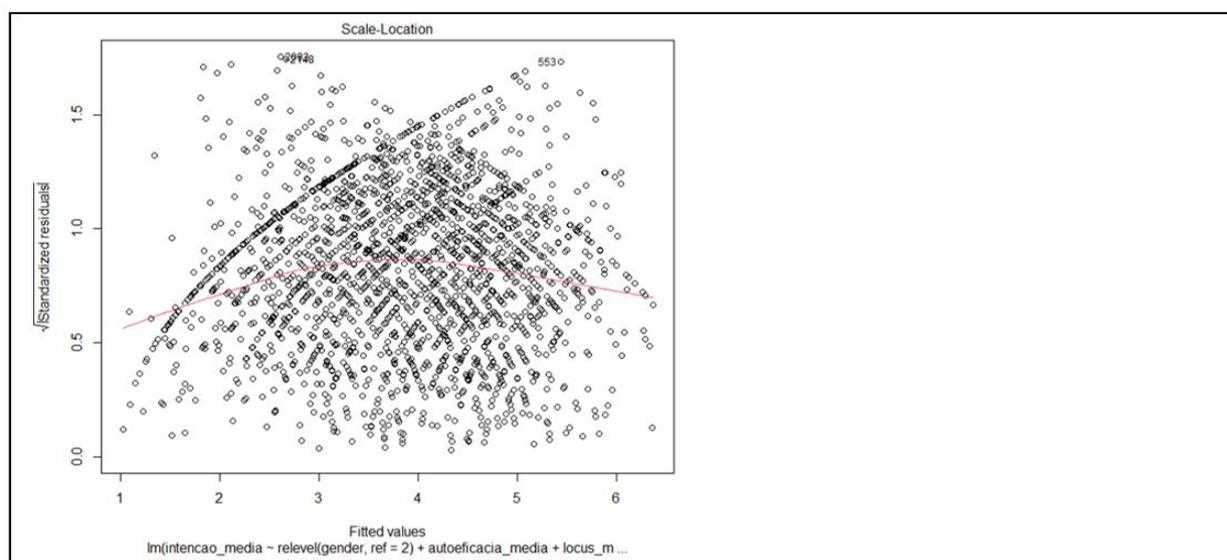


Fonte: a autora (2023).

A multicolinearidade foi verificada a partir do teste VIF (Variance Inflation Factor). Todas as variáveis consideradas nos modelos apresentaram um VIF abaixo do valor 5, demonstrando baixas evidências de multicolinearidade.

Objetivando testar a verificar a homocedasticidade, adotou-se o teste *Breusch-Pagan* (BP = 1,65775, df = 1, p= 0,19) os resultados indicaram a presença de heterocedasticidade.

Figura 11 - Gráfico de Homocedasticidade de resíduos - Amostra GUESSSS 2018



Fonte: a autora (2023).

A fim de verificar o pressuposto de autocorrelação foram utilizados os testes *Durbin-Watson* ($DW = 0,64$, $p > 0,001$) e de *Breusch-Godfrey* ($LM = 1500$, $df = 3$, $p > 0,001$). Tendo em vista que a heterocedasticidade e a autocorrelação de resíduos foram verificadas para a amostra 2018, também adotou-se métodos robustos de regressão a fim de manter a integridade dos resultados ainda que os dados tenham apresentado algum tipo de atipicidade (HAMPEL, 1971). Os quatro modelos criados também foram comparados entre si por meio da ANOVA e são detalhados na Tabela 12.

No **Modelo 1** ($F(239,40) = 1,468$, $p < 0,001$); R^2 Ajustado = 0,304) que explicou 30% da IE, foram consideradas as variáveis independentes autoeficácia empreendedora, locus de controle interno, competências empreendedoras e a covariável gênero. Neste modelo, a autoeficácia empreendedora, as competências empreendedoras e a covariável gênero se mostraram positivas e significativas estatisticamente, enquanto o locus de controle interno não apresentou significância.

Ao **Modelo 2** ($F(132,20) = 1,445$, $p < 0,001$; R^2 Ajustado = 0,326) que explicou 32% da IE, mostrando ser melhor que o anterior, adicionou-se a variável normas subjetivas - família/amigos/colegas, que se revelou positiva e significativa. Também se incorporou às variáveis normas subjetivas - sociedade, universidade - ambiente favorável ao empreendedorismo e universidade - aprendizagem voltada ao empreendedorismo, que revelaram influência negativa significativa sobre a IE. Aqui, as variáveis autoeficácia empreendedora, competências empreendedoras e a covariável gênero mantiveram o efeito positivo e estatisticamente significativo e o locus de controle interno não apresentou influência estatística significativa. Nota-se que os atributos estatísticos desse modelo o tornam apto a explicar significativamente a IE.

No **Modelo 3** ($F(96,40) = 1,445$, $p < 0,001$; R^2 Ajustado = 0,326) explicou também 32% da IE foram adicionadas as variáveis independentes histórico familiar - pais autônomos, histórico familiar - pais proprietários e contato com disciplinas de empreendedorismo, que não apresentaram significância estatística. Tal modelo apontou as mesmas variáveis significativas dos demais e apresentou o mesmo poder explicativo do anterior. Isto possibilita inferir que a adição das variáveis não melhorou a capacidade explicativa do mesmo, logo, ter ou não envolvidos em atividades empreendedoras e ter ou não contato com disciplinas de

empreendedorismo ao longo da formação universitária não surtiu efeito positivo significativo na IE. Este efeito também ocorreu na amostra 2016.

Finalmente, no **Modelo 4** ($F(62,4) = 1,433$, $p < 0,001$; R^2 Ajustado = 0.337) foi acrescentada à análise a covariável área de estudo, testando-se a influência conjunta de todas as variáveis independentes e covariáveis na intenção empreendedora. Este foi o modelo que demonstrou maior poder de explicação (34%) sobre a IE quando comparado aos anteriores (ver Tabela 12). As variáveis autoeficácia empreendedora, competências empreendedoras e normas subjetivas - família/amigos/colegas permaneceram positivas e significativas, sendo a autoeficácia a variável que mais fortemente influenciou os níveis de IE, seguida de competências empreendedoras e normas subjetivas - família/amigos/colegas. No que diz respeito ao locus de controle interno, observa-se que tal variável não apresentou significância estatística nos modelos de 2018. Como visto, em 2016, apesar do resultado ter sido significativo, o intervalo de confiança praticamente alcançou o zero, tendo sido de -0,03, o que nos permite inferir que em ambos os anos não há influência significativa do locus na IE.

Quanto à variável de controle gênero, esta também se mostrou estatisticamente significativa para o gênero masculino na amostra 2018, expressando o efeito positivo deste na intenção empreendedora. Tais resultados guardam semelhanças com outros estudos empíricos e serão discutidos no capítulo a seguir.

Em relação à área de estudo, de maneira similar ao que se observou na amostra de 2016, o acréscimo desta variável ampliou o poder explicativo do modelo, sinalizando que a área do curso pode exercer efeito positivo na IE de estudantes universitários. Para 2018, as áreas foram segmentadas, conforme o GUESSS, em Artes e Humanidades (área 1), Ciências da Computação/TI (área 2), Economia (área 3), Gestão de Negócios (área 4), Engenharia e Arquitetura (área 5), Medicina e Ciências da Saúde (área 6), Direito (área 7) e outras (área 8). Do mesmo modo que ocorre em 2016, visto ser uma variável categórica, que inclui várias *dummies* (0 ou 1) referentes à cada área - sendo a área 4 uma referência por conter estudantes do curso de Administração - a interpretação do coeficiente é diferente das demais variáveis, visto que um valor significativo e positivo sinaliza que aquela área é significativamente diferente (para mais) do que a área de referência (Tabela 10).

Tabela 10 - Modelos de regressão múltipla robusta variável dependente IE - Amostra GUESSS 2018

Variáveis Independentes	Modelos Estimados				
	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	
Gênero	0.26***	0.28***	0.28***	0.25***	0.11, 0.38
Autoeficácia empreendedora	0.40***	0.39***	0.39***	0.38***	0,31, 0,45
Locus de controle interno	-0.02	-0.04	-0.05	-0.04	-0.11, 0,03
Competências empreendedoras	0.29***	0.27***	0.28***	0.28***	0.20, 0,36
Normas sub.- família/amigos/col.		0.23***	0.23***	0.21***	0.13, 0,28
Normas sub. - sociedade		-0.06	-0.06	-0.05	-0.09, -0,02
Universidade - ambiente		0.04	0.04	0.03	-0.03, 0,08
Universidade - aprendizagem		-0.09	-0.09	-0.07*	-0.13, 0,00
Hist. familiar - pais autônomos			0.10	0.11	-0.10, 0,32
Hist. familiar - pais proprietários			-0.15	-0.17	-0.38, 0,03
Contato c/ disciplinas de emprend.			-0.03	-0.08	-0.28, 0,12
Área 1				0.01	-0.21, 0,23
Área 2				0.46***	0.25, 0,67
Área 3				0.39***	0.18, 0,60
Área 5				0.22	-0.01, 0,46
Área 6				0.46	0.08, 0,83
Area 7				-0.10	-0.38, 0,17
Area 8				0.37*	0.09 -0,64
R2	0.306	0,329	0.329	0.343	
	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	
Crítérios	4	8	11	18	

N. de parâmetros	-----	M2 vs. M1	M3 vs. M2	M4 vs. M3
Comparação de modelos	-----	18,37(4)***	0.82(3)	6.25(7)***
F(df)				

Fonte: a autora (2023).

Nota: Código de Significância: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

6. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo, tendo como ponto de partida a teoria examinada, serão discutidos os resultados encontrados a partir da análise dos dados da GUESSS em 2016 e 2018.

Como apresentado anteriormente, com a utilização de métodos robustos de regressões múltiplas, quatro modelos explicativos da intenção empreendedora foram projetados. Os Modelos 4, que testaram a influência conjunta de todas as variáveis independentes e covariáveis, apresentaram melhor ajuste tanto para 2016 quanto para 2018 e foi utilizado na análise a IE. Compostos pelas variáveis autoeficácia empreendedora, locus de controle interno, competências empreendedoras, normas subjetivas - família/amigos/colegas, histórico familiar – pais autônomos, histórico familiar – pais empreendedores, normas subjetivas – sociedade, universidade – ambiente favorável ao empreendedorismo, universidade – aprendizagem voltada ao empreendedorismo e contato com disciplinas de empreendedorismo, além de gênero e área de estudo, tais modelos foram capazes de explicar 42% e 34% da intenção empreendedora para as amostras de 2016 e 2018, respectivamente. A verificação da influência conjunta de todas as variáveis independentes individuais e contextuais na IE possibilitou observar que, aquelas as quais se mostraram significativas nos primeiros modelos (autoeficácia empreendedora, competências empreendedoras, normas subjetivas – família/amigos/colegas e a covariável gênero) mantiveram o seu poder explicativo mesmo quando outras foram sendo inseridas, o que sinaliza o forte efeito preditor das mesmas sobre a intenção de empreender.

A variável autoeficácia empreendedora revelou-se positiva e significativa estatisticamente em 2016 e também em 2018. O efeito positivo expressivo dessa variável em relação à IE converge com diversos estudos empíricos (Ibrahim; Mahmood, Bakar, 2016; Moriano et al., 2012; Mortan *et al.*, 2014; Elnadi; Gheith, 2021; Nazir, Lone, 2022; Travis, Freeman, 2017; Watchravesringkan *et al.*, 2013) predominando na literatura sobre intenção empreendedora. Infere-se, assim, que a convicção do indivíduo em sua capacidade de mobilizar habilidades acreditando ser apto a desempenhar com êxito os papéis de um empreendedor (Bandura, 1997; Benight; Bandura, 2004; Wood; Bandura, 1989; Baum *et al.*, 2001; Chen; Greene; Crick, 1998) se revela um antecedente cognitivo chave para explicar a IE. Deve-se considerar, inclusive, que o receio quanto a empreender vivenciado por certas pessoas, ocorra, não porque não possuam as habilidade necessárias, mas sim por acreditarem que não são capazes (CHen; Greene; Crick, 1998).

Esses achados também corroboram com as descobertas de Zhao, Seibert e Hills (2005) em estudo realizado junto a estudantes de cinco universidades norte-americanas, demonstrando que os indivíduos com intenções de empreender apresentam alta autoeficácia, ou seja, a crença de que podem ter sucesso nesse papel. Outros estudos realizados junto a amostras de universitários em diferentes países encontraram resultados similares (Darmanto; Yuliari, 2018; Yarima; Hashim, 2016; Kazeem; Asimiran, 2016; Koenig; 2016; Moriano *et al.*, 2012; Mortan *et al.*, 2014; Pfeifer, Šarlija; Sušac, 2016; Sahabudin, 2018; Tiwari, Bhat, Tikoria, 2017; Travis; Freeman, 2017), sugerindo que a intenção em iniciar um negócio próprio é maior nos indivíduos que apresentam alto nível de confiança em seu desempenho, no sentido de se perceberem preparados a trabalhar de forma autônoma, identificar novas oportunidades e criar novos produtos e serviços, percepções estas compartilhadas pelos resultados desta tese.

O poder explicativo da autoeficácia empreendedora para as amostras de 2016 e 2018 permite inferir, portanto, que a convicção pessoal quanto à capacidade de realizar é um importante preditor da IE. Isso indica que ao se perceberem mais eficazes os estudantes mostram-se mais determinados a contornar as dificuldades e desafios do processo empreendedor (Mortan *et al.*, 2014; Pihie; Akmaliah, 2009; SantoS; Liguori, 2019; Zhao *et al.*, 2005). Estendendo a análise para cada pressuposto desta tese é possível afirmar que a hipótese H1: a autoeficácia empreendedora exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE) foi confirmada, visto que apresenta efeito positivo e estatisticamente significativo, convergindo para os resultados encontrados na literatura.

Outra variável cuja influência na IE foi verificada é o locus de controle interno. Nesta tese, o locus reflete a autopercepção dos estudantes acerca da capacidade em proteger seus próprios interesses, concretizar os planos traçados para si e exercer algum controle sobre os acontecimentos da sua própria vida (GUESSS, 2016/2018). Na amostra 2016 esta variável mostrou-se negativa e significativa, porém em 2018 não foi significativa, indicando que não exerceu poder explicativo na IE. Convém destacar, no entanto, que, no que concerne ao resultado de 2016, uma análise mais cuidadosa do intervalo de confiança (ver Tabela 11) permite dizer que, embora tenha sido significativo, o número praticamente chegou a zero (-0,03). Este é um indicativo de que, considerando as duas amostras, o locus não se mostrou um preditor relevante para a IE, segundo os estudantes respondentes na UFBA.

Em vista disso, a hipótese H2: o locus de controle interno exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE) foi rejeitada. Tais resultados divergem de estudos

que apontam para o efeito positivo desse antecedente na intenção empreendedora de estudantes universitários, na medida em que indivíduos com maior locus de controle interno tendem a mostrar-se mais propensos a explorar oportunidades de negócio por acreditarem que os resultados a serem alcançados dependem majoritariamente dos seus esforços, estando, portanto, sob o seu controle (Çolakoğlu; Gözükarab, 2016; Hassan; Ghazali, 2016; Hossain, Asheq; Arifuzzaman, 2020; Kurjono *et al.*, 2021; Sancho; Lechuga Sancho; Martín-Navarro; Ramos-Rodríguez, 2020; Mat, Maat; Mohd, 2015; Mwiya *et al.*, 2017; Nazir; Lone, 2022; Sahabuddin, 2018; Sensen, 2013; Solesvik, 2012; Tseng *et al.*, 2022).

Por outro lado, alguns estudos evidenciaram que o locus de controle interno não demonstrou poder explicativo sobre a intenção empreendedora (Nasip *et al.*, 2017; Saeed *et al.*, 2013). Em ambas as pesquisas, tal achado pode ser explicado considerando o aspecto cultural, visto que nos países estudados - Paquistão e Índia - ao contrário de outras sociedades tidas como mais individualistas, o locus de controle interno tende a ser menos desenvolvido, já que a cultura nacional postula valores mais coletivistas, fortalecendo a crença de que os resultados alcançados estão muito mais relacionados ao todo, do que sob o controle de cada um (Nasip *et al.*, 2017; Saeed *et al.*, 2013). Esses achados discrepantes em relação à pesquisa tradicional merecem investigação em estudos futuros que comparem os efeitos do locus de controle interno na IE de estudantes universitários em países com tais diferenças culturais. Nas amostras aqui estudadas, por exemplo, considerando que o Brasil demonstra valores sociais individualistas (Holanda, 1976; Damatta, 1997; Sorj, 2000; Thiry-Cherques, 2008) seria esperada uma influência positiva do locus de controle interno na IE; o que não foi verificado.

Ademais, em pesquisa junto a universitários com histórico familiar empreendedor, verificou-se que indivíduos com níveis mais altos de locus de controle interno estavam mais propensos a optar pelo emprego do que a empreender. Isto pode ser explicado considerando que descendentes de famílias de negócios, ainda que exibam altos níveis de locus de controle interno, podem querer evitar as responsabilidades e pressões relacionadas à atividades empreendedoras, por também perceberem-se capazes de controlar o próprio destino seguindo uma carreira fora do empreendedorismo. Assim, observa-se que o fato de a carreira empreendedora ser viável não significa que seja automaticamente desejável (Zellweger *et al.*, 2011). Recomenda-se, assim, investigar o efeito do locus na IE de estudantes com histórico familiar empreendedor. Este movimento poderá lançar luz sobre aspectos ainda pouco explorados quanto ao efeito desta variável na intenção de seguir carreira no empreendedorismo.

De forma combinada com a autoeficácia empreendedora, o locus de controle interno e as outras variáveis discutidas em sequência, testou-se o efeito das competências empreendedoras, apresentadas aos participantes desta tese como habilidades voltadas à comercialização e desenvolvimento de ideias, gerenciamento da inovação, construção de parcerias profissionais, gestão de negócios, comunicação e liderança de equipes (GUESSS, 2016/2018). De maneira mais abrangente, as competências empreendedoras são definidas na literatura como conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que conferem ao indivíduo a capacidade de imprimir sua visão de negócios, desenvolvendo ações na criação de valor econômico (Bird, 1988; Chew *et al.*, 2016; Lenzi *et al.*, 2011; Mitchelmore; Rowley, 2010). A autopercepção acerca desta variável também exerceu efeito substancial na IE, ampliando o poder explicativo do ajuste e respondendo por 34% da variância na amostra de 2016 e 28% em 2018. Isso confirma a hipótese H3: As competências empreendedoras exercem influência positiva na intenção empreendedora (IE). Presume-se então que, quanto mais desenvolvidas as competências relacionadas, por exemplo, à identificação de oportunidades, visão estratégica, negociação, tomada de decisão, construção de relacionamentos, inovação, criatividade e gestão de negócios em universitários, mais forte é a intenção de seguir a carreira empreendedora. Esses resultados se assemelham aos encontrados por outros autores ao apontarem para o efeito positivo desses antecedentes da cognição na IE (Ferreira, 2017; Ibrahim; Lucky, 2014; Linan, 2008; Draksler; Sirec, 2021).

Em outro estudo, analisou-se o efeito das competências empreendedoras como variável moderadora na relação entre atitude empreendedora e intenção empreendedora entre dois grupos de estudantes universitários, empreendedores e não-empreendedores. Os resultados sinalizaram que quanto mais forte é a atitude, maior é a intenção empreendedora. Esta relação, entretanto, revelou-se mais positiva nos estudantes que se percebiam mais competentes (Ferreira, 2017). Atuar com competência envolve os recursos disponíveis, ou seja, conhecimentos, saber-fazer, emoções e comportamentos combinados; a prática, isto é, a ação em si e os resultados que ela produz e, finalmente, a reflexividade, que se relaciona com a capacidade de compreender, o por quê e o como agir, aprendendo pela experiência em situações reais ou simuladas (Le Boterf, 2006). Competências não podem ser consideradas, portanto, um estado ou traço pessoal nato, ao contrário, se revelam como uma dimensão passível de ser aprendida ou desenvolvida a partir de diferentes contextos educacionais, sociais e práticos (Fleury; Fleury, 2001; Le Boterf, 2006).

Partindo dessa lógica, é preciso considerar os fatores que influenciam o desenvolvimento desses conhecimentos, habilidades e atitudes (Bird, 2019), dentre eles a educação empreendedora, tendo em vista a influência positiva das competências na IE de universitários, notadamente de estudantes nos programas curriculares que incorporam disciplinas de empreendedorismo (Ferreira, 2017). O repertório de conhecimentos e experiências - inclusive as práticas - ofertado em programas de educação empreendedora tornaria possível a formação de indivíduos mais aptos e propensos a empreender (BAKAR; Islam; Lee, 2015; Paço *et al.*, 2015; Zampieri; Takahashi, 2014). Em pesquisa realizada pela GEM junto a 51 países, o Brasil é o segundo país do mundo com mais interessados em ter seu próprio negócio (GEM, 2023). Ao mesmo tempo, no 1º trimestre de 2023 o desemprego no país chegou a 8,8%, o que corresponde a 9,4 milhões de pessoas. A este número, somam-se os desalentados, ou seja, 3,9 milhões de pessoas - dentre elas, muitos jovens - que desistiram de procurar emprego porque não conseguiram por repetidas vezes (IBGE, 2023). Tal cenário reforça a necessidade de investir em políticas públicas voltadas à estruturação de ecossistemas - inclusive os universitários - que contribuam com a aquisição e o aprimoramento de competências empreendedoras nos jovens, impulsionando assim o desenvolvimento socioeconômico, e consequentemente a geração de emprego e renda. Nesta tese, a percepção das competências empreendedoras pelos universitários também foi positivamente relacionada com a autoeficácia empreendedora, indicando que estudantes que se percebem mais competentes demonstram maiores níveis de autoeficácia voltada ao empreendedorismo (Ferreira, 2017; Lizote, 2013). Por sua vez, como demonstrado, a autoeficácia empreendedora exerce forte poder explicativo na IE. Assim, analisar o efeito de antecedentes conjuntamente, como é proposto nesta tese, representa possibilidades de examinar essa temática de maneira otimizada (Vahidnia *et al.*, 2017).

Quanto às normas subjetivas relacionadas à pressão social exercida por família, amigos e colegas na intenção de empreender dos universitários, esse antecedente contextual da cognição alcançou efeito significativo e positivo, explicando 19% da IE da amostra de estudantes de 2016 e 21% de 2018. Portanto, os resultados encontrados indicam que a hipótese H4: as normas subjetivas família/amigos/colegas exercem influência positiva e significativa na IE foi confirmada.

Estes achados acerca da percepção dos universitários em relação às expectativas positivas de pessoas próximas e relevantes, quanto ao comportamento empreendedor (Ajzen,

1991; Liñán; Chen, 2009; Schlaegel; Koenig, 2014), são consistentes com os resultados encontrados por outros estudos (Bhandari 2012, Edelman, 2016, Ferreira; 2017; Gubik, 2021, Gubik; Farkas, 2016; Kalnins; Chung, 2006; Mwiya *et al.*, 2017; Romaní *et al.*, 2022; Ozaralli; Rivenburgh, 2016; Sesen, 2013; Palmer *et al.*, 2021). Pode-se inferir, assim, que as percepções favoráveis desta rede de familiares, amigos e colegas quanto a iniciar um negócio próprio tendem a encorajar comportamentos empreendedores. Da mesma forma, pressupõe-se que perspectivas pouco favoráveis ao empreendedorismo exercem um efeito contrário, representando algum tipo de obstáculo à escolha da carreira empreendedora (Linan; Urbano; Guerrero, 2011).

As normas subjetivas relacionadas à sociedade - pressão percebida em relação aos valores sociais vigentes quanto à intenção de empreender - também foram testadas nesta tese e os resultados sugerem não haver efeito significativo na IE, o que permite rejeitar a H5: as normas subjetivas - sociedade exercem influência positiva e significativa na IE. Tais resultados são divergentes dos encontrados por Autio *et al.* (2001) na Finlândia, Suécia, EUA e Reino Unido. Em pesquisa de Zampetakis *et al.* (2015) com estudantes gregos, a percepção quanto às normas culturais e sociais mostrou efeito positivo significativo na intenção de iniciar um negócio próprio. Segundo esse autor, em países de cultura mais individualista, as normas sociais explicam atitudes pessoais (como a busca pela independência) que podem exercer influência positiva na IE (Zampetakis *et al.*, 2015). Seguindo essa lógica, estudos adicionais podem ampliar a compreensão sobre como tais normas inspiram a ideia do sucesso individual alcançado a partir de esforços próprios, influenciando a IE. Inclusive no Brasil, onde os valores sociais são mais voltados ao individualismo (Holanda, 1976; Damatta, 1997; SORJ, 2000; Thiry-Cherques, 2008), espera-se que a influência das normas subjetivas relacionadas à sociedade seja positiva - o que não foi observado nas amostras 2016 e 2016. Logo, novos estudos certamente serão relevantes.

Outra variável verificada refere-se ao histórico familiar dos estudantes, quanto ao envolvimento dos pais em atividades empreendedoras. Tendo em vista que o interesse em compreender se filhos de empreendedores têm maior propensão a se tornarem eles próprios empreendedores é compartilhado por muitos estudiosos (Ajzen, 1991; Bryant, 2009; Meek *et al.*, 2010; Liñán, Urbano e Guerrero, 2011; Montaña & Kasprzyk, 2008; Shapero e Sokol, 1982), verificou-se, nesta tese, em que medida ter pais autônomos ou proprietários majoritários de um negócio pode influenciar a intenção empreendedora dos filhos. O acréscimo de tais

variáveis no modelo não contribuiu para explicar a IE, visto que os resultados não se mostraram estatisticamente significativos. Assim, a hipótese H5: o histórico familiar - pais autônomos e/ou proprietários - exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE) foi rejeitada. Os resultados se sustentam nas próprias frequências obtidas para esta variável, visto que uma considerável parcela de estudantes afirmou não possuir pais implicados em atividades empreendedoras. Alinham-se também com os encontrados por Zellweger *et al.* (2011) ao observarem que, embora os universitários pesquisados considerem a carreira empreendedora uma escolha viável e se percebam com altos níveis de autoeficácia, não necessariamente almejam seguir abrir um negócio próprio, seguindo os passos dos pais. Isso pode ser justificado por acompanharem as dificuldades, sacrifícios e obstáculos enfrentados pelos pais ao empreenderem (Zellweger *et al.*, 2011). Pressupõe-se, então, que apesar da vivência empreendedora na família se relacionar com o suporte financeiro e emocional para abrir uma empresa - além da transmissão de conhecimentos sobre a atividade - os desafios percebidos a uma carreira empreendedora também podem desestimular a propensão a empreender.

Por outro lado, outras pesquisas demonstram a influência positiva de pais empreendedores, sugerindo que o papel destes como referências para os filhos produz maior engajamento em atividades voltadas ao empreendedorismo e pode influenciar as intenções em gerenciar um negócio próprio (Barnir; Watson; Hutchins, 2011; Bhandari, 2012; Carr; Sequeira, 2007; Edelman, 2016; Gubik, 2021; Palmer *et al.*, 2021). Cabe destacar aqui, que pode ser interessante considerar o macroambiente de negócios ao verificar a influência do histórico familiar empreendedor na IE de estudantes, tendo em vista as condições para empreender: fatores como a economia do país; acesso à infraestrutura e apoio financeiro; barreiras, custos, concorrência e legislação do mercado interno, além dos níveis de burocracia e impostos representam grandes desafios. Logo, acompanhar as adversidades vivenciadas por pais empreendedores nestes contextos, pode influenciar negativamente a intenção empreendedora dos jovens. Por outro lado, em países nos quais o ambiente se mostra mais favorável ao empreendedorismo, ter pais empreendedores pode representar uma influência positiva quanto a IE.

