

EMPREENDER OU NÃO? FATORES CONDICIONANTES DA INTENÇÃO EMPREENDEDORA

TO UNDERTAKE OR NOT? CONDITIONING FACTORS OF ENTREPRENEURIAL INTENTION

Déborah Luiza Marcon

Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Brasil
debomarcon_@hotmail.com
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-7377-1370>

Amélia Silveira

Universidade Federal de Santa Catarina – Brasil
ameliasilveira@gmail.com
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0321-8174>

Jucélia Appio Frizon

Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Brasil
juceliaappiofrizon@hotmail.com
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2721-4418>

Submissão: 16/12/2019. **Aceitação:** 01/02/2020.

Publicação: 31/03/2020. Sistema de avaliação: Double blind review. Universidade FUMEC / FACE, Belo Horizonte - MG, Brasil. Editores Prof. Dr. Mário Teixeira Reis Neto – Prof. Dr. Cid. Gonçalves Filho.

RESUMO

Muitos são os fatores que determinam a decisão dos indivíduos de iniciar um empreendimento. Neste sentido, o artigo busca analisar a influência de fatores sociodemográficos e comportamentais sobre dois grupos de indivíduos: os que possuem intenção de empreender e os que não possuem intenção de empreender. O estudo caracteriza-se como quantitativo e descritivo, adotando questionário e método de regressão logística. A amostra considerou 371 estudantes universitários de cursos de graduação em Administração, de 11 instituições de ensino superior, localizadas na região sudoeste do Paraná. Este tem sido o delineamento da maioria das pesquisas realizadas, nesta temática de interesse (RUEDA; MORIANO; LIÑÁN, 2015). Os resultados indicam que os fatores comportamentais são os que possuem maior poder de explicação nas intenções empreendedoras. Em seguida, destacam-se os fatores referentes ao acesso à educação para o empreendedorismo e a atividade profissional atual. Gênero, familiar empreendedor e renda não se mostraram significativos no modelo adotado.

PALAVRAS-CHAVE

Intenção empreendedora. Fatores sociodemográficos. Fatores comportamentais. Acesso à educação empreendedora.

ABSTRACT

Many are the factors that determine the decision of individuals to start an enterprise. In this regard, the article seeks to analyze the influence of socio-demographic and behavioral factors on two groups of individuals: those who intend to undertake and those who do not. The study is characterized as quantitative and descriptive, adopting a questionnaire and a logistic regression method. The sample considered 371 undergraduate students in Administration from 11 higher education institutions located in the southwestern region of Paraná. This has been the design of most of the research conducted on this topic of interest (RUEDA; MORIANO; LIÑÁN, 2015). The results indicate that the behavioral factors are the ones that have the greatest power of explanation in the entrepreneurial intentions. Next, the factors related to access to education for entrepreneurship and current professional activity are highlighted. Gender, family entrepreneurship and income were not significant in the model adopted.

KEYWORDS

Entrepreneurial intention. Sociodemographic factors. Behavioral factors. Access to entrepreneurial education.

INTRODUÇÃO

Ao empreendedorismo é atribuído um papel relevante para a promoção do desenvolvimento econômico de regiões, em virtude de seus efeitos de geração e expansão de negócios, empregos, distribuição de renda e oportunidades de ascensão social (LIÑÁN; RODRIGUEZ-COHARD; RUEDA-CANTUCHE, 2011; DOS SANTOS; SÁ BARRETO; GUZMAN, 2017). A criação de novas empresas é considerada um dos mecanismos promotores de inovação e desenvolvimento social (BUSENITZ et al., 2014). Nesse sentido, é de importância identificar e apoiar indivíduos com intenções empresariais (SHANE, 2009). Modelos baseados em intenção oferecem uma oportunidade de entender melhor o empreendedorismo, sobretudo por meio do estudo conjunto de atitudes e valores (SCHAEFER et al.,

2017). Os esforços nessa área têm sido, em grande parte, destinados a identificar e preparar estudantes universitários para o empreendedorismo (OLSEN, 2013).

