

INFLUÊNCIA DA PARTICIPAÇÃO EM EMPRESA JÚNIOR SOBRE O COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR DE GRADUANDOS EM ADMINISTRAÇÃO

INFLUENCE OF PARTICIPATION IN A JUNIOR ENTERPRISE ON THE ENTREPRENEURSHIP BEHAVIOR OF ADMINISTRATION STUDENTS

JOICIANE RODRIGUES DE SOUSA

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)
joiciane.rodrigues@ufpe.br
<https://orcid.org/0000-0001-5149-9575>

FERNANDO GOMES DE PAIVA JÚNIOR

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)
fernando.paivajr@ufpe.br
<https://orcid.org/0000-0001-5715-3882>

FELIPE MOURA OLIVEIRA

Universidade Federal do Ceará (UFC)
felipe.moura.o@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6604-6827>

GUSTAVO PICAÑO DIAS

Universidade Federal do Piauí (UFPI)
gustavopicanco@ufpi.edu.br
<https://orcid.org/0000-0002-5469-9158>

R E S U M O

As Instituições de Ensino Superior (IES) têm incentivado o empreendedorismo por meio de pedagogias que utilizam-se da abordagem experiencial, de maneira a permitir a integração da teoria vista em sala de aula com o contexto da vida real. A partir de um arcabouço metodológico quantitativo-descritivo, o estudo tem o objetivo de analisar a influência da aplicação de modo experiencial de práticas de educação para o empreendedorismo com relação ao comportamento empreendedor dos graduandos em Administração. Os dados coletados no questionário foram tratados com uso do software SPSS por intermédio da estatística descritiva e inferencial. Os discentes pesquisados possuem competências empreendedoras aprimoradas como planejamento, inovação e liderança. As competências mais relacionadas com a intenção empreendedora foram assunção de riscos, autorrealização e sociabilidade, em que a participação na empresa júnior não demonstrou influência relevante no comportamento empreendedor desses estudantes. O estudo traz implicações para melhorias na operacionalização das empresas juniores e para os estudantes do curso de Administração por favorecer a inovação com respeito a suas pedagogias de EE e para estimular a formulação de políticas educacionais acerca da temática EE. Dessa forma, as práticas extracurriculares de EE impactam positivamente a vida dos estudantes, sobretudo em vista do aprimoramento de competências empreendedoras.

P A L A V R A S - C H A V E

Curso de Administração; Educação para o Empreendedorismo; Empresa Júnior; Intenção Empreendedora; Perfil Empreendedor.

A B S T R A C T

Higher Education Institutions (HEIs) have encouraged entrepreneurship through pedagogies that use an experiential approach, in order to allow the integration of theory seen in the classroom with the real-life context. Based on a quantitative-descriptive methodological framework, the study aims to analyze the influence of the experiential application of entrepreneurship education practices in relation to the entrepreneurial behavior of undergraduate students in Administration. The data collected in the questionnaire were processed using the SPSS software through descriptive and inferential statistics. The students surveyed have improved entrepreneurial skills such as planning, innovation and leadership. The skills most related to entrepreneurial intention were risk-taking, self-realization and sociability, in which participation in the junior company did not demonstrate a relevant influence on the entrepreneurial behavior of these students. The study has implications for improvements in the operationalization of junior enterprises and for students in the Administration course by favoring innovation with respect to their EE pedagogies and to stimulate the formulation of educational policies on the EE theme. In this way, extracurricular EE practices positively impact the lives of students, especially in view of the improvement of entrepreneurial skills.

K E Y W O R D S

Administration course; Entrepreneurship Education; Junior company; Entrepreneurial Intention; Entrepreneurial Profile.

INTRODUÇÃO

Os estudos com respeito ao empreendedorismo têm crescido nos últimos anos (Ferreira et al., 2020; Ferreira et al., 2015; Ribeiro & Plonski, 2020), por isso, tem sido imperativo um debate conduzido para auxiliar na definição e expansão dos programas de educação para o empreendedorismo (EE), sobretudo, em se tratando de vivências didático-pedagógicas que acontecem no ambiente universitário (Rizzon et al., 2020), pois esse ambiente antecede o exercício da profissão e contribui para se garantir a prosperidade desses futuros profissionais no âmago da sociedade (Schaefer & Minello, 2016; Veiga & Cortez, 2021).

A EE diz respeito à aquisição de conhecimentos teóricos e práticos, pela qual as lideranças das universidades criam estruturas internas que promovem e apoiam as ações empreendedoras dos seus discentes (Salume et al., 2021). Uma atividade extracurricular frequente no âmbito das universidades diz respeito ao Movimento Empresa Júnior (MEJ), em que os graduandos gerenciam as empresas juniores como se fossem donos ou gerentes de uma empresa real, de modo a trabalhar em projetos de consultoria com as empresas solicitantes, o que contribui para o aprimoramento de competências empreendedoras em meio a suas atitudes e comportamentos (Marassi et al., 2014; Valadão Júnior et al., 2014). Contudo, os estudiosos que discutem a estruturação dessa organização com os atributos do empreendedorismo ainda são escassos (Barbosa et al., 2015; Ferreira et al., 2017; Ferreira & Freitas, 2013).

O impacto de práticas sociais como essa se insere nas pesquisas nacionais e internacionais de avaliação da influência da EE, concentrando-se sobre sua relação com a intenção empreendedora estudantil (Nájera-Sánchez et al., 2023), mas esse fator não significa ser o mais adequado para avaliar o efeito da EE na vida dos estudantes, visto que outras variáveis influenciam no comportamento e nas ações empreendedoras dos estudantes (Bae et al., 2014; Boyles, 2012 cf. Rocha & Freitas, 2014; Lima et al., 2014). Dessa maneira, para que sejam alcançados resultados mais relevantes é importante analisar o efeito sobre o perfil empreendedor dos alunos (Veiga & Cortez, 2021).

Tem-se como problema central de pesquisa o esforço por definir “qual a influência da aplicação de modo experiencial de práticas de educação para o empreendedorismo no que se refere ao aprimoramento do comportamento empreendedor dos graduandos do curso de Administração?”. A escolha desse curso aconteceu pelo fato de seus estudantes estarem familiarizados com o tema empreendedorismo, uma vez que sua grade curricular possui disciplinas que se aproximam da abordagem teórica do empreendedorismo (Barral et al., 2018).

O objetivo geral do estudo consiste em analisar a influência da aplicação de modo experiencial de práticas de educação para o empreendedorismo com relação ao comportamento empreendedor dos graduandos em Administração. Para isso, têm-se como objetivos específicos, (a) identificar o nível de perfil empreendedor e de intenção empreendedora dos alunos de Administração; (b) comparar o comportamento empreendedor dos estudantes que já participaram da prática de ensino extracurricular empresa júnior em relação ao comportamento empreendedor daqueles estudantes que nunca participaram; e (c) relacionar o perfil empreendedor do estudante com a sua intenção empreendedora.

Este estudo contribui para nutrir a discussão sobre a EE a partir da prática de ensino extracurricular empresa júnior, fornecendo informações voltadas para a definição de ações pedagógicas nas instituições de ensino superior (IES) e servir de base para as atividades operacionais das empresas juniores. Além disso, o estudo traz contribuições para os estudantes de Administração de modo a favorecer a inovação do curso e o aprimoramento das competências demandadas pelo mercado de trabalho, assim como servir de material estratégico para os formuladores de políticas educacionais no campo do empreendedorismo.

REFERENCIAL TEÓRICO

Nos próximos tópicos são discutidos o contexto geral da educação para o empreendedorismo em IES e sua influência com relação ao comportamento empreendedor dos estudantes e o contexto das empresas juniores, uma das práticas de ensino experiencial de EE.

Educação para o empreendedorismo nas instituições de ensino superior

O empreendedorismo cresceu nos anos 80 devido às falhas no ensino das competências gerenciais, bem como sua inserção nos currículos e aumento de periódicos específicos da área,

no Brasil teve crescimento na década de 90 (Henrique & Cunha, 2008). Ao longo dos anos, os agentes governamentais têm gerado suporte para as empresas nascentes por meio de linhas de crédito, consultorias e incubadoras tecnológicas (Schmidt & Bohnenberger, 2009).