Em relação à educação empreendedora, nesta tese, verificou-se o efeito desse antecedente contextual da cognição considerando três variáveis: ambiente universitário favorável ao empreendedorismo, aprendizagem voltada ao empreendedorismo e contato com disciplinas de empreendedorismo ao longo do curso. Foi verificado, então, o efeito preditivo

dessas variáveis quando adicionadas ao modelo. Nas duas amostras, 2016 e 2018, os achados revelaram que não houve ampliação do poder explicativo do modelo quanto à IE, em razão das três variáveis não apresentarem significância estatística. Desse modo, a H7: o ambiente universitário favorável ao empreendedorismo exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE), bem como a H8: a aprendizagem voltada ao empreendedorismo exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE), foram rejeitadas.

A hipótese H9: o contato com disciplinas de empreendedorismo exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE) também não foi corroborada, sugerindo que o ensino empreendedor, nos moldes como vem sendo implementado na instituição, não apresenta efeito positivo sobre a intenção em empreender dos universitários. Tais resultados se justificam pelas próprias médias das variáveis universidade – ambiente favorável ao empreendedorismo e universidade – aprendizagem voltada ao empreendedorismo, que se mostraram mais baixas que das demais, em 2016 e 2018. No caso da variável contato com disciplinas de empreendedorismo, há uma proporção maior de estudantes que não teve contato com essas, o que evidencia não apenas a baixa influência na IE, mas que a universidade não conta com modelos de educação empreendedora capazes de despertar nos estudantes maior interesse em empreender.

Os achados coincidem com os encontrados por pesquisadores de outros países ao constatarem que a educação empreendedora não apresenta poder explicativo na intenção de empreender de estudantes universitários (Alkhalaf *et al.*, 2022; Fragoso, Rocha-Junior, Xavier, 2020; Ferreira; 2017; Nabi *et al.*, 2018; Støren, 2014). Cabe destacar também os estudos que apresentam resultados inconclusivos (Asimakopoulos; Hernández; Peña Miguel, 2019; Bae *et al.*, 2014; Barral; Ribeiro; Canever, 2018; Ferreira; Loiola; Gondim, 2017; Joensuu-Salo; Varamäki; Viljamaa, 2015), possibilitando refletir que a influência da educação empreendedora na IE varia de acordo com o investimento em políticas públicas voltadas a ações institucionais de apoio ao ensino do empreendedorismo (Ferreira; Loiola; Gondim, 2020).

Nesse sentido, as universidades que se limitam aos métodos convencionais de ensino do empreendedorismo e tendem a se distanciar dos modelos de ambientes voltados à inovação, nos quais se privilegia, dentre outras ações, incubadoras de novos negócios, envolvimento em atividades de aceleração de startups, visitas de campo e aprendizados baseados em cases de sucesso. Em outras palavras, essa mudança de paradigma deve refletir o entendimento de que universidades devem evitar ensinar sobre empreendedorismo e, ao invés disso, focar na

experiência do empreendedorismo (Chen *et al.*, 2015). Assim, de forma contrária ao modelo de ensino limitado à leitura e discussão de textos em sala de aula, no qual o estudante se torna um agente passivo, aprende-se pela experiência (Araújo, 2019). Uma evidência disto refere-se às pesquisas cujos resultados indicam que um ambiente universitário favorável ao empreendedorismo e a aprendizagem voltada à exploração, ao fomento e à gestão de novos negócios, bem como, o contato com disciplinas de empreendedorismo repercutem no engajamento dos estudantes em atividades empreendedoras exercendo influência positiva na IE (Díaz-Casero *et al.*, 2017; Gakure, Waithaka; Kiwara 2012; Gubik; Farkas, 2018; Lopez; Alvarez, 2019; Moraes; Lisuka; Pedro, 2018; Ozaralli; Rivenburgh, 2016; Soomro; Shah, 2015; Shirokova, Osiyevskyy; Bogatyreva, 2015; Sun *et al.*, 2017; Zhang *et al.*, 2019).

Nesta tese, duas covariáveis foram adicionadas à análise conjunta dos antecedentes individuais e contextuais da cognição: gênero e área de estudos.

O gênero masculino demonstrou substancial poder de explicação sobre a IE, permitindo confirmar a hipótese H11: existe diferença significativa na intenção empreendedora (IE) de estudantes universitários que se identificam com o gênero masculino e daqueles que se identificam com o gênero feminino. Este resultado converge com os de outras pesquisas (Chenji; Sode; Memdani, 2020; Díaz-García; Jiménez-Moreno, 2010; Sánchez-Escobedo *et al.*, 2011), reforçando as estatísticas as quais indicam que os homens prevalecem enquanto empreendedores (GEM, 2023). Confirma-se assim, a importância de políticas públicas capazes de fornecer às mulheres condições de equidade quanto ao ingresso em atividades empreendedoras. Mesmo sendo maioria na população brasileira, as mulheres pertencem a um grupo minorizado sub-representado em posições de destaque no contexto corporativo. Além disso, são negativamente impactadas por normas sociais limitantes, que as associam a papéis sociais pouco relacionados à autoconfiança, a autonomia e a propensão a assumir riscos, atuando assim, como inibidores da decisão de empreender, reforçando ainda mais o hiato de gênero (Kalafatoglu; Mendoza, 2017). Ademais, tendo em vista que as mulheres desconsideram, em maior medida, a escolha de uma carreira empreendedora por se perceberem carentes de competências relacionadas ao empreendedorismo (Wilson, Kickul; Marliño *et al.*, 2007), investir na implementação de programas de educação empreendedora específicos a esse público certamente será útil para ampliação das perspectivas de desenvolvimento empreendedor feminino, além de uma ferramenta em potencial para aumentar IE nas mulheres.

No que concerne à adição da área de estudos na análise, observou-se um aumento no poder explicativo do modelo, sinalizando que essa covariável exerce efeito positivo e significativo na intenção dos estudantes em explorar oportunidades de negócios. A hipótese H1: não existe diferença significativa na intenção empreendedora (IE) entre estudantes de diferentes áreas de estudos foi, portanto, rejeitada. É imprescindível destacar que o propósito aqui não é comparar se determinada área é mais ou menos significativa estatisticamente que a 4 (área referência), mas, apresentar evidências de que existe diferença entre áreas. Assim, como argumentado anteriormente, os *clusters* precisam ser considerados nas modelagens de pesquisas empíricas sobre IE, tratando-os a partir de modelos hierárquicos. Desconsiderá-los é assumir que não existem, logo, que as respostas são independentes. Ocorre que, tais respostas, comparadas entre *clusters*, não são independentes, dado que, provavelmente - e aqui fica uma hipótese para ser testada no futuro – estudantes de um mesmo curso tem um padrão de respostas que é diferente do padrão de outros cursos, em termos de variâncias.

A forma de levar isto em consideração, a partir de regressões múltiplas quando se tem poucas áreas, foi seguida nesta tese. Não foram identificados estudos que se propuseram a testar tal efeito, desse modo os resultados aqui encontrados representam relevância para área, na medida em que podem fornecer contribuir para o planejamento e a estruturação de programas e ações de educação empreendedora compatíveis com as especificidades de cada curso, relacionando competências-chave a serem desenvolvidas em cada *cluster* às competências empreendedoras e, inclusive, repensando os perfis esperados para os egressos, de maneira incentivar a IE destes a partir de metodologias de ensino que contemplem a aprendizagem empreendedora baseada em vivências práticas, a fim de que sejam positivamente desafiados a reverem mentalidades, ampliando a predisposição quanto a empreender (Araújo, 2019).

7. CONCLUSÕES

Tendo em vista o papel do empreendedorismo como vetor de desenvolvimento econômico para um país (Barba-Sánchez; Mitre-Aranda; Brío-González., 2022) e a complexidade que envolve a ação empreendedora (Mitchell *et al*, 2014) pode-se afirmar que investigar como se forma a intenção empreendedora é um caminho promissor de pesquisa (Maheshwari; Kha; Arokiasamy, 2022).

Esta tese sustentou que, quando se analisa conjuntamente os antecedentes individuais e contextuais da cognição, é possível desenvolver uma visão mais apurada acerca da influência desses na intenção empreendedora. Assim, esta tese alcançou o objetivo proposto de responder como tais antecedentes influenciam a IE de estudantes universitários não-empreendedores, visto que – seguindo a revisão sistemática da literatura e uma série de procedimentos metodológicos como análises fatoriais exploratórias, estatísticas descritivas e métodos robustos de regressões múltiplas - analisou, apresentou e discutiu as evidências empíricas encontradas a partir dos dados coletados por meio da *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS) anos 2016 e 2018, demonstrando as variáveis com maior poder preditivo sobre a IE dos estudantes. Representou uma vantagem desta tese, a investigação do fenômeno a partir de duas diferentes amostras, na medida em que possibilitou a comparação conjunta dos resultados obtidos, avaliando padrões convergentes e discrepâncias, o que contribuiu para uma análise mais apurada.

Nesse sentido, quando se trata da IE dos estudantes universitários brasileiros, esse entendimento adquire maior importância diante da necessidade de formação empreendedora visando a transição da mentalidade de empregado para empreendedor, em um país com expressivo potencial de empreendedorismo e elevadas taxas de desemprego (GEM, 2023). O interesse em torno dessa temática tem se ampliado desde o começo dos anos 1990, reforçando a relevância de compreender como se forma a intenção de carreira empreendedora em diversos contextos (Liñán; Fayolle, 2015). Logo, muitas teorias têm sido desenvolvidas para investigar a influência de diferentes fatores na IE. Sob essa perspectiva, nos anos 2000, os estudos acerca dos processos cognitivos que influenciam a intenção empreendedora alcançaram destaque no campo do empreendedorismo e a própria pesquisa sobre a cognição empreendedora ganhou forma como um subcampo voltada para a reflexão sobre como pensam os empreendedores (Mitchell *et al.*, 2007). Adicionalmente, trabalhos recentes têm desenvolvido explicações mais

interativas e contextualizadas, com o propósito de compreender este fenômeno de forma dinâmica, a partir da combinação de antecedentes individuais e contextuais da cognição, buscando uma visão mais integrativa (Mitchell *et al.*, 2014). Tal entendimento retrata o ponto de partida desta tese, cujo objetivo geral foi analisar como tais antecedentes individuais e contextuais da cognição influenciam a IE de universitários não-empresendedores. A fim de construir uma base teórica que suportasse a discussão dos achados empíricos, investigou-se as teorias predominantes sobre a intenção empresenedora, além da produção literária acerca da cognição empresenedora.

O primeiro objetivo específico, de verificar a influência das variáveis autoeficácia empresenedora, locus de controle interno e competências empresenedoras na intenção empresenedora dos estudantes universitários não-empresenedores das amostras GUESSS 2016 e 2018, foi alcançado. Os resultados indicaram que a autoeficácia e competências empresenedoras exercem influência positiva significativa na IE.

No que se refere ao segundo objetivo específico, de testar como a adição das variáveis normas subjetivas – família/amigos colegas, histórico familiar – pais autônomos, histórico familiar – pais proprietários, normas subjetivas - sociedade, universidade - ambiente favorável ao empresenedorismo, universidade aprendizagem voltada ao empresenedorismo e contato com disciplinas de empresenedorismo (antecedentes contextuais da cognição) no modelo, influenciam IE em ambas as amostras, foram testadas seis hipóteses. Dentre todas as variáveis acrescentadas, somente as normas subjetivas – família/amigos/colegas mostrou exercer influência positiva significativa na intenção de empresenedor dos estudantes, em 2016 e 2018.

Cumprindo o terceiro objetivo específico, a hipótese relacionada à diferença na IE de estudantes universitários que se identificam com o gênero masculino e dos que se identificam com o gênero feminino foi testada e corroborada, revelando uma diferença estatisticamente significativa entre gêneros: os homens apresentaram maiores níveis de IE em 2016 e 2018, resultados que convergem com a literatura da área.

Finalmente, abarcando o quarto objetivo específico, a hipótese direcionada à testagem da influência da área de estudo na intenção empresenedora entre estudantes de diferentes áreas de estudos não foi confirmada, evidenciando que os cursos relacionados a um mesmo *cluster*, exerceram efeito positivo e significativo na IE. A adição desta covariável, contribuiu, inclusive, para ampliar o poder de explicação da intenção empresenedora no modelo.

Uma síntese dos resultados dos testes de hipóteses é apresentada no Quadro 6.

Quadro 6 - Resultados do teste de hipóteses GUESSSS 2016/2018

Hipóteses da tese	GUESSSS 2016/2018	Resultados de Estudos Empíricos		
		Relação Positiva	Relação Negativa	Resultados Inconclusivos
H1: A autoeficácia empreendedora exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE)	Confirmada	Moriano <i>et al.</i> (2012) Sensen (2013) Watchravesringkan <i>et al.</i> (2013) Pihie; Bagheri (2013) Mortan <i>et al.</i> (2014) Ibrahim; Mahmood; Bakar (2016) Koenig (2016) Yarima; Hashim (2016) Kazeem; Asimiran (2016) Pfeifer; Šarlija; Zekić Sušac (2016) Tiwari; Bhat; Tikoria (2017) Travis; Freeman (2017) Darmanto; Yuliari (2018) Sahabuddin (2018) Liu <i>et al.</i> (2019) Santos; Liguori (2019) Moustafa; Mohamed (2021) Gui, Chen, Zhang (2021) Maluda; Alias (2022) Svotwa <i>et al.</i> (2022) Maslakçı; Sürücü; Şeşen (2022) Sharma; Jamwal (2022)	-	-
H2: O locus de controle interno exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE)	Rejeitada	Solesvik (2012) Sensen (2013) Mat; Maat; Mohd (2015) Çolakoglua; Gözükarab (2016)	Zellweger <i>et al.</i> (2011)	Saeed <i>et al.</i> , (2013) Nasip <i>et al.</i>

		Hassan; Ghazali (2016) Mwiya <i>et al.</i> (2017) Sahabuddin (2018) Sancho; Martín-Navarro & Ramos-Rodríguez (2018) Hossain; Asheq; Arifuzzaman (2020) Kurjono <i>et al.</i> , (2021) Nazir; Lone (2022) Tseng <i>et al.</i> (2022)		(2017)
H3: As competências empreendedoras exercem influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE)	Confirmada	Linan (2008) Ibrahim; Lucky (2014) Ferreira (2017) Al-Jubari, Hassan; Liñán (2019) Draksler; Sirec (2021)	-	-
H4: As normas subjetivas - família, amigos e colegas exercem influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE)	Confirmada	Bhandari (2012) Sesen (2013) Gubik; Farkas (2016) Romaní <i>et al.</i> (2022) Edelman (2016) Ozaralli; Rivenburgh (2016) Mwiya <i>et al.</i> (2017) Palmer <i>et al.</i> (2021) Martins; Perez (2020) Gubik (2021)	-	Loiola <i>et al.</i> (2016)
H5: O histórico familiar - pais autônomos ou proprietários exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE)	Rejeitada	Bhandari (2012) Edelman (2016) Palmer <i>et al.</i> (2019) Gubik; Farkas (2019) Gubik (2021)	Zellweger <i>et al.</i> (2011)	

H6: As normas subjetivas - sociedade exercem influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE)	Rejeitada	Autio <i>et al.</i> (2001) Zampetakis <i>et al.</i> (2015)	-	-
H7: O ambiente universitário favorável ao empreendedorismo exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE)	Rejeitada	Ngugi <i>et al.</i> , (2012) Soomro; Shah (2015) Sun <i>et al.</i> (2017)	Fragoso, Rocha-Junior, Xavier (2020) Alkhalaf <i>et al.</i> (2022)	Bae, Qian, Miao <i>et al.</i> (2014) Simakopoulos; Hernández; Peña Miguel (2019) Nabi <i>et al.</i> (2018) Barral; Ribeiro; Canever (2018)
H8: A aprendizagem voltada ao empreendedorismo exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE).	Rejeitada	Osiyevskyy; Bogatyreva (2015) Ozaralli; Rivenburgh (2016) Díaz-Casero <i>et al.</i> (2017)		
H9: O contato com disciplinas de empreendedorismo exerce influência positiva e significativa na intenção empreendedora (IE)	Rejeitada	Moraes; Lisuka; Pedro (2018) Lopez; Alvarez (2019) Gubik; Farkas (2018) Zhang <i>et al.</i> (2019) Gubik (2021)		
H10: Existe diferença significativa na intenção empreendedora (IE) de estudantes universitários que se identificam com o gênero masculino e dos que se identificam com o gênero feminino.	Confirmada	Ghobril <i>et al.</i> (2006) Díaz-García; Jiménez-Moreno (2010) Sánchez-Scobedo <i>et al.</i> (2011) Chenji; Sode; Memdani (2020) Fragoso, Rocha-Junior, Xavier (2020)	-	-
H11: Não existe diferença significativa na intenção empreendedora (IE) entre estudantes de diferentes áreas de estudos.	Rejeitada	-	-	-

Fonte: a autora (2023).

Nesta tese, foi constatado que:

- a) No modelo 1, quando testados conjuntamente, os antecedentes individuais da cognição, autoeficácia empreendedora e competências empreendedoras apresentam maior poder preditivo, explicando fortemente a intenção empreendedora. A covariável gênero, adicionada ao modelo de regressão, revelou influência positiva significativa, revelando que os homens apresentam maior IE que as mulheres;
- b) No modelo 2, ao adicionarem-se as os antecedentes contextuais normas subjetivas – família/amigos/colegas, normas subjetivas – sociedade, universidade - ambiente favorável ao empreendedorismo e universidade - aprendizagem voltada ao empreendedorismo, o poder explicativo foi ampliado em razão da influência positiva e estatisticamente significativa das normas subjetivas – família/ amigos/colegas na IE;
- c) No modelo 2, o acréscimo de outros antecedentes contextuais, histórico familiar - pais autônomos, histórico familiar - pais empreendedores e contato com disciplinas de empreendedorismo às demais, não contribuiu para aumentar o poder de explicativo do modelo, visto que nenhum deles expressou significância estatística positiva, indicando que ter ou não pais envolvidos em atividades empreendedoras não aumentou a IE;
- d) No modelo 4, a incorporação da covariável área de estudos a todos os antecedentes individuais e contextuais anteriores, a fim de testar o efeito explicativo dos *clusters*, contribuiu para a ampliação do poder preditor, visto que duas das oito áreas testadas apresentaram influência positiva e significativa na IE. Como já discutido, isto sinaliza que é preciso considerar a força dos *clusters* na intenção de empreender de universitários para avançar na compreensão deste fenômeno.

Esta tese também abrange limitações. Ressalta-se a adoção de amostras por conveniência e não probabilísticas, o que implica em não considerar alguns grupos amostrais e, principalmente, na redução do poder de generalização dos resultados. É importante ressaltar, ainda, que esta tese não se insere em um design causal. Isso significa que não se pode considerar que aumentar uma determinada variável, causa o aumento de IE, já que, apenas modelos causais contemplam tal possibilidade. O que se pode afirmar, é que em se tratando de duas amostras com os mesmos resultados, há bons indícios disso, porém não existem garantias. Outra condição limitante diz respeito à classificação das áreas de estudos, visto que, nos instrumentos GUESS

2016 e 2018 tais áreas são apresentadas de forma genérica (como por exemplo, no instrumento 2016, Área 4 – Direito, Economia e Administração, Área 5 – Matemática e Ciências Naturais, Área 6 – Artes, Design, Teatro, Música) o que dificulta a compreensão acerca da influência de cada curso na IE dos estudantes. Esta não se refere a uma limitação intrínseca a esta tese – por se tratar de uma característica do instrumento de pesquisa – porém reduz a possibilidade de uma análise mais aprofundada em relação aos efeitos dos cursos na IE. Considerando a abrangência mundial da GUESSS e a sua relevância quanto a caracterizar o espírito, as atividades e as intenções empreendedores de estudantes universitários, uma segmentação mais refinada das áreas de estudo de forma a agrupá-las em *clusters* específicos – diferentemente de que é realizado atualmente – possibilitaria a realização de mais pesquisas empíricas a partir de modelagens de regressões hierárquicas. Isto contribuiria para uma verificação mais aprofundada da influência de cada *cluster* na intenção de empreender dos estudantes, servindo, conseqüentemente, como base de avaliação das condições do ensino ligado ao empreendedorismo em cada curso.

Esta tese promove a abertura de novas perspectivas de pesquisa, contribuindo em termos teóricos e práticos. É possível destacar, como contribuição teórica desta tese, a análise conjunta de antecedentes individuais e contextuais na IE, considerando que a cognição empreendedora está socialmente situada e é interdependente do contexto social (Mitchell *et al.*, 2002; Smith *et al.*, 2004). Como as teorias sobre a cognição empreendedora formam um campo promissor de pesquisa, esta tese contribui com a ampliação desse campo do conhecimento:

- a) Reforçando a base empírica de estudos acerca da influência conjunta dos antecedentes individuais e dos antecedente contextuais da cognição na IE de universitários, assegurando um debate mais enriquecedor da cognição empreendedora no horizonte de pesquisa atual;
- b) Verificando o poder explicativo das covariáveis gênero e área de estudo, em conjunto os antecedentes individuais e contextuais da cognição, a fim de compreender o quão influenciam a IE.

No que se refere às contribuições práticas desta tese:

- a) No tocante ao efeito da educação empreendedora na IE, os resultados reforçam a necessidade de investimentos em políticas públicas voltadas ao ensino empreendedor no contexto universitário, visando, não somente desenvolver competências empreendedoras, como também, aplicá-las na prática. Desse modo, a partir do incentivo ao envolvimento dos estudantes em atividades voltadas ao empreendedorismo, conscientes dos desafios e oportunidades, poderão

ampliar seus níveis de autoeficácia visando explorar novas oportunidades de negócio, aumentando as possibilidades de ocupações rentáveis que poderão se reverter em inovação e desenvolvimento socioeconômico para o país, tornando-o competitivo a nível mundial;

b) Quanto ao efeito positivo e significativo das normas subjetivas na intenção empreendedora, na prática, compreender o papel do círculo social do estudante – família, amigos e colegas – e a sua influência na IE pode ser útil para a estruturação de estratégias com foco nos pais, auxiliando-os a repensarem a visão tradicional quantos aos filhos se graduarem para buscar um emprego, tornando-se incentivadores da carreira empreendedora dos mesmos. E ainda, dos colegas, visto que fomentar um ambiente favorável ao empreendedorismo na universidade pode contribuir para a disseminação de percepções positivas acerca da carreira empreendedora entre colegas, repercutindo na influência mútua;

c) Em relação às diferenças encontradas quanto a IE de estudantes que se identificam com o gênero masculino e aqueles que se identificam com o gênero feminino, do ponto de vista prático, este resultado abre espaço para o desenvolvimento de ações de educação empreendedora voltadas à formação e/ou aprimoramento de competências que resultem na ampliação da percepção de autoeficácia empreendedora das mulheres, visto que muitos estereótipos de gênero enfatizam diferenças no comportamento entre homens - tidos como naturalmente mais assertivos nos negócios, propensos a riscos e hábeis em liderar - e mulheres - percebidas como mais zelosas, dóceis e pouco pragmáticas (Hofstede, 1980), o que pode representar um desestímulo quanto à propensão a empreender nesse grupo.

d) Por fim, no que se refere à área de estudo, considera-se esta a contribuição prática mais relevante desta tese, tendo em vista que a verificação do efeito positivo e significativo da área de estudos na IE dos estudantes nas amostras de 2016 e 2018 abre passagem para que novos estudos focalizando essa variável sejam desenvolvidos, contribuindo assim para a geração de recomendações de melhoria de processos e práticas – inclusive políticas públicas – visando o aperfeiçoamento dos modelos de educação empreendedora nas instituições de ensino superior. Em outras palavras, os resultados revelados poderão apoiar formuladores de políticas quanto à estruturação de programas universitários voltados para orientação específica da carreira empreendedora junto a estudantes de cada um dos *clusters*.

Esta tese instiga a realização de futuras pesquisas que deem seguimento à investigação da influência da área de estudo na IE, inclusive a partir da identificação mais específica dos

clusters, o que possibilitará o uso de modelos de regressão hierárquica, para que se capture o efeito direto de cada curso na IE.

Estudos futuros também podem analisar o papel mediador das normas subjetivas - família/amigos/colegas na relação entre gênero e intenção empreendedora, contribuindo para ampliar a compreensão acerca da importância do suporte social na intenção de carreira empreendedora em estudantes universitárias.

Pesquisas adicionais podem, também, expandir o entendimento sobre como as normas subjetivas relacionadas à sociedade influenciam a IE, a partir da comparação de amostras em países de cultura mais individualista e em outros, cuja sociedade seja marcada por valores considerados coletivistas. Esta indicação abrange também a exploração dos efeitos do locus de controle interno na intenção de empreender de estudantes, nesse mesmo cenário (países mais individualistas versus coletivistas).

Faz sentido, ainda, sugerir à pauta de futuras pesquisas, o exame do efeito do locus de controle interno na IE de estudantes com histórico familiar empreendedor (pais envolvidos em atividades empreendedoras). Acredita-se que novos estudos contribuirão para descortinar aspectos ainda pouco explorados quanto à força deste antecedente, considerando as diferenças culturais interpaíses.

Finaliza-se esta tese, consciente da relevância e complexidade da IE enquanto temática inserida no campo do empreendedorismo, visto que, negócios não se iniciam em resposta a um único fator. Por mais que oportunidades promissoras sejam identificadas, existe um processamento de informações - envolvendo elementos individuais e contextuais - até que se considere a possibilidade de empreender. Portanto, explorar como se forma e o que influencia a intenção empreendedora dos estudantes é imprescindível para fomentar a atividade empreendedora. Espera-se que esta tese impulse a realização de novas pesquisas com vistas a ampliar a compreensão dessa questão.

