

DISPOSIÇÃO EMPREENDEDORA DE UNIVERSITÁRIOS BRASILEIROS

Resumo: O ensino superior é universalmente reconhecido como um pilar chave na construção das novas economias do conhecimento. No entanto, a universidade brasileira, de forma geral, não explora o seu potencial de inspirar e estimular a ambição e inovação nos alunos. Na ausência de um elo efetivo entre universidade e empresas, torna-se relevante saber se universitários configuram-se dispostos em empreender baseando-se nas próprias características e desejos, do que apenas cotejado por tais mecanismos que superficialmente tem estreitado interesses mais pelas patentes da universidade. Aproximar o desejo de empreender com a pesquisa aplicada e o conhecimento de planos de negócios tem proporcionado em empreendimentos iniciantes? Fica a hipótese de uma negligência, que se reflete na disposição de jovens empreendedores universitários em promover desenvolvimento econômico e consolidar a transferência de conhecimento. Assim, esse estudo objetiva analisar como se comporta a intenção empreendedora dos universitários brasileiros. O campo de investigação remete-se às Empresas Júniores do país, cujo uso da Modelagem de Equações Estruturais representará o método de investigação. Para tanto, realizou-se uma *survey* com abrangência nacional alcançando 445 alunos. Como instrumento de coleta de dados, utilizou-se um questionário estruturado baseado na Teoria do Comportamento Planejado. O estudo atendeu aos critérios estatísticos para sua validação, além de apresentar um índice de ajustamento moderado explicando 64,9% da intenção empreendedora com apenas uma hipótese rejeitada. Os achados dessa pesquisa sugerem lacunas na atuação do governo e das universidades na promoção da educação empreendedora e trazem implicações para estudiosos da educação empreendedora, universidades e formuladores de políticas.

Palavras-chave: Intenção empreendedora. Empreendedorismo Acadêmico. Empresa Júnior. Teoria do comportamento planejado.

ENTREPRENEURIAL DISPOSITION OF BRAZILIAN UNIVERSITY STUDENTS

Abstract: Higher education is universally recognized as a key pillar in the construction of new knowledge economies. However, the Brazilian university, in general, does not explore its potential to inspire and stimulate ambition and innovation in students. In the absence of an effective link between university and companies, it is relevant to know whether university students are willing to undertake based on their own characteristics and desires, rather than just compared by such mechanisms that superficially have narrowed more interests in university patents. Has the desire to undertake with applied research and knowledge of business plans brought about in start-up ventures? There is a hypothesis of negligence, which is reflected in the willingness of young university entrepreneurs to promote economic development and consolidate the transfer of knowledge. Thus, this study aims to analyze how the entrepreneurial intention of Brazilian university students behaves. The research field refers to the Junior Companies in the country, whose use of Structural Equation Modeling will represent the research method. To this end, a nationwide survey was carried out, reaching 445 students. As a data collection instrument, a structured questionnaire based on the Theory of Planned Behavior was used. The study met the statistical criteria for its validation, in addition to presenting a moderate adjustment index explaining 64.9% of the entrepreneurial intention with only one rejected hypothesis. The findings of this research suggest gaps in the role of government and universities in promoting entrepreneurial education and have implications for entrepreneurship scholars, universities and policy makers.

Keywords: Entrepreneurial Intention. Academic Entrepreneurship. Junior Enterprise. Theory of Planned Behavior.

Introdução

A capacidade de empreender tem se tornado tão importante quanto necessária, face às transformações na economia global. No Brasil, a flutuação no saldo de emprego formal, que apresentou recentemente queda em três anos consecutivos (2014-2017), aliada a taxa considerável de empregos informais, a qual em grande parte contribui para redução na taxa de desocupação do país, mas apresentam remuneração bem inferior, constituem um cenário em que o empreendedorismo passa a ser fator determinante de empregabilidade para os indivíduos que concluem a universidade.

Esse aspecto torna-se ainda mais significativo ao considerar que aproximadamente dois terços da população jovem de países em desenvolvimento estejam ou em situação de desemprego, ou em empregos de baixa qualidade, ou sem trabalhar e sem estudar (ILO, 2013). Fato que evidencia um desperdício do potencial econômico desses países e agrava riscos sociais.

Assim, percebe-se uma demanda na preparação do jovem para o mercado de trabalho por meio da educação, entendendo como imprescindível a demanda por alterações na conjuntura das Instituições de Ensino Superior (IES), como ponto de partida desta trajetória, de modo a promover e despertar nos discentes o espírito, a motivação e a formação empreendedora a fim de que eles se tornem aptos a construir seu próprio espaço no mercado de trabalho, e ao invés de depender da condição econômica do país, eles passem a contribuir para que ela apresente bons resultados e alcem prospecções globais.

Diante disso, Welch (2011) destaca que o ensino superior “é universalmente reconhecido como um pilar chave na construção das novas economias do conhecimento do século XXI”, e que tem sido desafiado cada vez mais à demonstrar a sua contribuição junto ao desenvolvimento econômico e social pela sociedade de hoje, conhecida também como a sociedade do conhecimento (AUDRETSCH, 2014; ETZKOWITZ, 2013).

Apesar de ao redor do mundo, diversas universidades já reconhecerem o papel e o poder da educação empreendedora sobre a inovação e o desenvolvimento econômico dos países, no Brasil esse cenário ainda é imaturo. Conforme explorado na pesquisa Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras realizada em 2016 pela Endeavor e SEBRAE, que contou com a participação de 2230 alunos e 680 professores pertencentes a mais de 70 IES de todas as regiões do país, o entendimento é que a universidade brasileira, de forma geral, não demonstra ser ativa no mercado e na comunidade, além de não explorar o seu potencial de inspirar e estimular a ambição e inovação nos empreendedores universitários. Para o estudo, o perfil empreendedor do aluno é em grande parte bem similar ao do empreendedor brasileiro médio, demonstrando que a instituição não está exercendo influência transformadora sobre o aluno ou não é o motivo principal para que ele tenha um perfil disruptivo.

Destarte, percebe-se a relevância em debater a correlação entre a empregabilidade e a academia, tendo em vista a carência de políticas e estratégias que contribuam com a transformação das universidades brasileiras em ecossistemas empreendedores e, portanto, funcionem também como motor do desenvolvimento econômico da região em que ela atua. O desafio é saber como promover as competências e habilidades empreendedoras necessárias nas pessoas, a fim de que elas possam atuar nesse cenário em que passam a ser protagonistas de atividades e ações empreendedoras (SOUZA, 2015).

À luz dessa perspectiva, as intenções empresariais são fundamentais para compreender o empreendedorismo (SCHLAEGEL & KOENIG, 2014), pois correspondem ao primeiro passo no processo de descoberta, criando e explorando oportunidades (KOLVEREID, 2016).

Algumas pesquisas tem sido desenvolvidas com foco na intenção empreendedora (LIÑÁN & FAYOLLE, 2015; SCHLAEGEL & KOENIG, 2014; SOUZA, 2015) e outros estudos (LIÑÁN & FAYOLLE, 2015; MIRANDA et al., 2017) empregaram e confirmam a utilidade da Teoria do Comportamento Planejado (TPB), desenvolvida por Ajzen (2002), a qual busca prever e explicar o comportamento do indivíduo em contextos específicos.

No entanto, apesar dessa diversidade de pesquisas, verifica-se uma escassez de estudos que explorem a intenção empreendedora de universitários do Brasil já envolvidos em uma iniciativa propícia ao desenvolvimento de habilidades empreendedoras (PENNAROLA et al., 2016), que é o caso da Empresa Júnior (EJ). Assim, essa pesquisa visa responder a seguinte questão: Como os fatores da TPB influenciam na formação da intenção empreendedora dos alunos ligados a Empresa Júnior no Brasil?

Embora possa haver fatores que implicam nas intenções de empreender, há nas Empresas Júniores (EJ) disposições experimentadas como comportamento real, que possam ser relevantes para o prenúncio em empreender. Ou seja, considera-se que intenções empreendedoras possam ser vistas como uma disposição dos universitários em experimentar ou propor algum esforço em exercer ou constituir seu próprio plano de negócio. De tal modo que, nesse meio, se emerge também um novo negócio, podendo ser considerado como um resultado de intenções cujo empreendedorismo representa um comportamento planejado e intencional (LIÑÁN & CHEN, 2009).