O termo empreendedorismo trata-se de uma filosofia pessoal que é tratada sob o olhar de conceituações múltiplas, conforme as perspectivas de análise dos pesquisadores. Essa diversidade de perspectivas faz com que os programas educacionais de empreendedorismo aplicados nas IES sejam diversificados (Gedeon, 2014). É necessário conhecer as práticas de ensino-aprendizagem existentes e buscar compreensões acerca do modo como a capacidade empreendedora se desenvolve (Schaefer & Minello, 2016).

O ensino de empreendedorismo tem sido focado na transmissão de conhecimentos ao invés de se ater às atividades práticas e relacionais da vida pessoal e profissional dos discentes (Lima et al., 2014; Salume et al., 2021), o que não favorece uma cultura empreendedora (Vargas et al., 2020). Com isso, a aplicação de práticas colaborativas de ensino tem implicações satisfatórias na produção de conhecimento e interação entre os alunos (Rizzon et al., 2020). A formação de empreendedores com a finalidade de constituir as habilidades de gerência pode ser uma alternativa plausível para se manter empreendimentos ativos, em que gestores e educadores de cursos como o de Administração exercem papel fundamental na efetivação de uma avaliação formativa de êxito por sua grade curricular oferecer competências administrativas dirigidas para resultados (Rocha & Freitas, 2014).

Os estudos de Marion-santos e Paixão (2013), Silva et al. (2021) e Silva et al. (2022) revelam a influência do curso de Administração no comportamento empreendedor dos seus alunos, destacando a disciplina de empreendedorismo como prática de educação aplicada na formação com preceitos de empreendedorismo. Todavia, Souza e Zambalde (2015) constatam que as competências empreendedoras são pouco desenvolvidas nessa modalidade de curso, fato revelador de que, mesmo com os esforços didático-pedagógicos em marcha, ainda é preciso evoluir na definição e expansão das suas práticas de ensino no que diz respeito à operacionalização de metodologias de ensino ativas.

As universidades empreendedoras se envolvem com empresas e governo. Para se tornarem inovadoras aplicam os conhecimentos gerados em suas pesquisas, exploram incubadoras, escritórios de transferência de tecnologia, laboratórios de criatividade, empreendedorismo e inovação a fim de estabelecer parcerias com entidades chave no que concerne aos seus projetos de geração de conhecimento (Dal-Soto et al., 2021). Assim, as IES possuem os recursos necessários para impulsionar a ação empreendedora e disseminar o conhecimento acerca do empreendedorismo.

Políticas de aperfeiçoamento devem ser criadas seguindo as sugestões da United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) voltadas para a potencialização de iniciativas de educação transformadora do século XXI. Isso significa que deve ser mobilizada a potencialização dos atos de ensinar a aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a conviver e aprender a ser (Schaefer & Minello, 2016).

Devem ser aprimoradas as características empreendedoras relacionadas à configuração e posicionamento no mercado de um empreendimento exitoso (Lima et al., 2014), uma vez que o uso de metodologias de ensino voltadas para aguçar o empreendedorismo auxilia na formação

de pessoas aptas a gerenciar médias e grandes empresas, criar um empreendimento próprio ou inovar no contexto do trabalho por meio de dispositivos empreendedores como o intraempreendedorismo (Henrique & Cunha, 2008).

Aulas teóricas devem ser combinadas com atividades práticas de modo a estimular iniciativas a aplicação de metodologias de ensino-aprendizagem dirigidas para criatividade e inovação a fim de que sejam aguçadas reflexões conceituais profícuas nos estudantes (Silva & Pena, 2017). Portanto, o conhecimento não é estático, uma vez que se constrói de maneira ativa a partir da autodisciplina e do autogerenciamento do aluno (Rizzon et al., 2020).

Henrique e Cunha (2008) sugerem que experiências prévias e a participação em consultorias juniores auxiliam os acadêmicos a aprender a empreender. Os estudos de Araya-Pizarro (2021), Marcon et al. (2020), Tarapuez et al. (2018) e Torres-Coronas e Vidal-Blasco (2019) reforçam que a experiência profissional contribui para o desenvolvimento do comportamento empreendedor, especialmente no que se refere ao aperfeiçoamento dos esforços empresariais derivados da intenção empreendedora.

Os líderes das IES em conjunto com agentes do poder público devem traçar estratégias efetivas de promoção da cultura empreendedora (Lima et al., 2014). Não obstante os intentos de criação de novos negócios direcionados a prover o desenvolvimento de determinada nação, alguns alunos não possuem a intenção de empreender. A viabilidade para empreender vai depender da aptidão vocacional do sujeito aprendiz, somada a sua intenção dirigida para o ato de empreender (Lima et al., 2015).

O empreendedorismo pode ser ensinado a partir de práticas de ensino teóricas, práticas e experienciais ou por meio da junção entre teoria e prática (Chaker & Jarraya, 2021). Assim, as grades curriculares dos cursos devem ser organizadas de modo plural e flexível, contemplando conteúdos que dinamizam modalidades educacionais voltadas ao fomento do empreendedorismo no ambiente acadêmico (Iizuka & Moraes, 2014).

As pedagogias experienciais podem influenciar o aprimoramento de competências empreendedoras, entretanto a aplicação de pedagogias tradicionais pode ser adequada na disseminação da teoria sobre o empreendedorismo, sendo recomendável buscar combinar essas pedagogias (Chaker & Jarraya, 2021; Kozlinska et al., 2023).

Os métodos e práticas direcionados para o ensino de práticas empreendedoras capacitam estudantes para desenvolver talentos com inspiração no empreendedorismo, como a elaboração de plano de negócios, simulação de negócios, visitas a empresas, diálogos com empreendedores, resolução de estudos de casos, consultorias juniores, incubadoras, projetos de pesquisa e extensão e palestras com empreendedores (Henrique & Cunha, 2008; Silva & Pena, 2017). Também o apoio de diretórios e centros acadêmicos, eventos de interação entre atores sociais e a própria disciplina de empreendedorismo (Salume et al., 2021).

Algumas práticas brasileiras adotadas nas IES consistem em formatos de aprendizagem fundamentados em problemas e projetos, aula expositiva efetivadas por intermédio de estudos de caso e a partir do testemunho de empreendedores convidados, debates e *quizzes*. Ao lado disso, o método de intervenção didático-acadêmico deve favorecer a execução de atividades com foco na experiência dos alunos vivenciando situações da vida real (Ribeiro et al., 2022).

O estudo de Lima et al. (2014) destaca que a aprendizagem e preparação voltadas para estimular o empreendedorismo na formação acadêmica podem ocorrer por meio de eventos, influência da articulação dos líderes da instituição, agentes dos centros de empreendedorismo e inovação, empresas juniores e incubadoras. Portanto, esses autores evidenciam que a participação de estudantes nessas atividades extracurriculares aproxima o aluno do universo empreendedor ao possibilitar o desenvolvimento do chamado comportamento empreendedor.

Comportamento empreendedor dos estudantes

O economista Joseph Schumpeter, estudioso do empreendedorismo na vertente econômica, define o empreendedor como aquele indivíduo que cria novos produtos, serviços e formas de organização, relacionando a atitude empreendedora à inovação e à destruição criativa (Schumpeter, 1997 cf. Barbosa et al., 2015). Segundo Schmidt e Bohnenberger (2009) essa definição pode incluir também aqueles atores que criam e lideram projetos ou empreendimentos.

A intenção empreendedora e o perfil empreendedor são instrumentos mobilizados para medir o nível de empreendedorismo dos estudantes (Liñán & Chen, 2009; Schmidt & Bohnenberger, 2009). Assim, a intenção empreendedora se refere à pretensão do indivíduo de abrir um negócio próprio, sendo esse um construto presente na investigação com respeito à criação de novos empreendimentos (Thompson, 2009).