REFERÊNCIAS

- ACHCHUTHAN, S.; NIMALATHASAN, B. Level of entrepreneurial intention of the management undergraduates in the University of Jaffna, Sri Lanka: scholars and undergraduates' perspective. **South Asian Academic Research Journals**, Haryana, v. 2, n. 10, p. 24-42, 2012.
- AJZEN, I. Nature and operation of attitudes. **Annual Review of Psychology**, San Mateo, v. 52, n. 1, p. 27-58, 2001.
- AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational behavior and human decision processes**, Amsterdam, v. 50, n. 2, p. 179-211, 1991.
- AKHTER, A; HOSSAIN, M ,U; AL ASHEQ, A. Influential factors of social entrepreneurial intention in Bangladesh. **The Journal of Asian Finance, Economics and Business**, Bengbu, v. 7, n. 8, p. 645-651, 2020.
- AL-JUBARI, I; HASSAN, A; LIÑÁN, F. Entrepreneurial intention among university students in Malaysia: integrating self-determination theory and the theory of planned behavior. **International Entrepreneurship and Management Journal**, Berlin, v. 15, p. 1323-1342, 2019.
- ALKHALAF, T. *et al.* Can entrepreneurial knowledge boost the entrepreneurial intent of French students? The mediation role of behavioral antecedents. **Management Research Review**, [Leeds], v. 45, n. 12, p. 1545-1571, 2022.
- ALMEIDA, G. **Valores, atitudes e intenção empreendedora: um estudo com universitários brasileiros e cabo-verdianos**. 2013. Tese (Doutorado em Administração) – Escola de Administração Pública de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2013.
- ANWAR, G; ABDULLAH, N. Inspiring future entrepreneurs: The effect of experiential learning on the entrepreneurial intention at higher education. **International Journal of English Literature and Social Sciences**, Mexico City, v. 6, 2021.
- ARAÚJO, G. F. de. **Educação empreendedora pela experiência: criatividade e emoção no contexto do empreendedorismo cultural**. 2019. Tese (Doutorado em Administração) – Faculdade de Administração da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2019.
- AREND, R J.; SAROOGHI, H; BURKEMPER, A. Effectuation as ineffectual? Applying the 3E theory-assessment framework to a proposed new theory of entrepreneurship. **Academy of Management Review**, New York, v. 40, n. 4, p. 630-651, 2015.
- ARMSTRONG, S J.; COOLS, E; SADLER-SMITH, E. Role of cognitive styles in business and management: Reviewing 40 years of research. **International Journal of Management Reviews**, Hoboken, v. 14, n. 3, p. 238-262, 2012.

ARRANZ, N.; ARROYABE, M. F.; FDEZ. DE ARROYABE, J. C. Entrepreneurial intention and obstacles of undergraduate students: the case of the universities of Andalusia. **Studies in Higher Education**, Oxfordshire, v. 44, n. 11, p. 2011-2024, 2019.

ASIMAKOPOULOS, G; HERNÁNDEZ, V; PEÑA MIGUEL, J. Entrepreneurial intention of engineering students: The role of social norms and entrepreneurial self-efficacy. **Sustainability** [Basel], v. 11, n. 16, p. 4314, Aug. 2019. DOI 10.3390/su11164314.
Disponível em: <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/16/4314>. Acesso em 21 de março de 2023.

AUTIO, E. *et al.* Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. **Enterprise and Innovation Management Studies**, v. 2, n. 2, p. 145-160, 2001.

AYALEW, M. M.; ZELEKE, S A. Modeling the impact of entrepreneurial attitude on self-employment intention among engineering students in Ethiopia. **Journal of Innovation and Entrepreneurship** [Berlin], v. 7, n. 1, p. 1-27, 2018.

BAE, T. J. *et al.* The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. **Entrepreneurship Theory and Practice** [New York], v. 38, n. 2, p. 217-254, Mar. 2014. DOI 10.1111/etap.12095. Disponível em <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/etap.12095>. Acesso em 21 de março de 2023.

BAKAR, R.; ISLAM, Md A.; LEE, Jocelyne. Entrepreneurship education: Experiences in selected countries. **International Education Studies**, Ontario, v. 8, n. 1, p. 88-99, 2015. Disponível em: <https://eric.ed.gov/?id=EJ1060830>. Acesso em 03 de novembro de 2022.

BALUKU, M. M. *et al.* Entrepreneurial socialization and psychological capital: Cross-cultural and multigroup analyses of impact of mentoring, optimism, and self-efficacy on entrepreneurial intentions. **Entrepreneurship Education and Pedagogy** [Thousand Oaks], v. 2, n. 1, p. 5-42, 2019.

BANDURA, A. **Self-efficacy**: The exercise of control. New York: W. H. Freeman and Company, 1997. 604 p.

BANDURA, A. Fearful expectations and avoidant actions as coeffects of perceived self-inefficacy. 1986.

BANDURA, A. Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning. **Educational psychologist**, v. 28, n. 2, p. 117-148, 1993.

BANDURA, A. Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. **Psychological review**, v. 84, n. 2, p. 191, 1977.

BANDURA, A. Social cognitive theory: An agentic perspective. **Annual review of psychology**, v. 52, n. 1, p. 1-26, 2001.

BARBA-SÁNCHEZ, V.; MITRE-ARANDA, M; BRÍO-GONZÁLEZ, J. del. The entrepreneurial intention of university students: an environmental perspective. **European Research on Management and Business Economics**, [Amsterdam], , v.28, n. 2, Mayo/Aug. 2022. DOI 10.1016/j.iedeen.2021.100184. Disponível em:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444883421000437?via%3Dihub>. Acesso em 03 de novembro de 2022.

BARNIR, A.; WATSON, W, E.; HUTCHINS, Holly M. Mediation and moderated mediation in the relationship among role models, self-efficacy, entrepreneurial career intention, and gender. **Journal of Applied Social Psychology** [USA], v. 41, n. 2, p. 270-297, 2011.

BARON, R. A. Cognitive mechanisms in entrepreneurship: Why and when entrepreneurs think differently than other people. **Journal of Business Venturing** [Amsterdam], v. 13, n. 4, p. 275-294, 1998.

BARON, R. A.; MUELLER, Brandon A.; WOLFE, Marcus T. Self-efficacy and entrepreneurs' adoption of unattainable goals: The restraining effects of self-control. **Journal of business venturing**, v. 31, n. 1, p. 55-71, 2016.

BARRAL, M. R. M.; RIBEIRO, F. G.; CANEVER, M.D. Influence of the university environment in the entrepreneurial intention in public and private universities. **RAUSP Management Journal**, São Paulo, v. 53, p. 122-133, Jan./Mar. 2018. DOI 10.1016/j.rauspm.2017.12.009. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.rauspm.2017.12.009> Acesso em 03 de novembro de 2022.

BEGLEY, T. M.; BOYD, D. P. Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses. **Journal of Business Venturing** [Amsterdam], v. 2, n. 1, p. 79-93, 1987.

BEHLING, G.; LENZI, F. C. Entrepreneurial cognition: cognitive elements that influence the exploration of opportunities. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 19, n. 1, p. 170-199, 2020.

BENIGHT, C. C.; BANDURA, A. Social cognitive theory of posttraumatic recovery: The role of perceived self-efficacy. **Behaviour Research and Therapy** [Amsterdam], v. 42, n. 10, p. 1129-1148, Oct. 2004. DOI 10.1016/j.brat.2003.08.008. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0005796703002304>. Acesso em 03 de novembro de 2022.

BHANDARI, N. C. Relationship between students' gender, their own employment, their parents' employment, and the students' intention for entrepreneurship. **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 15, n. 1, p. 133-144, 2012.

BIRD, B. Toward a theory of entrepreneurial competency. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, JAI Press, 2, 51-72., 1995.

BIRD, B.J. The operation of intentions in time: The emergence of the new venture. **Entrepreneurship Theory and Practice** [New York], v. 17, n. 1, p. 11-20, 1992.

BIRD, B. Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. **Academy of management Review**, v. 13, n. 3, p. 442-453, 1988.

BIRD, B. Toward a theory of entrepreneurial competency. In: **Seminal ideas for the next twenty-five years of advances**. Emerald Publishing Limited, 2019. p. 115-131.

BIRD, B. BRUSH, Candida. A gendered perspective on organizational creation. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 26, n. 3, p. 41-65, 2002.

BRYANT, P. Self-regulation and moral awareness among entrepreneurs. **Journal of Business Venturing** [Amsterdam], v. 24, n. 5, p. 505-518, 2009. DOI 10.1016/j.jbusvent.2008.04.005. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0883902608000505>. Acesso em 08 de outubro de 2022.

BUSENITZ, L.W.; LAU, Chung-Ming. A cross-cultural cognitive model of new venture creation. **Entrepreneurship Theory and Practice** [Nova York], v. 20, n. 4, p. 25-40, 1996.

BYRNE, O.; SHEPHERD, D.A. Different strokes for different folks: Entrepreneurial narratives of emotion, cognition, and making sense of business failure. **Entrepreneurship Theory and Practice** [New York], v. 39, n. 2, p. 375-405, 2015.

CALLANAN, G.A.; ZIMMERMAN, Monica. To be or not to be an entrepreneur: Applying a normative model to career decisions. **Journal of Career Development** [Thousand Oaks], v. 43, n. 5, p. 447-461, 2016. DOI 10.1177/0894845316633525. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0894845316633525>. Acesso em 08 de outubro de 2022.

CANTNER, U.; GOETHNER, M.; SILBEREISEN, R. K.. Schumpeter 's Entrepreneur: A rare case. **Journal of Evolutionary Economics** [Berlin], v. 27, p. 187-214, 2017.

CARR, J. C.; SEQUEIRA, J M. Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. **Journal of Business Research**, v. 60, n. 10, p. 1090-1098, Oct. 2007. DOI 10.1016/j.jbusres.2006.12.016. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296307000811>. Acesso em 08 de outubro de 2022.

CHANDLER, G N.; JANSEN, E. The founder's self-assessed competence and venture performance. **Journal of Business Venturing** [Amsterdam], v. 7, n. 3, p. 223-236, May. 1992. DOI 10.1016/0883-9026(92)90028-P. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/088390269290028P>. Acesso em 08 de outubro de 2022.

CHATZI, A.; DOODY, O. The one-way ANOVA test explained. **Nurse Researcher** [Reino Unido], v. 31, n. 2, 2023.

CHEIN, F. **Introdução aos modelos de regressão linear**: um passo inicial para compreensão da econometria como uma ferramenta de avaliação de políticas públicas. Escola Nacional de Administração Pública, Brasília: ENAP, 2019. Disponível em: <https://repositorio.enap.gov.br/handle/1/4788>. Acesso em 08 de outubro de 2022.

CHEN, C.C.; GREENE, P. G.; CRICK, A. Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? **Journal of Business Venturing**, [Amsterdam], v. 13, n. 4, p. 295-316, 1998.

CHEN, S. *et al.* Can the entrepreneurship course improve the entrepreneurial intentions of students? **International Entrepreneurship and Management Journal** [Berlin], v. 11, p. 557-569, 2015 DOI 10.1007/s11365-013-0293-0. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11365-013-0293-0>. Acesso em 08 de outubro de 2022.

CHENJI, K.; SODE, R.; MEMDANI, L. Influence of Gender and Academic Qualification on Entrepreneurial Intentions among Students. **Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability** [Basel], v. 16, n. 2, p. 3-20, 2020.

CHEW, L.M. et al. Self-perceived entrepreneurship skills for undergraduates of private university in Malaysia. **American Journal of Applied Sciences**, Dubai, v. 13, n. 6, p. 715-25, 2016. Disponível em :<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JSBED-06-2021-0228/full/html>. Acesso em 08 de outubro de 2022.

ÇOLAKOĞLUA, N.; GÖZÜKARAB, İ. A comparison study on personality traits based on the attitudes of university students toward entrepreneurship. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, v. 229, p. 133-140, Aug. 2016. DOI 10.1016/j.sbspro.2016.07.122. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042816310576>. Acesso em 18 de abril de 2023.

CONNELLY, L. M. Introduction to Analysis of Variance (ANOVA). **Medsurg Nursing**, v. 30, n. 3, p. 218-158, 2021.

CORBETT, A.C.; HMIELESKI, Keith M. The conflicting cognitions of corporate entrepreneurs. **Entrepreneurship Theory and Practice**, [Nova York], v. 31, n. 1, p. 103-121, 2007.

CORTEZ, P. A.; HAUCK FILHO, N. Instrumentos de avaliação de intenção empreendedora: uma revisão de literatura: una revisión de literatura. **Cuadernos Latinoamericanos de Administración**, v. 16, n. 30, 2020.

CORTEZ, P.A; VEIGA, H. M. da S. Características pessoais dos empreendedores: clarificação conceitual dos construtos e definições da literatura recente (2010-2015). **Estudos Interdisciplinares em Psicologia**, v. 9, n. 3, p. 58-79, 2018. DOI 10.5433/2236-

6407.2018v9n3p58. Disponível em: <https://doi.org/10.5433/2236-6407.2018v9n3p58>. Acesso em: 18 de abril de 2023.

CRIACO, G. et al. Parents' performance in entrepreneurship as a "double-edged sword" for the intergenerational transmission of entrepreneurship. **Small Business Economics** [Berlin], v. 49, p. 841-864, 2017.

DAMATTA, R. **A casa e a rua**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, v. 5, 1997.

DARMANTO, S.; YULIARI, G. Developing organizational citizenship behavior in women entrepreneurs' business community. **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 21, n. 4, p. 1-9, 2018.

DAVIDSSON, P... Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A reconceptualization. **Journal of business venturing**, v. 30, n. 5, p. 674-695, 2015.

DE CLERCQ, D.; DIMOV, D THONGPAPANL, Narongsak. Organizational social capital, formalization, and internal knowledge sharing in entrepreneurial orientation formation. **Entrepreneurship Theory and Practice** [New York], v. 37, n. 3, p. 505-537, 2013.

DHANARAJ, C.; KHANNA, T. Transforming mental models on emerging markets. **Academy of Management Learning & Education** [New York] v. 10, n. 4, p. 684-701, 2011.

DIAZ, F *et al.* Locus of control, nach and values of community entrepreneurs. **Social Behavior and Personality: an international journal**, [Palmerston North], v. 31, n. 8, p. 739-747, 2003.

DÍAZ-CASERO, J C *et al.* The influence of university context on entrepreneurial intentions. *In*: PERIS-ORTIZ, M. et al (ed.) **Entrepreneurial Universities**, 2017. p. 65-81.

DÍAZ-GARCÍA, M C; JIMÉNEZ-MORENO, J. Entrepreneurial intention: the role of gender. **International entrepreneurship and management journal**, v. 6, p. 261-283, 2010.

DOWNING, S. The social construction of entrepreneurship: Narrative and dramatic processes in the coproduction of organizations and identities. **Entrepreneurship Theory and Practice** [New York], v. 29, n. 2, p. 185-204, 2005.

DRAKSLER, T Z.; SIREC, K. The study of entrepreneurial intentions and entrepreneurial competencies of business vs. non-business students. **Journal of Competitiveness**, v. 13, n. 2, p. 171, 2021.

DRNOVŠEK, M; WINCENT, Jo; CARDON, M S. Entrepreneurial self-efficacy and business start-up: developing a multi-dimensional definition. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 16, n. 4, p. 329-348, 2010.

DRUMOND, M, B. **Métodos robustos em análise de regressão**. 1990. Dissertação (Mestrado em Estatística) - Instituto de Matemática e Estatística da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1990.

DZIUBAN, C, D.; SHIRKEY, Edwin C. On the psychometric assessment of correlation matrices. **American Educational Research Journal**, [Thousand Oaks], v. 11, n. 2, p. 211-216, 1974. DOI 10.3102/00028312011002211. Disponível em: <https://doi.org/10.3102/00028312011002211>. Acesso em 18 de abril de 2023.

EDELMAN, L, F. et al. The impact of family support on young entrepreneurs' start-up activities. **Journal of business venturing**, v. 31, n. 4, p. 428-448, 2016.

ELNADI, M; GHEITH, M, H. Entrepreneurial ecosystem, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intention in higher education: Evidence from Saudi Arabia. **The International Journal of Management Education** [Amsterdam], v. 19, n. 1, p. 100458, 2021. DOI 10.1016/j.ijme.2021.100458. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100458>. Acesso em: 18 de abril de 2023.

EMPREENDEDEDORISMO NO BRASIL: Relatório Executivo 2022. **Global Entrepreneurship Monitor – GEM**. Curitiba: ANGEPE, 2022. Disponível em <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/05/GEM-BR-2022-2023-Relatorio-Executivo-v7-REVISTO-mai-23.pdf> (*e-book*). Acesso em: 03 maio de 2023.

EMPREENDEDEDORISMO NO BRASIL: Relatório Executivo 2023. **Global Entrepreneurship Monitor – GEM**. Curitiba: ANGEPE, 2022. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/pesquisa-gem/> Acesso em: 03 maio de 2023.

ENDERS, C, K. **Applied missing data analysis**. New York: Guilford Press, 2010.

ESTRIN, S; MICKIEWICZ, T. Institutions and female entrepreneurship. **Small Business Economics** [Berlin], v. 37, p. 397-415, 2011.

FAROOQ, M, S. et al. Impact of support from social network on entrepreneurial intention of fresh business graduates: A structural equation modelling approach. **Education+ Training** [Leeds], v. 60, n. 4, p. 335-35, 2018.

FERNÁNDEZ, J; LIÑÁN, F.; SANTOS, Francisco J. Cognitive aspects of potential entrepreneurs in Southern and Northern Europe: An analysis using GEM-data. **Revista de Economía Mundial** [ES], n. 23, p. 151-178, 2009.

FERREIRA, A da S. M.; LOIOLA, E; G, Sonia Maria G.. Produção Científica em Empreendedorismo no Brasil: Uma revisão de literatura de 2004 a 2020. **Gestão & Planejamento-G&P**, Salvador, v. 21, p. 371-393, Jan./Dez. 2020.

FERREIRA, A da S. M.; LOIOLA, E; GONDIM, S, M G.. Preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora entre universitários: revisão de literatura. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 15, p. 292-308, 2017.

FERREIRA, M, C; ASSMAR, Eveline Maria L.; SOUTO, Solange de O. O individualismo e o coletivismo como indicadores de culturas nacionais: convergências e divergências teórico-metodológicas. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 7, p. 81-89, 2002. DOI 10.1590/S1413-

73722002000100011. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-73722002000100011>. Acesso em: 18 de abril de 2023.

FIELD, A. **Descobrimo a estatística usando o SPSS-5**. 5ª ed. Porto Alegre: Penso, 2020, 1.072p.

FILARDI, F; BARROS, F; FISCHMANN, A. Do homo empreendedor ao empreendedor contemporâneo: evolução das características empreendedoras de 1848 a 2014. **Revista Ibero Americana de Estratégia**, v. 13, n. 3, p. 123-140, 2014.

FISKE, S. T., and Taylor, S. E. (1984). *Social Cognition*. New York: Random House.

FOSTER, E. D.; DEARDORFF, A. Open Science Framework (OSF). **Journal of the Medical Library Association**, Chicago, v. 105, n. 2, p. 203, 2017.

FOSTER, E D.; DEARDORFF, A. Open science framework (OSF). **Journal of the Medical Library Association: JMLA**, v. 105, n. 2, p. 203, 2017.

FRAGOSO, R; ROCHA-JUNIOR, W; XAVIER, A. Determinant factors of entrepreneurial intention among university students in Brazil and Portugal. **Journal of Small Business & Entrepreneurship**, v. 32, n. 1, p. 33-57, 2020.

FRESE, M *et al.* Towards a psychology of entrepreneurship—an action theory perspective. **Foundations and Trends® in Entrepreneurship**, Greensboro, v. 5, n. 6, p. 437-496, 2009. DOI 10.1561/03000000028. Disponível em: <https://www.nowpublishers.com/article/Details/ENT-028>. Acesso em 18 de abril de 2023.

GHOBRIL, A. N., A. F. (*in memoriam*); NAKAMURA, W. T.. Propensão a Empreender de Estudantes Universitários no Brasil. **REA – Revista Eletrônica de Administração**, Franca, v. 5, n.1 Jan./Jun. 2006. Disponível em: <https://periodicos.unifacf.com.br/index.php/rea/article/view/194>. Acesso em: 18 de abril de 2023.

GIELNIK, M. M. *et al.* Action and action-regulation in entrepreneurship: Evaluating a student training for promoting entrepreneurship. **Academy of Management Learning & Education**, New York, v. 14, n. 1, p. 69-94, Mar. 2015. DOI 10.5465/amle.2012.0107 Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amle.2012.0107>. Acesso em:

GIEURE, C., BENAVIDES-ESPINOSA, M. ROIG-DOBÓN, S. Entrepreneurial intentions in an international university environment **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, [Leeds], v. 25 n. 8, p. 1605-1620, Apr. 2019. DOI 10.1108/IJEER-12-2018-0810. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/IJEER-12-2018-0810>. Acesso em: 18 de abril de 2023.

GIMENEZ, F., FERREIRA, J.; RAMOS, S. . Empreendedorismo feminino no Brasil: Gênese e formação de um campo de pesquisa. **REGPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas** [São Paulo], v. 6, n. 1, p. 40-74, Jan./Abr. 2017. DOI

10.1421/regepe.v6i.1.450. Disponível em:

<https://www.regepe.org.br/regepe/article/download/450/pdf/1741>. Acesso em: 20 de janeiro de 2023.

GIST, M. E.; MITCHELL, T R. Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants and malleability. **Academy of Management Review**, New York, v. 17, n. 2, p. 183-211, Apr. 1992. Disponível em: <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amr.1992.4279530>. Acesso em: 18 de abril de 2023.

GRÉGOIRE, D A. *et al.* The mind in the middle: Taking stock of affect and cognition research in entrepreneurship. **International Journal of Management Reviews**, v. 17, n. 2, p. 125-142, 2015.

GRIFFITHS, M D.; GUNDRY, K.; KICKUL, J R. The socio-political, economic, and cultural determinants of social entrepreneurship activity: An empirical examination. **Journal of Small Business and Enterprise Development** [Bingley],v. 20, n. 2, p. 341-357, 2013.

GUBIK, A. S. FARKAS, S. Entrepreneurial intention in the Visegrad countries. **Danube**, Warsaw,v. 10, n. 4, p. 347-368, 2019. Disponível em: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/242154/1/1691730092.pdf>. Acesso em: 18 de abril de 2023.

GUBIK, A. S.; BARTHA, Z. The role of university in influencing the entrepreneurial intention of university students. *In: 5TH AIB-CEE 2018 CONFERENCE PROCEEDINGS | 9TH ENTRE 2018 CONFERENCE PROCEEDINGS*. **International Entrepreneurship Review** [Krakow], v. 4, n. 3, p. 177-188, 2018.

GUBIK, A. Entrepreneurial career: Factors influencing the decision of Hungarian students. **Entrepreneurial Business and Economics Review** [Krakow]. 9, n. 3, p. 43-58, Sep. 2021. DOI 10.15678/EBER.2021.090303. Disponível em: <https://doi.org/10.15678/EBER.2021.090303>. Acesso em: 18 de abril de 2023.

GUBIK, A.S.; FARKAS, S. Student Entrepreneurship in Hungary: Selected Results Based on GUESSS Survey. **Entrepreneurial Business and Economics Review**, [Krakow], v. 4, n. 4, p. 123-139, 2016. DOI 10.15678/EBER.2016.040408. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.15678/EBER.2016.040408>. Acesso em: 18 de abril de 2023.

GUZMÁN-ALFONSO, C.; GUZMÁN-CUEVAS, J.. Entrepreneurial intention models as applied to Latin America. **Journal of Organizational Change Management**, v. 25, n. 5, p. 721-735, 2012.

HAHN, D. *et al.* The impact of entrepreneurship education on university students' entrepreneurial skills: a family embeddedness perspective. **Small Business Economics** [Berlin], n. 55, p. 257–282. 2020.

HAIR, J.F. *et al.* **Análise multivariada de dados**. 6ª ed. Porto Alegre. Bookman Companhia Editora Ltda., 2009, 668 p.

HAMPEL, F R. A general qualitative definition of robustness. **The Annals of Mathematical Statistics**, [US] v. 42, n. 6, p. 1887-1896, Dec.1971. DOI: 10.1214/aoms/1177693054. Disponível em: <https://doi.org/10.1214/aoms/1177693054>. Acesso em: .18 de abril de 2023.

HATTAB, H. W. Impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of university students in Egypt. **The Journal of Entrepreneurship** [Índia], v. 23, n. 1, p. 1-18, 2014.

HAUS, I *et al.* Gender effects on entrepreneurial intention: a meta-analytical structural equation model. **International Journal of Gender and Entrepreneurship** [Bingley], v. 5, n. 2, p. 130-156, 2013.

HIGGINS, D; SMITH, K; MIRZA, M. Entrepreneurial education: Reflexive approaches to entrepreneurial learning in practice. **The Journal of Entrepreneurship** [Índia], v. 22, n. 2, p. 135-160, 2013.

HIRSCHI, A; FISCHER, Se. Work values as predictors of entrepreneurial career intentions. **Career Development International**, v. 18, n. 3, p. 216-231, 2013.

HITT, MA. *et al.* Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation. **Strategic Management Journal** [New Jersey], v. 22, n. 6-7, p. 479-491, June 2001. DOI 10.1002/smj.196. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/smj.196>. Acesso em: 18 de abril de 2023.

HOFSTEDE, G.. **Culture's consequences**: International differences in work-related values. Beverly Hills, CA: Sage Publications. 1980. 327 p.

HOLANDA, S.B. de. **Raízes do Brasil**. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1976.

HOSSAIN, M et al. Relationship between individual characteristics and social entrepreneurial intention: evidence from Bangladesh. **Business and Economics Research Journal** [Bursa], v. 12, n. 2, p. 385-397, 2020.

HUBER P.J. R Estimation of a location parameter. **Annals of Mathematical Statistics**, Mar. 1964. DOI 10.1214/aoms/1177703. Disponível em: <https://projecteuclid.org/journals/annals-of-mathematical-statistics/volume-35/issue-1/Robust-Estimation-of-a-Location-Parameter/10.1214/aoms/1177703732.full>. Acesso em: 18 abril de 2023.

HUBERT, M; ROUSSEEUW, P J.; VAN AELST, Stefan. High-breakdown robust multivariate methods,. **Statistical Science** [USA],v. 23, n. 1, p. 92-119, Feb. 2008. DOI: 10.1214/088342307000000087. Disponível em: <https://projecteuclid.org/journals/statistical-science/volume-23/issue-1/High-Breakdown-Robust-Multivariate-Methods/10.1214/088342307000000087.full>. Acesso em: 18 de abril de 2023.

IBRAHIM, N.; MAHMOOD, R; BAKAR, M. Linking strategic improvisation and entrepreneurial self-efficacy to corporate entrepreneurship in Nigerian higher education institutions (HEIs). **Management Science Letters** [North Vancouver], v. 6, n. 12, p. 742-752, 2016.

IBRAHIM, N A; LUCKY, E O-I. Relationship between entrepreneurial orientation, entrepreneurial skills, environmental factor and entrepreneurial intention among Nigerian students in UUM. **Entrepreneurship and Innovation Management Journal**, v. 2, n. 4, p. 203-213, 2014.

IGLESIAS-SÁNCHEZ, P. *et al.* Impact of entrepreneurship programmes on university students. **Education+ Training** [Leeds], v. 58, n. 2, p. 209-228, 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE (Brasil). Desemprego. [s.d.]. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/explica/desemprego.php>. Acesso em: 20 de maio de 2023

JENNINGS, J. E.; BRUSH, C.G. Research on women entrepreneurs: challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? **The Academy of Management Annals** [New York], v. 7, n. 1, p. 663-715, 2013.

JOENSUU-SALO, S.; VARAMÄKI, E.; VILJAMAA, A. Beyond intentions–what makes a student start a firm? **Education+ Training** [Leeds], v. 57, n. 8/9, p. 853-873, 2015.

JOHAN, D A; KRUGER, C; MINELLO, I F. Entrepreneurial education: A bibliometric study on recent scientific production. **Navus-Revista De Gestão e Tecnologia**, v. 8, n. 4, p. 125-145, 2018.

KAKOURIS, A; GEORGIADIS, P. Analysing entrepreneurship education: a bibliometric survey pattern. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, v. 6, p. 1-18, 2016.