Com base na evidência de que as universidades fomentam universitários acadêmicos à fins profissionais, é necessário então compreender as intenções nesses potenciais empreendedores em estágio inicial, de modo que possa ser possível saber quais fatores os estimulam ao empreendedorismo. Daí a necessidade de se responder a lacuna identificada através da problemática de pesquisa. Nesse contexto, este trabalho tem como objetivo analisar como se comporta a intenção empreendedora dos universitários brasileiros ligados à EJ, por meio da Modelagem de Equações Estruturais (MEE).

Nesse intuito, foi empreendida uma pesquisa com 445 alunos de EJ no Brasil e o instrumento de coleta de dados utilizado se constitui de um questionário utilizado por Souza (2015) que tem como base a TPB de Ajzen (2002) e foi adaptado por Liñán & Chen (2009) com escala psicométrica ajustada por Liñán, Urbano e Guerrero em 2011.

A principal contribuição deste estudo está na lacuna sobre as decisões acadêmicas, que carecem de evidências empíricas ao nível universitário, no que diz respeito às intenções empreendedoras dos acadêmicos através da EJ, por serem propensos à criação de novos negócios. Além de avaliar a disposição ao intento de empreender, o presente estudo também examina o efeito comportamental das intenções empreendedoras nas EJ, por tratar de atividades reais de gestão de negócios, capaz de proporcionar uma compreensão sobre possíveis influências de fatores prospectivos nessas intenções.

O artigo está estruturado da seguinte forma. Primeiro, revisamos a literatura anterior sobre intencionalidade e seus determinantes e, em seguida, apresentamos o modelo de intenções empreendedoras fundamentado na teoria e nos comportamentos. Em seguida, descrevemos nossa configuração e métodos de pesquisa, bem como os resultados de nossos testes de hipóteses. O artigo conclui com discussões, implicações, limitações e futuras oportunidades de pesquisa.

Fundamentação teórica

Ao buscar desenvolver uma teoria geral do empreendedorismo, Shane (2003) sugeriu que a descoberta de oportunidades depende do acesso à informação e das características de reconhecimento de oportunidade (por exemplo, inteligência).

De acordo com a Comissão Européia (2006, p.4), “empreendedorismo refere-se à capacidade do indivíduo de transformar ideias em ação. Inclui criatividade, inovação e aceitação de riscos, bem como a capacidade de planejar e gerenciar projetos para alcançar objetivos”. Considerando que os universitários atuam não só sobre a criatividade, como um pré-requisito importante para o empreendedorismo, como também há meios para aplicação àquilo que apreende na universidade sob supervisão até mesmo de docente. Com isso, espera-se que eles se tornem mais confiantes em empreender no instante em que suas práticas possam ser acompanhadas e orquestradas pela instituição de ensino através das Empresas Júniores (EJ).

Em uma revisão meta-analítica envolvendo 73 estudos, Bae, Qian, Miao e Fiet (2014) observaram uma correlação significativa, embora pequena, entre a educação empreendedora e as intenções empreendedoras pós-educação, que é o caso da aplicação do conhecimento via EJ e o que se espera dos alunos após essa oportunidade em empreender.

Nesse contexto, sabe-se que a motivação dos empreendedores iniciais pode ocorrer pela necessidade ou oportunidade. Com relação ao objeto deste estudo, o que se configura é a oportunidade. GEM (2016) define empreendedores por oportunidade como capazes de identificarem uma chance de negócio ou um nicho de mercado, empreendendo mesmo possuindo alternativas concorrentes de emprego e renda. Foi evidenciado em seu estudo, que a proporção de empreendedores por oportunidade em 2016 foi maior nos grupos de países impulsionados por inovação, e que apresentam maiores níveis de desenvolvimento socioeconômico. O Brasil, se classifica nos grupos de países impulsionados por eficiência conforme o Global Competitiveness Report (Publicação do Fórum Econômico considerando o PIB per capita e a parcela das exportações relativa aos bens primários) apresentou o valor de 57,4% para a Taxa de Empreendedores por Oportunidade, enquanto os países impulsionados por inovação como Suécia e Estados Unidos apresentaram 89,0% e 87,5%, respectivamente. Ademais, o Brasil alcançou em 2018 o 64º lugar, entre 126 economias listadas no *ranking* mundial de inovação elaborado pela Universidade de Cornell, pela escola de negócios Insead e pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual.

Contudo, pode-se ainda inferir que há um alto índice de empreendedores por necessidade, no Brasil, e isso reflete numa parcela significativa da população que empreende para sobreviver, um reflexo da crise econômica e conseqüente alta taxa de desemprego, que, em suma, desenvolvem negócios com baixa inovação e tecnologia, gerando um mínimo de riqueza e empregos. Em uma visão mais robusta, pode-se acrescentar ainda como reflexo, o baixo nível de escolaridade no país, que não contribui com a formação empreendedora e o perfil proativo desses profissionais.

Entretanto, tem-se diversos estudos que defendem a importância de promover o empreendedorismo a fim de estimular o desenvolvimento econômico e a geração de empregos (DEGEN, 2009; VAN PRAAG & VERSLOOT, 2007). Em particular, a educação para o empreendedorismo tem sido considerada um dos principais instrumentos para aumentar as atitudes empreendedoras de nascentes e empreendedores potenciais (POTTER, 2008; LIÑÁN et al., 2011). Nessa vertente, Etzkowitz (1983) usou o termo universidade empreendedora

para definir instituições de ensino que se tornaram críticas ao desenvolvimento econômico regional.

Por outro lado, a China, destacada como uma economia em rápido crescimento, tem dada significativa importância à educação para o empreendedorismo. O governo chinês, a partir de 2014, adotou uma iniciativa estratégica no país para estimular o empreendedorismo e a inovação, a fim de promover um crescimento econômico de modo contínuo e sustentável. Sendo as instituições educacionais chinesas, particularmente as universidades, as precursoras a desenvolver e implementar sistemas inovadores (alterando, inclusive, projetos pedagógicos curriculares dos cursos superiores), oferecendo educação para o empreendedorismo (MyCOS, 2018). Tal ação, objetivou promover a competência empreendedora dos jovens e, a sua atitude e intenção em realizar escolhas por carreira empreendedora.

Tal aspecto, também havia sido relatado em alguns estudos, onde Fayolle e Liñán (2014), apontaram que os resultados da investigação empírica revelam diferenças significativas em termos de atitudes e níveis de intenção dos alunos que participam em programas de educação para o empreendedorismo e aqueles que não participam.

Compreender as intenções, segundo Salhi (2018), ajuda a compreender os fenômenos e comportamentos associados ao empreendedorismo, e por sua vez, sendo o comportamento uma função direta da intenção.

No contexto do empreendedorismo, tem-se que um novo negócio surge ao longo do tempo e envolve um planejamento considerável, logo, ele é exatamente o tipo de comportamento planejado (BIRD, 1988), para o qual os modelos de intenção são adequados (SAEED et al., 2015). Assim, nota-se que intenção de criar novos negócios provou ser um construto fundamental, duradouro e frequentemente utilizado em pesquisa sobre o empreendedorismo (CARR & SEQUEIRA, 2007).

Há a teoria do comportamento planejado proposto por Ajzen (2002), que em princípio considera que todo comportamento social ou humano é motivado, controlado e planejado. Nesse aspecto, Salhi (2018), ressalta que o comportamento pode ser explicitado através da intenção de adotá-lo, onde qualquer comportamento requer algum planejamento realizado por uma intenção. Logo, a criação de uma empresa decorre da intenção em adotar um comportamento planejado.

Várias contribuições teóricas apoiam a teoria do comportamento planejado de Ajzen (2002), que em face de outros resultados teóricos revelaram que há uma intenção empreendedora na predição do comportamento (Ajzen, 2002; Choo e Wong, 2009; Pihie, 2009; Kim-Soon et al., 2013; Salhi, 2018). Eles enfatizam a intenção como o principal fator que explica os comportamentos empreendedores em diferentes contextos, que no caso em estudo, remete-se à intenção oriunda em EJ.