O estudo de Krüger et al. (2019) mostra que o conhecimento empreendedor e a experiência prévia influenciam a intenção empreendedora. Logo, é crucial investir na EE por meio de ações dirigidas para práticas sociais (Mónico et al., 2021). Porém, os autores e Sahputri et al. (2023) e Silva e Pena (2017) indicam que fatores como o histórico de trabalho e família com experiência em empreendedorismo também contribuem para a intenção empreendedora.

Moraes et al. (2018) identificam que o ambiente universitário e a autoeficácia influenciam a intenção empreendedora dos estudantes. Outros estudos apontam o perfil empreendedor (Marcon et al., 2020; Schaefer et al., 2017; Zarelli et al., 2021). Há casos em que a EE não se relaciona apenas com a intenção empreendedora (Bae et al., 2014; Lima et al., 2015), todavia, constitui tarefa da universidade empreendedora motivar os alunos a empreender (Araya-Pizarro, 2021; Marcon et al., 2020; Mónico et al., 2021; Zarelli et al., 2021).

A medição da influência dos programas de educação para o empreendedorismo se revela determinante com respeito à avaliação de competências empreendedoras, pois outros fatores pessoais também influenciam na intenção empreendedora como idade, sexo, experiência laboral, parentes e amigos empreendedores, renda familiar e estado civil (Boyles, 2012 cf. Rocha & Freitas, 2014; Liñán & Chen, 2009; Tarapuez et al., 2018).

Ferreira et al. (2017) identificam traços pessoais, motivações, atitude positiva, autoeficácia, percepção de controle, locus de controle interno, percepção de barreiras e criatividade, família e amigos como principais preditores da intenção empreendedora de estudantes universitários. Quanto à educação para o empreendedorismo, as autoras não puderam propor conclusões por apresentarem certo nível de influência conforme as formas de execução.

Os formuladores de instrumentos de análise de perfil empreendedor buscam identificar características similares entre pessoas que possuem atributos que vão além daqueles definidos tradicionalmente para administradores. Rocha e Freitas (2014) identificaram alterações consideráveis no perfil empreendedor de estudantes que participavam de atividades educacionais de formação em empreendedorismo, com indicação de aumento nas dimensões autorrealização, planejamento, inovação e assunção de riscos calculados. Mohamad (2023) destaca que a participação dos estudantes em uma prática de EE para gestão de negócios reais aprimorou competências empreendedoras como *networking*, trabalho em equipe, habilidade de comunicação, resolução de problemas e gestão do tempo.

O perfil empreendedor não está relacionado diretamente com a criação de um empreendimento, por isso, a medição da intenção empreendedora é relevante (Veiga & Parreira, 2015). Veiga e Cortez (2021) corroboram com essa constatação ao declararem que o perfil empreendedor pode ser insuficiente para caracterizar o desenvolvimento da intenção empreendedora universitária, pois existem outros fatores como cenários culturais, econômicos e sociais que em conjunto com características pessoais influenciam na real intenção empreendedora.

A EE deve ser implantada em todos os campos acadêmicos das IES e serem utilizados métodos de ensino inovadores que não estejam focados apenas nos aspectos gerenciais do empreendedorismo, mas também em competências que auxiliem aquele educando na sua vida pessoal, como comunicabilidade e senso de comprometimento social (Morselli, 2018). Para isso, é essencial o uso de métodos ativos que tragam aprendizagem significativa aos alunos como propor a elaboração de planos que alavancam a carreira, mas a oferta nas IES ainda é centrada em métodos passivos de ensino (Curtis et al., 2021).

Empresa júnior: uma prática extracurricular de educação para o empreendedorismo

O ato de desenvolver competências empreendedoras junto aos universitários contribui para avanços da sociedade por intermédio da dinamização de iniciativas que potencializam a ação empreendedora. Portanto, é imperativo investigar a respeito da maneira como as empresas juniores se organizam nas IES brasileiras e como elas favorecem a formação profissional de seus educandos. Essas empresas são organizações sem fins lucrativos formadas por acadêmicos de graduação que executam projetos e serviços em especial para Micro e Pequenas Empresas (MPE) (Valadão Júnior et al., 2014).

As empresas juniores contribuem para o progresso da nação formando pessoal capacitado e fomentando o empreendedorismo (Marra et al., 2014). Essas organizações são consideradas laboratórios de aprendizagem organizacional que relacionam teoria e prática, desenvolvendo autonomia, compreensão e aplicação dos conhecimentos disponibilizados pelo curso de Administração e suas áreas afins (Franco & Seibert, 2018; Valadão Júnior et al., 2014). As atividades das empresas juniores, como as mentorias, possibilitam aprendizado significativo para aqueles alunos engajados nesses projetos de aprendizagem (Dos-Santos et al., 2015).

A experiência presente na prática de ensino extracurricular empresa júnior desenvolve competências profissionais essenciais para qualquer carreira que o discente seguir, aprimora habilidades empreendedoras, permite que os jovens se compreendam melhor e tenham uma ampla visão do mundo, favorecendo a identificação de oportunidades e o desenvolvimento de pensamento sistêmico (Ferreira & Freitas, 2013; Rodrigues et al., 2020).

O empreendedorismo pode ser ensinado por meio de teoria e prática (Drucker, 2016), em que práticas experienciais são fundamentais para o ensino (Blankesteyn et al., 2021). Assim, as empresas juniores tendem a exercer a tarefa de contribuir para a formação empreendedora dos alunos, abrangendo aspectos de inovação, autonomia, liderança e delegação de responsabilidades (Barbosa et al., 2015). Ferreira e Freitas (2013) notam que alunos com experiência em empresa júnior apresentam nível maior de perfil empreendedor e maior aptidão para abrir empresas.

Marassi et al. (2014), Menezes e Costa (2016) e Valadão Júnior et al. (2014) apresentam que a participação em empresa júnior estimula competências como liberdade, autonomia, tolerância ao erro, busca de aprendizado, inovação, visão de futuro, resiliência, capacidade de comunicação e persuasão, liderança, trabalho em equipe, relacionamento interpessoal e iniciativa. Veiga e Parreira (2015) também observam que membros de empresas juniores apresentam maior nível de perfil empreendedor do que os que não participam.

As universidades devem investir e fomentar mais em iniciativas de integração dos alunos com agentes do mercado e outros segmentos da sociedade civil, a exemplo das empresas juniores, integrando-as como prática fundamental dos currículos acadêmicos de modo a favorecer a formação e aproveitamento do aprendizado dos estudantes, permitindo que obtenham experiências que aproximam os aspectos teóricos da atuação profissional ao contexto real de trabalho (Silva & Pena, 2017; Valadão Júnior et al., 2014).

METODOLOGIA

Quanto aos objetivos a pesquisa foi descritiva, dado que descreveu as características de uma população estabelecendo relações entre as variáveis. A abordagem foi quantitativa, pois quantificou as informações e as analisou por meio de técnicas estatísticas (Provdanov & Freitas, 2013). E no que se refere aos procedimentos adotados foi uma pesquisa do tipo *survey*, visto que levantou os dados a partir de um questionário (Freitas et al., 2000).

A população da pesquisa consiste em estudantes ativos e cursando os períodos do curso de Administração e os recém-formados pela Universidade Federal do Piauí, *Campus Picos*. A escolha da IES ocorreu em vista de a cidade possuir o quarto maior Produto Interno Bruto (PIB) do Piauí e se situar em meio ao principal entroncamento rodoviário do Nordeste, quadro que pode contribuir para o empreendedorismo econômico na região (CEPRO, 2021), além da empresa júnior do curso estar consolidada com mais de dez anos de fundação.

A amostra é composta por 226 alunos (42 formados). A coleta de dados ocorreu entre os meses de fevereiro e março de 2022 por meio de um formulário no *Google Forms*, em que os

participantes assinaram virtualmente o termo de consentimento e a eles foram garantidos informações e esclarecimentos extras quanto aos benefícios e riscos da pesquisa.