KALAFATOGLU, T; MENDOZA, X. The impact of gender and culture on networking and venture creation: An exploratory study in Turkey and MENA region. **Cross Cultural & Strategic Management** [Bingley] v. 24, n. 2, p. 332-349, 2017.

KALNINS, A; CHUNG, W. Social capital, geography, and survival: Gujarati immigrant entrepreneurs in the US lodging industry. **Management science**, Catonsville, v. 52, n. 2, p. 233-247, Feb. 2006. DOI 10.1287/MNSC.1050.0481. Disponível em: <https://doi.org/10.1287/mnsc.1050.0481>. Acesso em: 20 de janeiro de 2023.

KAUTONEN, T; VAN GELDEREN, M; FINK, M. Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. **Entrepreneurship Theory and Practice** [New York] v. 39, n. 3, p. 655-674, 2015.

KAZEEM, A et al. Factors affecting entrepreneurial self-efficacy of engineering students. **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, v. 6, n. 11, p. 519-534, 2016.

KIM, U et al (eds). **Individualism and collectivism: Theory, method, and applications**. California: SAGE Publications, Inc, Oct.1994.

KIRCH, J L *et al.* Análise fatorial para avaliação dos questionários de satisfação do curso de estatística de uma instituição federal. **E&S Engineering and Science**, Cuiabá, v. 6, n. 1, p. 4-

13, Dez./Abr. 2017. DOI 10.18607/ES201764748. Disponível em:
<https://doi.org/10.18607/ES201764748>. Acesso em: 20 de janeiro de 2023.

KOE, W, KRISHNAN, R.; UTAMI, S. The influence of entrepreneurial skills on business start-up intention among Bumiputra students. **Journal of Advanced Manufacturing Technology** [Berlin], v. 12, n. 2, p. 53-64, 2018.

KOLVEREID, L. Preference for self-employment: Prediction of new business start-up intentions and efforts. **The International Journal of Entrepreneurship and Innovation** [New York], v. 17, n. 2, p. 100-109, 2016.

KOLVEREID, L; ISAKSEN, E. New business start-up and subsequent entry into self-employment. **Journal of Business Venturing** [Amsterdam], v. 21, n. 6, p. 866-885, 2006.

KRUEGER JR, N. F.; DICKSON, PR. How believing in ourselves increases risk taking: Perceived self-efficacy and opportunity recognition. **Decision Sciences** [Hoboken], v. 25, n. 3, p. 385-400, 1994.

KRUEGER JR, Norris F.; REILLY, Michael D.; CARSRUD, Alan L. Competing models of entrepreneurial intentions. **Journal of Business Venturing** [Amsterdam], v. 15, n. 5-6, p. 411-432, 2000.<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0883902698000330>
Acesso em: 20 de janeiro de 2023.

KRUEGER, Jr N F.; CARSRUD, A L.. Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 5, n. 4, p. 315-330, 1993. DOI 10.1080/08985629300000020. Disponível em:
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08985629300000020>. Acesso em: 20 de janeiro de 2023.

KRUEGER, N. The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 18, n. 1, p. 5-21, 1993.

LAN, P X; LUC, Phan Tan. A conceptual model of social entrepreneurial intention based on three dimensions of social capital. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 41, n. 1, p. 115-128, 2020.

LANDSTRÖM, H; HARIRCHI, G; ÅSTRÖM, F. Entrepreneurship: Exploring the knowledge base. **Research Policy** [Amsterdam], v. 41, n. 7, p. 1154-1181, 2012.

LANERO, A; VÁZQUEZ, J; MUÑOZ-ADÁNEZ, A. Un modelo social cognitivo de intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios. **Anales de Psicología** [Murcia], v. 31, n. 1, p. 243-259, 2015.

LE BOTERF, G. Três dimensões a explorar. **Pessoal**, v. 6, p. 60-63, 2006. Disponível em:
<http://www.guyleboterf-Conseil.com/Article%20evaluation%20version%20directe%20Pessoal.pdf>. Acesso em: 20 de janeiro de 2023.

LE BOTERF, G. Três dimensões a explorar. **Pessoal**, v. 6, p. 60-63, 2006.

LECHUGA SANCHO, M, P; MARTÍN-NAVARRO, A; RAMOS-RODRÍGUEZ, A R. Will they end up doing what they like? the moderating role of the attitude towards entrepreneurship in the formation of entrepreneurial intentions. **Studies in Higher Education**, v. 45, n. 2, p. 416-433, 2020.

LEE, S M.; LIM, Seong-bae; PATHAK, R.D. Culture and entrepreneurial orientation: a multi-country study. **International Entrepreneurship and Management Journal** [Berlin], v. 7, p. 1-15, 2011.

LENT, R. W.; BROWN, S. D.; HACKETT, G. Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. **Journal of Vocational Behavior** [Amsterdam], v. 45, n. 1, p. 79-122, 1994.

LENT, R.W. *et al.* Social cognitive career theory. **Career choice and development**, v. 4, n. 1, p. 255-311, 2002.

LENT, R W.; BROWN, Steven D. Social cognitive model of career self-management: toward a unifying view of adaptive career behavior across the life span. **Journal of counseling psychology**, v. 60, n. 4, p. 557, 2013.

LEVENSON, H. Reliability and Validity of the I, P, and C Scales-A Multidimensional View of Locus of Control. 1973. Disponível em: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED087791.pdf>. Acesso em: 20 de janeiro de 2023.

LIGUORI, E. W.; BENDICKSON, J S.; MCDOWELL, W C. Revisiting entrepreneurial intentions: a social cognitive career theory approach. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 14, p. 67-78, 2018.

LIMA, E. *et al.* Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a Educação Superior em Empreendedorismo. *Revista de Administração Contemporânea*, Maringá, v. 19, n. 4, p. 419-439. DOI 10.1590/1982-7849rac20151296. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20151296>. Acesso em: 20 de janeiro de 2023.

LIÑÁN, F.; KRUEGER, N.; NABI, G. British and Spanish entrepreneurial intentions: a comparative study. **Revista de Economía Mundial** [ES] v. 33, p. 73-103, 2013.

LIÑÁN, Francisco. Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions? **International Entrepreneurship and Management Journal** [Berlin], v. 4, p. 257-272, 2008.

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

LIÑÁN, F; SANTOS, F.J. Does social capital affect entrepreneurial intentions? **International Advances in Economic Research** [Berlin], v. 13, p. 443-453, 2007.

LIU, X et al. Research on the effects of entrepreneurial education and entrepreneurial self-efficacy on college students' entrepreneurial intention. **Frontiers in Psychology**, v. 10, p. 869, Apr. 2019. DOI 10.3389/fpsyg.2019.00869. Disponível em:

<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2019.00869/full>. Acesso em: 20 de janeiro de 2023.

LIZOTE, S A et al. **Relação entre competências empreendedoras, comprometimento organizacional, comportamento intraempreendedor e desempenho em universidades.** Tese (Doutorado em Administração e Turismo) – Programa de Pós-graduação em Administração e Turismo, da Universidade do Vale do Itajaí, Biguaçu, 2013.

LOIOLA, E et al. Ação planejada e intenção empreendedora entre universitários: analisando preditores e mediadores. **Revista Psicologia Organizações e Trabalho**, Florianópolis, v. 16, n. 1, p. 22-35, 2016.

LOPES, R; ALMEIDA, M; LIMA, E. Desafios atuais e caminhos promissores para a pesquisa em empreendedorismo. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 59, p. 284-292, 2019. DOI 10.1590/S0034-759020190406. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0034-759020190406>. Acesso em: 20 de janeiro de 2023.

LOPEZ, T.; ALVAREZ C. Influence of university-related factors on students' entrepreneurial intentions. **International Journal of Entrepreneurial Venturing**. 11, n. 6, p.521-540, Nov. 2019. DOI 10.1504/IJEV.2019.103751. Disponível em: <https://doi.org/10.1504/IJEV.2019.103751>. Acesso em:20 de janeiro de 2023.

LORTIE, J; CASTOGIOVANNI, G. The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 11, p. 935-957, 2015.

LU, G; SONG, Y; P, Bingchao. How university entrepreneurship support affects college students' entrepreneurial intentions: An empirical analysis from China. **Sustainability [Basel]**, v. 13, n. 6, p. 3224, 2021.

LUMLEY, T et al. The importance of the normality assumption in large public health data sets. **Annual Review of Public Health**,v. 23, n. 1, p. 151-169, 2002.

LUMLEY, Thomas et al. The importance of the normality assumption in large public health data sets. **Annual review of public health**, v. 23, n. 1, p. 151-169, 2002.

MACMILLAN, I C.; KATZ, Jerome A. Idiosyncratic milieus of entrepreneurial research: The need for comprehensive theories. **Journal of Business Venturing [Amsterdam]**, v. 7, n. 1, p. 1-8, 1992. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1505855. Acesso em:20 de janeiro de 2023.

MAHESHWARI, G; KHA, K L; AROKIASAMY, Anantha Raj A. Factors affecting students' entrepreneurial intentions: a systematic review (2005–2022) for future directions in theory and practice. **Management Review Quarterly**, p. 1-68, 2022.

MALUDA, SS.; ALIAS, R. Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention Among Engineering Undergraduates: What Matters the Most in Entrepreneurship Education? **International Journal of Innovative Science and Research Technology [Jaipur]**, v.7, 2022.

MAN, T WY; LAU, T. Entrepreneurial competencies of SME owner/managers in the Hong Kong services sector: A qualitative analysis. **Journal of Enterprising Culture**, v. 8, n. 03, p. 235-254, 2000.

MARESCH, D et al. The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. **Technological Forecasting & Social Change** [Amsterdam], v. 104, p. 172-179, 2016. Disponível em: <https://ris.utwente.nl/ws/files/6885391/impact.pdf>. Acesso em: 20 de janeiro de 2023.

MARTINS, I; PEREZ, J P. Testing mediating effects of individual entrepreneurial orientation on the relation between close environmental factors and entrepreneurial intention. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research** [Leeds], v. 26, n. 4, p. 771-791, 2020.

MASLAKÇI, A; SÜRÜCÜ, L; ŞEŞEN, H. Positive psychological capital and university students' entrepreneurial intentions: does gender make a difference? **International Journal for Educational and Vocational Guidance**, p. 1-26, 2022.

MAT, S C; MAAT, S M; MOHD, Norhatta. Identifying factors that affecting the entrepreneurial intention among engineering technology students. **Procedia-Social and Behavioral Sciences** [Amsterdam], v. 211, p. 1016-1022, Nov. 2015. DOI 10.1016/j.sbspro.2015.11.135. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815054750> . Acesso em: 20 de janeiro de 2023.

MCCLELLAND, D. Identifying Competencies with Behavioral-Event Interviews. **Psychological Science** [Thousand Oaks], v.9, n. 5, 1988.

MCGEE, J.E. et al. Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. **Entrepreneurship Theory and Practice** [New York] v. 33, n. 4, p. 965-988, 2009.

MISHRA, P. et al. Application of student's t-test, analysis of variance, and covariance. **Annals of cardiac anaesthesia** [Mumbai], v. 22, n. 4, p. 407, 2019.

MITCHELL, R. K. et al. The central question in entrepreneurial cognition research 2007. **Entrepreneurship Theory and Practice** [New York], v. 31, n. 1, p. 1-27, 2007.

MITCHELL, R. K. et al. Toward a theory of entrepreneurial cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research. **Entrepreneurship Theory and Practice** [New York], v. 27, n. 2, p. 93-104, 2002.

MITCHELL, R. K.; CHESTEEN, S. A. Enhancing entrepreneurial expertise: Experiential pedagogy and the new venture expert script. **Simulation & Gaming** [Thousand Oaks], v. 26, n. 3, p. 288-306, 1995.

MITCHELMORE, S.; ROWLEY, J. Entrepreneurial competencies: a literature review and development agenda. **International journal of entrepreneurial Behavior & Research**, v. 16, n. 2, p. 92-111, 2010.

MORAES, G.H.; IIZUKA, E S; PEDRO, M. Effects of entrepreneurial characteristics and university environment on entrepreneurial intention. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 22, p. 226-248, 2018.

MORENO-GÓMEZ, J., GÓMEZ-ARAUJO, E.; CASTILLO-DE ANDREIS, R. Parental role models and entrepreneurial intentions in Colombia: Does gender play a moderating role?, **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies** [Thousand Oaks], v.. 12 n.. 3, p. 413-429, 2020. DOI 10.1108/JEEE-04-2019-0048. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2019-0048>. Acesso em: 14 de setembro de 2022.

MORIANO, J. A. *et al.* Cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. **Journal of Career Development** [Thousand Oak], v. 39, n. 2, p. 162-185, 2012.

MORTAN, R A *et al.* Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy. **Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones** , Madri, v. 30, n. 3, p. 97-104, 2014.

MOUTINHO, K; ROAZZI, A. As teorias da ação racional e da ação planejada: relações entre intenções e comportamentos. **Avaliação Psicológica**, Porto Alegre, v. 9, n. 2, p. 279-287, Ago. 2010.

MUNAFÒ, M, R. *et al.* A manifesto for reproducible science. **Nature human behaviour**, v. 1, n. 1, p. 1-9, 2017.

MWIYA, B *et al.* Examining Factors influencing e-banking adoption: evidence from bank customers in Zambia, **Scientific Research Publishing** [Wuhan] p. 741-759, June 2017.

NABI, G. *et al.* Does entrepreneurship education in the first year of higher education develop entrepreneurial intentions? The role of learning and inspiration. **Studies in Higher Education**, v. 43, n. 3, p. 452-467, 2018.

NABI, G; LIÑÁN, F. 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** [Leeds], v. 19, n. 6, p. 633-655, 2013.

NABI, G; LIÑÁN, F. Graduate entrepreneurship in the developing world: intentions, education and development. **Education+ training**, v. 53, n. 5, p. 325-334, 2011.

NASIP, S. *et al.* psychological characteristics and entrepreneurial intention: A study among university students in North Borneo, Malaysia. **Education+ Training** [Leeds], 2017.

NAZIR, S; LONE, M,A. Impact of Individual Factors on Entrepreneurial Intention: An Empirical Investigation. **Journal of Positive School Psychology** [Oxfordshire], v. 6, n. 8, p. 3492-3514, 2022.

NEWMAN, A. *et al.* Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. **Journal of Vocational Behavior** [Amsterdam], v. 110, p. 403-419, 2019.

NGUGI, J. K. et al. Application of Shapero's model in explaining entrepreneurial intentions among university students in Kenya. **International Journal of Business and Social Research** [New York], v. 2, n. 4, p. 125-148, 2012.

NIEUWENHUIZEN, C.; SWANEPOEL, E. Comparison of the entrepreneurial intent of master's business students in developing countries: South Africa and Poland. **Acta Commerce**, Cape Town, v. 15, n. 1, Apr. 2015. DOI 10.4102/ac.v15i1.270. Disponível em: <https://actacommercii.co.za/index.php/acta/article/view/270>. Acesso em: 14 de setembro de 2022.

NOSEK, B A. et al. Promoting an open research culture. **Science**, v. 348, n. 6242, p. 1422-1425, 2015.

NOSEK, B A.; LAKENS, D. Registered reports. **Social Psychology**, 2014.

OBSCHONKA, M; SILBEREISEN, R K.; SCHMITT-RODERMUND, Eva. Entrepreneurial intention as developmental outcome. **Journal of Vocational Behavior** [Amsterdam], v. 77, n. 1, p. 63-72, 2010.

OLIVE, D, J. **Applied Robust Statistics**. Southern Illinois University Department of Mathematics, Carbondale, Jan.2005, 571 p. Disponível em: <https://www.gene-quantification.de/David-Olive-2005.pdf>. Acesso em: maio 2023.

OZARALLI, N; RIVENBURGH, N K. Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the USA and Turkey. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, v. 6, n. 1, p. 1-32, 2016.

PAÇO, A. *et al.* (2015) Entrepreneurial intentions: is education enough? **International Entrepreneurship and Management Journal** [Berlin], v. 11, p. 57-75.

PALMER et al. A chip off the old block? The role of dominance and parental entrepreneurship for entrepreneurial intention. **Rev Manag Sci** {Berlin}, 15, 287–307, (2021). Disponível em: DOI 10.1007/s11846-019-00342-7. <https://doi.org/10.1007/s11846-019-00342-7>. Acesso em: 14 de setembro de 2022.

PALMER, C et al. A chip off the old block? The role of dominance and parental entrepreneurship for entrepreneurial intention. **Review of Managerial Science**, v. 15, p. 287-307, 2021.

PETRAKIS, P E.; KAFKA, Kyriaki I. Entrepreneurial creativity and growth. *In*: FRANCO M. (ed.) **Entrepreneurship-Practice-Oriented Perspectives**, v. 1, 2016, p. 186 (e-book). DOI 10.5772/65453. Disponível em: <https://www.intechopen.com/chapters/52579>

PETRAKIS, P E.; KOSTIS, P C.; KAFKA, K, I. Secular stagnation, faltering innovation, and high uncertainty: New-era entrepreneurship appraisal using knowledge-based thinking. **Journal of Business Research** [Atlanta] v. 69, n. 5, p. 1909-1913, 2016.

- PFEIFER, S; ŠARLIJA, N; SUŠAC, M, Z. Shaping the entrepreneurial mindset: Entrepreneurial intentions of business students in Croatia. **Journal of Small Business Management** [Washington DC], v. 54, n. 1, p. 102-117, 2016.
- PHELAN, C; SHARPLEY, R. Exploring entrepreneurial skills and competencies in farm tourism. **Local Economy**, v. 27, n. 2, p. 103-118, 2012.
- PIHIE, Z A. L.; BAGHERI, A. Self-efficacy and entrepreneurial intention: The mediation effect of self-regulation. **Vocations and Learning** [Berlin] , v. 6, p. 385-401, 2013.
- PIHIE, Z, A, L; AKMALIAH, Z. Entrepreneurship as a career choice: An analysis of entrepreneurial self-efficacy and intention of university students. **European journal of social sciences**, v. 9, n. 2, p. 338-349, 2009.
- POSNER, M I. **Cognition: An introduction**. 2^a ed. Northbrook: Scott Foresman & Co, 1973.
- PRADHAN, Rudra P. *et al.* The dynamics among entrepreneurship, innovation, and economic growth in the Eurozone countries. **Journal of Policy Modeling** [Amsterdam], v. 42, n. 5, p. 1106-1122, 2020.
- RADU, M; LOUÉ, C. Motivational impact of role models as moderated by "ideal" vs."ought self-guides" identifications. **Journal of Enterprising Culture**,v. 16, n. 04, p. 441-465, 2008. DOI 10.1142/S0218495808000223. Disponível em: <https://doi.org/10.1142/S0218495808000223>. Acesso em: 14 de setembro de 2022.
- ROBB, A M.; WATSON, J. Gender differences in firm performance: Evidence from new ventures in the United States. **Journal of Business Venturing** [Amsterdam], v. 27, n. 5, p. 544-558, 2012.
- ROMANÍ, G et al. Not like my parents! The intention to become a successor of Latin American students with entrepreneur parents. **Sustainability**, v. 14, n. 3, p. 1193, 2022. Disponível em <https://doi.org/10.3390/su14031193>. Acesso em: 18 de maio de 2023.
- ROPER, S; SCOTT, Jonathan M. Perceived financial barriers and the start-up decision: An econometric analysis of gender differences using GEM data. **International Small Business Journal**, v. 27, n. 2, p. 149-171, 2009.
- RYAN, T. P. Modern regression methods. New Jersey: Wiley, 2009.
- SAEED, R et al. Who is the most potential entrepreneur? A case of Pakistan. **Middle-East Journal of Scientific Research**, v. 17, n. 9, p. 1307-1315, 2013.
- SAHABUDDIN, R. Effect of entrepreneurship commitment to self-efficacy through intention of entrepreneurship and competence. **International Journal of Business and Management Science** [Peshawar], v. 8, n. 1, p. 67-81, 2018.
- SÁNCHEZ-ESCOBEDO, M C et al. Perceptions and attitudes towards entrepreneurship. An analysis of gender among university students. **International Entrepreneurship and Management Journal** [Berlin], v. 7, p. 443-463, 2011.

SANCHO, M PL.; MARTÍN-NAVARRO, A; RAMOS-RODRÍGUEZ, A R. Will they end up doing what they like? the moderating role of the attitude towards entrepreneurship in the formation of entrepreneurial intentions. **Studies in Higher Education** [Oxfordshire], v. 45, n. 2, p. 416-433, 2020. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03075079.2018.1539959>. Acesso em: 14 de setembro de 2022.

SANGHI, S. **The handbook of competency mapping**: Understanding, designing and implementing competency models in organizations. SAGE Publications India, 2016. 368 p.

SANTOS, S. C.; LIGUORI, E. W. Entrepreneurial self-efficacy and intentions: Outcome expectations as mediator and subjective norms as moderator. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research** [Leeds], 2019.

SARASVATHY, SD. **What makes entrepreneurs entrepreneurial**. 2001.

SCHAEFER, R; MINELLO, Í, F. A formação de novos empreendedores: natureza da aprendizagem e educação empreendedoras. **Revista da Micro e Pequena Empresa – FACCAMP**, São Paulo, v.11, n.3, p. 2-20, 2017. DOI 10.21714/19-82-25372017v11n3p220. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/322811817_A_Formacao_de_Novos_Empreendedores_Natureza_da_Aprendizagem_e_Educacao_Empreendedoras. Acesso em: 14 de setembro de 2022.

SCHLAEGEL, C; KOENIG, M. Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. **Entrepreneurship Theory and Practice** [New York] v. 38, n. 2, p. 291-332, 2014.

SCHUMPETER J. I. **Business Cycles**. New York, NY: McGraw-Hill, 1939.

SEDLAN-KONIG, L. Integrating entrepreneurial self-efficacy into education at universities. **Ekonomski Vjesnik/Econviews - Review of Contemporary Business, Entrepreneurship and Economic Issues**, v. 29, n. 2, p. 311-321, June 2016.

SEMIN, G. R.; SMITH, Eliot R. Socially situated cognition in perspective. **Social Cognition**, New York, v. 31, n. 2, p. 125-146, Apr. 2013. DOI 10.1521/soco.2013.31.2.125. Disponível em: <https://doi.org/10.1521/soco.2013.31.2.125>. Acesso em: 14 de setembro de 2022.

SESEN, H. Personality or environment? A comprehensive study on the entrepreneurial intentions of university students. **Education + Training** [Leeds], v. 55, n. 7, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/ET-05-2012-0059>. Acesso em: 14 de setembro de 2022.

SHANE, S. Reflections on the 2012 AMR decade award: Delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research. **The Academy of Management Review**, New York, v. 37, n. 1, p. 10-20, 2012. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/23218849>. Acesso em: 14 de setembro de 2022.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **The Academy of Management Review**, New York, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.

SHAPERO, A. Why entrepreneurship? A worldwide perspective. **Journal of Small Business Management (pre-1986)**, v. 23, n. 000004, p. 1, 1985.

SHAPERO, A; SOKOL, L. **The social dimensions of entrepreneurship**. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship, Champaign, 2009.

SHARMA, M K.; JAMWAL, M. Role of Entrepreneurship Education, Pragmatic Thinking, and Entrepreneurial Self-Efficacy on Triggering Students' Entrepreneurship Intention: Testing Moderation and Mediation Effects. *In*: NAPITUPULU, D.; SUTRABI, T.; ABDULLAH, D. (Editors). ICEBE 2021: PROCEEDINGS OF THE 4TH INTERNATIONAL CONFERENCE OF ECONOMICS, BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP - 7 October 2021, Lampung, Indonesia. **European Alliance for Innovation** [Gent], 2022. p. 449.

SHEPHERD, D A.; PATZELT, H. **Entrepreneurial cognition: Exploring the mindset of entrepreneurs**. Springer Nature, 2018.

SHEPHERD, D A.; WILLIAMS, TA.; PATZELT, H. Thinking about entrepreneurial decision making: Review and research agenda. **Journal of Management**, v. 41, n. 1, p. 11-46, 2015.

SHIROKOVA, G; OSIYEVSKYY, O; BOGATYREVA, K. Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. **European Management Journal**, v. 34, n. 4. P. 386-399, Aug. 2016.

SIMON, M; HOUGHTON, SM.; AQUINO, K. Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies. **Journal of Business Venturing** [Amsterdam], v. 15, n. 2, p. 113-134, 2000.

SIRMON, D G.; HITT, Michael A.; IRELAND, R. D. Managing firm resources in dynamic environments to create value: Looking inside the black box. **Academy of Management Review**, New York, v. 32, n. 1, p. 273-292, Jan. 2007. DOI 10.5465/amr.2007.23466005. Disponível em: <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/AMR.2007.23466005>. Acesso em: 14 de setembro de 2022.

SMITH, E. R. *et al.* Socially situated cognition: Cognition in its social context. **Advances in Experimental Social Psychology** [Amsterdam], v. 36, p. 57-121, 2004.

SOARES, A *et al.* Influência do suporte parental na intenção empreendedora de estudantes universitários: evidências empíricas no Brasil. **Cadernos EBAPE. BR**, Rio de Janeiro, v. 21, 2023.

SOLESVIK, M, Z. *et al.* Student intentions to become self-employed: the Ukrainian context. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 19, n. 3, p. 441-460, 2012.

SOOMRO, B A; SHAH, N. Developing attitudes and intentions among potential entrepreneurs. **Journal of Enterprise Information Management** [Bingley], v. 28, n. 2, p. 304-322, 2015.

SORIA-BARRETO, K et al. Prior exposure and educational environment towards entrepreneurial intention. **Journal of Technology Management & Innovation**, v. 12, n. 2, p. 45-58, 2017.

SORJ, B. **A nova sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 166 p., 2000.

STEDHAM, Y; WIELAND, A. Culture, benevolent and hostile sexism, and entrepreneurial intentions. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research** [Leeds], v. 23, n. 4, p. 673-687, 2017.

STERNBERG, R; FRITSCH, M. Regional determinants of entrepreneurial activities—theories and empirical evidence. Handbook of research on entrepreneurship and regional development. **National and Regional Perspectives**, p. 33-57, 2011.

STØREN, L A. Entrepreneurship in higher education: Impacts on graduates' entrepreneurial intentions, activity and learning outcome. **Education+ Training** [Leeds], v. 56, n. 8/9, p. 795-813, Nov. 2014.

SUN, H. et al. The impact of entrepreneurial education on entrepreneurial intention of engineering students in Hong Kong. **Management Decision** [Bingley], v. 55, n. 7, p. 1371-1393, 2017.

SVOTWA, T D. et al. Perceived access to finance, entrepreneurial self-efficacy, attitude toward entrepreneurship, entrepreneurial ability, and entrepreneurial intentions: A Botswana youth perspective. **Sage Open**, v. 12, n. 2, Apr./ June 2022. DOI 10.1177/21582440221096437. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/21582440221096437>. Acesso em: 14 de setembro de 2022.

TEECE, D. J. Dynamic capabilities: Routines versus entrepreneurial action. **Journal of Management Studies**, [Hoboken], v. 49, n. 8, p. 1395-1401, 2012. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1467-6486.2012.01080.x>. Acesso em:

THIRY-CHERQUES, H, R. **Ética para executivos**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2008.

THOMAS, A S.; MUELLER, S L. A case for comparative entrepreneurship: Assessing the relevance of culture. **Journal of International Business Studies**, v. 31, p. 287-301, 2000.

TIWARI, P; BHAT, A K.; TIKORIA, J. An empirical analysis of the factors affecting social entrepreneurial intentions. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, v. 7, p. 1-25, 2017.