Para Fayolle & Liñán (2014) são três os modelos principais que servem como guia para a compreensão do desenvolvimento de intenções empreendedoras: o Modelo de Bird (1989), o Modelo do Evento Empreendedor de Shapero & Sokol (1982) e a Teoria do Comportamento Planejado (TPB) de Ajzen (2002). Contudo, este por sua vez, mostra-se mais estruturado (LIÑÁN et al., 2011), e se transformou no modelo dominante das relações atitude-comportamento, correspondendo ao mais influente até hoje (SCHLAEGEL; KOENIG, 2014; LIÑÁN; FAYOLLE, 2015).

Em síntese, na TPB o comportamento de uma pessoa é imediatamente determinado pela intenção de executar (ou não) esse comportamento (MIRANDA et al., 2017) que, para Ajzen (2002) é guiado por crenças comportamentais, normativas e de controle. Portanto, a formação

da Intenção Empreendedora (IE) para realizar um comportamento é determinada por três variáveis independentes: atitude pessoal (AP), normas subjetivas (NS), e controle comportamental percebido (CP), em que a relação entre esses três elementos e a IE crescem proporcionalmente, e que por sua vez, preveem o comportamento (AJZEIN, 2002).

Diante da relevância identificada na literatura, esse artigo pretende aplicar o modelo utilizado por Souza (2015), por ser adaptado e considerar o que preconiza o modelo dominante atitude-comportamento, cuja base é a TPB discutida por Liñán & Chen (2009) com escala psicométrica ajustada por Liñán, Urbano & Guerrero em 2011. A seguir há os fatores que serão investigados como variáveis explicativas da IE.

A influência da Atitude Pessoal (AP) na intenção empreendedora:

Entende-se por AP, o grau em que o indivíduo detém uma avaliação pessoal sobre empreender, incluindo as considerações afetivas e avaliativas (LIÑÁN; CHEN, 2009), em síntese refere-se à impressão que o indivíduo tem sobre ser um empreendedor.

Para Schlaegel & Koenig (2014), um aumento dessa atitude deve ter uma influência positiva sobre o desejo do indivíduo de realizar os comportamentos relacionados à fundação da própria empresa e alcançar o objetivo de se tornar um empreendedor. As pessoas destinam esforço e tempo ao empreendedorismo se perceberem que essa atividade é positiva e profissionalmente estimulante, ou se possuem consciência do potencial de comercialização de suas pesquisas (GOETHNER et al., 2012). Logo, entende-se que atitudes positivas em relação ao empreendedorismo afetarão positivamente a atratividade pessoal de iniciar o próprio negócio. Assim, postula-se a seguinte hipótese:

H1: A Atitude Pessoal terá uma relação positiva e significativa com a intenção empreendedora.

A influência do Controle do Comportamento Percebido (CCP) na intenção empreendedora:

A variável CP é vista como a percepção da facilidade ou dificuldade de iniciar um negócio e sua capacidade em empreender (SAEED et al. 2015; LIÑÁN; CHEN, 2009; AJZEN 2002), semelhante aos conceitos de viabilidade percebida (SHAPERO; SOKOL, 1982) e de auto-eficácia de Bandura (1997), na medida em que estão preocupados com a capacidade percebida de realizar um comportamento (AJZEN, 2002). Em geral, a literatura tende a concordar que as percepções de controle são positivamente relacionadas com a intenção de se tornar um empreendedor (SCHLAEGEL; KOENIG, 2014).

Considerando que as intenções empreendedoras ainda dependem da conveniência pessoal do empreendedorismo (atitude pessoal), da aceitação social percebida do empreendedorismo para um grupo de referência normativa (normas sociais), há, portanto, a preocupação com a viabilidade percebida de se tornar um empreendedor (controle comportamental percebido). Sendo esse último teorizado no TPB para influenciar o comportamento, expressando que a intenção de uma pessoa só pode levar a um comportamento real se ele se sentir capaz de realizar o comportamento em questão. Logo, o controle comportamental percebido, desempenha um papel duplo no modelo TPB, moldando as intenções e interagindo com elas para afetar conjuntamente o comportamento. Associado a esse fato, tem-se que a aprendizagem experimental enfatiza a transformação da experiência em conhecimento, que no caso em estudo, os alunos contam com a oportunidade de aprender fazendo, no contexto da educação para o empreendedorismo já que eles se encontram em uma universidade que possui EJ, e, por sua vez, atribui a aprendizagem experimental, que inclui uma ampla gama de

experiências para os alunos, possibilitando-os à experiências do mundo real através de atividades empreendedoras, promovendo negócios e trabalhando com empreendedores reais para ajudar em seus empreendimentos comerciais. Nesse aspecto, há a percepção de controle e intenção de se tornar empreendedor por parte dos alunos na EJ. De modo que, espera-se que os alunos se tornem mais criativos e inovadores em seu pensamento e aplicações para solução de problemas, levando a comportamento percebido de modo positivo. (AJZEN, 2002; MAES, LEROY & SELS, 2014; BANDERA, COLLINS, PASSERINI, 2018; CANZIANI, WELSH, 2019). Estas discussões levam a propor a seguinte hipótese:

H2: O controle do Comportamento Percebido terá uma relação positiva e significativa com a intenção empreendedora.

A influência das Normas Subjetivas (NS) na intenção empreendedora:

A NS refere-se à pressão social exercida sobre o indivíduo para tornar-se ou não empreendedor, proveniente do seu círculo social. Os valores e normas mantidos por esses indivíduos e essa pressão social influenciam diretamente sua intenção (AJZEIN, 2002).

A percepção de um indivíduo sobre as expectativas positivas acerca do início de um empreendimento próprio irá encorajá-lo a formar percepções favoráveis em relação aos comportamentos necessários para alcançar o objetivo de se tornar empreendedor e conseqüentemente as expectativas negativas criarão percepções desfavoráveis da conveniência desses comportamentos. Entretanto, há efeitos da pressão social que também deve ser considerada como percepções de empreendimento, sendo necessário decifrar problemas e contemplá-los no plano de negócios, inclusive em ocasiões onde envolve a educação para o empreendedorismo, como é o caso das incubadoras onde também está inserido a capacidade de transformar percepções em ações (CHEN et al., 2018). Mesmo que esse efeito possa ser oportuno, há que considerar ainda, segundo Krueger et al. (2000) as “normas subjetivas” do comportamento planejado, de modo que mesmo que seja desejável e oportuno a percepção do comportamento e o seu respectivo planejamento, há que considerar como premissa ao seu cumprimento (ou violação) as normas sociais existenciais, capaz inclusive de aumentar ou diminuir a satisfação esperada sob um determinado negócio a empreender. Outros estudos no âmbito do empreendedorismo acadêmico também consideraram que o ambiente social exerce influência na intenção empreendedora do indivíduo (OBSCHONKA et al., 2015; BERCOVITZ; FELDMAN, 2008). Assim sendo, levantamos a hipótese de que:

H3: As Normas Subjetivas terão uma relação positiva e significativa com a intenção empreendedora.

A influência das Normas Subjetivas na Atitude Pessoal e no controle do Comportamento Percebido

Poucos estudos que analisam a correlação entre as NS com as AP e entre as NS com o CP são encontrados. Os destaques são para os Liñán (2008), Liñán & Chen (2009) e Souza (2015), os quais são utilizados como referência ao modelo aqui aplicado.

Linñan & Chen (2009) obtiveram entre os resultados do seu estudo que a principal influência das NS foi exercida através de seus efeitos na AP e no CP, obtendo caminhos significativos para as respectivas hipóteses testadas. Podendo haver razões para considerar que as NS possuem efeito na AP e no CP. Quando os indivíduos percebem que as pessoas as quais consideram relevantes aprovariam sua decisão de se tornarem empreendedores, eles

seriam mais atraídos e se sentiriam mais capazes de realizá-lo de forma satisfatória. Logo, surgem as últimas hipóteses:

H4: As Normas Subjetivas terão uma relação positiva e significativa com a Atitude Pessoal.