O instrumento de coleta de dados foi um questionário dividido em três partes. A primeira parte serviu para obter a caracterização sociodemográfica da amostra de estudantes. A segunda parte consiste numa escala de perfil empreendedor validada por Schmidt e Bohnenberger (2009) que analisa os atributos de autorrealização, liderança, planejamento, inovação, assunção de riscos e sociabilidade. A terceira parte diz respeito a uma escala de intenção empreendedora validada por Liñán e Chen (2009). As escalas são do tipo *Likert* de 7 pontos, variando de 1 - discordo plenamente, 2 - discordo, 3 - discordo parcialmente, 4 - indiferente, 5 - concordo parcialmente, 6 - concordo à 7 - concordo plenamente.

A escolha das escalas de medição se deu em função de contribuir para preencher a lacuna dos estudos acerca da educação para o empreendedorismo, no que diz respeito a analisar de forma integrada a influência das práticas de ensino sobre o perfil empreendedor e a intenção empreendedora do aluno. O estudo de validação da escala de Schmidt e Bohnenberger (2009) analisa a relação entre o perfil empreendedor de graduandos e o desempenho das empresas que eles administram, demandando a análise acerca da intenção empreendedora do estudante. Por isso, escolheu-se a dimensão intenção empreendedora da escala de Liñán e Chen (2009) a fim de verificar o potencial empreendedor do aluno. Além disso, são escalas de medição amplamente utilizadas nos estudos sobre os aspectos voltados ao empreendedorismo.

Deve-se realizar o pré-teste dos instrumentos de coleta de dados para verificar a adequação ao público-alvo (Cooper & Schindler, 2003). Antes de aplicar o estudo, efetuou-se um pré-teste de campo com 20 indivíduos que cursavam o ensino superior na IES estudada, exceto o curso de Administração, visando verificar incoerências que pudessem prejudicar o processo de coleta dos dados. Não foi identificada a necessidade de realizar mudanças, uma vez que o questionário foi considerado compreensível e com quantidade de perguntas adequada.

Os dados foram analisados e tratados no *software* SPSS (Statistical Package for Social Sciences), versão 27, inicialmente a partir da estatística descritiva simples média e os seus respectivos desvio padrão, erro padrão, assimetria e curtose. Depois, foi efetivado o uso da técnica de correlação do coeficiente de Pearson, do Teste t de *Student* para amostras independentes, regressão logística e, por fim, realizou-se a análise fatorial exploratória.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Todos os objetivos traçados inicialmente para esta pesquisa foram alcançados com êxito. São apresentadas as características sociodemográficas dos participantes da pesquisa como idade, sexo, renda, estado civil, período em que está cursando o curso de Administração, bem como as práticas de ensino de EE que participam ou já participaram. Ainda, o nível em que demonstram possuir competências empreendedoras aprimoradas e a intenção de empreender. Também apresenta a relação entre essas competências empreendedoras e a intenção de empreender, a influência da

participação na prática de ensino extracurricular empresa júnior e o nível que demonstram possuir competências empreendedoras e a intenção empreendedora.

Caracterização sociodemográfica da amostra pesquisada

Na Tabela I, são apresentadas informações sociodemográficas da amostra pesquisada com a finalidade de caracterizar o *lôcus* de pesquisa.

Tabela I - Características sociodemográficas dos participantes da pesquisa

Idade (Anos)	Até 20 20,80%	De 21 a 25 59,29%	De 26 a 30 13,72%	De 31 a 36 3,98%	Acima de 36 2,21%	-	Total 100%
Sexo	Masculino 43,36%	Feminino 56,64%	-	-	-	-	100%
Renda (R\$)	Até 1.212,00 44,69%	De 1.212,00 a 2.424,00 3,54%	De 2.424,00 a 3.636,00 35,84%	De 3.636,00 a 4.848,00 3,54%	De 4.848,00 a 6.060,00 7,52%	Acima de 6.060,00 4,87%	100%
Estado Civil	Solteiro (a) 84,07%	Casado (a) 12,83%	Sepa- rado (a) -	Divor- ciado (a) 0,89%	União Estável 2,21%	-	100%
Raça	Branca 35,84%	Parda 49,56%	Preta 13,27%	Amarela 1,33%	Indígena -	-	100%
Período do Curso	Do 1° ao 2° 18,58%	Do 3° ao 4° 21,24%	Do 5° ao 6° 11,06%	Do 7° ao 8° 12,39%	9° 18,15%	Concluiu 18,58%	100%

NOTA. FONTE: ELABORADA PELOS AUTORES (2024)

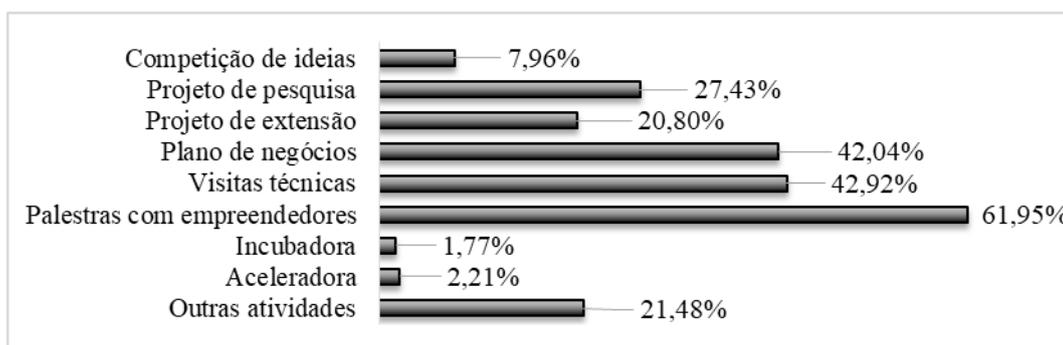
Além dos dados apresentados na tabela I, identificou-se que 16,81% dos alunos participam ou participaram da empresa júnior, 48,67% estudaram a disciplina de empreendedorismo, 63,72% possuem experiência profissional, 42,92% dispõem de parentes do primeiro grau com algum tipo de negócio empresarial e 19,47% possuem o seu negócio próprio.

Obteve-se a percepção dos entrevistados quanto ao próprio comportamento empreendedor, em que 26,99% consideram que possui perfil empreendedor desenvolvido, 22,57% que não e 50,44% que talvez. No questionamento quanto a se considerar capaz de abrir uma empresa, 53,98% disseram que sim, 10,62% que não e 35,40% que talvez. Ao questionar se abrir uma empresa lhes traz satisfação, 69,91% falaram que sim, 7,52% que não e 22,57% que talvez.

E o último questionamento de percepção se pessoas próximas aprovam abrir uma empresa, 55,31% afirmaram que sim, 6,64% que não e 38,05% que talvez.

Ao se somar à indagação de participação na empresa júnior e saber se já haviam estudado a disciplina de empreendedorismo, foram identificadas outras atividades de EE que os alunos haviam participado na IES, a exemplo de palestras com empreendedores e produção de plano de negócios. A elaboração do *checklist* de práticas de ensino de EE que os alunos pudessem ter participado se baseou nas práticas de ensino apresentadas pela literatura (Henrique & Cunha, 2008; Lima et al., 2014; Rocha & Freitas, 2014; Schaefer & Minello, 2016; Silva & Pena, 2017).

Figura 1 - Atividades de educação para o empreendedorismo que os estudantes participaram na IES



NOTA. FONTE: ELABORADA PELOS AUTORES (2024)

A barra 'outras atividades' corresponde à monitorias, elaboração de artigos científicos, Programa de Educação Tutorial (PET), centro acadêmico do curso de Administração e debates em sala de aula, em conformidade com práticas de EE que Salume et al. (2021) destacam como práticas influenciadoras do comportamento empreendedor dos estudantes. As atividades voltadas para as aceleradoras e incubadoras são externas e não relacionadas à instituição de ensino.

Os respondentes são jovens, o que corresponde à idade da maioria dos graduandos, em que 80% deles têm até 25 anos com média de 23 anos. A renda se concentra em até três salários mínimos, a maioria é solteiro (a), grande parte é do sexo feminino, a raça se concentra entre brancos e pardos, e a quantidade de alunos dos períodos iniciais e finais ficou equilibrada. Esse resultado do perfil socioeconômico é semelhante aos achados de Ferreira e Freitas (2013) e de Rocha e Freitas (2014), também realizados com alunos do curso superior em Administração.