TRIANDIS, H. C. Theoretical and methodological approaches to the study of collectivism and individualism. In: KIM, Uichol et al. (eds.). **Individualism and collectivism: Theory, method and applications**, 1994 (Cross Cultural Research and Methodology Series, v. 18), p. 41-51.

TSENG, T H. et al. Relationships between locus of control, theory of planned behavior, and cyber entrepreneurial intention: The moderating role of cyber entrepreneurship education. **The International Journal of Management Education** [Amsterdam], v. 20, n. 3, 2022.

UDDIN, Md R; BOSE, T K. Determinants of entrepreneurial intention of business students in Bangladesh. **International Journal of Business and Management** [Ontario], v. 7, n. 24, p. 128, 2012.

UYANTO, S, S. Power comparisons of five most commonly used autocorrelation tests. **Pakistan Journal of Statistics and Operation Research** [Lahore], p. 119-130, 2020. DOI 10.18187/pjsor.v16i1.2691. Disponível em: <https://pjsor.com/pjsor/article/view/2691>. Acesso em: 14 de setembro de 2022.

VAHIDNIA, H et al. Entrepreneurial action research: Moving beyond fixed conceptualizations. *In*: BLACKBURN, Robert; DE CLERCQ, Dirk; HEINONEN, Jarna. **The SAGE Handbook of Small Business and Entrepreneurship**. London, Sage Publications Ltd., London, p. 38-59, 2017.

VALLIERE, D. Towards a schematic theory of entrepreneurial alertness. **Journal of business venturing**, v. 28, n. 3, p. 430-442, 2013.

VENKATARAMAN, S. The distinctive domain of entrepreneurship research. *In*: KATZ, Jerome A.; CORBETT, Andrew C. **Seminal ideas for the next twenty-five years of advances**. [Bingley], Emerald Publishing Limited, v. 21, 2019. p. 5-20.

WACH, K; WOJCIECHOWSKI, L. Entrepreneurial Intentions of Students in Poland in the View of Ajzen's Theory of Planned Behaviour. **Entrepreneurial Business & Economics Review**, v. 4, n. 1, 2016.

WANG, X; JESSUP, L M. A review and synthesis of entrepreneurship research: Towards an integrative model of dependent variables. **The Journal of Entrepreneurship** [Índia] v. 23, n. 2, p. 163-199, 2014.

WATCHRAVESRINGKAN, K et al. Modeling entrepreneurial career intentions among undergraduates: An examination of the moderating role of entrepreneurial knowledge and skills. **Family and Consumer Sciences Research Journal**, v. 41, n. 3, p. 325-342, 2013. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/fcsr.12014>. Acesso em: 15 abril de 2023.

WILSON, F; KICKUL, J; MARLINO, D. Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. **Entrepreneurship Theory and Practice** [Nova York], v. 31, n. 3, p. 387-406, 2007.

WOOD, M S.; MCKELVIE, A. Opportunity evaluation as future focused cognition: Identifying conceptual themes and empirical trends. **International Journal of Management Reviews**, v. 17, n. 2, p. 256-277, 2015.

WOOD, R.; BANDURA, A. Impact of conceptions of ability on self-regulatory mechanisms and complex decision making. **Journal of Personality and Social Psychology**, 56(3), p. 407-415., 1989.

WOOD, S et al. Psychostimulants and cognition: a continuum of behavioral and cognitive activation. **Pharmacological Reviews**, v. 66, n. 1, p. 193-221, 2014.

YARIMA, Y A.; HASHIM, N B. Influence of entrepreneurial self-efficacy on relationship among entrepreneurship education and entrepreneurial career option. **European Journal of Business and Management** [s.i.], v. 8, n. 29, p. 77-84, 2016. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/234627535.pdf>. Acesso em: 15 abril de 2023.

YENG, K; AHMAD, S. A study among university students in business start-ups in Malaysia: Motivations and obstacles to become entrepreneurs. **International Journal of Business and Social Science** [New York], v. 3, n. 19, p. 181-192, 2012.

ZAHRA, S A.; KURATKO, D.F.; JENNINGS, Daniel F. Guest editorial: Entrepreneurship and the acquisition of dynamic organizational capabilities. **Entrepreneurship Theory and Practice** [Nova York], v. 23, n. 3, p. 5-10, 1999.

ZAMPETAKIS, L. A. et al. Investigating the role of self-construal in the formation of entrepreneurial intentions. **Frontiers in Psychology**, v. 6, p. 1085, 2015.

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A.R W. Competências e aprendizagem empreendedora em MPE's educacionais. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 3, p. 1-22, Jul./Set. 2014. DOI 10.12712/rpca.v8i3.335. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/pca/article/view/11178/7974>. Acesso em: 15 abril de 2023.

ZARIFIAN, P. Le modèle de la compétence. Trajectoire historique, enjeux actuels et propositions. **Revue Française de Sociologie** [Paris]. Editions Liaisons, p. 162-164, 2001.

ZELLWEGER, T; SIEGER, P; HALTER, F. Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. **Journal of Business Venturing** [Amsterdam], v. 26, n. 5, p. 521-536, 2011.

ZHANG, F et al. How entrepreneurial learning impacts one's intention towards entrepreneurship: A planned behavior approach. **Chinese Management Studies**, v. 13, n. 1, p. 146-170, 2019.

ZHAO, H; SEIBERT, S E. The big five personality dimensions and entrepreneurial status: a meta-analytical review. **Journal of applied psychology**, v. 91, n. 2, p. 259, 2006.

ZHAO, H; SEIBERT, S E.; HILLS, G E. The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. **Journal of Applied Psychology**, v. 90, n. 6, p. 1.265, 2005.

ZHAO, H; SEIBERT, S E.; LUMPKIN, G. T. The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. **Journal of Management** [Thousand Oaks], v. 36, n. 2, p. 381-404, 2010.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Outputs do SPSS GUESSS 2016 (Estatísticas Descritivas)

Estatísticas

		autoeficacia_ media	locus_ media	competencia_ media	normassub_f am_ media	normassub_s ociedade_ me dia
N	Válido	2741	2741	2741	2741	2741
	Ausente	0	0	0	0	0
Média		4,4553	5,2121	4,9250	5,9976	5,1409
Erro de média padrão		,02866	,02129	,02567	,02015	,03016
Mediana		4,5000	5,3333	5,0000	6,0000	5,3333
Modelo padrão		1,50034	1,11478	1,34397	1,05507	1,57913
Mínimo		1,00	2,33	1,00	2,67	1,00
Máximo		7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Percentis	25	3,5000	4,3333	4,0000	5,3333	4,3333
	50	4,5000	5,3333	5,0000	6,0000	5,3333
	75	5,5000	6,0000	6,0000	7,0000	6,3333

Estatísticas

		universidade_ ambiente_ me dia	universidade_ aprendiz_ me dia
N	Válido	2741	2741
	Ausente	0	0
Média		3,7439	4,0040
Erro de média padrão		,03218	,03087
Mediana		3,6667	4,0000
Modelo padrão		1,68475	1,61632
Mínimo		1,00	1,00
Máximo		7,00	7,00
Percentis	25	2,3333	2,8000
	50	3,6667	4,0000
	75	5,0000	5,2000

Estatísticas

intencao_
media

N	Válido	2741
	Ausente	0
Média		4,4344
Erro de média padrão		,03436
Mediana		4,6667
Modelo padrão		1,79873
Mínimo		1,00
Máximo		7,00
Percentis	25	3,0000
	50	4,6667
	75	6,0000

Estatísticas

CONTATO_DISC

N	Válido	2741
	Ausente	0

CONTATO_DISC

		Frequência	Porcentual	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	2170	79,2	79,2	79,2
	1	571	20,8	20,8	100,0
	Total	2741	100,0	100,0	

Estatísticas

AUTONOMOS

N	Válido	2741
	Ausente	0

AUTONOMOS

		Frequência	Porcentual	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	1829	66,7	66,7	66,7
	1	912	33,3	33,3	100,0
	Total	2741	100,0	100,0	

Estatísticas

PROPRIETARIOS

N	Válido	2741
	Ausente	0

PROPRIETARIOS

		Frequência	Porcentual	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	2203	80,4	80,4	80,4
	1	538	19,6	19,6	100,0
	Total	2741	100,0	100,0	

Estatísticas

gender

N	Válido	2741
	Ausente	0

gender

		Frequência	Porcentual	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	1623	59,2	59,2	59,2
	1	1118	40,8	40,8	100,0
	Total	2741	100,0	100,0	

Estatísticas

area

N	Válido	2741
	Ausente	0
Média		3,2842
Mediana		3,0000
Modelo padrão		2,07818
Variância		4,319
Amplitude		7,00
Mínimo		1,00
Máximo		8,00

area

		Frequência	Porcentual	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	1	551	20,1	20,1	20,1
	2	619	22,6	22,6	42,7
	3	683	24,9	24,9	67,6
	4	282	10,3	10,3	77,9
	5	167	6,1	6,1	84,0
	6	53	1,9	1,9	85,9
	7	205	7,5	7,5	93,4
	8	181	6,6	6,6	100,0
	Total	2741	100,0	100,0	

Estatísticas

autoeficacia_media

		Statistic	Bootstrap ^a			
			Viés	Modelo padrão	Intervalo de confiança 95%	
					Inferior	Superior
N	Válido	2741	0	0	2741	2741
	Ausente	0	0	0	0	0
Média		4,4553	-,0007	,0290	4,3971	4,5133
Erro de média padrão		,02866				
Mediana		4,5000	,0000	,0000	4,5000	4,5000
Modelo padrão		1,50034	-,00038	,01760	1,46653	1,53443
Mínimo		1,00				
Máximo		7,00				
Percentis	25	3,5000	,0000	,0000	3,5000	3,5000
	50	4,5000	,0000	,0000	4,5000	4,5000
	75	5,5000	,0000	,0000	5,5000	5,5000

a. A menos que seja afirmado o contrário, os resultados de bootstrap são baseados em 1000 amostras de bootstrap

Estatísticas

locus_media

		Statistic	Bootstrap ^a			
			Viés	Modelo padrão	Intervalo de confiança 95%	
					Inferior	Superior
N	Válido	2741	0	0	2741	2741
	Ausente	0	0	0	0	0
Média		5,2121	,0003	,0210	5,1700	5,2541
Erro de média padrão		,02129				
Mediana		5,3333	-,0003	,0105	5,3333	5,3333
Modelo padrão		1,11478	-,00031	,01259	1,08766	1,13890
Mínimo		2,33				
Máximo		7,00				
Percentis	25	4,3333	,0108	,0585	4,3333	4,6667
	50	5,3333	-,0003	,0105	5,3333	5,3333
	75	6,0000	,0000	,0000	6,0000	6,0000

a. A menos que seja afirmado o contrário, os resultados de bootstrap são baseados em 1000 amostras de bootstrap

Estatísticas

competencia_media

		Statistic	Bootstrap ^a			
			Viés	Modelo padrão	Intervalo de confiança 95%	
					Inferior	Superior
N	Válido	2741	0	0	2741	2741
	Ausente	0	0	0	0	0
Média		4,9250	,0000	,0260	4,8750	4,9747
Erro de média padrão		,02567				
Mediana		5,0000	,0426	,0819	5,0000	5,2000
Modelo padrão		1,34397	-,00076	,01688	1,31150	1,37682
Mínimo		1,00				
Máximo		7,00				
Percentis	25	4,0000	,0365	,0768	4,0000	4,2000
	50	5,0000	,0426	,0819	5,0000	5,2000
	75	6,0000	-,0084	,0396	5,8000	6,0000

a. A menos que seja afirmado o contrário, os resultados de bootstrap são baseados em 1000 amostras de bootstrap

Estatísticas

normassub_fam_media

		Statistic	Bootstrap ^a			
			Viés	Modelo padrão	Intervalo de confiança 95%	
					Inferior	Superior
N	Válido	2741	0	0	2741	2741
	Ausente	0	0	0	0	0
Média		5,9976	-,0016	,0197	5,9565	6,0333
Erro de média padrão		,02015				
Mediana		6,0000	,1520	,1661	6,0000	6,3333
Modelo padrão		1,05507	,00035	,01438	1,02597	1,08323
Mínimo		2,67				
Máximo		7,00				
Percentis	25	5,3333	-,0028	,0328	5,3333	5,3333
	50	6,0000	,1520	,1661	6,0000	6,3333
	75	7,0000	,0000	,0000	7,0000	7,0000

a. A menos que seja afirmado o contrário, os resultados de bootstrap são baseados em 1000 amostras de bootstrap

Estatísticas

normassub_sociedade_media

		Statistic	Bootstrap ^a			
			Viés	Modelo padrão	Intervalo de confiança 95%	
					Inferior	Superior
N	Válido	2741	0	0	2741	2741
	Ausente	0	0	0	0	0
Média		5,1409	,0018	,0293	5,0833	5,1997
Erro de média padrão		,03016				
Mediana		5,3333	,0142	,0654	5,3333	5,6667
Modelo padrão		1,57913	-,00192	,02218	1,53175	1,61906
Mínimo		1,00				
Máximo		7,00				
Percentis	25	4,3333	-,0385	,1054	4,0000	4,3333
	50	5,3333	,0142	,0654	5,3333	5,6667
	75	6,3333	,0000	,0000	6,3333	6,3333

a. A menos que seja afirmado o contrário, os resultados de bootstrap são baseados em 1000 amostras de bootstrap

Estatísticas

universidade_ambiente_media

		Statistic	Bootstrap ^a			
			Viés	Modelo padrão	Intervalo de confiança 95%	
					Inferior	Superior
N	Válido	2741	0	0	2741	2741
	Ausente	0	0	0	0	0
Média		3,7439	,0003	,0320	3,6819	3,8080
Erro de média padrão		,03218				
Mediana		3,6667	,1207	,1603	3,6667	4,0000
Modelo padrão		1,68475	,00021	,01687	1,65222	1,72005
Mínimo		1,00				
Máximo		7,00				
Percentis	25	2,3333	,0213	,0794	2,3333	2,6667
	50	3,6667	,1207	,1603	3,6667	4,0000
	75	5,0000	,0000	,0000	5,0000	5,0000

a. A menos que seja afirmado o contrário, os resultados de bootstrap são baseados em 1000 amostras de bootstrap

Estatísticas

universidade_aprendiz_media

		Statistic	Bootstrap ^a			
			Viés	Modelo padrão	Intervalo de confiança 95%	
					Inferior	Superior
N	Válido	2741	0	0	2741	2741
	Ausente	0	0	0	0	0
Média		4,0040	,0001	,0309	3,9432	4,0634
Erro de média padrão		,03087				
Mediana		4,0000	,0076	,0383	4,0000	4,2000
Modelo padrão		1,61632	-,00100	,01628	1,58229	1,64620
Mínimo		1,00				
Máximo		7,00				
Percentis	25	2,8000	,0207	,0809	2,6000	3,0000
	50	4,0000	,0076	,0383	4,0000	4,2000
	75	5,2000	-,0002	,0307	5,2000	5,2000

a. A menos que seja afirmado o contrário, os resultados de bootstrap são baseados em 1000 amostras de bootstrap

Estatísticas

intencao_media

		Statistic	Bootstrap ^a			
			Viés	Modelo padrão	Intervalo de confiança 95%	
					Inferior	Superior
N	Válido	2741	0	0	2741	2741
	Ausente	0	0	0	0	0
Média		4,4344	,0010	,0346	4,3675	4,5017
Erro de média padrão		,03436				
Mediana		4,6667	,0211	,0689	4,5000	4,8333
Modelo padrão		1,79873	-,00008	,01725	1,76488	1,83386
Mínimo		1,00				
Máximo		7,00				
Percentis	25	3,0000	,0150	,0562	3,0000	3,1667
	50	4,6667	,0211	,0689	4,5000	4,8333
	75	6,0000	-,0029	,0214	6,0000	6,0000

a. A menos que seja afirmado o contrário, os resultados de bootstrap são baseados em 1000 amostras de bootstrap

APÊNDICE B - Outputs do SPSS GUESSS 2016 (Análises Fatoriais)

Autoeficácia empreendedora

Comunalidades

	Inicial	Extração
Q5.2_1	,569	,753
Q5.2_2	,569	,753

Método de extração: fatoraçoão do eixo principal.

Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequaçoão de amostragem.		,500
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox. df	2290,371 1
	Sig.	,000

Variância total explicada

Fator	Valores próprios iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	1,754	87,706	87,706	1,507	75,340	75,340
2	,246	12,294	100,000			

Método de extração: fatoraçoão do eixo principal.

Matriz dos fatores^a

	Fator
	1
Q5.2_2	,868
Q5.2_1	,868

Resumo do processamento de caso

		N	%
Casos	Válido	2726	99,5
	Excluídos ^a	15	,5
	Total	2741	100,0

a. Exclusão de lista com base em todas as variáveis do procedimento.

Estatísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	N de itens
,859	2

Locus de controle interno

Comunalidades

	Inicial	Extração
Q5.1b_1	,347	,395
Q5.1b_2	,513	,863
Q5.1b_3	,390	,445

Método de extração: fatoração do eixo principal.

Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,654
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox. df	2480,747 3
	Sig.	,000

Variância total explicada

Fator	Valores próprios iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	2,087	69,550	69,550	1,703	56,771	56,771
2	,583	19,444	88,994			
3	,330	11,006	100,000			

Método de extração: fatoração do eixo principal.

Matriz dos fatores^a

	Fator
	1
Q5.1b_2	,929
Q5.1b_3	,667
Q5.1b_1	,628

Resumo do processamento de caso

		N	%
Casos	Válido	2724	99,4
	Excluídos ^a	17	,6
	Total	2741	100,0

a. Exclusão de lista com base em todas as variáveis do procedimento.

Estatísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	N de itens
,776	3

Competências Empreendedoras

Comunalidades

	Inicial	Extração
Q5.2_4	,613	,656
Q5.2_5	,506	,512
Q5.2_6	,640	,692
Q5.2_7	,653	,726
Q5.2_8	,633	,690

Método de extração: fatoração do eixo principal.

Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,865
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox. df	8510,182 10
	Sig.	,000

Variância total explicada

Fator	Valores próprios iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	3,614	72,274	72,274	3,276	65,516	65,516
2	,546	10,912	83,186			
3	,329	6,578	89,764			
4	,269	5,387	95,151			
5	,242	4,849	100,000			

Método de extração: fatoração do eixo principal.

Matriz dos fatores^a

	Fator
	1
Q5.2_7	,852
Q5.2_6	,832
Q5.2_8	,831
Q5.2_4	,810
Q5.2_5	,716

Resumo do processamento de caso

		N	%
Casos	Válido	2695	98,3
	Excluídos ^a	46	1,7
	Total	2741	100,0

a. Exclusão de lista com base em todas as variáveis do procedimento.

Estatísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	N de itens
,904	5

Normas Subjetivas - família, amigos, colegas

Comunalidades

	Inicial	Extração
Q5.3_1	,446	,482
Q5.3_2	,610	,916
Q5.3_3	,472	,511

Método de extração: fatoração do eixo principal.

Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,670
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox.	3317,919
	df	3
	Sig.	,000

Variância total explicada

Fator	Valores próprios iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	2,234	74,459	74,459	1,909	63,641	63,641
2	,505	16,844	91,303			
3	,261	8,697	100,000			

Método de extração: fatoraçoão do eixo principal.

Matriz dos fatores^a

	Fator
	1
Q5.3_2	,957
Q5.3_3	,715
Q5.3_1	,694

Resumo do processamento de caso

		N	%
Casos	Válido	2717	99,1
	Excluídos ^a	24	,9
	Total	2741	100,0

a. Exclusão de lista com base em todas as variáveis do procedimento.

Estatísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	N de itens
,821	3

Histórico familiar - pais proprietários

PROPRIETARIOS

		Frequência	Porcentual	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	2203	80,4	80,4	80,4
	1	538	19,6	19,6	100,0
	Total	2741	100,0	100,0	

Histórico familiar - pais autônomos

AUTONOMOS

		Frequência	Porcentual	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	1829	66,7	66,7	66,7
	1	912	33,3	33,3	100,0
	Total	2741	100,0	100,0	

Normas Subjetivas - Sociedade

Comunalidades

	Inicial	Extração
Q7.2a_1	,397	,632
Q7.2b_1	,339	,476
Q7.2c_1	,316	,436

Método de extração: fatoraçoão do eixo principal.

Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,686
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox.	2004,968
	df	3
	Sig.	,000

Variância total explicada

Fator	Valores próprios iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	2,020	67,346	67,346	1,544	51,467	51,467
2	,547	18,230	85,577			
3	,433	14,423	100,000			

Método de extração: fatoraçoão do eixo principal.

Matriz dos fatores^a

	Fator
	1
Q7.2a_1	,795
Q7.2b_1	,690
Q7.2c_1	,660

Resumo do processamento de caso

		N	%
Casos	Válido	2720	99,2
	Excluídos ^a	21	,8
	Total	2741	100,0

a. Exclusão de lista com base em todas as variáveis do procedimento.

Estatísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	N de itens
,756	3

Universidade - ambiente universitário favorável ao empreendedorismo

Comunalidades

	Inicial	Extração
Q4.1_1	,694	,737
Q4.1_2	,791	,930
Q4.1_3	,696	,739

Método de extração: fatoraçoão do eixo principal.

Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,735
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox. df	6360,048 3
	Sig.	,000

Variância total explicada

Fator	Valores próprios iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	2,597	86,566	86,566	2,405	80,179	80,179
2	,263	8,771	95,337			
3	,140	4,663	100,000			

Método de extração: fatoraçoão do eixo principal.

Matriz dos fatores^a

	Fator
	1
Q4.1_2	,964
Q4.1_3	,859
Q4.1_1	,858

Resumo do processamento de caso

		N	%
Casos	Válido	2712	98,9
	Excluídos ^a	29	1,1
	Total	2741	100,0

a. Exclusão de lista com base em todas as variáveis do procedimento.

Estatísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	N de itens
,922	3

Universidade - aprendizagem voltada ao empreendedorismo

Comunalidades

	Inicial	Extração
Q4.2_1	,722	,737
Q4.2_2	,793	,795
Q4.2_3	,729	,763
Q4.2_4	,634	,598
Q4.2_5	,671	,665

Método de extração: fatoraçoão do eixo principal.

Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,843
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox.	11068,057
	df	10
	Sig.	,000

Variância total explicada

Fator	Valores próprios iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	3,840	76,799	76,799	3,557	71,139	71,139
2	,551	11,023	87,822			
3	,252	5,035	92,858			
4	,220	4,401	97,258			
5	,137	2,742	100,000			

Método de extração: fatoraçoão do eixo principal.

Matriz dos fatores^a

	Fator
	1
Q4.2_2	,891
Q4.2_3	,873
Q4.2_1	,858
Q4.2_5	,815
Q4.2_4	,773

Resumo do processamento de caso

		N	%
Casos	Válido	2683	97,9
	Excluídos ^a	58	2,1
	Total	2741	100,0

a. Exclusão de lista com base em todas as variáveis do procedimento.

Estatísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	N de itens
,924	5

Universidade - Contato com disciplinas de empreendedorismo

CONTATO_DISC

		Frequência	Porcentual	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	2170	79,2	79,2	79,2
	1	571	20,8	20,8	100,0
	Total	2741	100,0	100,0	

Intenção Empreendedora

Comunalidades

	Inicial	Extração
Q5.1a_1	,509	,479
Q5.1a_2	,765	,771
Q5.1a_3	,819	,858
Q5.1a_4	,814	,837
Q5.1a_5	,800	,810
Q5.1a_6	,797	,781

Método de extração: fatoração do eixo principal.

Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,910
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox.	16783,769
	df	15
	Sig.	,000

Variância total explicada

Fator	Valores próprios iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	4,761	79,348	79,348	4,536	75,592	75,592
2	,548	9,133	88,481			
3	,267	4,446	92,927			
4	,156	2,596	95,523			
5	,140	2,334	97,857			
6	,129	2,143	100,000			

Método de extração: fatoração do eixo principal.

Matriz dos fatores^a

	Fator
	1
Q5.1a_3	,926
Q5.1a_4	,915
Q5.1a_5	,900
Q5.1a_6	,884
Q5.1a_2	,878
Q5.1a_1	,692

Resumo do processamento de caso

		N	%
Casos	Válido	2694	98,3
	Excluídos ^a	47	1,7
	Total	2741	100,0

a. Exclusão de lista com base em todas as variáveis do procedimento.