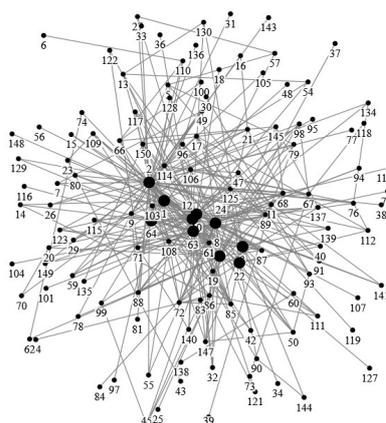
H5: As Normas Subjetivas terão uma relação positiva e significativa com o controle Comportamental Percebido.

Métodos de Pesquisa

Buscando alcançar variabilidade e representatividade, a análise da IE tem como objeto a população dos alunos que compõem as Empresas Juniores por serem considerados motivados a empreender. Nessa análise, faz-se uma abordagem quantitativa em virtude da mensuração e análise estatística de dados da população. Define-se como um estudo de natureza descritiva por descrever características de determinada população (COLLIS; HUSSEY, 2005) e explicativa, por tentar estabelecer relações entre variáveis, usando métodos padronizados de coleta e análise de dados. Por utilizar-se de questionários, este trabalho se configura do tipo *survey*. Foram realizadas buscas nas bases de dados *Web of Science*, *Science Direct* e *Scopus*, pela credibilidade, qualidade e quantidade de publicações e citações, direcionando a pesquisa em três diferentes combinações das palavras-chave: "Entrepreneurial Intention", "Academic Entrepreneurship" e "Entrepreneurial Intent". O levantamento possibilitou delimitar e aprofundar sob o objeto do estudo IE, cujo enfoque empírico são os universitários brasileiros. O levantamento de artigos nas bases de dados não limitou um período específico, embora tenha sido adotado a preferência por leituras e análises aos artigos mais citados e atuais. Apenas artigos de revista foram considerados, por serem reconhecidos como um conhecimento validado (PODSAKOFF et al., 2005).

A partir disso, obteve-se 268 artigos, e após a leitura dos resumos, permaneceram aqueles que possuem escopo alinhado com o objeto do estudo, totalizando 150. Com isso, tornou-se possível a elaboração de uma rede de autores (Gráfico 1), relacionando as citações de cada artigo as quais refletem a interconexão entre os pesquisadores e as conjunções entre as concepções científicas (KRAUS et al., 2014), portanto, a sua análise revela os nomes centrais que denotam reconhecimento na academia.

Gráfico 1: Rede de autores.



Fonte: Os autores.

O acesso à população de estudo foi feito mediante contato com as federações e/ou páginas eletrônicas das EJ e também na Confederação Brasileira de Empresas Júniores (Brasil Júnior). Em setembro de 2018 foram mapeadas 651 empresas que representaram a população desta pesquisa. O processo de coleta de dados foi realizado através da plataforma *survey monkey* e

enviado por e-mail para os membros dessas 651 EJ e solicitado distribuição entre os demais membros. A amostra de alunos que responderam se consolidou em 445.

O questionário aplicado é composto por dois blocos, sendo o Bloco 1 responsável por levantar o “Perfil dos Respondentes” e o Bloco 2 “Medidas de Elementos do Modelo de Intenção” onde possui 20 assertivas objetivas que abordam as variáveis de análise, conforme adaptação do questionário de Linã (2009). A versão adotada constitui-se da primeira parte do instrumento de coleta de dados, que diz respeito à escala psicométrica utilizada na perspectiva da TPB, com tradução livre aplicada inicialmente por SOUZA (2015). No questionário foi utilizado escala Likert de sete pontos que busca obter a percepção dos alunos em relação às variáveis latentes do modelo.

É válido ressaltar que na tabulação de dados, considerou-se o viés de aquiescência, que é a proposta da versão modificada desenvolvida por Liñán (2008) e Liñán, Urbano & Guerrero (2011), na qual alguns itens tiveram a redação invertida.

O método da abordagem quantitativa empregado baseia-se na Modelagem de Equações Estruturais (MEE) utilizada para testar as hipóteses de causalidade entre as variáveis. Com base nas abordagens teóricas e nas hipóteses levantadas, é indicado quatro construtos primários que influenciam o empreendedorismo da EJ: i) AP, ii) CCP, iii) IE, iv) NS.

Utilizou-se para aplicação da modelagem, o *software* SmartPLS, versão 3.2.8. MEE é usado para estimar as relações entre os construtos e seus indicadores latentes não observados. Finalmente, o modelo estrutural é ajustado e verificado através da adequação do ajuste.

Quanto à caracterização da amostra, considerou-se que o número mínimo de observações esteja entre cinco e dez respondentes por cada variável (HAIR et al., 2014). Para o questionário aplicado composto por 20 assertivas, a amostra obtida de 445 alunos possui um tamanho 4,45 vezes superior ao mínimo necessário, sendo, portanto, satisfatória.

Para a análise descritiva dos dados, e ainda admitindo que o PLS-SEM (ou, PLS-MEE) é um método estatístico não paramétrico, o qual não requer que os dados sejam distribuídos normalmente. Hair et al. (2014), por sua vez, destacam que é importante analisar o quão distante estão os dados do “normal”, uma vez que eles podem se mostrar problemáticos na avaliação da significância caso sejam extremamente “não-normais”. Para essa análise Hair et al. (2014), orientam utilizar a assimetria e a curtose, que em termos de valores de referência, os autores avaliam que tanto a curtose quanto a assimetria devem possuir resultados entre -1 e +1. Já para Maroco (2014), valores absolutos de assimetria < 2 e curtose < 7 não indicam violação de normalidade. Ao analisar os dados obtidos através do SmartPLS, observa-se que o maior e o menor valor para a assimetria foram -0,01 e -1,68, respectivamente, enquanto que para a curtose os resultados na mesma ordem foram 2,44 e -1,19. No intuito de evitar dados extremamente não-normais que possam distorcer os resultados da análise multivariada, decidiu-se eliminar a variável P_5 (Fig. 1) por apresentar valor de curtose maior que 2.

A partir das parametrizações descritivas definidas, partiu-se para uma análise multivariada com uso do método da Modelagem de Equações Estruturais (MEE).

No modelo teórico ou reflexivo considerado nesta pesquisa, a avaliação sistemática dos resultados da MEE de mínimos quadrados parciais envolve, conforme Hair et al. (2014), a análise do modelo de mensuração e estrutural. Os principais índices que avaliam a qualidade dos modelos sugeridos por Hair et al., (2014) são apresentados no Quadro 1 com seus respectivos valores de referência.

Quadro 1: Índices Estatísticos.

Índices	Valores de Referências
Alfa de Cronbachs	> 0,60
Confiabilidade composta	Entre 0,70 a 0,90
AVE	> 0,50
Validade Discriminante	As cargas cruzadas devem apresentar cargas externas mais altas em seus respectivos construtos que nos demais. As raízes quadradas das AVEs devem ser maiores que as correlações dos construtos (Critério de Fornell e Larcker).
VIF	<5
R^2	Entre 0 e 1
T value	>1,96 (para um nível de significância = 5%)
P value	< 0,05
f^2	Os valores f^2 indicam um efeito pequeno (0,02), médio (0,15) ou grande (0,35).
Q^2	Os valores Q^2 indicam um efeito pequeno (0,02), médio (0,15) ou grande (0,35).

Fonte: Adaptado - Hair et al. (2014).

Antes de iniciar com o modelo de mensuração, fez-se necessário realizar uma recodificação das respostas obtidas para as variáveis que foram invertidas no questionário com o objetivo de reduzir a tendência dos respondentes em concordar com as afirmações. Prosseguindo com a importação dos dados para o SmartPLS, foi construído o modelo de mensuração com base no modelo teórico adotado.

Para Maroco (2014), o modelo de mensuração define a forma como os construtos ou variáveis latentes são operacionalizados pelas variáveis observadas ou manifestas. No modelo teórico, tem-se que o sentido das flechas é do construto para as variáveis, indicando a suposição de que o construto é responsável pela medida dos indicadores (Hair et al., 2014).