Nível de perfil empreendedor e de intenção empreendedora dos estudantes

Na análise do nível de perfil empreendedor e intenção empreendedora utilizou-se de um modelo estatístico simples, a média, que é um resumo dos dados. Esse modelo possibilita obter uma visão geral quanto à variação dos scores entre os participantes da pesquisa.

Tabela 2 - Estatística descritiva simples dos construtos de comportamento empreendedor

Construtos	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão	Assimetria	Curtose
Autorrealização	4,85	1,16	0,08	-0,59	0,58
Líder	4,97	1,22	0,08	-0,45	-0,04
Planejador	5,50	1,15	0,08	-1,03	1,61
Inovador	5,19	1,27	0,08	-0,75	0,49
Assume Riscos	4,89	1,08	0,07	-0,46	0,55
Sociável	4,50	1,15	0,08	-0,55	0,39
Intenção Empreendedora	4,68	1,80	0,12	-0,48	-0,81

NOTA. FONTE: ELABORADA PELOS AUTORES (2024)

A média dos construtos alcançou um nível considerável, uma vez que estão acima de 4,50 com os scores variando de 1 a 7, também sendo representativa dos dados analisados, pois apresentou desvio padrão pequeno e a amostra representa bem a população, dado que apresentou erro padrão baixo. A distribuição de frequência não corresponde a uma distribuição normal, visto que os valores de assimetria e de curtose não são iguais a 0 (zero) (Field, 2009), no entanto, de acordo com Hair Jr. et al. (2009), o descumprimento quanto a esse pressuposto tem impacto desprezível em amostras grandes como ocorre com a amostra deste estudo.

Planejador, inovador, líder e assume riscos foram os construtos de perfil empreendedor com maior média. Essas características empreendedoras são importantes para o processo empreendedor (Marcon et al., 2020; Schaefer et al., 2017; Zarelli et al., 2021). Não obstante, são características importantes para o planejamento de carreira do estudante independente do desejo de abrir uma empresa (Bae et al., 2014; Barbosa et al., 2015; Ferreira & Freitas, 2013; Lima et al., 2014; Rocha & Freitas, 2014; Veiga & Cortez, 2021; Veiga & Parreira, 2015).

O construto autorrealização também apresenta nível elevado, aspecto positivo para o contexto econômico do Brasil o fato de esses jovens abrirem empresas no futuro (Schmidt & Bohnenberger, 2009). Já o construto sociável que se revela significativo na formação de rede de contatos para o alcance de objetivos pessoais e profissionais e a própria intenção empreendedora foram os construtos que apresentaram menor média, porém, sabe-se que nem todo estudante tem vocação para a ação empreendedora (Lima et al., 2015; Veiga & Parreira, 2015).

Apesar dos esforços das lideranças da instituição de ensino em análise, eles precisam reavaliar sua atuação, corroborando com Barral et al. (2018), os quais destacam que o ambiente universitário como todo não se mostra favorável à cultura empreendedora. Necessita-se de evolução da educação para o empreendedorismo na IES, pois apresenta carência de atividades que possam incentivar a intenção empreendedora como ocorre com as incubadoras e aceleradoras (Lima et al., 2014; Souza & Zambalde, 2015). Em virtude disso, os pesquisadores deste estudo buscaram analisar

tanto a intenção empreendedora, como o perfil empreendedor, visto que para o primeiro fator além do ensino de empreendedorismo existem vários outros preditores que exercem influência.

Relação do perfil empreendedor com a intenção empreendedora dos estudantes

Foi utilizado o coeficiente de correlação de Pearson para relacionar os construtos do perfil empreendedor com o construto de intenção empreendedora.

Tabela 3 - Correlação entre os construtos de perfil empreendedor e intenção empreendedora

Construtos		AU	LI	PL	IN	AR	SO	IE
AU	Pearson Sig. (2)							
LI	Pearson Sig. (2)	,685** ,000						
PL	Pearson Sig. (2)	,637* ,000	,585** ,000					
IN	Pearson Sig. (2)	,620** ,000	,474** ,000	,418** ,000				
AR	Pearson Sig. (2)	,624** ,000	,514** ,000	,506** ,000	,499** ,000			
SO	Pearson Sig. (2)	,492** ,000	,472** ,000	,390** ,000	,531** ,000	,482** ,000		
IE	Pearson Sig. (2)	,432* ,000	,250** ,000	,172** ,010	,342** ,000	,491** ,000	,360** ,000	

NOTA. FONTE: ELABORADA PELOS AUTORES (2024). LEGENDA: AU = AUTORREALIZAÇÃO; AR = ASSUME RISCOS; PL = PLANEJADOR; SO = SOCIÁVEL; IN = INOVADOR; LI = LÍDER; IE = INTENÇÃO EMPREENDEDORA

A Tabela 3 mostra que todos os construtos apresentam um relacionamento positivo entre eles e que os valores de probabilidade são significativos, dado que $p < 0,05$. Os construtos mais relacionados com a intenção empreendedora são, assume riscos, autorrealização e sociável, atributos primordiais na decisão de criar uma empresa e para viabilizar que esta obtenha sucesso caso seja implantada (Schmidt & Bohnenberger, 2009).

Fazendo um recorte do construto que se apresenta mais relacionado aos demais construtos analisados têm-se a autorrealização. Esse resultado pode ser justificado pelo fato de ser um aspecto

relativo ao desempenho organizacional na perspectiva de Schmidt e Bohnenberger (2009), e pessoas com esse desejo se esforçam para que as suas ideias alcancem sucesso, carecendo de esforço para desenvolver o espírito empreendedor no que diz respeito a aprimorar as competências empreendedoras (Moraes et al., 2018; Veiga & Cortez, 2021).

Esses fatores são avaliados em conjunto, pois as competências empreendedoras são fundamentais para se garantir a prosperidade de determinado negócio. Desse modo, a avaliação da relação entre perfil empreendedor e intenção empreendedora pode contribuir para a definição de práticas pedagógicas universitárias empreendedoras que desenvolvam os atributos relacionados com a intenção empreendedora dos estudantes.

Relação do comportamento empreendedor com a participação na empresa júnior

A diferença das médias entre os participantes e não participantes da empresa júnior foi verificada por meio do emprego do Teste t de *Student* para amostras independentes.

Tabela 4 - Estatística dos grupos independentes

Construtos	Condição	Número da Amostra	Média	Diferença de Média
Autorrealização	Participante	38	5,16	0,37
	Não Participante	188	4,79	
Líder	Participante	38	5,55	0,69
	Não Participante	188	4,86	
Planejador	Participante	38	5,81	0,37
	Não Participante	188	5,44	
Inovador	Participante	38	5,07	- 0,15
	Não Participante	188	5,22	
Assume Riscos	Participante	38	4,93	0,04
	Não Participante	188	4,89	
Sociável	Participante	38	4,58	0,10
	Não Participante	188	4,48	
Intenção Empreendedora	Participante	38	4,85	0,20
	Não Participante	188	4,65	

NOTA. FONTE: ELABORADA PELOS AUTORES (2024)

O único construto que apresentou diferença de média significativa foi líder (diferença de 0,69, $p = 0,001$). Os demais construtos com diferenças não significativas, autorrealização (diferença de 0,37, $p = 0,072$), planejador (diferença de 0,37, $p = 0,072$), inovador (diferença de - 0,15, $p = 0,508$), assume riscos (diferença de 0,04, $p = 0,838$), sociável (diferença de 0,10, $p = 0,516$) e intenção empreendedora (diferença de 0,20, $p = 0,534$). Ver-se que o atributo inovador teve uma média maior para o grupo de não participantes da empresa júnior.

Esse resultado pode ter ocorrido em razão de constituir o extrato das competências empreendedoras que são aprimoradas pelo curso de Administração (Rocha & Freitas, 2014; Souza & Zambalde, 2015). Ferreira e Freitas (2013) e Veiga e Parreira (2015) também analisam a influência da empresa júnior no comportamento empreendedor e observam certa convergência de resultados no que diz respeito ao construto líder, inferindo-se que essa competência empreendedora é trabalhada nos participantes dessa prática de ensino extracurricular.