**Estadísticas de
confiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de itens
,948	6

APÊNDICE C - Outputs do SPSS GUESSS 2018 (Estatísticas Descritivas)

Estatísticas

		autoeficacia_ media	locus_ media	competencia_ media	normassub_f am_ media	normassub_s ociedade_ me dia
N	Válido	2167	2167	2167	2167	2167
	Ausente	0	0	0	0	0
Média		3,8856	4,9909	4,4413	5,8040	4,3814
Erro de média padrão		,03305	,02659	,03155	,02226	,04157
Mediana		4,0000	5,0000	4,6000	6,0000	4,6667
Modelo padrão		1,53869	1,23764	1,46857	1,03619	1,93522
Mínimo		1,00	1,00	1,00	2,67	1,00
Máximo		7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Percentis	25	3,0000	4,3333	3,4000	5,0000	3,0000
	50	4,0000	5,0000	4,6000	6,0000	4,6667
	75	5,0000	6,0000	5,6000	6,6667	6,0000

Estatísticas

		universidade_ ambiente_ me dia	universidade_ aprendiz_ me dia
N	Válido	2167	2167
	Ausente	0	0
Média		3,4160	3,6014
Erro de média padrão		,03422	,03351
Mediana		3,3333	3,6000
Modelo padrão		1,59276	1,56003
Mínimo		1,00	1,00
Máximo		7,00	7,00
Percentis	25	2,0000	2,4000
	50	3,3333	3,6000
	75	4,6667	4,8000

Estatísticas

		CONTATO_DI SC	AUTONOMOS	PROPRIETAR IOS
N	Válido	2167	2167	2167
	Ausente	0	0	0

CONTATO_DISC

		Frequência	Porcentual	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	1767	81,5	81,5	81,5
	1	400	18,5	18,5	100,0
	Total	2167	100,0	100,0	

AUTONOMOS

		Frequência	Porcentual	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	1541	71,1	71,1	71,1
	1	626	28,9	28,9	100,0
	Total	2167	100,0	100,0	

PROPRIETARIOS

		Frequência	Porcentual	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	1712	79,0	79,0	79,0
	1	455	21,0	21,0	100,0
	Total	2167	100,0	100,0	

Estatísticas

intencao_media

N	Válido	2167
	Ausente	0
Média		3,8370
Mediana		3,8333
Modelo padrão		1,76052
Mínimo		1,00
Máximo		7,00
Percentis	25	2,3333
	50	3,8333
	75	5,1667

Estatísticas

gender

N	Válido	2167
	Ausente	0

gender

		Frequência	Porcentual	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	0	874	40,3	40,3	40,3
	1	1293	59,7	59,7	100,0
	Total	2167	100,0	100,0	

Estatísticas

area_original

N	Válido	2167
	Ausente	0

area_original

		Frequência	Porcentual	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	1	345	15,9	15,9	15,9
	2	114	5,3	5,3	21,2
	3	77	3,6	3,6	24,7
	4	33	1,5	1,5	26,3
	5	375	17,3	17,3	43,6
	6	507	23,4	23,4	67,0
	7	151	7,0	7,0	73,9
	8	28	1,3	1,3	75,2
	9	173	8,0	8,0	83,2
	10	41	1,9	1,9	85,1
	11	195	9,0	9,0	94,1
	12	128	5,9	5,9	100,0
	Total	2167	100,0	100,0	

Estatísticas

autoeficacia_media

		Statistic	Bootstrap ^a			
			Viés	Modelo padrão	Intervalo de confiança 95%	
					Inferior	Superior
N	Válido	2167	0	0	2167	2167
	Ausente	0	0	0	0	0
Média		3,8856	,0014	,0321	3,8216	3,9501
Mediana		4,0000	,0000	,0000	4,0000	4,0000
Modelo padrão		1,53869	-,00032	,01907	1,50033	1,57415
Mínimo		1,00				
Máximo		7,00				
Percentis	25	3,0000	-,1070	,2052	2,5000	3,0000
	50	4,0000	,0000	,0000	4,0000	4,0000
	75	5,0000	,0000	,0000	5,0000	5,0000

a. A menos que seja afirmado o contrário, os resultados de bootstrap são baseados em 1000 amostras de bootstrap

Estatísticas

locus_media

		Statistic	Bootstrap ^a			
			Viés	Modelo padrão	Intervalo de confiança 95%	
					Inferior	Superior
N	Válido	2167	0	0	2167	2167
	Ausente	0	0	0	0	0
Média		4,9909	-,0004	,0273	4,9358	5,0473
Mediana		5,0000	,0133	,0654	5,0000	5,3333
Modelo padrão		1,23764	-,00047	,01999	1,19620	1,27602
Mínimo		1,00				
Máximo		7,00				
Percentis	25	4,3333	-,0460	,1150	4,0000	4,3333
	50	5,0000	,0133	,0654	5,0000	5,3333
	75	6,0000	-,0210	,0810	5,6667	6,0000

a. A menos que seja afirmado o contrário, os resultados de bootstrap são baseados em 1000 amostras de bootstrap

Estatísticas

competencia_media

		Statistic	Bootstrap ^a			
			Viés	Modelo padrão	Intervalo de confiança 95%	
					Inferior	Superior
N	Válido	2167	0	0	2167	2167
	Ausente	0	0	0	0	0
Média		4,4413	-,0019	,0310	4,3769	4,5009
Mediana		4,6000	-,0010	,0319	4,6000	4,6000
Modelo padrão		1,46857	,00074	,01971	1,43227	1,50762
Mínimo		1,00				
Máximo		7,00				
Percentis	25	3,4000	,0116	,0561	3,4000	3,6000
	50	4,6000	-,0010	,0319	4,6000	4,6000
	75	5,6000	-,0032	,0243	5,6000	5,6000

a. A menos que seja afirmado o contrário, os resultados de bootstrap são baseados em 1000 amostras de bootstrap

Estatísticas

normassub_fam_media

		Statistic	Bootstrap ^a			
			Viés	Modelo padrão	Intervalo de confiança 95%	
					Inferior	Superior
N	Válido	2167	0	0	2167	2167
	Ausente	0	0	0	0	0
Média		5,8040	-,0005	,0218	5,7601	5,8472
Mediana		6,0000	,0000	,0000	6,0000	6,0000
Modelo padrão		1,03619	,00005	,01382	1,00886	1,06328
Mínimo		2,67				
Máximo		7,00				
Percentis	25	5,0000	,0003	,0105	5,0000	5,0000
	50	6,0000	,0000	,0000	6,0000	6,0000
	75	6,6667	,1410	,1648	6,6667	7,0000

a. A menos que seja afirmado o contrário, os resultados de bootstrap são baseados em 1000 amostras de bootstrap

Estatísticas

normassub_sociedade_media

		Statistic	Bootstrap ^a			
			Viés	Modelo padrão	Intervalo de confiança 95%	
					Inferior	Superior
N	Válido	2167	0	0	2167	2167
	Ausente	0	0	0	0	0
Média		4,3814	-,0015	,0417	4,2971	4,4615
Mediana		4,6667	,0263	,0959	4,6667	5,0000
Modelo padrão		1,93522	-,00002	,01924	1,89572	1,97199
Mínimo		1,00				
Máximo		7,00				
Percentis	25	3,0000	-,1613	,1667	2,6667	3,0000
	50	4,6667	,0263	,0959	4,6667	5,0000
	75	6,0000	,0017	,0235	6,0000	6,0000

a. A menos que seja afirmado o contrário, os resultados de bootstrap são baseados em 1000 amostras de bootstrap

Estatísticas

universidade_ambiente_media

		Statistic	Bootstrap ^a			
			Viés	Modelo padrão	Intervalo de confiança 95%	
					Inferior	Superior
N	Válido	2167	0	0	2167	2167
	Ausente	0	0	0	0	0
Média		3,4160	-,0012	,0347	3,3455	3,4802
Mediana		3,3333	,0543	,1232	3,3333	3,6667
Modelo padrão		1,59276	-,00009	,01870	1,55719	1,62991
Mínimo		1,00				
Máximo		7,00				
Percentis	25	2,0000	,0077	,0500	2,0000	2,0000
	50	3,3333	,0543	,1232	3,3333	3,6667
	75	4,6667	-,0035	,0319	4,6667	4,6667

a. A menos que seja afirmado o contrário, os resultados de bootstrap são baseados em 1000 amostras de bootstrap

Estatísticas

universidade_aprendiz_media

		Statistic	Bootstrap ^a			
			Viés	Modelo padrão	Intervalo de confiança 95%	
					Inferior	Superior
N	Válido	2167	0	0	2167	2167
	Ausente	0	0	0	0	0
Média		3,6014	-,0004	,0342	3,5346	3,6715
Mediana		3,6000	-,0212	,0745	3,4000	3,6000
Modelo padrão		1,56003	-,00089	,01787	1,52491	1,59500
Mínimo		1,00				
Máximo		7,00				
Percentis	25	2,4000	-,0179	,0581	2,2000	2,4000
	50	3,6000	-,0212	,0745	3,4000	3,6000
	75	4,8000	,0070	,0544	4,8000	5,0000

a. A menos que seja afirmado o contrário, os resultados de bootstrap são baseados em 1000 amostras de bootstrap

Estatísticas

intencao_media

		Statistic	Bootstrap ^a			
			Viés	Modelo padrão	Intervalo de confiança 95%	
					Inferior	Superior
N	Válido	2167	0	0	2167	2167
	Ausente	0	0	0	0	0
Média		3,8370	-,0005	,0375	3,7641	3,9120
Mediana		3,8333	,0609	,0845	3,8333	4,0000
Modelo padrão		1,76052	-,00113	,01698	1,72548	1,79197
Mínimo		1,00				
Máximo		7,00				
Percentis	25	2,3333	-,0173	,0714	2,1667	2,5000
	50	3,8333	,0609	,0845	3,8333	4,0000
	75	5,1667	,0771	,0835	5,1667	5,3333

a. A menos que seja afirmado o contrário, os resultados de bootstrap são baseados em 1000 amostras de bootstrap

APÊNDICE D - *Outputs* do SPSS GUESSSS 2018 (Análises Fatoriais)

Autoeficácia empreendedora

Comunalidades

	Inicial	Extração
Q4.2.1_1	,521	,721
Q4.2.1_2	,521	,721

Método de extração: fatoraçoão do eixo principal.

Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequaçoão de amostragem.		,500
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox.	1591,148
	df	1
	Sig.	,000

Variância total explicada

Fator	Valores próprios iniciais			Sommas de extração de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	1,722	86,091	86,091	1,442	72,104	72,104
2	,278	13,909	100,000			

Método de extração: fatoraçoão do eixo principal.

Matriz dos fatores^a

	Fator
	1
Q4.2.1_2	,849
Q4.2.1_1	,849

Resumo do processamento de caso

		N	%
Casos	Válido	2164	99,9
	Excluídos ^a	3	,1
	Total	2167	100,0

a. Exclusão de lista com base em todas as variáveis do procedimento.

Estadísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	N de itens
,838	2

Locus de Controle Interno

Comunalidades

	Inicial	Extração
Q4.2.3_1	,372	,401
Q4.2.3_2	,573	,921
Q4.2.3_3	,455	,491

Método de extração: fatoração do eixo principal.

Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,652
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox.	2306,659
	df	3
	Sig.	,000

Variância total explicada

Fator	Valores próprios iniciais			Somos de extração de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	2,154	71,812	71,812	1,813	60,429	60,429
2	,562	18,733	90,545			
3	,284	9,455	100,000			

Método de extração: fatoração do eixo principal.

Matriz dos fatores^a

	Fator
	1
Q4.2.3_2	,960
Q4.2.3_3	,701
Q4.2.3_1	,633

Resumo do processamento de caso

		N	%
Casos	Válido	2161	99,7
	Excluídos ^a	6	,3
	Total	2167	100,0

a. Exclusão de lista com base em todas as variáveis do procedimento.

Estatísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	N de itens
,800	3

Competências Empreendedoras

Comunalidades

	Inicial	Extração
Q4.2.1_3	,591	,641
Q4.2.1_4	,525	,528
Q4.2.1_5	,644	,693
Q4.2.1_6	,638	,706
Q4.2.1_7	,630	,677

Método de extração: fatoração do eixo principal.

Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,858
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox.	6625,545
	df	10
	Sig.	,000

Variância total explicada

Fator	Valores próprios iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	3,590	71,808	71,808	3,244	64,888	64,888
2	,549	10,988	82,796			
3	,348	6,954	89,749			
4	,275	5,497	95,246			
5	,238	4,754	100,000			

Método de extração: fatoração do eixo principal.

Matriz dos fatores^a

	Fator
	1
Q4.2.1_6	,840
Q4.2.1_5	,832
Q4.2.1_7	,823
Q4.2.1_3	,801
Q4.2.1_4	,726

Resumo do processamento de caso

		N	%
Casos	Válido	2137	98,6
	Excluídos ^a	30	1,4
	Total	2167	100,0

a. Exclusão de lista com base em todas as variáveis do procedimento.

Estatísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	N de itens
,902	5

Normas Subjetivas - família, amigos, colegas

Comunalidades

	Inicial	Extração
Q6.2_1	,289	,327
Q6.2_2	,472	,870
Q6.2_3	,359	,408

Método de extração: fatoração do eixo principal.

Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,635
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox. df	1678,685 3
	Sig.	,000

Variância total explicada

Fator	Valores próprios iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	2,003	66,758	66,758	1,606	53,518	53,518
2	,640	21,323	88,082			
3	,358	11,918	100,000			

Método de extração: fatoração do eixo principal.

Matriz dos fatores^a

	Fator
	1
Q6.2_2	,933
Q6.2_3	,639
Q6.2_1	,572

Resumo do processamento de caso

		N	%
Casos	Válido	2153	99,4
	Excluídos ^a	14	,6
	Total	2167	100,0

a. Exclusão de lista com base em todas as variáveis do procedimento.

Estadísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	N de itens
,742	3

Normas Subjetivas - Sociedade

Comunalidades

	Inicial	Extração
Q6.1.1_1	,469	,614
Q6.1.2_1	,457	,594
Q6.1.3_1	,482	,639

Método de extração: fatoração do eixo principal.

Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.	,722
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox. 2400,701
df	3
Sig.	,000

Variância total explicada

Fator	Valores próprios iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	2,231	74,365	74,365	1,847	61,559	61,559
2	,398	13,269	87,635			
3	,371	12,365	100,000			

Método de extração: fatoração do eixo principal.

Matriz dos fatores^a

	Fator
	1
Q6.1.3_1	,799
Q6.1.1_1	,784
Q6.1.2_1	,771

Estadísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	N de itens
,828	3

Resumo do processamento de caso

		N	%
Casos	Válido	2165	99,9
	Excluídos ^a	2	,1
	Total	2167	100,0

a. Exclusão de lista com base em todas as variáveis do procedimento.

Universidade - Ambiente universitário favorável ao Empreendedorismo

Comunalidades

	Inicial	Extração
Q3.1_1	,580	,649
Q3.1_2	,696	,855
Q3.1_3	,630	,711

Método de extração: fatoraçoão do eixo principal.

Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,734
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox.	3869,312
	df	3
	Sig.	,000

Variância total explicada

Fator	Valores próprios iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	2,471	82,352	82,352	2,216	73,853	73,853
2	,325	10,821	93,173			
3	,205	6,827	100,000			

Método de extração: fatoraçoão do eixo principal.

Matriz dos fatores^a

	Fator
	1
Q3.1_2	,925
Q3.1_3	,843
Q3.1_1	,806

Resumo do processamento de caso

		N	%
Casos	Válido	2145	99,0
	Excluídos ^a	22	1,0
	Total	2167	100,0

a. Exclusão de lista com base em todas as variáveis do procedimento.

Estatísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	N de itens
,892	3

Universidade - Aprendizagem voltada ao Empreendedorismo

Comunalidades

	Inicial	Extração
Q3.2_1	,646	,669
Q3.2_2	,727	,721
Q3.2_3	,664	,711
Q3.2_4	,585	,510
Q3.2_5	,630	,602

Método de extração: fatoraçoão do eixo principal.

Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,815
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox.	7225,899
	df	10
	Sig.	,000

Variância total explicada

Fator	Valores próprios iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	3,563	71,257	71,257	3,213	64,262	64,262
2	,703	14,062	85,320			
3	,310	6,190	91,510			
4	,245	4,907	96,417			
5	,179	3,583	100,000			

Método de extração: fatoraçoão do eixo principal.

Matriz dos fatores^a

	Fator
	1
Q3.2_2	,849
Q3.2_3	,843
Q3.2_1	,818
Q3.2_5	,776
Q3.2_4	,714

Resumo do processamento de caso

		N	%
Casos	Válido	2142	98,8
	Excluídos ^a	25	1,2
	Total	2167	100,0

a. Exclusão de lista com base em todas as variáveis do procedimento.

Estatísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	N de itens
,898	5

Intenção Empreendedora

Comunalidades

	Inicial	Extração
Q4.1.1_1	,522	,489
Q4.1.1_2	,779	,797
Q4.1.1_3	,811	,844
Q4.1.1_4	,808	,833
Q4.1.1_5	,717	,729
Q4.1.1_6	,764	,756

Método de extração: fatoraçoão do eixo principal.

Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequaçoão de amostragem.		,905
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox. df	12490,182 15
	Sig.	,000

Variância total explicada

Fator	Valores próprios iniciais			Somadas de extraçoão de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	4,689	78,154	78,154	4,447	74,118	74,118
2	,551	9,178	87,332			
3	,270	4,503	91,835			
4	,206	3,434	95,269			
5	,160	2,665	97,934			
6	,124	2,066	100,000			

Método de extraçoão: fatoraçoão do eixo principal.

Matriz dos fatores^a

	Fator
	1
Q4.1.1_3	,919
Q4.1.1_4	,913
Q4.1.1_2	,893
Q4.1.1_6	,869
Q4.1.1_5	,854
Q4.1.1_1	,699

Resumo do processamento de caso

		N	%
Casos	Válido	2135	98,5
	Excluídos ^a	32	1,5
	Total	2167	100,0

a. Exclusão de lista com base em todas as variáveis do procedimento.

Estatísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	N de itens
,944	6

ANEXOS

ANEXO A – Instrumento GUESSS Brasil 2016

As perguntas são para todos os estudantes.

- 1 Qual é o seu ano de nascimento? *Lista suspensa, 1998-1980 ou anterior*
- 2 Seu gênero? *• Homem*
• Mulher
6 opções mais "Outros" grátis
6 opções mais "Outros" grátis
- 3 Sua nacionalidade? 4 Em que país você nasceu? *Lista suspensa, 1-25 anos ou mais em 5 etapas*
- 5 Há quantos anos vive no país onde vive atualmente?

2 Seus estudos

- 1 Por favor, selecione sua universidade / universidade de ciências aplicadas. *Incl. "De outros"*
- 2 Em que nível você está estudando? *(resposta única)*
• Graduação (Bacharelado)
• Graduação (Mestrado)
• Outros (por exemplo, PhD / MBA) • Artes / Humanidades (por exemplo, linguística, estudos culturais, religião, filosofia, história)
- 3 Qual é a sua principal área de estudar? Por favor, escolha o mais adequado. *(resposta única)*
• Engenharia (incluindo ciências da computação e arquitetura)
• Medicina humana / ciências da saúde
• Direito e Economia (incluindo ciências empresariais)
• Matemática e ciências naturais
• Ciência da arte (por exemplo, arte, design, teatro, música)
• Ciências sociais (por exemplo, psicologia, política, ciências da educação)
- 4 Em que ano você iniciou seus estudos? *• De outros*
• 2016
• 2015
• 2014
- 5 Em que ano você pretende concluir seus estudos? *• 2013 ou anterior*
• 2016
• 2017
• 2018
- 6 Você é um estudante de intercâmbio internacional? *• 2019 ou posterior*
• Sim
• Não

3 Suas intenções de escolha de carreira

Que carreira pretende seguir logo após a conclusão dos seus estudos e qual carreira 5 anos após a conclusão dos estudos? Escolha apenas 1 opção cada!

Eu quero ser...

Logo após os estudos 5 anos depois

um empregado...

- 1 ...em uma pequena empresa (1-49 funcionários)
- 2 ...em uma empresa de médio porte (50-249 funcionários)
- 3 ...em uma grande empresa (250 ou mais funcionários)
- 4 ...em uma organização sem fins lucrativos 5 ...
- 5 ..na Academia (carreira acadêmica)
- 6 ... no serviço público

um fundador (empreendedor)...

- 7 ...trabalhando no meu próprio negócio

um sucessor...

- 8 ...nos negócios dos meus pais/família
- 9 ...em outro negócio
- 10 *Outro /ainda não sei*

11 Você está atualmente tentando iniciar seu próprio negócio / tornar-se autônomo?

- Sim
- Não
- Sim

12 Já tem o seu próprio negócio/já trabalha por conta própria?

- Não

4 Sua universidade

Por favor, indique até que ponto você concorda com as seguintes afirmações sobre o ambiente universitário (1=nada, 7=muito).

- 1 A atmosfera da minha universidade me inspira a desenvolver ideias para novos negócios.
 - 2 Há um clima favorável para se tornar um empreendedor na minha universidade.
 - 3 Na minha universidade, os alunos são incentivados a se envolver em atividades empreendedoras.
- Franke & Luthje 2004; GUESS 2011; Geissler, 2013*

Por favor, indique até que ponto você concorda com as seguintes afirmações sobre seus estudos (1=nada, 7=muito). Os cursos e ofertas que participei...

- 1 aumentou minha compreensão das atitudes, valores e motivações dos empreendedores.
- 2 aumentou minha compreensão das ações que alguém deve tomar para iniciar um negócio.
- 3 aprimorei minhas habilidades práticas de gerenciamento para iniciar um negócio.
- 4 aumentou minha capacidade de desenvolver redes.
- 5 melhorou minha capacidade de identificar uma oportunidade.

Aprendizagem do programa (Souitaris et al. 2007)

Por favor, indique qual das seguintes opções se aplica a você (múltiplas respostas são possíveis).

- 1 Ainda não participei de um curso sobre empreendedorismo.
- 2 Frequentei pelo menos um curso de empreendedorismo como eletivo.
- 3 Frequentei pelo menos um curso de empreendedorismo como parte obrigatória dos meus estudos.
- 4 Estou cursando um programa específico sobre empreendedorismo.
- 5 Escolhi estudar nesta universidade principalmente por causa de sua forte reputação empreendedora.

Fundadores **ativos** que responderam ao item 12 da pergunta 3 com SIM agora pulam para a pergunta 6

5 Você e o empreendedorismo

5.1 Considerações gerais

Por favor, indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1=discordo totalmente, 7=concordo totalmente). Empreendedor refere-se a alguém que cria um novo negócio.

- 1 Estou pronto para fazer qualquer coisa para ser um empreendedor.
- 2 Meu objetivo profissional é me tornar um empreendedor.
- 3 Estou determinado a criar um negócio no futuro.
- 4 Farei todos os esforços para administrar meu próprio negócio.
- 5 Tenho pensado muito seriamente em começar um negócio.
- 6 Tenho a forte intenção de começar um negócio algum dia.
- 7 Geralmente sou capaz de proteger meus interesses pessoais.

- 8 Quando faço planos, tenho quase certeza de fazê-los funcionar.
- 9 Posso muito bem determinar o que vai acontecer na minha vida.
- 10 Ser empreendedor implica mais vantagens do que desvantagens para mim.
- 11 A carreira de empreendedor é atraente para mim.
- 12 Se eu tivesse oportunidade e recursos, me tornaria um empreendedor
- 13 Ser empreendedor me traria grandes satisfações.
- 14 Entre várias opções, prefiro me tornar um empreendedor.

Linan & Chen 2009: intenção (1-6), atitude (10-14), Levenson 1973: locus de controle (7-9)

5.2 Suas habilidades

Por favor, indique o seu nível de competência na realização das seguintes tarefas (1=competência muito baixa, 7=competência muito alta).

- 1 Identificar novas oportunidades de negócios
- 2 Criando novos produtos e serviços
- 3 Gerenciando a inovação dentro de uma empresa
- 4 Ser um líder e comunicador
- 5 Construindo uma rede profissional
- 6 Comercializando uma nova ideia ou desenvolvimento
- 7 Gerenciando com sucesso um negócio

Zhao et al. 2005; Forbes 2005; Chen 1998; George & Zhou 2001; Linan 2008; Denoble 1999; Kickul et al. 2009

5.3 A reação do seu ambiente

Se você seguisse a carreira de empreendedor, como as pessoas em seu ambiente reagiriam (1 = muito negativamente, 7 = muito positivamente)?

- 1 Sua família próxima
- 2 Seus amigos
- 3 Seus colegas

Normas subjetivas, de Linan & Chen, 2009

6 Seu histórico familiar

- 1 Seus pais são autônomos?
- 2 Não/Sim, pai/Sim, mãe/Sim, ambos
- 3 Seus pais são proprietários majoritários de uma empresa?
- 4 Não/Sim, pai/Sim, mãe/Sim, ambos

7 A sociedade em que você vive

Por favor, indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1=discordo totalmente, 7=concordo totalmente).

- 1 Na minha sociedade, as crianças se orgulham das realizações individuais de seus pais
- 2 Na minha sociedade, os pais se orgulham das realizações individuais de seus filhos.
- 3 Na minha sociedade, pais idosos geralmente vivem em casa com seus filhos.
- 4 Na minha sociedade, as crianças geralmente vivem em casa com os pais até se casarem.
- 5 Na minha sociedade, a ordem e a consistência são enfatizadas, mesmo à custa da experimentação e inovação.
- 6 Na minha sociedade, a maioria das pessoas leva uma vida altamente estruturada com poucos eventos inesperados.
- 7 Na minha sociedade, os requisitos e instruções sociais são detalhados para que os cidadãos sabem o que se espera que eles façam.
- 8 Na minha sociedade, os indivíduos são encorajados a lutar por melhorias contínuas.

Para as seguintes questões, duas respostas opostas são dadas. Ninguém está mais correto do que o outro. Por favor, indique com qual resposta você concorda mais (1=primeira resposta, 7=segunda resposta).

- 1 Na minha sociedade, as crianças se orgulham das realizações individuais dos pais.
- 2 Na minha sociedade, os pais se orgulham das realizações individuais dos filhos.
- 3 Na minha sociedade, geralmente pais idosos vivem na casa dos seus filhos.
- 4 Na minha sociedade, geralmente os filhos vivem com os pais até casarem.
- 5 Na minha sociedade, a ordem e o status quo são incentivados, mesmo arriscando a criatividade e a experimentação.
- 6 Na minha sociedade a maioria das pessoas leva uma vida altamente estruturada, com poucos eventos inesperados.
- 7 Na minha sociedade, as normas sociais são especificadas para que as pessoas saibam o que se espera delas.
- 8 Na minha sociedade, os indivíduos são encorajados a se esforçar para melhorar continuamente o desempenho.

Para as perguntas a seguir, duas respostas opostas são fornecidas. Nenhuma é mais correta do que a outra. Indique com qual resposta você concorda mais.

Na minha sociedade a influência de uma pessoa é baseada principalmente:

- 1 na habilidade e contribuição para sociedade.
- 2 na autoridade da posição de alguém.

Em minha sociedade espera-se que os seguidores:

- 1 questionem os líderes quando não concordarem.
- 2 obedeçam os líderes sem questionar.

Na minha sociedade, o poder é:

- 1 compartilhado por toda sociedade.
- 2 concentrado no topo.

Na minha sociedade, as principais recompensas são baseadas em:

- 1 Somente fatores além de um desempenho eficaz (por exemplo, antiguidade).
- 2 Somente eficácia do desempenho.

Na minha sociedade, ser inovador para melhorar o desempenho geralmente :

- 1 Não é recompensado.
- 2 É substancialmente recompensado.

Apenas para empreendedores **iniciantes** (item 11 no Q3=SIM e item 12=NÃO)

8 Sobre o seu próprio negócio planejado

Você disse anteriormente que está tentando iniciar um novo negócio.

8.1 Informações gerais

- | | |
|--|--|
| | • 1-6 meses |
| 1 Em quantos meses você pretende fundar seu negócio? | • 7-12 meses
• 12-18 meses
• 19-24 meses ou mais |
| 2 Você quer que este negócio se torne sua ocupação principal após a formatura? | •Sim |
| 3 Você já criou outro negócio antes? | •Não
•Sim
•Não |

Em qual setor econômico sua empresa atuará principalmente? Por favor, escolha o mais adequado.

- 1 Publicidade / Design / Arquitetura e Engenharia /Construção
- 2 Consultoria (RH, direito, gestão, fiscal)
- 3 Educação e treinamento
- 4 Serviços financeiros (incluindo bancos, seguros, investimentos, imóveis)
- 5 Saúde humana e atividades de trabalho socialTecnologia da informação (TI) e comunicação (incluindo software e serviços de TI)
- 6 FabricaçãoTurismo e lazer
- 7 Comércio (atacado/varejo)
- 8 Outros serviços (por exemplo, transporte)
- 9 Outros

Baseado no NACE

8.2 Suas atividades

Por favor, indique quais das seguintes atividades você já realizou para iniciar seu próprio negócio (várias respostas são possíveis). 1 Produto discutido ou ideia de negócio com clientes em potencial

- 1 Informações coletadas sobre mercados ou concorrentes
- 2 Escreveu um plano de negócios
- 3 Começou o desenvolvimento de produtos/serviços
- 4 Iniciado esforços de marketing ou promoção
- 5 Material, equipamento ou maquinário adquirido para o negócio Tentativa de obter financiamento externo
- 6 Requerido para uma patente, direito autoral ou marca registrada
- 7 Registrou o negócio

- 8 Produto ou serviço vendido
- 9 Nada do acima feito até agora

GEMPSED

8.3 Motivações e objetivos

Por favor, indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações. Vou criar meu negócio em ordem... (1=discordo totalmente, 7=concordo totalmente)

- 1 ganhar dinheiro e ficar rico.
- 2 principalmente para alcançar o sucesso financeiro.
- 3 para avançar na minha carreira no mundo dos negócios.
- 4 ser capaz de sinalizar minhas capacidades para outros (ou seja, futuros empregadores, colegas).
- 5 para resolver um problema específico para um grupo de pessoas com quem me identifico fortemente (por exemplo, amigos, colegas, clube, comunidade).
- 6 desempenhar um papel proativo na formação das atividades de um grupo de pessoas que eu fortemente identificar (por exemplo, amigos, colegas, clube, comunidade).
- 7 para resolver um problema social que as empresas privadas geralmente não conseguem resolver (por exemplo, injustiça social, proteção ambiental)....
- 8 fazer algo que me permita decretar valores que são fundamentais para quem eu sou.
- 9 desempenhar um papel proativo na mudança de como o mundo funciona.