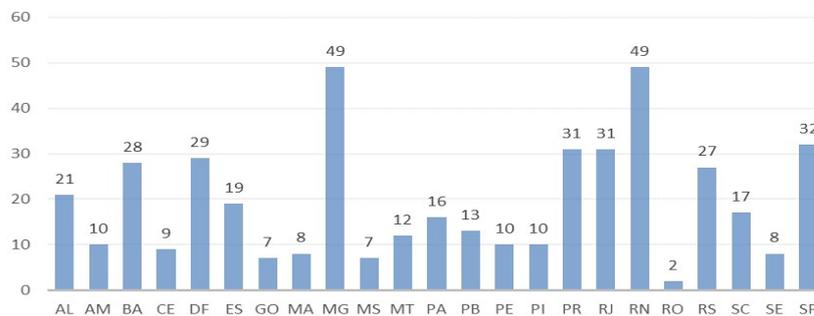
Resultados, Análise e Discussão

Analisando o perfil dos respondentes, tem-se que possuem idade entre 18 e 35 anos, com a maior concentração deles distribuídos entre 20 e 22 anos (65,1%); 13,3% afirmaram ter entre 18 e 19 anos, e os demais, 21,6% entre 23 e 35 anos. Eles estão distribuídos entre 114 diferentes IES e 317 EJ em várias regiões do país, conforme Gráfico 2.

Quanto ao gênero, 52,8% são do sexo masculino, 46,3% pertencem ao sexo feminino e 0,9% optaram por não declarar. Observa-se uma representatividade razoavelmente superior dos homens, que é uma característica do perfil empreendedor no Brasil.

A amostra é composta por alunos de 22 estados e o Distrito Federal, conforme Gráfico 2. Os únicos estados ausentes correspondem ao Acre, Tocantins, Amapá e Roraima, sendo esses dois últimos confederados recentemente a Brasil Júnior, e portanto, o Movimento Empresa Júnior nesses estados encontra-se em estágio de desenvolvimento. O Acre e o Tocantins também possui uma baixa representatividade, com uma e três Empresas Júniores mapeadas, respectivamente.

Gráfico 2: Distribuição da Amostra por Estado



Fonte: Os autores.

Por fim, foi questionado aos respondentes se existe empreendedor na família e 61,3% deles informaram que sim, o que pode representar uma possível influência familiar na intenção empreendedora desses alunos. Analisando o resultado das Variâncias Médias Extraídas (AVE), nota-se na Tabela 1, que o valor foi inferior a 0,5 para o construto CCP demandando a necessidade de ajustes. Buscando alcançar o valor de referência, considerou-se como parâmetro de exclusão as cargas externas menores que 0,7 até atingir o limite do AVE (>0,5).

Conforme Hair et al. (2014), os indicadores com cargas externas entre 0,40 e 0,70 devem ser considerados para remoção da escala somente quando a exclusão do indicador levar a um aumento na CC ou na AVE. Assim, foi retirada a variável P_16 (Fig. 1) que possuía a menor carga externa (0,516). Os valores para os indicadores de qualidade e validade convergente estão apresentados na Tabela 1.

Tabela 1: Critérios relacionados à qualidade e validade convergente

Construto	Alfa de Cronbach	Confiabilidade Composta	AVE
AP	0,839	0,886	0,609
CCP	0,687	0,807	0,512
IE	0,849	0,888	0,571
NS	0,731	0,846	0,649

Fonte: Os autores.

Ao alcançar a validade convergente, deve-se analisar a confiabilidade da consistência interna por meio do Alfa de Cronbach (AC), que fornece uma estimativa da confiabilidade com base nas intercorrelações das variáveis dos indicadores observados. Tendo em vista que valores de AC acima de 0,60 e 0,70 são considerados em pesquisas exploratórias, tem-se que este critério também foi atendido.

Em seguida, observa-se que a Confiabilidade Composta também se encontra no limite de referência. Em relação ao critério da Validade Discriminante (VD) através do método de Fornell e Larcker. Para Fornell e Larcker (1981), a VD examina se as variáveis observáveis de um construto se relacionam a outros construtos no modelo. Os resultados revelaram, na Tabela 2, a falta de VD para o construto IE.

Tabela 2: VD – Critério de Fornell e Larcker

	AP	CCP	IE	NS
AP	0,780			
CCP	0,408	0,716		
IE	0,805	0,521	0,756	
NS	0,349	0,373	0,325	0,806

Fonte: Os autores.

Logo, faz-se necessário realizar um ajuste, excluindo variáveis seguindo o parâmetro da menor diferença nas cargas fatoriais cruzadas. Destarte, P₁₉ (Fig. 1), apresentou a menor diferença (0,069) entre os construtos, e, portanto, foi excluída do modelo.

Após essa retirada, obteve-se novos valores superiores às correlações dos construtos com outras variáveis latentes, em conformidade, com o critério de Fornell e Larcker.

De forma a concluir a VD e verificar se o modelo de mensuração se encontra ajustado, observou-se que as cargas cruzadas estão apresentando cargas fatoriais mais altas em seus respectivos construtos. Seguindo Hair et al. (2014), uma vez que o modelo é tido como confiável e válido, deve-se então prosseguir com a análise do modelo estrutural.

Antes de iniciar a análise do modelo estrutural, Hair et al. (2014) destacam que é necessário avaliar a colinearidade (VIF), tendo em vista que os coeficientes do caminho podem ser tendenciosos se a estimativa envolver níveis significativos de colinearidade entre os construtos preditores. Todas as variáveis apresentaram valores VIF menor que o limite 5, portanto, entende-se que o critério foi atendido.

A primeira análise relativa ao modelo estrutural relaciona-se aos coeficientes de caminho, que representam as relações hipotéticas entre os construtos e possuem valores padronizados entre -1 e + 1, de modo que valores próximos de +1 representam fortes relações positivas e vice-versa para valores negativos (HAIR et al., 2014). Considerando a Tabela 3, observa-se que a relação é mais forte positivamente entre a AP e IE (0,670), enquanto que entre NS e a IE a correlação é inexistente (-0,001).

Tabela 3: Resultado do Teste de significância dos Coeficientes de caminho

	Coeficiente original	Teste <i>t</i>	<i>p value</i>
AP -> IE	0,670	243,108	0,0000
CCP -> IE	0,256	73,055	0,0000
NS -> AP	0,351	84,763	0,0000
NS-> CCP	0,373	81,160	0,0000
NS -> IE	-0,001	0,0372	0,9703

Fonte: Os autores.

Além do tamanho do coeficiente, é pertinente interpretar seus efeitos totais, ou seja, a intensidade com que o construto exógeno NS influencia, em última instância, a variável de destino IE através dos construtos mediadores AP e CCP. O efeito total das NS na IE possui valor de 0,330, sendo superior ao efeito direto do CCP (0,256) e inferior ao da AP (0,670).

Ainda quanto a Tabela 3, pode-se verificar a significância estatística do coeficiente de caminho a partir do Teste *t*, em que todos coeficientes são estatisticamente significantes ao nível de 5%, com exceção da correlação entre NS-IE ($t = 0,0372$). Pode-se também utilizar para análise da significância o Valor *p*, o qual nota-se na Tabela 3 que todos as correlações são significantes, com exceção da relação entre NS-IE ($p > 0,05$), e, portanto, essa hipótese deve ser rejeitada, confirmando-se o que já havia sido constatado na análise do Teste *t*.

Avaliando o R^2 , que corresponde a uma medida da acurácia preditiva e representa os efeitos combinados das variáveis latentes exógenas na variável latente endógena (Hair et al., 2014), obteve-se como os valores de R^2 e R^2 ajustado para AP (0,124; 0,122), CCP (0,139; 0,137) e IE (0,654; 0,641), sugerindo um efeito pequeno, moderado e grande, respectivamente.

Em relação ao indicador do tamanho do efeito ou utilidade para a construção do modelo (f^2), esta medida corresponde à uma outra maneira de avaliar o efeito de alteração do

R^2 (Garson, 2016), e permite analisar a relevância dos construtos na explicação dos construtos latentes endógenos selecionados. A Tabela 4 apresenta os valores de f^2 , em que se verifica que o construto com maior poder de explicação foi a AP ($f^2 = 1,017$), sugerindo um valor bastante relevante no tamanho do efeito na variável latente IE.