As IES devem questionar como ensinar o empreendedorismo, no qual por ser um tema subjetivo cada atividade possibilita desenvolver determinados atributos. Ao se tratar da intenção empreendedora é relevante implantar práticas como a empresa júnior (Dos-Santos et al., 2015; Henrique & Cunha, 2008; Lima et al., 2014; Schaefer & Minello, 2016). Contudo nem todos os alunos possuem interesse em abrir uma empresa, em que atividades mais teóricas podem ser suficientes (Vargas et al., 2020; Veiga e Cortez, 2021; Veiga & Parreira, 2015).

Buscou-se identificar ainda o poder preditivo dos construtos de perfil empreendedor e de intenção empreendedora sobre a probabilidade de ser participante da empresa júnior. Para isso, utilizou o modelo de regressão logística.

Tabela 5 - Resumo do Modelo de Regressão Logística

Chi-square	df	Sig.	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
21,397	7	,003	183,326a	,090	,152

NOTA. FONTE: ELABORADA PELOS AUTORES (2024)

O valor de Cox & Snell R Square foi 0,090 e isso informa que os construtos de empreendedorismo explicam apenas 9% da probabilidade de participação na empresa júnior. Assim, 91% da probabilidade de ser participante da organização não pode ser explicada por esses fatores, indicando que outras variáveis influenciam o aluno a participar da empresa júnior. Esse modelo de regressão prevê bem a probabilidade de participação, visto que a significância foi de 0,003, valor aceitável nas ciências sociais (Hair Jr. et al., 2009). Com isso, existe uma probabilidade de apenas 0,3% deste valor ter ocorrido por acaso na amostra pesquisada.

Deduz-se que a existência de intenção empreendedora ocorreu antes da decisão de ingresso em uma empresa júnior. Nesse sentido, outros fatores além das competências empreendedoras que influenciam na intenção empreendedora como aspectos individuais, econômicos e culturais

relacionados a influência da família e dos amigos, idade, renda, gênero e experiência laboral podem ser considerados preditores da probabilidade de participação nas atividades das empresas juniores (Ferreira et al., 2017; Liñán & Chen, 2009; Meneghatti et al., 2015; Silva & Pena, 2017; Tarapuez et al., 2018; Veiga & Cortez, 2021).

Fatores latentes das escalas de medição do questionário

A descoberta de novos fatores latentes contou com a efetuação da análise de adequação da amostra de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), obtendo o valor 0,896 que é considerado ótimo, maior que o KMO da pesquisa de Rocha e Freitas (2014) e da pesquisa de validação do instrumento de perfil empreendedor de Schmidt e Bohnenberger (2009) com valores 0,858 e 0,852, o recomendado é no mínimo 0,5. Também usou o teste de esfericidade de Bartlett, que testa a hipótese da matriz de correlações original ser uma matriz identidade, em que o teste precisa ser significativo em $p < 0,05$ (Hair Jr. et al., 2009). O resultado foi altamente significativo, pois o p -valor foi 0,000.

O *Alfa de Cronbach* foi utilizado para mensurar a confiabilidade das escalas de medição utilizadas. Seu valor varia de 0 a 1, sendo considerado um valor aceitável entre 0,70 e 0,80 (Field, 2009). Encontrou-se nesse estudo o excelente valor de 0,921. O teste estatístico da matriz de correlação anti-imagem verifica a adequação de cada variável quanto ao modelo de análise fatorial, em que valores abaixo de 0,50 indicam baixo poder de explicação dos fatores em relação a cada variável (Hair Jr. et al., 2009). Os resultados apontaram valores acima de 0,85, demonstrando possibilidade de adequação para a aplicação da análise fatorial.

A interpretação dos fatores foi aperfeiçoada com uso da rotação do método ortogonal Varimax, visando maximizar a carga de cada variável em um dos fatores extraídos enquanto minimiza a carga nos demais fatores (Hair Jr. et al., 2009). Foram obtidos sete fatores que explicam 71% da variância total, esse resultado foi maior que o resultado que emergiu nos estudos de Rocha e Freitas (2014) com 56,2% e de Schmidt e Bohnenberger (2009) com 56,4%. O recomendado é que o resultado da variância total esteja acima de 60%, porém, valores menores podem ser considerados em estudos das ciências sociais (Hair Jr. et al., 2009).

Tabela 6 - Análise fatorial exploratória

Resultado da matriz dos componentes rotacionada							
Variáveis deste trabalho	Fator 1	Fator 2	Fator 3	Fator 4	Fator 5	Fator 6	Fator 7
	V3; V5; V7; V8; V9; V18	VI; V2; V4; V6; V10; VII; V12	V15; V21; V22	V17; V19	V13; V14	V16; V20	V23; V24; V25; V26; V27; V28

Resultado da matriz dos componentes rotacionada							
Variáveis do instrumentos de validação	Fator 1	Fator 2	Fator 3	Fator 4	Fator 5	Fator 6	Fator 7
	V1; V2; V3; V4; V5	V6; V7; V8; V9	V10; V11; V12	V13; V14; V15	V16; V17; V18; V19	V20; V21; V22	V23; V24; V25; V26; V27; V28

NOTA. FONTE: ELABORADA PELOS AUTORES (2024)

Após a rotação dos dados dos sete construtos, o único que se manteve inalterado foi o de intenção empreendedora (fator 7) da escala de Liñán e Chen (2009). As variáveis dos seis construtos fundamentados na escala de perfil empreendedor de Schmidt e Bohnenberger (2009) migraram de construtos e se aglomeraram em outros fatores latentes, que pode ser decorrente da sua aplicação junto a públicos diferentes, pois no instrumento de validação buscou-se analisar a influência do perfil empreendedor no desempenho organizacional e este estudo avalia a influência da educação para o empreendedorismo no perfil empreendedor dos estudantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As discussões do estudo mostram que a educação para o empreendedorismo prepara os indivíduos para enfrentar os desafios do mercado de trabalho, tanto no sentido de auxiliar na criação de novos empreendimentos, como a desenvolver competências significativas que lhes permitam atuar de modo exitoso em qualquer situação da vida pessoal e profissional. Nessa circunstância, é fundamental mensurar a influência das pedagogias educacionais empreendedoras de modo experiencial, razão norteadora da realização desta pesquisa que analisou a influência da prática extracurricular empresa júnior sobre o comportamento empreendedor dos estudantes.

Percebe-se que há influência da empresa júnior no comportamento empreendedor dos estudantes pesquisados, porém, outras atividades desenvolvidas na IES podem ter contribuído com os resultados alcançados. Não obstante a existência de esforços didático-pedagógicos por parte da IES, ainda nota-se certas dificuldades visto que somente 16,81% dos respondentes já haviam participado da empresa júnior e têm-se carências de práticas educacionais que colabore com a formação empreendedora, dado que não foram implantadas incubadoras e aceleradoras, uma das atividades essenciais para a formação de uma cultura empreendedora em vista de apoiar a implantação de ideias de negócios desenvolvidas nas IES.

Mesmo com carência de atividades que favoreçam uma cultura empreendedora, os alunos obtiveram níveis de atributos do empreendedorismo consideráveis como planejamento, inovação e liderança. Sugere-se que essas competências sejam desenvolvidas pelo curso de Administração por meio de outras práticas de ensino não analisadas neste estudo, pois apenas a competência de liderança apresentou diferença significativa entre participantes e não participantes da empresa júnior e o grupo de não participantes se apresentou mais propenso a ser inovador.

Os resultados abordados podem contribuir para o avanço na concepção de políticas pedagógicas e administrativas por parte dos gestores das IES, em que se instiga a expansão das atividades por meio de parcerias junto a entidades que fomentam iniciativas de empreendedorismo e a inovação. É crucial o incentivo das IES no sentido de fomentar a formação de uma cultura empreendedora, de modo a considerar o contexto geográfico e cultural em que se insere.

O estudo revela contribuição para o campo do empreendedorismo ao apresentar de forma integrada a análise da intenção empreendedora e do perfil empreendedor na perspectiva de estudantes participantes da prática extracurricular empresa júnior, também para proporcionar melhorias na operacionalização da atividade extracurricular e gerar inovação no esforço didático-pedagógico dos cursos de Administração. Este estudo pode ainda servir de referência na elaboração de futuras políticas públicas. E como contribuição social, pode-se formar alunos capacitados para o mercado de trabalho no intento de reduzir a quantidade de pessoas desempregadas.