Como fundador de uma empresa, será muito importante para mim...(1=discordo totalmente, 7=concordo totalmente)

- 1 operar minha empresa com base em práticas de gestão sólidas.
- 2 ter analisado minuciosamente as perspectivas financeiras do meu negócio.fornecer um produto/serviço que seja útil para um grupo de pessoas que eu identifico fortemente com (por exemplo, amigos, colegas, clube, comunidade).
- 3 para transmitir aos meus clientes que quero satisfazer as suas necessidades em vez de apenas fazer o negócio.
- 4 para poder expressar aos meus clientes que compartilho fundamentalmente suas opiniões, interesses e valores. ser verdadeiro ao servir um grupo de pessoas com as quais me identifico fortemente (por exemplo, amigos, colegas, clube, comunidade)
- 5 .ser um cidadão altamente responsável do nosso mundo.tornar o mundo um "lugar melhor" (por exemplo, buscando justiça social, protegendo o ambiente).

Ao gerenciar minha empresa, será muito importante para mim...(1=discordo totalmente, 7=concordo totalmente)

- 1 ter um forte foco no que minha empresa pode alcançar em relação à concorrência.
- 2 para estabelecer uma forte vantagem competitiva e superar significativamente outras empresas em meu domínio.
- 3 ter um forte foco no grupo de pessoas com quem me identifico fortemente (por exemplo, amigos, colegas, clube, comunidade).
- 4 para apoiar e promover o grupo de pessoas com quem me identifico fortemente (por exemplo, amigos, colegas, clube, comunidade).
- 5 ter um forte foco no que a empresa é capaz de alcançar para a sociedade em geral.onvencer os outros de que as empresas privadas são realmente capazes de lidar com o tipo de desafios sociais que minha empresa aborda (por exemplo, justiça social, proteção ambiental).

8.4 Detalhes da fundação

- 1 Qual será sua participação acionária aproximada no novo negócio?
- 0-25%
 - 26-50%
 - 51-75%
 - 76-99%
 - 100%
- 2 Com quantos cofundadores você planeja fundar seu negócio?
- Se o item 3 for respondido com 1 ou mais
- X1 Quantos cofundadores são mulheres?
- X2 Quantos cofundadores são seus parentes?
- X3 Quantos cofundadores são seus colegas estudantes?

0 1 2 3 >3
 0 1 2 3
 0 1 2 3
 0 1 2 3 >3
 0 1 2 3
 0 1 2 3 >3

Chandler et al. 2005, Ruef et al. 2003. Crescimento: Davidsson 1989; Delmar 1996; Wiklund & Shepherd 2003

De onde surgiu a ideia para este novo negócio? Por favor, assinale a(s) fonte(s) mais importante(s).

- 1 Estudos universitários
- 2 Projeto de pesquisa na universidade
- 3 Discussão com outros estudantes
- 4 Atividade de trabalho fora da universidade
- 5 Outro/trabalho autônomo anterior
- 6 Amigos fora da universidade
- 7 Familiares
- 8 Hobby ou passatempo recreativo
- 9 Mídia (televisão, internet, etc.)
- 10 Outros

Essas perguntas são para fundadores **ativos** (item 13 da pergunta 3 respondido com SIM)

9 Seu próprio negócio

Você disse anteriormente que já está administrando seu próprio negócio. Se você estiver administrando mais de um negócio, consulte o mais importante a seguir.

9.1 Informações gerais

- 1 Em que ano você fundou seu negócio? • 2016
• 2015
• 2014
• 2013
• 2012 •
2011 e “antes”
- 2 Quantos funcionários você tem hoje (equivalentes em tempo integral)? _____ funcionários
Insira um número válido (por exemplo, 5).
- 3 Qual é a sua participação acionária no seu negócio? • 0-25%
• 26-50%
• 51-75%
• 76-99%
• 100%
- 4 Você quer que este negócio se torne sua ocupação principal após a formatura? • Sim
• Não
- 5 Quantos indivíduos têm participação acionária no negócio? 0 1 2 3 >3

Em qual setor econômico sua empresa atua principalmente? Por favor, escolha o mais adequado. 1 2

- 1 Publicidade / Design / Arquitetura e Engenharia /Construção
- 2 Consultoria (RH, direito, gestão, fiscal)
- 3 Educação e treinamento
- 4 Serviços financeiros (incluindo bancos, seguros, investimentos, imóveis)
- 5 Saúde humana e atividades de trabalho socialTecnologia da informação (TI) e comunicação (incluindo software e serviços de TI)
- 6 FabricaçãoTurismo e lazer
- 7 Comércio (atacado/varejo)
- 8 Outros serviços (por exemplo, ransporte)
- 9 Outros

Baseado no NACE

9.2 Motivações e objetivos

Por favor, indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações. Criei minha empresa em ordem...(1=discordo totalmente, 7=concordo totalmente)

- 1 ganhar dinheiro e ficar rico.
- 2 principalmente para alcançar o sucesso financeiro.
- 3 para avançar na minha carreira no mundo dos negócios.
- 4 ser capaz de sinalizar minhas capacidades para outros (ou seja, futuros empregadores, colegas).
- 5 para resolver um problema específico para um grupo de pessoas com quem me identifico fortemente (por exemplo, amigos, colegas, clube, comunidade).
- 6 desempenhar um papel proativo na formação das atividades de um grupo de pessoas que eu fortemente
- 7 identificar (por exemplo, amigos, colegas, clube, comunidade).
- 8 para resolver um problema social que as empresas privadas geralmente não conseguem resolver (como injustiça social, proteção ambiental).
- 9 fazer algo que me permita decretar valores que são fundamentais para quem eu sou
- 10 desempenhar um papel proativo na mudança de como o mundo funciona.

Como fundador de uma empresa, é muito importante para mim... (1 = discordo totalmente, 7 = concordo totalmente)

- 1 para operar minha empresa com base em sólidas práticas de gestão.
- 2 ter analisado minuciosamente as perspectivas financeiras do meu negócio.
- 3 fornecer um produto/serviço que seja útil para um grupo de pessoas que eu identifico fortemente com (por exemplo, amigos, colegas, clube, comunidade).
- 4 para transmitir aos meus clientes que quero satisfazer as suas necessidades em vez de apenas fazer
- 5 o negócio.
- 6 para poder expressar aos meus clientes que compartilho fundamentalmente suas opiniões, interesses e valores.
- 7 para ser verdadeiro ao servir um grupo de pessoas com as quais me identifico fortemente (por exemplo, amigos, colegas, clube, comunidade).
- 8 ser um cidadão altamente responsável do nosso mundo.
- 9 para tornar o mundo um "lugar melhor" (por exemplo, buscando a justiça social, protegendo os ambiente).

Ao gerenciar minha empresa, é muito importante para mim...(1=discordo totalmente, 7=concordo totalmente)

- 1 ter um forte foco no que minha empresa pode alcançar em relação à concorrência
- 2 para estabelecer uma forte vantagem competitiva e superar significativamente o desempenho de outras empresas no meu domínio.
- 3 ter um forte foco no grupo de pessoas com quem me identifico fortemente (por exemplo,
- 4 amigos, colegas, clube, comunidade).
- 5 para apoiar e promover o grupo de pessoas com quem me identifico fortemente (por

exemplo, amigos, colegas, clube, comunidade).

- 6 ter um forte foco no que a empresa é capaz de alcançar para a sociedade em geral.
- 7 convencer os outros de que as empresas privadas são realmente capazes de lidar com o tipo de desafios sociais que minha empresa aborda (por exemplo, justiça social, proteção ambiental).

9.3 Orientação e comportamento do negócio

Qual a importância dos seguintes objetivos para a realização de projetos de inovação em seu negócio? (1=nada importante, 7=muito importante).

- 1 Introduzir a nova geração de produtos/serviços
- 2 Amplie a gama de produtos/serviços
- 3 Abra novos mercados
- 4 Insira novos campos de tecnologia
- 5 Melhorar a qualidade do produto/serviço existente
- 6 Melhorar a flexibilidade na produção de bens/serviços
- 7 Reduzir o custo de produção de bens/serviços
- 8 Melhore o rendimento ou reduza o consumo de material

He & Wong, 2004 (exploração/exploração).

Por favor, indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações sobre a economia setor em que sua empresa atua principalmente (1=discordo totalmente, 7=concordo totalmente).

1 As preferências do cliente estão evoluindo continuamente em nosso setor.

2 A demanda dos clientes por nossos produtos/serviços varia continuamente.

3 Outras empresas estão continuamente introduzindo novos produtos em nosso mercado.

4 Outras empresas estão continuamente desenvolvendo novas estratégias de vendas em nosso mercado.

Acrol & Stern 1988

9.4 Resultados de negócios

1 Você gera alguma receita de vendas

• Sim

• Não

com o seu negócio? 2 Suas receitas de

• Sim

• Não

vendas cobrem os custos do negócio?

• Sim

• Não

3 Você tem lucro financeiro?

Como você julgaria os seguintes aumentos no número de funcionários em sua empresa daqui a 5 anos (1=muito negativo, 7=muito positivo)?

- 1 Um aumento de 25 por cento
- 2 Um aumento de 50 por cento 3
- Um aumento de 75 por cento 4
- Um aumento de 100 por cento

Intenções de crescimento de Davidsson 1989; Delmar 1996, usado em Wiklund & Shepherd 2003

Indique o desempenho da sua empresa nos seguintes aspectos em comparação com outras empresas que vendem produtos/ serviços semelhantes (1=muito ruim, 7=muito bom).

- 1 Obtendo lucro
- 2 Crescimento de vendas
- 3 Crescimento de participação de mercado
- 4 Criação de empregos

De forma mais geral, indique o desempenho do seu negócio nos seguintes aspectos (1=muito ruim, 7=muito bom).

- 5 Criando riqueza pessoal para si mesmo como empreendedor
- 6 Criando a possibilidade de socializar com seus clientes-alvo
- 7 Compartilhando informações ou conhecimento com seus clientes-alvo
- 8 Permitindo que você obtenha um forte reconhecimento social entre seus clientes-alvo
- 9 Ajudar seus clientes-alvo a se distinguirem de outros consumidores ou grupos
- 10 Ser o primeiro a atender às necessidades de seus clientes-alvo
- 11 Desenvolver uma nova solução para um problema específico existente na sociedade
- 12 Mudando as práticas de outras empresas
- 13 Ser um modelo para outras empres
- 14 Conscientizar o público sobre um problema social específico
- 15 Induzindo mudanças regulatórias

9.5 Seu comportamento no negócio

Ao gerenciar seu negócio, com que frequência você faz o seguinte (1=nunca/ nunca, 7=sempre)?

- 1 Nas minhas atividades de negócios, tomo meu tempo para considerar as coisas com cuidado.
- 2 Nas minhas atividades de negócios, gosto de planejar as coisas antes de me comprometer com um curso de ação.
- 3 Eu adoto uma abordagem sistemática para resolver problemas de negócios.
- 4 Nas minhas atividades empresariais, concentro-me mais em ganhos potenciais do que em perdas potenciais.
- 5 Prefiro desenvolver soluções criativas para atingir meus objetivos empresariais.

- 6 Gosto de agir rapidamente para atingir meus objetivos de negócios.
- 1 Na minha rotina diária de negócios, prefiro trabalhar com precisão e cuidado.
 2 Nas minhas atividades empresariais, prefiro seguir estratégias e métodos conhecidos.
 3 Eu adoto uma abordagem sistemática ao tomar decisões empreendedoras.
 4 As esperanças de ganhos futuros nos negócios me motivam a trabalhar ainda mais.
 5 Nas minhas atividades de negócios, prefiro experimentar novas formas de fazer as coisas.
 6 Nos negócios diários, prefiro fazer as coisas rapidamente.
- 1 Na minha rotina diária de negócios, os preparativos detalhados são muito importantes para mim.
 2 Eu me esforço para minimizar riscos e perdas potenciais para minha empresa.
 3 Depois de adotar um plano, é importante para mim cumpri-lo.
 4 Como empreendedor, aproveito ao máximo os recursos que tenho.
 5 Como empreendedor, tento ser o mais criativo possível.
 6 Tomo decisões de negócios rapidamente.
- 1 Na minha rotina diária de negócios, dedico muito tempo ao planejamento e preparação.
 2 Minimizar perdas potenciais é primordial nas minhas decisões de negócios.
 3 Quando encontro problemas de negócios, tento vê-los de diferentes ângulos.
 4 Eu me esforço para transformar situações de negócios difíceis em algo positivo.
 5 Em situações críticas da empresa, trabalho com a atitude de que tudo vai dar certo.
 6 Quando sou confrontado com um problema de negócios, tento desenvolver muitas soluções.
 7 É importante para mim tomar decisões de negócios rápidas.

Se os pais são autônomos e/ ou proprietários majoritários de uma empresa (itens 1/2 da questão 6)

10 Empresa dos seus pais

Você disse anteriormente que pelo menos um de seus pais é autônomo e/ ou proprietário majoritário de uma empresa. Se seus pais possuem várias empresas, descreva a maior abaixo.

10.1 Informações gerais

Em que ano foi criada a empresa? Insira um número válido (por exemplo, 1951). _____

Qual é o número total de funcionários (equivalentes em tempo integral)? _____ funcionários

Insira um número válido (por exemplo, 5).

Seu pai ou sua mãe estão liderando o negócio operacionalmente?

- Sim
- Não

Qual é a participação acionária que está nas mãos de sua família?

Qual é a sua participação de propriedade pessoal no negócio?

- <25%
- 26-50%
- 51-99%
- 100%
- 0%
- 1-25%
- 26-50%
- 51-99%
- 100%
- Sim
- Não

Considera esta empresa uma “empresa familiar”?

Em qual setor econômico a empresa de seus pais atua principalmente? Por favor, escolha o mais adequado.

- 1 Publicidade / Design / Arquitetura e Engenharia /Construção
- 2 Consultoria (RH, direito, gestão, fiscal)
- 3 Educação e treinamento
- 4 Serviços financeiros (incluindo bancos, seguros, investimentos, imóveis)
- 5 Saúde humana e atividades de trabalho socialTecnologia da informação (TI) e comunicação (incluindo software e serviços de TI)
- 6 FabricaçãoTurismo e lazer
- 7 Comércio (atacado/varejo)
- 8 Outros serviços (por exemplo, ransporte)
- 9 Outros
- 10 Baseado no NACE

10.2 Sua situação

- | | Sim | Não |
|--------------------------------------|-------------|-----|
| 1 Você tem trabalhado para o negócio | | |
| de seus pais? 2 Quantos irmãos você | • 0 | |
| tem no total? | • 1 | |
| | • 2 | |
| | • 3 | |
| | • 4 ou mais | |
| | • 0 | |
| | • 1 | |
| | • 2 | |
| | • 3 | |
| 3 Quantos irmãos mais velhos você | • 4 ou mais | |
| tem? | | |

10.3 Pensamentos sobre ser um sucessor

Por favor, indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1=discordo totalmente, 7=concordo totalmente).

- 1 Estou pronto para fazer qualquer coisa para assumir os negócios dos meus pais.
- 2 Meu objetivo profissional é me tornar um sucessor no negócio de meus pais.
- 5 Tenho pensado seriamente em assumir os negócios dos meus pais.
- 6 Tenho a forte intenção de um dia me tornar um sucessor nos negócios de meus pais.
- 7 Ser um sucessor implica mais vantagens do que desvantagens para mim.
- 8 Uma carreira como sucessor é atraente para mim.
- 9 Se eu tivesse a oportunidade e os recursos, me tornaria um sucessor na empresa de meus pais.
- 10 Ser um sucessor me traria grandes satisfações.
- 11 Entre várias opções, preferiria ser um sucessor na empresa dos meus pais.

Adaptado de Linan & Chen 2009 (intenção: 1-6, atitude: 7-11)

10.4 A reação do seu ambiente

Se você se tornasse um sucessor assumindo os negócios de seus pais, como as pessoas em seu ambiente reagiriam (1 = muito negativamente, 7 = muito positivamente)?

1 Seus pais

2 Familiares próximos (por exemplo, irmãos)

3 Outros membros da família (por exemplo, tios e tias)

Caso pretenda assumir o negócio dos seus pais, em quantos anos isso pode acontecer?

Normas subjetivas, de Linan & Chen, 2009.

- 1
- 2-5
- >5

11.5 Aspectos específicos da sucessão

Suponha que dois irmãos queiram ter o mesmo emprego na empresa. Como você avalia a justiça das seguintes soluções para sucessão (1 = nada justo, 7 = muito justo)?

1 O irmão mais qualificado consegue o emprego.

2 Ambos os irmãos compartilham o trabalho.

3 O irmão menos qualificado que não encontra emprego em outro lugar consegue o emprego.

Suponha que você tenha um irmão altamente qualificado que esteja trabalhando no negócio de seus pais e um irmão que está atualmente desempregado e auxilia na casa de sua família. Por favor, indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações sobre sucessão (1=discordo totalmente, 7=concordo totalmente).

1 Todos os três irmãos devem ter a mesma participação acionária no negócio.

2 Alguns irmãos podem obter uma participação acionária maior do que outros, desde que haja compensação.

3 Quando um irmão contribuiu mais para o negócio do que os outros, ele deve obter uma participação maior na propriedade.

4 Quando um irmão contribuiu mais para a família do que outros, ele/ela deve obter uma participação maior na propriedade.

5 Os membros da família que são menos abastados do que os outros devem obter uma participação maior na propriedade.

6 A segurança financeira de todos os membros da família é o mais importante.

1 Qual dos seguintes objetivos é mais importante para você em relação à sucessão na empresa de seus pais?

- Preservar a harmonia familiar
- Garantir a sobrevivência a longo prazo do negócio

10.5 Desempenho

Como você avalia o desempenho da empresa de seus pais em comparação com seus concorrentes nos últimos três anos nas seguintes dimensões (1=muito pior, 7=muito melhor)?

1 Crescimento das vendas

2 Crescimento da participação

Dess & Robertson 1984, Eddleston et al. 2008

Para todos os alunos

11 Seção final

Muito obrigado pela sua participação! Por favor, indique o seu endereço de e-mail se deseja participar do sorteio e/ou se deseja receber os resultados do estudo.

2 Suas Intenções de Escolha de Carreira

Qual carreira você pretende seguir logo após a conclusão de seus estudos, e quais

plano de carreira 5 anos depois? Escolha apenas 1 opção cada!

Eu quero ser...	Logo depois estudos	5 anos mais tarde
1 um funcionário em uma pequena empresa (1-49 funcionários)		
2 um funcionário em uma empresa de médio porte (50-249 funcionários)		
3 um funcionário em uma grande empresa (250 ou mais funcionários)		
4 um funcionário em uma organização sem fins lucrativos		
5 um funcionário na academia (plano de carreira acadêmica)		
6 um funcionário do serviço público		
7 um fundador (empresário) trabalhando em meu próprio negócio		
8 um sucessor nos negócios dos meus pais / família		
9 um sucessor em outro negócio		
10 Outro / não sei ainda		
11 Você está atualmente tentando iniciar seu próprio negócio / tornar-se autônomo empregado?		• Sim • Não
12 Já tem o seu próprio negócio / já trabalha por conta própria?		• Sim • Não

3 Sua Universidade / Universidade de Ciências Aplicadas

Indique até que ponto você concorda com as seguintes declarações sobre o ambiente universitário (1 = nada, 7 = muito).

- 1 O ambiente em minha universidade me inspira a desenvolver ideias para novos negócios.
 - 2 Existe um clima favorável para me tornar empresário na minha universidade.
 - 3 Na minha universidade, os alunos são incentivados a se envolver em atividades empreendedoras.
- Ambiente universitário (Franke & Lüthje 2004; Geissler, 2013)

Indique até que ponto concorda com as seguintes afirmações sobre os seus estudos (1 = nem um pouco, 7 = muito). Os cursos e ofertas que participei ...

- 1 ... Aumentou a minha compreensão das atitudes, valores e motivações dos empreendedores.
 - 2 ... Aumentou meu entendimento sobre as ações que alguém deve realizar para abrir um negócio.
 - 3 ... Aprimorou minhas habilidades práticas de gerenciamento para iniciar um negócio.
 - 4 ... Aumentou minha capacidade de desenvolver redes.
 - 5 ... Aumentou minha capacidade de identificar uma oportunidade.
- Aprendizagem do programa (Souitaris et al. 2007)

Indique qual das seguintes opções se aplica a você (várias respostas possíveis).

- 1 Não frequentei um curso de empreendedorismo até agora.
- 2 Participei de pelo menos um curso de empreendedorismo como eletivo.
- 3 frequentei pelo menos um curso de empreendedorismo como parte obrigatória dos meus estudos.
- 4 Estou estudando em um programa específico de empreendedorismo.
- 5 Escolhi estudar nesta universidade principalmente por causa de sua forte reputação empreendedora.

NASCENT (Q2.11 = SIM) e fundadores ATIVOS (Q2.12 = SIM) pule para a pergunta 5

4 Você e o empreendedorismo

4.1 Pensamentos gerais

Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1 = discordo totalmente, 7 = concordo totalmente). Empreendedor se refere a alguém que cria um novo negócio.

- 1 Estou pronto para fazer qualquer coisa para ser um empreendedor.
- 2 Meu objetivo profissional é ser empresário.
- 3 Farei todo o possível para iniciar e administrar meu próprio negócio.
- 4 Estou determinado a criar uma empresa no futuro.
- 5 Eu pensei muito seriamente em começar um negócio.
- 6 Tenho a forte intenção de abrir um negócio algum dia.
- 7 Ser empresário implica mais vantagens do que desvantagens para mim.
- 8 A carreira de empresário é atraente para mim.
- 9 Se eu tivesse oportunidade e recursos, me tornaria um empresário.
- 10 Ser empreendedor me traria grandes satisfações.
- 11 Entre várias opções, prefiro ser empresário.

Linan & Chen 2009: intenção (1-6), atitude (7-11)

4.2 Suas habilidades

Por favor, indique o seu nível de competência na execução das seguintes tarefas (1 = muito baixo competência, 7 = competência muito alta).

- 1 Identificando novas oportunidades de negócios
- 2 Criação de novos produtos e serviços
- 3 Gerenciando a inovação dentro de uma empresa
- 4 Ser um líder e comunicador
- 5 Construindo uma rede profissional
- 6 Comercializar uma nova ideia ou desenvolvimento
- 7 Gerenciando uma empresa com sucesso

Autoeficácia empreendedora (cf. Zhao et al. 2005; Chen 1998; George & Zhou 2001; Denoble 1999)

Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1 = discordo totalmente, 7 = concordo totalmente).

- 1 Geralmente sou capaz de proteger meus interesses pessoais.
- 2 Quando faço planos, tenho quase certeza de que vou fazê-los funcionar.
- 3 Posso determinar muito bem o que acontecerá em minha vida.

Locus de controle (Levenson 1973)

No caso de Q2a ou Q2b respondeu com a opção 7 e Q2.11 e Q2.12 com NÃO

Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1 = discordo totalmente, 7 = concordo totalmente). Já planejei com precisão ...

- 4.X1 ... o que farei como meu primeiro passo para começar um negócio.
- 4.X2 ... quando iniciar meu primeiro passo para iniciar um negócio.
- 4.X3 ... onde me envolver em meu primeiro passo para iniciar um negócio.

Intenções de implementação (Ziegelmann et al., 2007; Van Gelderen et al., 2017)

5 Histórico de sua família

- 1 Seus pais trabalham por conta própria?
(resposta única)
- Não
 - Sim, Pai
 - Sim, mãe
 - Sim ambos
- 2 Seus pais são proprietários majoritários de um negócio?
(resposta única)
- Não
 - Sim, Pai
 - Sim, mãe
 - Sim ambos

6 Sua Sociedade

Para as perguntas a seguir, duas respostas opostas são fornecidas. Nenhum é mais correto do que o de outros. Indique com qual resposta você concorda mais.

- 1 Na minha sociedade, a influência de uma pessoa é baseada principalmente em:

Habilidade e contribuição para a sociedade *Autoridade da posição de alguém*

- 2 Em minha sociedade, espera-se que os seguidores:

Líderes de perguntas quando em desacordo *Obedeça os líderes sem questionar*

- 3 Na minha sociedade, o poder é:

Compartilhado por toda a sociedade *Concentrado no topo*

Veja GLOBE (House et al., 2004); Distância de Potência

Se você deseja seguir a carreira de empresário, como as pessoas em seu ambiente reage (1 = muito negativamente, 7 = muito positivamente)?

- 1 Sua família próxima
- 2 Seus amigos
- 3 Seus colegas estudantes

Normas subjetivas, de Linan & Chen (2009)

7 Informações Pessoais

- 1 Qual é o seu ano de nascimento? *Suspense, 2002-1960*
- 2 Seu gênero? *Traduza: „Anteriormente“*
- (resposta única)
- Macho
 - Fêmea
- 3 Seu estado civil? • Solteiro
- (resposta única)
- Casado
 - Parceria registrada
 - Divorciado
- 4 Sua nacionalidade? *Suspense, 6 opções de equipes*
- 5 Qual é sua religião? *Traduza: “Outro”*
- (resposta única)
- Prefiro não responder
 - Budismo
 - cristianismo
 - Hinduísmo
 - Islamismo
 - Judaísmo
 - De outros
 - Nenhum

Para *nascente* empresários única (Q2.11 = SIM e Q2.12 = NO; Q5.1 e Q5.2 = NO; Q1.5 = SIM ou Q.1X = NÃO)

8 Seu próprio negócio planejado

Você disse anteriormente que está tentando iniciar um novo negócio.

8.1 Informações gerais

- | | | |
|---|--|---|
| 1 | Em quantos meses você planeja encontrou sua empresa? | <ul style="list-style-type: none"> • 1-6 • 7-12 • 13-18 • 19-24 ou mais |
| 2 | Você quer que este negócio se torne sua ocupação principal após a formatura? | <ul style="list-style-type: none"> • Sim • Não • Não sei ainda |
| 3 | Você criou outro negócio? antes de? | <ul style="list-style-type: none"> • Sim • Não |

Em que setor econômico sua empresa atuará principalmente?

- 1 Publicidade / Design / Marketing
 - 2 Arquitetura e Engenharia
 - 3 Construção
 - 4 Consultoria (RH, direito, gestão, impostos)
 - 5 Educação e treinamento
 - 6 Serviços financeiros (incluindo bancos, seguros, investimentos, imóveis)
 - 7 Saúde humana e atividades sociais
 - 8 Tecnologia da informação (TI) e comunicação (incluindo software e serviços de TI)
 - 9 Manufatura
 - 10 Turismo e lazer
 - 11 Comércio (atacado / varejo)
 - 12 Outros serviços (por exemplo, transporte)
 - 13 outros
- Setor da indústria, com base na NACE

8.2 Suas atividades

Qual das seguintes atividades você (ou outra pessoa da equipe fundadora) já levado a cabo para iniciar o seu próprio negócio (são possíveis várias respostas)?