Tabela 4: f^2

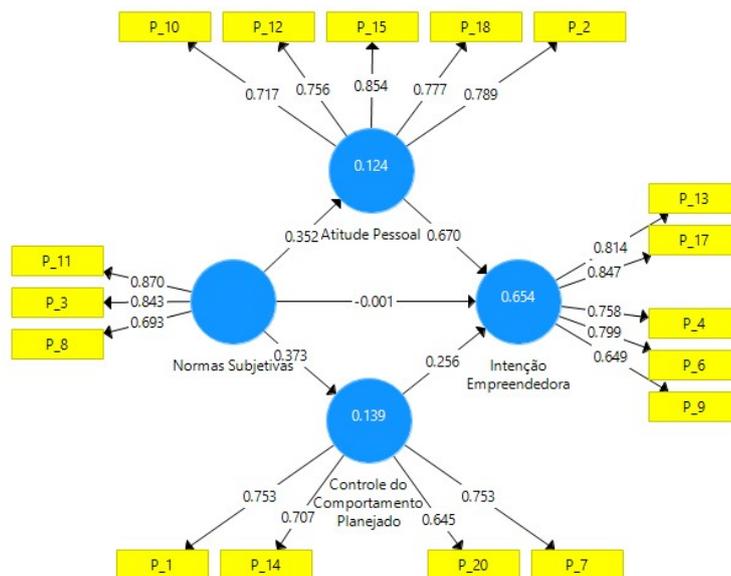
	AP	CCP	IE	NS
AP			1,017	
CCP			0,146	
IE				
NS	0,141	0,162	0	

Fonte: Os autores.

Por fim em relação ao Q^2 , Hair et al. (2014) e Garson (2016) destacam que há duas versões do Q^2 , a redundância e a comunalidade, de forma que enquanto a redundância é calculada apenas para variáveis endógenas, a comunalidade é calculada para todos os construtos e indicadores. Além disso, os coeficientes de comunalidade são mais altos que os de redundância, e seu cálculo é realizado sem o conhecimento do modelo de caminho, com base apenas nos escores de construto. Já o cálculo da redundância baseia-se nas estimativas do modelo de caminho tanto do modelo estrutural quanto de mensuração da predição de dados, e por essa razão, esta análise é mais adequada e recomendada para a abordagem do PLS-SEM (HAIR et al. 2014).

Com os dados obtidos, percebe-se que o fator endógeno IE (0,3676) possui um alto grau de relevância preditiva, enquanto que há um efeito entre pequeno e médio para os construtos AP (0,0682) e CCP (0,0647). Assim, pode-se dizer que todos os construtos apresentam $Q^2 > 0$, fornecendo suporte para a relevância preditiva do modelo em relação às variáveis latentes endógenas. A Figura 1 resume o modelo de mensuração e estrutural ajustado.

Figura 1: Modelo de Mensuração e Estrutural Ajustado



Fonte: Os autores no SmartPLS.

A partir dos resultados relatados, observa-se quanto a validação das hipóteses que H1, H2, H4 e H5 foram aceitas, ao passo que H3 foi rejeitada por não alcançar coeficientes estatisticamente significantes, apresentando valores $t < 1,96$ e $p > 0,05$ para um nível de significância de 5%.

Detalhando a análise para cada hipótese, na Figura 1 é possível visualizar, quanto H1, que a AP apresenta relação positiva (0,670) e significativa na IE, implicando no maior efeito entre os construtos do modelo, e este explica 12,4% da sua variância graças a contribuição das NS. Logo, entende-se que os alunos avaliam de forma positiva a decisão de tornarem-se empreendedor. O baixo percentual indica que o cenário para o empreendedorismo requer maior fortalecimento, seja por meio das universidades ou através de políticas públicas, de forma que essa atitude possa ser ampliada e conseqüentemente ocorra uma influência positiva sobre o desejo do indivíduo de realizar os comportamentos relacionados à fundação da própria empresa e alcançar o objetivo de se tornar um empreendedor.

Nesse contexto, Krueger et al. (2000) destacam que os formuladores de políticas se beneficiam do entendimento de que as iniciativas do governo afetarão a criação de negócios somente se tais políticas forem percebidas de uma forma que influencie atitudes ou intenções. Em outras palavras, nota-se que suporte empírico robusto argumenta que a promoção de intenções empreendedoras requer a promoção de percepções de viabilidade e conveniência.

A validação desta hipótese corrobora com diversos estudos que aplicaram a TPB para análise da IE, como Línã & Chen (2009) com estudantes universitários na Espanha e Taiwan (com variância explicada de 19,2%); para Moriano et al. (2012) com estudantes da Alemanha, Índia, Irã, Polônia, Espanha e Holanda; e, também para Karimi et al. (2016) com estudantes de seis universidades iranianas.

No que concerne à H2, observa-se que ela alcançou efeito positivo (0,256) na IE e significativo ($t = 73,055$ e $p = 0,0$), e o modelo ajustado explica em 13,9% a variância do construto CCP também influenciada pela contribuição da NS, o que indica que há comportamento empreendedor nos alunos. Porém, esse percentual indica que ainda há espaço para serem trabalhados de forma eficaz, a capacitação e os conhecimentos necessários aos alunos para iniciar seu próprio negócio, o que pode ser alcançado por meio de disciplinas e programas que forneçam embasamento teórico e possibilidade de colocar em prática esses conhecimentos, aproximando os alunos do mundo real.

À luz dessa perspectiva, Segal et al. (2007) afirmam que a educação para o empreendedorismo pode desempenhar um papel significativo no desenvolvimento da auto-eficácia empreendedora, aplicando as atividades educacionais e os métodos de ensino adequados. Em complemento, Saks & Gaglio (2002) destacam que a identificação de oportunidades pode e deve ser ensinada, sendo inclusive recomendado em ser um tema central em programas que visam formar futuros empreendedores.

Acrescente-se, ainda, acerca da auto-eficácia, que esse senso pode ser construído e fortalecido de quatro maneiras: experiência de domínio ou realizações de desempenho repetidas, experiência vicária, persuasão verbal e julgamentos dos próprios estados fisiológicos, como excitação e ansiedade (Bandura, 1997).

Esse achado é compartilhado também por Línã & Chen (2009) em que o CCP foi o preditor com maior efeito (0,579) na IE dos alunos de Taiwan (com variância explicada de 15,4%) e pelos alunos iranianos estudados por Karimi et al. (2016). Enquanto Moriano et al. (2012) encontraram resultados semelhantes a esta pesquisa no sentido de que em todas as culturas analisadas, a AP foi o mais forte preditor de IE seguida pela CCP.

Convém salientar que essa diferença entre as pesquisas pode ser explicada pelo fato de que no Brasil apenas cerca de 38,8% das universidades oferecem programas ou iniciativas voltadas para o empreendedorismo, conforme pesquisa realizada pela Endeavor e Sebrae em 2016, o que reflete o fato de que somente 57,4% dos brasileiros empreendem por oportunidade (GEM, 2016), tornando o Brasil distante dos países impulsionados por inovação.

Quanto a H3, nota-se que com os resultados obtidos, não foi possível suportar essa hipótese, que apresentou um efeito de aproximadamente zero (-0,0001) na IE, e valores $t < 1,96$ (0,0372) e $p > 0,05$ (0,9703) para um nível de significância de 5%, não sendo, portanto, estatisticamente significativa. Em vista disso, entende-se que a pressão social percebida em realizar ou não um comportamento empreendedor para os alunos que fazem parte de EJ no Brasil não influencia na intenção de empreender.

Na literatura esse achado é consistente com resultados de diversos estudos. Por exemplo, Liñán & Chen (2009) e Maresch et al. (2016) com estudantes austríacos de ciências e engenharia distribuídos em 23 IES. Nesse contexto, Armitage & Connor (2001) também destacam que o construto da NS é geralmente considerado um fraco preditor de intenções.

De forma complementar Moriano et al. (2012) identificaram que a NS parecia ser o preditor menos importante da IE dos alunos em todas as culturas e o único preditor. Por outro lado, Karimi et al. (2016) encontraram efeito positivo e significativo da NS na IE.