No contexto educativo, mais especificamente, Lima et al. (2015b) argumentam que a educação para o empreendedorismo busca novas formas de aperfeiçoamento. Entende-se que, no Brasil, deverá ter futuro promissor no ensino superior, bem como no surgimento, aperfeiçoamento e crescimento de empresas, instituições, negócios e tecnologias. Apesar da unanimidade a respeito da importância de desenvolver o comportamento empreendedor, por meio da educação empreendedora, ainda não há homogeneidade nas discussões acadêmicas a respeito do que determina a eficiência dessa educação (KRÜGER; BÜRGER; MINELLO, 2019). Recentes análises foram conduzidas

e comprovaram a existência de uma relação positiva entre a educação empreendedora e a intenção empreendedora (BAE et al., 2014; KRÜGER; BÜRGER; MINELLO, 2019).

Nesse sentido, este artigo tem por objetivo explicar a influência de fatores socio-demográficos e comportamentais, incluindo o acesso à educação empreendedora, sobre dois grupos de estudantes universitários: os que possuem intenção de empreender e os que não possuem intenção de empreender, buscando estabelecer resultados comparativos das influências sobre os dois grupos distintos.

Para isso, inicialmente, são apresentados uma contextualização da intenção empreendedora, os diferentes modelos que a analisam e os principais fatores influenciadores que a bibliografia reporta. Como importante apresenta-se a educação para o empreendedorismo. Na sequência consta a metodologia de pesquisa e, ao fim, seus resultados e conclusão.

INTENÇÃO EMPREENDEDORA (IE)

O campo de pesquisa sobre empreendedorismo tornou-se alvo de muita atenção ao longo das últimas cinco décadas, sendo fundamental na construção de sua infraestrutura conceitual (LANDSTRÖM; HARIRCHI; ASTRÖM, 2012). O tema tem sido amplamente discutido no contexto econômico-social, sendo objeto de estudo de diversos pesquisadores, visando entender sua importância no processo de desenvolvimento econômico-regional, de maneira mais equilibrada e sustentável (VIANA et al., 2016).

A pesquisa sobre empreendedorismo, por sua própria natureza, é um campo multi e interdisciplinar de investigação e, além disso, é explicitamente aberto e exige novas perspectivas, mais pesquisas e práticas que

contribuam para sua distinção e seu desenvolvimento (FRANCO; GOUVÊA, 2008).

O empreendedorismo apresenta aspectos econômicos, psicossociais, gerenciais, históricos, entre outros, todos inter-relacionados e complementares, o que contribui para a afirmação de que o processo empreendedor não pode ser visto de maneira unidimensional (FRANCO; GOUVÊA, 2008).

A temática tem instigado o pensamento sobre as atitudes e intenções empreendedoras e o modo como estas se relacionam com contextos diversos, podendo se tornar um dos caminhos a serem trilhados na busca por soluções em produtividade, competitividade, inovação e desenvolvimento local (JULIEN, 2010). Por sua vez, o processo de intenções empreendedoras pode começar com as necessidades, valores, desejos, hábitos e crenças pessoais do indivíduo (BIRD, 1988). Para Krueger, Reilly e Carsrud (2000), os modelos de intenção são superiores aos modelos de abordagem tradicional, uma vez que os empreendedores também são moldados por fatores motivacionais, o ambiente social e suas percepções de habilidades pessoais. Portanto, é relevante mencionar os fatores sociodemográficos e comportamentais que estão envolvidos no processo de empreender, para entender o modo pelo qual as intenções empreendedoras são adquiridas e potencializadas (TORRES et al., 2017). Além disso, os estudos e discussões relacionados à formação da IE têm crescido constantemente, ganhando cada vez mais relevância (SILVEIRA et al., 2017).