As limitações do estudo se encontram na análise de uma única IES pública e somente no curso de Administração, em que se mostra algo preponderante analisar as diferenças existentes entre contextos profissionais distintos e em uma maior quantidade de IES, tanto públicas, como privadas. Ademais, analisou-se apenas a influência da empresa júnior e outras atividades de ensino-aprendizagem podem exercer influência no comportamento empreendedor, além de fatores pessoais, familiares, sociais e a própria experiência profissional.

Logo, abre-se espaço para novas pesquisas que busquem avaliar essa problemática em uma quantidade maior de IES e áreas acadêmicas a fim de explorar fatores de influência no comportamento empreendedor, sobretudo, no que tange às incubadoras e aceleradoras de negócios que são práticas voltadas para a vertente econômica do empreendedorismo. É imprescindível utilizar ainda técnicas estatísticas mais robustas e a abordagem qualitativa para explorar a percepção dos próprios estudantes, professores e coordenadores do curso de Administração.

REFERÊNCIAS

- Araya-Pizarro, S. (2021). Autoconfianza y actitud hacia la enseñanza del emprendimiento. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 12(2), 63-81. <https://doi.org/10.18861/cied.2021.12.2.3091>
- 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*, 38(2), 217-254. <https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Barbosa, F. L. S., Rabelo Neto, A., Moreira, R. N. & Bizarria, F. P. de A. (2015). Empresa Júnior e formação empreendedora de Discentes do curso de Administração. *Teoria e Prática Em Administração*, 5(2), 167-189.
- Barral, M. R. M., Ribeiro, F. G. & Canever, M. D. (2018). Influence of the university environment in the entrepreneurial intention in public and private universities. *RAUSP Management Journal*, 53(1), 122-133. <https://doi.org/10.1016/j.rauspm.2017.12.009>
- Blanckesteijn, M., Bossink, B. & Sijde, P. (2021). Science-based entrepreneurship education as a means for university-industry technology transfer Content courtesy of Springer Nature , terms of use apply . Rights reserved . Content courtesy of Springer Nature , terms of use apply . Rights reserved . *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(2), 779-808.
- CEPRO. Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais. *Produto Interno Bruto (PIB) dos municípios do Piauí*. 2021. Disponível em: http://www.cepro.pi.gov.br/download/202312/CEPRO27_6b5f66f624.pdf. Data do Acesso: 21 de fev. de 2024.

- Chaker, H. & Jarraya, H. (2021). Combining teaching “about” and “through” entrepreneurship: A practice to develop students’ entrepreneurial competencies. *Industry and Higher Education*, 35(4), 432-442. <https://doi.org/10.1177/0950422221991005>
- Cooper, D. R. & Schindler, P. S. (2003). *Métodos de pesquisa em Administração* (7th ed.). Bookman.
- Curtis, V., Moon, R. & Penaluna, A. (2021). Active entrepreneurship education and the impact on approaches to learning: Mixed methods evidence from a six-year study into one entrepreneurship educator’s classroom. *Industry and Higher Education*, 35(4), 443-453. <https://doi.org/10.1177/0950422220975319>
- Dal-Soto, F., Souza, Y. S. de & Benner, M. (2021). Trajetórias Basilares Em Direção a Um Modelo De Universidade Empreendedora. *Educação Em Revista*, 37(e20291), 1-21. <https://doi.org/10.1590/0102-469820291>
- Dos-Santos, M. G., Pereira, F. A., Souza-Silva, J. C. & Rivera-Castro, M. A. (2015). Aprendizagem Socioprática E Individual-Cognitiva Na Empresa Júnior Brasileira. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 16(2), 309-339. <https://doi.org/10.13058/raep.2015.v16n2.235>
- Drucker, P. F. (2016). *Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios*. (1th ed.). Cengage learning.
- Ferreira, A. da S. M., Loiola, E. & Gondim, S. M. G. (2017). Preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora entre universitários: revisão de literatura. *Cadernos EBAPE.BR*, 15(2), 292-308. <https://doi.org/10.1590/1679-395159595>
- Ferreira, A. da S. M., Loiola, E. & Gondim, S. M. G. (2020). Produção Científica Em Empreendedorismo No Brasil: Uma Revisão De Literatura De 2004 a 2020. *Gestão & Planejamento*, 21, 371-393.
- Ferreira, E. R. A. & Freitas, A. A. F. de. (2013). Propensão empreendedora entre estudantes participantes de empresas juniores. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 2(3), 3-32. <https://doi.org/10.14211/regepe.v2i3.69>
- Ferreira, M. P. V., Pinto, C. F. & Miranda, R. M. (2015). Três décadas de pesquisa em empreendedorismo: uma revisão dos principais periódicos internacionais de empreendedorismo. *Revista Eletrônica de Administração*, 21(2), 406-436.
- Field, A. (2009). *Descobrimo a estatística usando o SPSS* (2th ed.). Artmed.
- Franco, D. S. & Seibert, A. Z. (2018). A importância da empresa júnior para uma aprendizagem andragógica. *Caderno Profissional de Administração UNIMEP*, 8(1), 108-126.
- Freitas, H., Oliveira, M., Saccol, A. & Moscarola, J. (2000). O Método de pesquisa Survey. *Revista de Administração*, 35(3), 105-112.
- Gedeon, S. A. (2014). Application of best practices in university entrepreneurship education: Designing a new MBA program. *European Journal of Training and Development*, 38(3), 231-253. <https://doi.org/10.1108/EJTD-05-2013-0058>
- Hair Jr., J. F.; Black, B.; Babin, B.; Anderson, R. E.; Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados* (6th ed.). Bookman.
- Henrique, D. C. & Cunha, S. K. da. (2008). Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. *Revista de Administração Mackenzie*, 9(5), 112-136. <https://doi.org/10.1590/sl678-69712008000500006>
- Iizuka, E. S. & Moraes, G. H. S. M. de. (2014). Análise do potencial e perfil empreendedor do estudante de administração e o ambiente universitário: reflexões para instituições de ensino. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 15(3), 593-630.
- Kozlinska, I., Rebmann, A. & Mets, T. (2023). Entrepreneurial competencies and employment status of business graduates: the role of experiential entrepreneurship pedagogy. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 35(5), 724-761. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1821159>
- Krüger, C., Bürger, R. E. & Minello, I. F. (2019). O Papel Moderador Da Educação Empreendedora Diante Da Intenção Empreendedora. *Revista Economia & Gestão*, 19(52), 61-81. <https://doi.org/10.5752/p.1984-6606.2019v19n52p61-81>
- Lima, E., Hashimoto, M., Melhado, J. & Rocha, R. (2014). Brasil: em busca de uma educação superior em empreendedorismo de qualidade. Em Gimenez, F. A. P.; Camargo, E. C.; Moraes, A. D. L. de & Klosowski, F. (Eds), *Educação para o empreendedorismo* (7th ed.). Agência de Inovação da UFPR.
- Lima, E., Lopes, R. M. A., Nassif, V. M. J. & Silva, D. (2015). Ser seu próprio patrão? Aperfeiçoando-se a educação superior em empreendedorismo. *Revista de Administração Contemporânea*, 19(4), 419-439. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20151296>
- Liñán, F. & Chen, Y.-W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.