Como justificativa de não suportar a hipótese H3, Krueger et al., (2000) e Maresch et al. (2016) destacam que a influência geralmente fraca da NS pode estar relacionada a ideia de que no pensamento dos indivíduos, ela pode ser confundida com outras atitudes (devido ao fato das NS estarem positivamente correlacionada tanto ao ato quanto à viabilidade percebida). Semelhantemente, Armitage & Connor (2001) atribuem esse efeito de forma parcial à uma combinação de indicadores precários e à necessidade de expansão do componente normativo.

Outro fator relevante, pode-se também ser devido ao fato do público jovem ser caracterizado por tomar decisões sobre a carreira baseadas mais em considerações pessoais (atitudes e auto-eficácia) do que sociais (NS) ou ainda é possível haver diferenças culturais na importância das NS na atividade econômica (KRUEGER et al., 2000).

Para Liñán & Chen (2009), a principal influência das NS seria exercida através de seus efeitos sobre a AP e o CCP. É o que se confirma através das hipóteses 4 e 5 a seguir.

Acerca da H4, observa-se que ela apresenta efeito positivo (0,352) e significativo ($t = 84,763$ e $p = 0,0$) para um nível de significância de 5%. Assim, na Figura 1 nota-se que as NS apresentam relação positiva e significativa na AP, contribuindo para a variância deste.

Da mesma forma, H5 apresenta efeito positivo (0,373) e significativo ($t = 81,160$ e $p = 0,0$) para um nível de significância de 5%. Nessa abordagem, percebe-se na Figura 1, que o efeito das NS no CCP corresponde ao segundo maior do modelo.

Em vista disso, tem-se que apesar das NS não serem significativas para IE, elas explicam os construtos AP e CCP com 0,352 e 0,373, respectivamente. Logo, observa-se que os três construtos explicam em 65,4% da variância na IE, o que se mostra um resultado robusto se comparado com outros estudos, como Autio et al. (2001) que analisaram a IE de alunos das Universidade de Linköping na Suécia, Universidade de Tecnologia de Helsinque na Finlândia e Universidades do Colorado e Stanford nos Estados Unidos, alcançando as respectivas variâncias: 21,4%, 30,1%, 24,1% e 35,3%. Resultados mais expressivos foram encontrados posteriormente por Liñán & Chen (2009) que obtiveram 55,5% e Souza (2015) com 57,3%.

Considerações Finais

Este trabalho teve como objetivo analisar como se comporta a intenção empreendedora dos universitários brasileiros ligados à empresa júnior, por meio da modelagem de equações estruturais.

O modelo adotado é fundamentado na Teoria do Comportamento Planejado e foi adaptado a partir de Liñán & Chen (2009), o qual possibilitou formar os construtos Atitude Pessoal, Normas Subjetivas, Controle do Comportamento Percebido e Intenção Empreendedora, e suas variáveis foram aferidas a partir do instrumento de coleta constituído da primeira parte do Questionário de Intenção Empreendedora. A amostra alcançou 445 respostas válidas de alunos distribuídos em 22 estados brasileiros além do Distrito Federal. A observância dos pressupostos da MEE indicou a exclusão das variáveis P_5, P_16 e P_19. Porém, a exclusão desses itens não invalidou o modelo, que foi confirmado com 4 construtos e 17 variáveis. Assim, conclui-se que o modelo de mensuração e estrutural aceitaram os critérios exigidos para as propriedades psicométricas, com relações positivas e significantes e que o modelo conseguiu explicar 12,4% da variância da AP, 13,9% do CCP e 65,4% da IE, alcançando, portanto, resultados satisfatórios e robustos, superiores aos achados de pesquisas anteriores.

Quanto às hipóteses delineadas, tem-se que H1, H2, H4 e H5 foram confirmadas, enquanto H3 foi rejeitada por não alcançar coeficientes estatisticamente significantes. Foi possível inferir ainda que a hipótese H1 apresenta o maior efeito e significância na promoção da IE, e esta corresponde a variável mais explicada, com R^2 de 0,654 e Q^2 de 0,3676. É importante destacar a baixa influência da NS que não demonstrou correlação direta com a IE, assim como achados de pesquisas anteriores. Observa-se também que o público alvo da pesquisa tem forte entusiasmo em ser empreendedor, considerando-o como alternativa para o futuro, apesar de ainda não se sentirem totalmente competentes, o que pode ser reflexo da baixa eficácia na formação empreendedora.

Nota-se, assim, um potencial para que a pesquisa da IE alinhada ao empreendedorismo acadêmico contribua para o desenvolvimento de iniciativas educativas mais eficazes e direcionadas para o desenvolvimento e exploração das habilidades dos universitários brasileiros, e conseqüentemente da sociedade. Em parceria com o governo, cabe às universidades o estímulo constante em todas as áreas, de forma a caminhar alinhado ao que a literatura tem argumentado acerca da IE, a qual desempenha um papel muito pertinente na decisão de iniciar um novo negócio (LIÑÁN & CHEN, 2009). Nesse sentido, o caminho da universidade empreendedora se apresenta como uma rota quase inevitável para os países que buscam o desenvolvimento e uma cultura mais empreendedora, e conseqüentemente um crescimento na economia. A exemplo da América do Norte em que a maioria dos 3,1 milionários são empreendedores que venceram por esforço próprio, e no Brasil, haja vista as desigualdades sociais existentes, se enxerga uma árdua e necessária caminhada (DORNELAS et al. 2014).

Portanto, como consequência prática e acadêmica, nota-se que esta pesquisa contribuiu para a obtenção de um conhecimento ainda não explorado dessa população, uma vez que o instrumento de pesquisa utilizado teve abrangência nacional, e assim, foi possível obter dados que representam uma população em crescimento no país.

Além disso, alcançou-se uma demonstração de modo empírico da previsão da IE por meio do modelo TPB na população de alunos que fazem parte de uma iniciativa empreendedora (Empresa Júnior), contribuindo para a construção de um quadro representativo do cenário brasileiro junto a estudos realizados em outros países. Tendo em mente ainda que a educação

empreendedora está em rápido crescimento e corresponde a um assunto em alta nas universidades em todo o mundo, e “seus supostos benefícios receberam muitos elogios de pesquisadores e educadores” (KARIMI et al., 2016).

Diante dessa tônica discursiva sugere-se como trabalhos futuros, o aprofundamento do estudo da aplicação da MEE com foco em novos construtos voltados para avaliação do impacto da educação para o empreendedorismo nas universidades brasileiras, considerando ainda a diferença cultural, a partir da análise comparativa entre alunos que estudam em IES com perfil empreendedor mais avançado *versus* estudantes de IES que possuem educação empreendedora iniciante ou inexistente.

Além disso, destaca-se a relevância em realizar análise multigrupo com alunos diretamente envolvidos em atividades empreendedoras e de potencial em inovações tecnológicas, buscando avaliar possíveis diferenças significativas na IE entre os diversos programas, de maneira que a partir disso, as instituições e o governo tenham um embasamento no direcionamento de esforços para iniciativas que causam maior efeito no desenvolvimento da IE.

Por fim, enxerga-se uma lacuna na avaliação dos impactos da educação empreendedora no que se refere à capacidade dos alunos em identificar reais oportunidades de negócio. Algo que pode ser investigado por meio de estudos longitudinais com ex-alunos que seguiram a carreira empreendedora e o envolvimento deles durante o período na universidade em programas com foco no empreendedorismo.

Quanto as limitações desta pesquisa, aponta-se o fato de não abranger todos os estados brasileiros, além do menor alcance da coleta de dados na região Norte e em alguns estados do Nordeste, o que poderia implicar resultados diferentes tendo em vista a diferença cultural entre as regiões. Isso é explicado também pelo fato de o Movimento Empresa Júnior ser mais recente na região Norte, e logo há menos alunos engajados nessa iniciativa ou com pouca sensibilidade na participação de pesquisa em assuntos correlacionados. O alcance de uma quantidade equiparada por região e dentro do limite mínimo necessário à aplicação da técnica MEE proporcionaria ainda uma Análise Multigrupo, a fim de identificar possíveis influências culturais e sociais na mesma população.