- 1 Produto ou ideia de negócio discutida com clientes em potencial
 - 2 Informações coletadas sobre mercados ou concorrentes
 - 3 Escreveu um plano de negócios
 - 4 Desenvolvimento de produto / serviço iniciado
 - 5 Esforços de marketing ou promoção iniciados
 - 6 Material, equipamento ou maquinário adquirido para o negócio
 - 7 Tentativa de obter financiamento externo
 - 8 Requerido para uma patente, direito autoral ou marca registrada
 - 9 Registrou a empresa
 - 10 Produto ou serviço vendido
 - 11 Nada do que foi feito até agora
- Atividades de gestação, consulte GEM / PSED

8.3 Detalhes de fundação

- 1 Qual será o seu valor aproximado participação acionária no novo negócio?
- 0%
 - 1-49%
 - 50%
 - 51-99%
 - 100%
- 2 Você está tentando iniciar este negócio em você mesmo ou com co-fundadores?
- Por mim mesmo
 - Com 1 cofundador
 - Com 2 cofundadores
 - Com 3 cofundadores
 - Com 4 ou mais cofundadores
 - Quero começar este negócio com um cofundador mas ainda não encontrei um

No caso de Q8.3.2 ser respondido com 1 ou mais co-fundadores (não com a última opção)

- 8.X1 Quantos co-fundadores são mulheres? 0 1 2 3 > 3
- 8.X2 Quantos co-fundadores são parentes seus? 0 1 2 3 > 3
- 8.X3 Quantos co-fundadores são seus colegas estudantes? 0 1 2 3 > 3

Chandler et al. 2005, Ruef et al. 2003. Growth: Davidsson 1989; Delmar 1996; Wiklund & Shepherd 2003

Como essa equipe fundadora se originou?

- 8.X4 Eu procurei intencionalmente por cofundadores e montei a equipe.
- 8.X5 Um colega se aproximou de mim e montou a equipe.
- 8.X6 Um cofundador de fora da universidade me abordou e montou a equipe.
- 8.X7 Ninguém assumiu a liderança clara. A equipe fundadora surgiu de um curso, projeto ou atividade relacionada à universidade.
- 8.X8 Ninguém assumiu a liderança clara. A equipe fundadora surgiu de um curso, projeto ou atividade não relacionada à universidade.
- 8.X9 Nenhuma das anteriores.

Ensley et al 2000; Harper 2008

Quem originalmente teve a ideia de negócio para o seu novo negócio?

- 8.X10 Me
- 8.X11 Meu (s) cofundador (es)
- 8.X12 Meu (s) cofundador (es) e eu desenvolvemos a ideia juntos

No caso de Q8.3.2 ser respondido com 0 co-fundadores (não com a última opção)

Qual das opções a seguir descreve melhor por que você está tentando iniciar seu próprio negócio?

- 8.X13 Este é um tipo de trabalho autônomo; um cofundador não é necessário.
- 8.X14 Não quero um cofundador; Eu quero começar este negócio sozinho.
- 8.X15 Procurei um cofundador, mas não encontrei ninguém adequado.
- 8.X16 Até agora, não procurei um cofundador. Eu farei isso no futuro.
- 8.X17 Nenhuma das opções acima.

Harper 2008; Ruef et al. 2003

Apenas para empresários ATIVOS (Q2.12 = SIM)

9 Seu Próprio Negócio

Você disse anteriormente que já dirige seu próprio negócio. Se você está correndo mais de uma empresa, consulte a mais importante a seguir.

9.1 Informações gerais

- | | | |
|---|---|--|
| 1 | Em que ano você fundou sua empresa? | Suspensão, 2018-1990
Traduza: “Anteriormente” |
| 2 | Quantos funcionários você tem hoje (tempo integral equivalentes)? Insira um número válido (por exemplo, 5). | <i>Campo de texto livre para números</i> |
| 3 | Qual é a proporção das mulheres entre todas as pessoas trabalhando para sua empresa, incluindo você? | <ul style="list-style-type: none"> • 0% • 1-49% • 50% • 51-99% • 100% |
| 4 | Qual é a sua participação acionária no seu negócio? | <ul style="list-style-type: none"> • 0% • 1-49% • 50% • 51-99% • 100% |
| 5 | Você quer que este negócio se torne seu principal ocupação após a formatura? | <ul style="list-style-type: none"> • Sim • Não • Ainda não sei |

Em que setor econômico atua principalmente a sua empresa?

- 1 Publicidade / Design / Marketing
 - 2 Arquitetura e Engenharia
 - 3 Construção
 - 4 Consultoria (RH, direito, gestão, impostos)
 - 5 Educação e treinamento
 - 6 Serviços financeiros (incluindo bancos, seguros, investimentos, imóveis)
 - 7 Saúde humana e atividades sociais
 - 8 Tecnologia da informação (TI) e comunicação (incluindo software e serviços de TI)
 - 9 Manufatura
 - 10 Turismo e lazer
 - 11 Comércio (atacado / varejo)
 - 12 Outros serviços (por exemplo, transporte)
 - 13 outros
- Setores da indústria, com base na NACE

9.2 A Equipe Empresarial

- 1 Quantos coproprietários você tem atualmente no negócio? 0 1 2 3 > 3
- Se Q9.2.1 for respondido com 1 ou mais*
- 9.X1 Quantos coproprietários são mulheres? 0 1 2 3 > 3
- 9.X2 Quantos coproprietários são parentes seus? 0 1 2 3 > 3
- 9.X3 Quantos co-proprietários são seus colegas estudantes? 0 1 2 3 > 3
- Equipe empreendedora; ver Chandler et al. 2005, Ruef et al. 2003

9.3 Ser um Empreendedor

Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1 = discordo totalmente, 7 = concordo totalmente).

- 1 Eu me sinto viva e vital.
- 2 Às vezes estou tão vivo que só quero explodir.
- 3 Tenho energia e espírito.
- 4 Eu olho para a frente a cada novo dia.
- 5 Quase sempre me sinto acordado e alerta.
- 6 Sinto-me energizado.

Vitalidade subjetiva (vigor); Bostic et al., 2000; usado também em Hahn et al., 2013

Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1 = discordo totalmente, 7 = concordo totalmente).

- 1 Sinto como se os problemas da minha empresa fossem meus.
- 2 Não tenho a sensação de pertencer ao meu negócio.
- 3 Eu ficaria muito feliz em passar o resto de minha carreira com meu negócio.
- 4 Não me sinto emocionalmente ligado ao meu negócio.
- 5 Meu negócio tem um grande significado pessoal para mim.

Compromisso afetivo, Dawson et al. 2013

Para as perguntas a seguir, duas respostas opostas são fornecidas. Nenhum é mais correto do que o de outros. Indique com qual resposta você concorda mais.

- 1 Na minha empresa, a influência de uma pessoa se baseia principalmente em:

Habilidade e contribuição para o negócio *Autoridade da posição de alguém*

- 2 Em minha empresa, espera-se que os funcionários:

Líderes de perguntas quando em desacordo *Obedeça os líderes sem questionar*

- 3 No meu negócio, o poder é:

Compartilhado por toda a empresa *Concentrado no topo*

Distância de potência, ver GLOBO

9.4 Experiências no local de trabalho

As perguntas a seguir descrevem várias experiências que você pode ter tido em seu negócio. No nos últimos 6 meses, você esteve em uma situação em seu negócio em que alguém ...

(Nunca, 1 ou 2 vezes, 3 a 5 vezes, 6 a 10 vezes, mais de 10 vezes)

- 1 ... Olhou para você de uma forma sexualmente provocante?
- 2 ... Disse que você era bonito, lindo ou lindo?
- 3 ... Fez você se sentir atraente ou desejável?
- 4 ... Fez comentários elogiosos sobre uma parte específica do seu corpo?
- 5 ... Flertou com você?
- 6 ... Te contou uma piada ou história erótica?
- 7 ... Fofocou sobre as atividades sexuais de seus colegas de trabalho?

Comportamento sexual social, ver Aquino et al., 2014 e Watkins et al., 2013

Indique o quão positiva ou negativa a experiência foi para você (1 = muito agradável, 7 = muito desagradável).

- 1 Olhando para você de uma forma sexualmente provocante.
- 2 Dizendo que você era bonito, lindo ou lindo.
- 3 Fazendo você se sentir atraente ou desejável.
- 4 Fazer comentários elogiosos sobre uma parte específica do seu corpo.
- 5 Flertando com você.
- 6 Contando uma piada ou história erótica.
- 7 Fofocar sobre as atividades sexuais de seus colegas de trabalho.

- Indique a relação (hierárquica) com
- 3 a pessoa com quem essas situações principalmente ocorreu.

Pessoa de dentro da empresa

- Nível hierárquico inferior ao seu
- Mesmo nível de hierarquia
- Nível de hierarquia mais alto do que você

- 4 Indique o sexo da pessoa que você era referindo-se acima.

Pessoa de fora da empresa

- Investidor
- Orientador
- Outro
- Macho
- Fêmea

9.5 Sua atitude geral

Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1 = discordo totalmente, 7 = concordo totalmente).

- 1 Sinto que sou uma pessoa de valor, pelo menos, em pé de igualdade com as outras.
- 2 Sinto que tenho várias qualidades boas.
- 3 Em suma, estou inclinado a achar que sou um fracasso.
- 4 Sou capaz de fazer coisas tão bem quanto a maioria das outras pessoas.
- 5 Sinto que não tenho muito do que me orgulhar.
- 6 Eu tenho uma atitude positiva em relação a mim mesmo.
- 7 No geral, estou satisfeito comigo mesmo.
- 8 Eu gostaria de ter mais respeito por mim mesma.
- 9 Certamente me sinto inútil às vezes.
- 10 Às vezes acho que não sou bom de jeito nenhum.

Auto estima; Rosenberg, 1979

9.6 Ambiente de negócios, comportamento e desempenho

Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações sobre a economia setor em que sua empresa atua principalmente (1 = discordo totalmente, 7 = concordo totalmente).

- 1 As preferências do cliente estão em constante evolução em nosso setor.
- 2 A demanda dos clientes por nossos produtos / serviços varia continuamente.
- 3 Outras empresas estão continuamente introduzindo novos produtos em nosso mercado.
- 4 Outras empresas estão continuamente elaborando novas estratégias de vendas em nosso mercado.

Dinamismo ambiental, ver Achrol & Stern 1988

Qual a importância dos seguintes objetivos para a realização de projetos de inovação em seu negócios (1 = nada importante, 7 = muito importante)?

- 1 Introduzir a nova geração de produtos / serviços
- 2 Amplie a gama de produtos / serviços
- 3 Abra novos mercados
- 4 Entrar em novos campos de tecnologia
- 5 Melhorar a qualidade do produto / serviço existente
- 6 Melhorar a flexibilidade na produção de bens / serviços
- 7 Reduza o custo de produção de bens / serviços
- 8 Melhore o rendimento ou reduza o consumo de material

Exploração / exploração (He & Wong, 2004)

Como você classificaria o desempenho de sua empresa em comparação com seus concorrentes, uma vez que é estabelecimento nas seguintes dimensões (1 = muito pior, 7 = muito melhor)?

- 1 Crescimento das vendas
- 2 Crescimento da participação de mercado
- 3 Crescimento de lucro
- 4 Criação de emprego
- 5 Inovação

Desempenho firme, ver Dess & Robertson 1984, Eddleston et al. 2008

Apenas para **FUNCIONÁRIOS INICIAIS** (Q1.X = SIM, Q2.11 e Q2.12 ambos = NÃO)

10 Trabalhando em uma Start-up

Você disse anteriormente que está trabalhando em uma empresa start-up ao lado de seus estudos.

10.1 Informações de inicialização

- | | | |
|---|--|--|
| 1 | Em que ano foi criada a start-up? | Suspensão, 2018-2010
Traduza: "Anteriormente" |
| 2 | Quantos funcionários o start-up você está trabalhando para ter hoje? Por favor insira um número válido (por exemplo, 5). | <i>Campo de texto livre para números</i> |
| 3 | Quantas horas você trabalha em média por semana? | <ul style="list-style-type: none"> • Menos do que 10 • 10-40 • Mais de 40 |
| 4 | Quantos funcionários deixaram o start-up em nos últimos 6 meses voluntariamente? Por favor insira um número válido (por exemplo, 5). | <i>Campo de texto livre para números</i> |
| 5 | Qual é a proporção de mulheres entre todas as pessoas que trabalham para o start-up, incluindo você mesma? | <ul style="list-style-type: none"> <li style="width: 33%;">• 0% <li style="width: 33%;">• 1-49% <li style="width: 33%;">• 51-99% <li style="width: 33%;">• 50% <li style="width: 33%;">• 100% |
| 6 | Qual é a sua posição hierárquica no início acima? | <ul style="list-style-type: none"> • Nível inferior (por exemplo, aprendiz, estagiário) • Nível médio • Nível superior (por exemplo, equipe de alta administração) |

Em que setor econômico a start-up atua principalmente?

- 1 Publicidade / Design / Marketing
 - 2 Arquitetura e Engenharia
 - 3 Construção
 - 4 Consultoria (RH, direito, gestão, impostos)
 - 5 Educação e treinamento
 - 6 Serviços financeiros (incluindo bancos, seguros, investimentos, imóveis)
 - 7 Saúde humana e atividades sociais
 - 8 Tecnologia da informação (TI) e comunicação (incluindo software e serviços de TI)
 - 9 Manufatura
 - 10 Turismo e lazer
 - 11 Comércio (atacado / varejo)
 - 12 Outros serviços (por exemplo, transporte)
 - 13 outros
- Setores da indústria, com base na NACE

10.2 O Ambiente de Trabalho

Para as perguntas a seguir, duas respostas opostas são fornecidas. Nenhum é mais correto do que o de outros. Indique com qual resposta você concorda mais.

- 1 No início, a influência de uma pessoa é baseada principalmente em:

<i>Habilidade e contribuição para o negócio</i>	<i>Autoridade da posição de alguém</i>
---	--
 - 2 No start-up, espera-se que os funcionários:

<i>Líderes de perguntas quando em desacordo</i>	<i>Obedeça os líderes sem questionar</i>
---	--
 - 3 No start-up, o poder é:

<i>Compartilhado por toda a empresa</i>	<i>Concentrado no topo</i>
---	----------------------------
- Distância de potência, ver GLOBO

Responda às seguintes perguntas (1 = nada, 7 = muito).

- 1 Quanto você confia em seus colegas?
 - 2 Você se sente confortável em delegar aos seus colegas?
 - 3 Seus colegas são verdadeiros e honestos?
 - 4 Quanto você respeita seus colegas?
 - 5 Quanto você respeita as ideias de seus colegas?
 - 6 O quanto você gosta de seus colegas?
 - 7 Até que ponto você consideraria seus colegas como seus amigos?
 - 8 Quanta discussão aberta de questões existe no start-up?
 - 9 Até que ponto a comunicação na start-up é aberta?
 - 10 Até que ponto o conflito é tratado abertamente no início?
 - 11 Até que ponto sua equipe é coesa?
 - 12 O quanto você acha que sua equipe tem espírito de grupo?
 - 13 Até que ponto você diria que o start-up é um ótimo lugar para se trabalhar?
- Atmosfera de grupo; Jehn e Mannix, 2001

10.3 Seu Trabalho

Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1 = discordo totalmente, 7 = concordo totalmente).

- 1 Eu participo de treinamentos não obrigatórios ou sessões educacionais em horário livre.
 - 2 Faço sugestões especialmente úteis para melhorar o start-up.
 - 3 Trabalho antes ou depois do horário normal de trabalho para terminar uma tarefa.
 - 4 Meus padrões de qualidade de trabalho são superiores aos padrões declarados.
 - 5 Busco ativamente minhas sugestões para serem adotadas pelo start-up.
 - 6 Eu oriento novas pessoas, embora não seja obrigatório.
 - 7 Faço tentativas especiais para obter mais conhecimento sobre técnicas e habilidades relacionadas ao trabalho.
 - 8 Atendo funções que não são obrigatórias, mas que auxiliam no start-up.
 - 9 Eu me esforço para ajudar outras pessoas com problemas relacionados ao trabalho.
 - 10 Procuo responsabilidades adicionais, embora isso aumente minha carga de trabalho.
- Comportamento extra-papel; Pearce & Gregersen 1991

Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1 = discordo totalmente, 7 = concordo totalmente).

- 1 Eu me sinto viva e vital.
 - 2 Às vezes estou tão vivo que só quero explodir.
 - 3 Tenho energia e espírito.
 - 4 Eu olho para a frente a cada novo dia.
 - 5 Quase sempre me sinto acordado e alerta.
 - 6 Sinto-me energizado.
- Vitalidade subjetiva (vigor); Bostic et al., 2000; usado também em Hahn et al., 2013

Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1 = discordo totalmente, 7 = concordo totalmente).

- 1 Gosto das coisas que faço no trabalho.
 - 2 Meu trabalho é muito agradável.
 - 3 Em geral, estou muito satisfeito com meu trabalho.
- Satisfação no trabalho; Sieger et al., 2011, ver Van Dyne e Pierce (2004), Mayhew et al. (2007), Zhou et al. (2008)

10.4 Experiências no local de trabalho

As perguntas abaixo descrevem várias experiências que você pode ter tido no start-up. No nos últimos 6 meses, você esteve em uma situação no início em que alguém ...

(Nunca, 1 ou 2 vezes, 3 a 5 vezes, 6 a 10 vezes, mais de 10 vezes)

- 1 ... Olhou para você de uma forma sexualmente provocante?
- 2 ... Disse que você era bonito, lindo ou lindo?
- 3 ... Fez você se sentir atraente ou desejável?
- 4 ... Fez comentários elogiosos sobre uma parte específica do seu corpo?
- 5 ... Flertou com você?
- 6 ... Te contou uma piada ou história erótica?
- 7 ... Fofocou sobre as atividades sexuais de seus colegas de trabalho?

Comportamento sexual social, ver Aquino et al., 2014 e Watkins et al., 2013

Indique o quão positiva ou negativa a experiência foi para você (1 = muito agradável, 7 = muito desagradável).

- 1 Olhando para você de uma forma sexualmente provocante.
- 2 Dizendo que você era lindo, lindo ou lindo.
- 3 Fazendo você se sentir atraente ou desejável.
- 4 Fazer comentários elogiosos sobre uma parte específica do seu corpo.
- 5 Flertando com você.
- 6 Contando uma piada ou história erótica.
- 7 Focar sobre as atividades sexuais de seus colegas de trabalho.

Indique a relação (hierárquica) com

- 3 a pessoa com quem essas situações principalmente ocorreu.

- 4 Indique o sexo da pessoa que você era referindo-se acima.

Pessoa de dentro da empresa

- Nível hierárquico inferior ao seu
- Mesmo nível de hierarquia
- Nível de hierarquia mais alto do que você

Pessoa de fora da empresa

- Investidor
- Orientador
- Outro
- Macho
- Fêmea

10.5 Sua atitude geral

Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1 = discordo totalmente, 7 = concordo totalmente).

- 1 Sinto que sou uma pessoa de valor, pelo menos, em pé de igualdade com as outras.
- 2 Sinto que tenho várias qualidades boas.
- 3 Em suma, estou inclinado a achar que sou um fracasso.
- 4 Sou capaz de fazer coisas tão bem quanto a maioria das outras pessoas.
- 5 Sinto que não tenho muito do que me orgulhar.
- 6 Eu tenho uma atitude positiva em relação a mim mesmo.
- 7 No geral, estou satisfeito comigo mesmo.
- 8 Eu gostaria de ter mais respeito por mim mesma.
- 9 Certamente me sinto inútil às vezes.
- 10 Às vezes acho que não sou bom de jeito nenhum.

Auto estima; Rosenberg, 1979

Para **SUCESORES POTENCIAIS** (se Q5.1 ou Q5.2 = SIM e Q2.11, Q2.12 e Q1.5 ou Q1.X = NÃO

11 Negócios dos seus pais

Você disse anteriormente que pelo menos um de seus pais é autônomo e / ou proprietário majoritário de um negócio. Se seus pais são proprietários de várias empresas, descreva a maior abaixo.

11.1 Informações Gerais

- | | | |
|---|---|--|
| 1 | Em que ano a empresa foi estabelecida? Por favor insira um número válido (por exemplo, 1951). | <i>Campo de texto livre para números</i> |
| 2 | Qual é o número total de funcionários (equivalentes em tempo integral)? Insira um número válido (por exemplo, 5). | <i>Campo de texto livre para números</i> |
| 3 | Seu pai ou sua mãe estão liderando o negócio operacionalmente? • Sim | • Não |
| 4 | Qual é a participação acionária que está nas mãos de sua família? | • 0%
• 1-50%
• 51-99%
• 100% |
| 5 | Qual é a sua participação acionária pessoal no negócio? | • 0%
• 1-50%
• 51-99%
• 100% |
| 6 | Considera esta empresa uma “empresa familiar”? | • Sim
• Não |
| 7 | Você tem trabalhado para a empresa de seus pais? | • Sim
• Não |
| 8 | Quantos irmãos mais velhos você tem? | • 0
• 1
• 2
• 3 ou mais |

Em que setor econômico a empresa de seus pais atua principalmente?

- 1 Publicidade / Design / Marketing
 - 2 Arquitetura e Engenharia
 - 3 Construção
 - 4 Consultoria (RH, direito, gestão, impostos)
 - 5 Educação e treinamento
 - 6 Serviços financeiros (incluindo bancos, seguros, investimentos, imóveis)
 - 7 Saúde humana e atividades sociais
 - 8 Tecnologia da informação (TI) e comunicação (incluindo software e serviços de TI)
 - 9 Manufatura
 - 10 Turismo e lazer
 - 11 Comércio (atacado / varejo)
 - 12 Outros serviços (por exemplo, transporte)
 - 13 outros
- Setor da indústria, com base na NACE

11.2 Sobre Sucessão

Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1 = discordo totalmente, 7 = concordo totalmente).

- 1 Estou pronto para fazer qualquer coisa para assumir os negócios dos meus pais.
- 2 Meu objetivo profissional é me tornar um sucessor no negócio de meus pais.
- 3 Farei todo o possível para me tornar um sucessor no negócio de meus pais.
- 4 Estou determinado a me tornar um sucessor no negócio de meus pais no futuro.
- 5 Tenho pensado muito seriamente em assumir os negócios dos meus pais.
- 6 Tenho a forte intenção de me tornar um sucessor na empresa de meus pais um dia.
- 7 Ser um sucessor implica mais vantagens do que desvantagens para mim.
- 8 A carreira de sucessor é atraente para mim.
- 9 Se eu tivesse oportunidade e recursos, seria um sucessor na empresa de meus pais.
- 10 Ser um sucessor implicaria em grandes satisfações para mim.
- 11 Entre várias opções, prefiro me tornar um sucessor na empresa de meus pais.

Adaptado de Linan & Chen 2009 (intenção: 1-6, atitude: 7-11)

Se você se tornasse um sucessor assumindo os negócios de seus pais, como as pessoas em seu ambiente reage (1 = muito negativamente, 7 = muito positivamente)?

- 1 Seus pais
- 2 Membros próximos da família (por exemplo, irmãos)
- 3 Outros membros da família (por exemplo, tios e tias)
- 4 Pessoas fora da família (por exemplo, amigos, colegas)
- 5 Em quantos anos você pode assumir o controle de seus pais
negócio?
 - 1
 - 2-5
 - > 5
 - Não pretendo assumir

Normas subjetivas, de Linan & Chen, 2009

11.3 Suas habilidades

Por favor, indique o seu nível de competência na execução das seguintes tarefas (1 = muito baixa competência, 7 = competência muito alta).

- 1 Resolva disputas e / ou gerencie conflitos com membros da família envolvidos no negócio.
- 2 Resolver disputas e / ou gerenciar conflitos com membros da família não envolvidos no o negócio.
- 3 Conduzir negociações com o líder titular da empresa familiar.
- 4 Aja diplomaticamente quando diferentes pontos de vista surgirem entre os membros da família.
- 5 Manter relacionamentos saudáveis com funcionários não familiares.
- 6 Resolva disputas e / ou gerencie conflitos com funcionários não familiares.
- 7 Manter e construir relacionamentos saudáveis com as partes interessadas externas.
- 8 Resolva disputas e / ou gerencie conflitos com partes interessadas externas.

Itens de autoeficácia referentes a negócios familiares.

11.4 Seu relacionamento com a empresa

Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1 = discordo totalmente, 7 = concordo totalmente).

- 1 Sinto como se os problemas dos negócios dos meus pais fossem meus.
- 2 Tenho a sensação de pertencer aos negócios dos meus pais.
- 3 Eu ficaria muito feliz em passar o resto da minha carreira cuidando dos negócios dos meus pais.
- 4 Sinto-me emocionalmente ligado aos negócios dos meus pais.
- 5 O negócio dos meus pais tem um grande significado pessoal para mim.

Compromisso afetivo, Dawson et al. 2013

- 1 Sinto uma obrigação para com minha família de seguir uma carreira na empresa de meus pais.
- 2 O negócio de meus pais merece minha lealdade.
- 3 Eu me sentiria culpado se não seguisse uma carreira no negócio de meus pais.
- 4 Devo muito aos negócios dos meus pais.

Compromisso normativo, Dawson et al. 2013

11.5 Desempenho

Como você avalia o desempenho da empresa de seus pais em comparação com os concorrentes nos últimos três anos nas seguintes dimensões (1 = muito pior, 7 = muito melhor)?

- 1 Crescimento das vendas
- 2 Crescimento da participação de mercado
- 3 Crescimento de lucro
- 4 Criação de emprego
- 5 Inovação

Dess & Robertson 1984, Eddleston et al. 2008

11.6 Seus pais

Os itens a seguir referem-se a como seus pais se comportaram com você enquanto você estava crescendo acima. Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações (1 = fortemente discordo, 7 = concordo totalmente). Meus pais...

- 1 ... Conversou comigo sobre como o que estou aprendendo um dia será capaz de me ajudar em seus o negócio.
- 2 (...) Ensinou-me coisas que um dia poderei usar em seus negócios.
- 3 ... Me deu tarefas que me ensinaram habilidades que posso usar em minha futura carreira em seus negócios.

Assistência instrumental (Turner et al., 2003)

- 1 ... Me falou sobre o tipo de trabalho que eles fazem em seus negócios.
- 2 ... Me falou sobre coisas que acontecem com eles em seus negócios.
- 3 ... Me levaram ao trabalho deles.

Modelagem relacionada à carreira (Turner et al., 2003)

- 1 ... Me incentivou a aprender o máximo possível na escola.
- 2 ... Me incentivou a tirar boas notas.
- 3 ... Me disseram que têm orgulho de mim quando vou bem na escola.

Encorajamento verbal (Turner et al., 2003)

Ítem 17

- 1 ... Conversaram comigo sobre como meu futuro trabalho na empresa deles poderia ser divertido.
- 2 ... Disse coisas que me deixaram feliz quando aprendi algo que poderia usar em seus o negócio.
- 3 ... e fico animado quando falamos sobre o ótimo trabalho que posso ter algum dia em seu o negócio.

Suporte emocional (Turner et al., 2003)

Para todos os alunos

12 Seção Final

- 1 Você participou da pesquisa GUESSS anterior na primavera de 2016?

- Sim
- Não

- 2 Muito obrigado pela sua participação! Por favor indique o seu email endereço se você deseja receber os resultados do estudo.