- Marassi, R. B., Vogt, M. & Biavatti, V. T. (2014). A experiência em empresa júnior na formação acadêmica e as possibilidades empreendedoras na carreira profissional. Em EGEPE - Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 8., Goiânia, 2014. *Anais [...] Goiânia: FACE/UFG.*
- Marcon, D. L., Silveira, A. & Frizon, J. A. (2020). Empreender Ou Não? Fatores Condicionantes Da Intenção Empreendedora. *Revista de Administração FACES Journal*, 20(1), 64-79. <https://doi.org/10.21714/1984-6975facs2020v19n1art7526>
- Marion-santos, A. C. & Paixão, M. R. (2013). Estudo do perfil empreendedor do aluno de graduação em Administração egresso de instituições de ensino da região de Jundiá. *Revista de Tecnologia Aplicada*, 2(1), 12-27.
- Marra, B. M., Albretch, L. P. & Souza, L. F. (2014). Criando soluções tecnológicas. Em Gimenez, F. A. P.; Camargo, E. C.; Moraes, A. D. L. de & Klosowski, F. (Eds), *Educação para o empreendedorismo* (7th ed.). Agência de Inovação da UFPR.
- Meneghetti, M. R., Ribeiro, I., Cancelier, G. R., Silva, J. M. da & Santos, P. S. dos. (2015). Perfil empreendedor: uma análise a partir de alunos do curso de administração. *Revista Eletrônica Científica Do CRA-PR*, 2(2), 48-58.
- Menezes, B. F. R. de & Costa, A. de S. M. da. (2016). Experiência de Trabalho e Formação Empreendedora: um Estudo sobre a Empresa Junior PUC Rio. *Revista ADM.MADE*, 20(1), 79-105.
- Mohamad, A. (2023). Developing Entrepreneurial Skills Among University Students: a Case of Student Entrepreneurial Attachment Project. *International Journal of Professional Business Review*, 8(1), 1-18. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i1.1088>
- Mónico, L., Carvalho, C., Nejati, S., Arraya, M. & Parreira, P. (2021). Entrepreneurship Education and its Influence on Higher Education Students' Entrepreneurial Intentions and Motivation in Portugal. *Brazilian Administration Review*, 18(3), 1-27. <https://doi.org/10.1590/1807-7692bar2021190088>
- Moraes, G. H. S. M. de, Iizuka, E. S. & Pedro, M. (2018). Effects of Entrepreneurial Characteristics and University Environment on Entrepreneurial Intention. *Revista de Administração Contemporânea*, 22(2), 226-248. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2018170133>
- Morselli, D. (2018). Teaching a sense of initiative and entrepreneurship with constructive alignment in tertiary non-business contexts. *Education and Training*, 60(2), 122-138. <https://doi.org/10.1108/ET-06-2017-0093>
- Nájera-Sánchez, J. J., Pérez-Pérez, C. & González-Torres, T. (2023). Exploring the knowledge structure of entrepreneurship education and entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 19(2), 563-597. <https://doi.org/10.1007/s11365-022-00814-5>
- Provdanov, C. C. & Freitas, E. C. De. (2013). *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico* (2th ed.). Editora Feevale.
- Ribeiro, A. T. V. B. & Plonski, G. A. (2020). Educação Empreendedora: o que dizem os artigos mais relevantes? Proposição de uma revisão de literatura e panorama de pesquisa. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 9(1), 10-41. <https://doi.org/10.14211/regepe.v9i1.1633>
- Ribeiro, A. T. V. B., Ferragi, C. A., Zanotto, M. A. do C. & Cardoso, A. C. F. (2022). Ensino de empreendedorismo : Um estudo sobre boas práticas e antecedentes de professores brasileiros. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 11(3), 1-12.
- Rizzon, F., Perini, R. de L., Matte, J. & Fachinelli, A. C. (2020). Collaborative Knowledge Buildin G Aplicada. *Revista de Administração FACES Journal*, 19(3), 67-85.
- Rocha, E. L. de C. & Freitas, A. A. F. (2014). Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. *Revista de Administração Contemporânea*, 18(4), 465-486. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20141512>
- Rodrigues, A. S. M., Takenaka, D. C., Mello, J. A. V. B., Niño, L. M. V. & Silva, L. B. (2020). Empreendedorismo em espaços acadêmicos: avaliação do alerta empreendedor e das abordagens causation e effectuation em uma universidade brasileira. *Da Investigação Às Práticas*, 10(2), 117-141. <https://doi.org/10.25757/invep.v10i2.219>
- Sahputri, R. A. M., Mawardi, M. K., Yumarni, T. & Sujarwoto. (2023). Entrepreneurship education, family entrepreneurial orientation and entrepreneurial intention among students in Indonesia. *Journal of International Education in Business*, 16(3), 295-311. <https://doi.org/10.1108/JIEB-02-2022-0010>
- Salume, P. K., Junqueira, L. R., Dias, G. F. & Guimarães, L. de O. (2021). Estímulo Ao Empreendedorismo No Ensino Superior Sob a Perspectiva Dos Discentes. *Revista de Administração FACES Journal*, 20(1), 8-18.
- Schaefer, R. & Minello, I. F. (2016). Educação Empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. *Revista Pensamento Contemporâneo Em Administração*, 10(3), 60. <https://doi.org/10.12712/rpca.v10i3.816>

- Schaefer, R., Nishi, J. M., Grohmann, M. Z., Löbler, M. L. & Minello, Í. F. (2017). Valores Pessoais, Atitudes E Intenção Empreendedora: Um Estudo Com Estudantes De Graduação Em Administração. *Revista Economia & Gestão*, 17(47), 123-143. <https://doi.org/10.5752/p.1984-6606.2017v17n47p123>
- Schmidt, S. & Bohnenberger, M. C. (2009). Perfil empreendedor e desempenho organizacional. *Revista de Administração Contemporânea*, 13(3), 450-467. <https://doi.org/10.1590/s1415-65552009000300007>
- Silva, C. P. de S., Pereira, E. C. de S. & Guimarães, J. de C. (2021). Educação Empreendedora No Ensino Superior: Uma Análise Sob a Perspectiva Dos Estudantes De Administração. *Revista Pensamento Contemporâneo Em Administração*, 15(4), 82-100. <https://doi.org/10.12712/rpca.v15i4.51262>
- Silva, J. F. da & Pena, R. P. M. (2017). O “Bê-Á-Bá” do ensino em empreendedorismo: uma revisão da literatura sobre os métodos e práticas da educação empreendedora. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 6(2), 372-401. <https://doi.org/10.14211/regepe.v6i2.563>
- Silva, L. do N., Barroso, E. dos S. S., Teixeira, L. I. L. & Oliveira Júnior, M. A. C. de. (2022). Empreender ou não ? Eis a questão! Análise da intenção empreendedora dos universitários de uma instituição federal de ensino. *Revista de Gestão e Secretariado*, 13(1), 94-119.
- Souza, D. L. de & Zambalde, A. L. (2015). Desenvolvimento de competências e ambiente acadêmico: um estudo em cursos de Administração de Minas Gerais, Brasil. *Revista de Administração*, 50(3), 338-352.
- Tarapuez, E., Garcia, M. D. & Castelhana, N. (2018). Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío (Colombia). *Innovar*, 28(67), 123-135.
- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694.
- Torres-coronas, T. & Vidal-blasco, M. A. (2019). La importancia del control conductual percibido como elemento determinante de la intención emprendedora entre los estudiantes universitarios. *Revista Universidad y Empresa*, 21(37), 108-135.
- Valadão Júnior, V. M., Almeida, R. C. de & Medeiros, C. R. de O. (2014). Empresa Júnior: espaço para construção de competências. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 15(4), 665-695.
- Vargas, S. M. Z., Otálora, A. M. C. & Vargas, Y. Z. (2020). La intención y formación emprendedora en programas de administración de empresas. *Revista Lasallista de Investigación*, 17(2), 41-49.
- Veiga, H. M. da S. & Parreira, S. M. (2015). Perfil empreendedor: análise de suas relações com valores relativos ao trabalho e auto-eficácia para criar. *Revista Gestão Organizacional*, 8(3), 3-27.
- Veiga, H. M. S. & Cortez, P. A. (2021). Análise de interação entre autoeficácia criativa e perfil empreendedor na predição da intenção empreendedora entre universitários. *Revista Gestão & Conexões*, 10(1), 28-46. <https://doi.org/10.47456/regec.2317-5087.2021.10.1.31646.28-46>
- Zarelli, P. R., Otto, E. M. & Labiak Junior, S. (2021). Intenção empreendedora entre estudantes universitários: influência das características e treinamento empreendedor. *Revista Gestão Organizacional*, 14(3), 298-31.