Referencias

AJZEN, I. Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, v. 32, n. 4, p. 665–683, 2002.

ARMITAGE, C. J.; CONNER, M. Efficacy of the theory of planned behaviour: A metaanalytic review. *British Journal of Social Psychology*, v. 40, p. 471-499, 2001.

AUDRETSCH, D. B. From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society. *Journal of Technology Transfer*, v. 39, n. 3, p. 313–321, 2014.

AUTIO, E., KEELEY, R. H., KLOFSTEN, M., PARKER, G. G. C., HAY, M.. Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, v. 2, p. 145-160, 2001.

BAE, T.J., QIAN, S., MIAO, C., & FIET, J.O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 38, n. 2, p. 217–254.

BANDERA, C., COLLINS, R., PASSERINI, K. (2018). Risky business: Experiential learning, information and communications technology, and risk-taking attitudes in entrepreneurship education.

The International Journal of Management Education, v. 16, 2, p. 224-238.

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

BERCOVITZ, J., FELDMAN, M. Academic entrepreneurs: Organizational change at the individual level. *Organization Science*, v. 19, n. 1, 2008.

BIRD, B. Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of Management Review*, v. 13, n. 3, p. 442–453, 1988.

CANZIANI, B. F., WELSH, D. H. B. (2019). How entrepreneurship influences other disciplines: an examination of learning goals. *The International Journal of Management Education*, v. 17, p. 172-181. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.01.003>

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, 2007.

CHEN, H. S., MITCHELL, R. K., BRIGHAM, K. H., HOWELL, R., STEINBAUER, R. (2018). Perceived psychological distance, construal processes, and abstractness of entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, v. 33, p. 296–314.

COLLIS, J., HUSSEY, R. *Business research: a practical guide for undergraduate and postgraduate students*. Palgrave Macmillan UK, v. 4th, p. 376, 2014.

DORNELAS, J., SPINELLI, S., ADAMS, R. *Criação de Novos Negócios*. 9. ed. São Paulo: Elsevier, 2014.

ETZKOWITZ, H. Anatomy of the entrepreneurial university. *Social Science Information*, v. 52, n. 3, p. 486–511, 2013.

ETZKOWITZ, H. Entrepreneurial Scientists and Entrepreneurial Universities in American Academic Science. *Minerva*, v. 21, n. 2-3, p.198-233, 1983.

EUROPEAN COMMISSION (2006). Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee of the Regions. Implementing the Community Lisbon Programme: Fostering entrepreneurial mindsets through education and learning, COM/2006/0033 final. Retrieved from <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX:52006DC0033>.

FAYOLLE, A., LIÑÁN, F. The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, v. 67, n. 5, p. 663–666, 2014.

FORNELL, C., LARCKER, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, v. 18 (1), p. 39–50.

GARSON, G. D. *Partial Least Squares: regression and structural equation models*. Asheboro, NC: Statistical Publishing Associates, 2016.

GOETHNER, M., OBSCHONKA, M., SILBEREISEN, R. K. Scientists' transition to academic entrepreneurship: Economic and psychological determinants. *Journal of Economic Psychology*, v. 33, n. 3, p. 628–641, 2012.

HAIR, J. F. Jr., HULT, G. T. M., RINGLE, C. M., SARSTEDT, M.. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks: Sage, [S.l: s.n.], v. 46, 2014.

ILO – INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION. *Global employment trends for youth 2013*. Geneva: OIT, 2017.

- KARIMI, S., BIEMANS, H. J. A., LANS, T., CHIZARI, M., MULDER, M. The Impact of Entrepreneurship Education: A Study of Iranian Students' Entrepreneurial Intentions and Opportunity Identification, *Journal of Small Business Management*, v. 54, n. 1, p. 187–209, 2016.
- KOLVEREID, L. Preference for self-employment: Prediction of new business start-up intentions and efforts. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, v. 17, n. 2, p. 100–109, 2016.
- KRAUS, S., FILSER, M., O'DWYER, M., SHAW, E. Social Entrepreneurship: An exploratory citation analysis. *Review of Managerial Science*, v. 8, n. 2, p. 275–292, 2014.
- KRUEGER, N. F., REILLY, M. D., Carsrud, A. L. (2000). Competing Models Of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, v.15, p. 411–432.
- LIÑÁN, F. Skill and value perceptions: How do they affect entrepreneurial intentions? *International Entrepreneurship and Management Journal*, v. 4, n. 3, p. 257–272, 2008.
- LIÑÁN, F., CHEN, Y. W. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, v. 33, n. 3, p. 593–617, 2009.
- LIÑÁN, F., RODRÍGUEZ-COHARD, J. C., RUEDA-CANTUCHE, J. M. Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, v. 7, p. 195–218, 2011.
- LIÑÁN, F., URBANO, D., GUERRERO, M. Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship and Regional Development*, v. 23, n. 3–4, p. 187–215, 2011.
- LIÑÁN, F., FAYOLLE, A. A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, v. 11, n. 4, p. 907–933, 2015.
- MAES, J., LEROY, H., SELS, L. (2014). Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multi-group analysis at factor and indicator level. *European Management Journal*, v. 32, p. 784–794.
- MARESCH, D., HARMS, R., KAILER, N., WIMMER-WURM, B. The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technological Forecasting and Social Change*, v. 104, p. 172–179, 2016.
- MAROCO, J. *Análise de Equações Estruturais: Fundamentos teóricos, software e Aplicações*. 2ªed, Pêro Pinheiro: Report Number, 2014.
- MIRANDA, F. J., CHAMORRO-MERA, A., RUBIO, S. Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, v. 23, n. 2, p. 113–122, 2017.
- MyCOS Research Institute (2018). 2018 employment report of Chinese college students. Social Sciences Academic Press.
- OBSCHONKA, M., SILBEREISEN, R. K., CANTNER, U., GOETHNER, M. Entrepreneurial Self-Identity: Predictors and Effects Within the Theory of Planned Behavior Framework. *Journal of Business and Psychology*, v. 30, n. 4, p. 773–794, 2015.
- PENAROLA, F., PISTILLI, L., DAWSON, G. S. From College to Consulting Through the Main Door: when IT Skills Make a Difference for Junior Enterprise Students. *ICIS 2016 Proceedings*, 11 dez. 2016.
- PODSAKOFF, P. M., MACKENZIE, S. B., BACHRACH, D. G., PODSAKOFF, N. P. The influence of management journals in the 1980s and 1990s. *Strategic Management Journal*, v. 26, n. 5, p. 473–

488, 2005.

SAEED, S., YOUSAFZAI, S. Y., YANI-DE-SORIANO, M., MUFFATTO, M. The Role of Perceived University Support in the Formation of Students' Entrepreneurial Intention. *Journal of Small Business Management*, v. 53, n. 4, p. 1127–1145, 2015.

SALHI, B. (2018). Impact des motivations personnelles sur l'intention et le comportement des entrepreneurs sociaux. *La Revue Gestion et Organisation*, v. 10, 1, p. 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.rgo.2018.01.001>

SAKS, N. T., GAGLIO, C. M. Can Opportunity Identification Be Taught?, *Journal of Enterprising Culture*, v. 10, n. 4, p. 313–347, 2002.

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

SEGAL, G., SCHOENFELD, J., BORGIA, D. Which Classroom-Related Activities Enhance Students' Entrepreneurial Interests and Goals? A Social Cognitive Career Theory Perspective, *Academy of Entrepreneurship Journal*, v. 13, n. 2, p. 79–98, 2007.

SHAPERO, A., SOKOL, L. The Social Dimensions of Entrepreneurship, in *The Encyclopaedia of Entrepreneurship*. [S.l: s.n.], p. 72–90, 1982.

SOUZA, R. S.. *Intenção empreendedora: validação de modelo em universidades federais do Mato Grosso do Sul, Brasil*. 2015. 113 f. UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO - UNINOVE, 2015.

VAN PRAAG, C. M., VERSLOOT, P. H. What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Business Economics*, v. 29, p. 351-382, 2007.

WELCH, M. The evolution of the employee engagement concept: communication implications. *Corporate Communications: An International Journal*, v. 16, n. 4, p. 328–346, 2011.