FATORES SOCIODEMOGRÁFICOS

Muitos são os fatores que determinam a decisão dos indivíduos de iniciar um empreendimento (RUEDA; MORIANO;

LIÑÁN, 2015). No entanto, estudos evidenciaram que a IE é determinada por um conjunto diversificado de questões que podem ser agrupadas em dois aspectos: um relacionado a fatores individuais e outro relacionado a aspectos ambientais, entre os quais estão as características socioeconômicas e sociodemográficas (LIÑÁN, 2008). De fato, a segunda questão importante na análise da IE são os fatores sociodemográficos, conforme observado por Liñán e Fayolle (2015) em uma extensa revisão de literatura. Dentre outros se podem destacar Tarapuez, García e Castellano (2018), que estudaram a relação de 13 aspectos socioedemográficos com a intenção empreendedora de 297 estudantes universitários da Colômbia, por meio de Análise de Correspondência Múltipla e Regressão Logística. Os autores constataram que os dois aspectos que mais influenciam a intenção empresarial dos universitários são o “tipo de universidade” e “ter um amigo de negócios”. Por outro lado, várias associações foram observadas entre as modalidades das variáveis qualitativas, que pertencem aos estratos socioeconômicos mais altos.

Ainda considerando os fatores sociodemográficos, outros pesquisadores também evidenciaram o fator família, visto que pais empreendedores motivam os jovens a se envolverem nesses tipos de atividades (MEDINA; BOLIVAR; LEMES, 2014). A partir disso, tem sido sugerido que quanto maiores as possibilidades de uma pessoa observar e interagir com empreendedores bem-sucedidos, maior a intenção de criar uma empresa (SÁNCHEZ, 2009). Daí a importância de estar em um ambiente em que haja referências empreendedoras, pois estas se tornam uma inspiração para que outras pessoas possam iniciar seu próprio

negócio e, assim, gerar aprendizado social (TORRES et al., 2017).

Os estudos de Olmos e Castilho (2015), entre outros, destacam-se como os que constataram forte influência dos pais ou mentores na autoconfiança e na IE. É forte influência da experiência empreendedora da família na criação de negócios, estudantes e empresários. De forma geral, os resultados indicaram uma relação altamente significativa entre a intenção empresarial e a presença de um pai ou outro parente que possua uma empresa familiar (com um nível decrescente de significância nessa relação para a mãe ou irmãos).

Paiva et al. (2019) analisaram a influência de construtos comportamentais sustentáveis e inovadores no empreendedorismo e a influência da família e do gênero na intenção empreendedora, em uma amostra de 429 estudantes de uma universidade pública, a partir da análise da regressão logística, e os resultados, junto aos alunos do Curso de Administração, evidenciaram que a influência da família se mostrou significativa, com o valor de coeficiente B de 1.408 e um *odds ratio* de 4.089.

Considerando-se o fator sociodemográfico família, apresenta-se a primeira hipótese de pesquisa:

HI: O fator sociodemográfico família distingue os estudantes com intenção empreendedora.

Outro fator sociodemográfico presente em inúmeras pesquisas de intenção empreendedora é o fator gênero (STERNBERG, 2011; YENG; AHMAD, 2012; VENTURA; QUERO, 2013). Esses autores evidenciaram em seus estudos que há influência de gênero na IE dos indivíduos pesquisados. Por sua vez, Arroyo, Fuentes e Jimenez (2016) propuseram um modelo para expli-

car a expectativa de alto crescimento de um empreendedor com base em variáveis estratégicas relevantes, também abordando a identificação de possíveis diferenças de gênero, utilizando-se dos dados do *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2009*, junto a 8.641 empreendedores em estágio inicial em 49 países, por meio de regressão logística. Os resultados confirmaram o gênero como uma forte variável explanatória para as aspirações de crescimento, com as mulheres mostrando níveis inferiores de expectativa de alto crescimento de seus empreendimentos.

Na pesquisa de Soria-Barreto et al. (2017), realizada com 351 estudantes de administração de empresas no Chile e na Colômbia, baseando-se no modelo de Ajzen (1991), os resultados mostraram que o gênero e a experiência empreendedora anterior (experiência de trabalho) agem como moderadores para as variáveis explicativas da intenção empreendedora. Além disso, que o gênero é um moderador do comportamento de controle percebido com 95% de confiança, o que explica que se um homem percebe o controle comportamental, este é potencializado, afetando positivamente a relação com a intenção empreendedora. Em outro sentido, Tarapuez, García e Castellano (2018) estudaram a relação de 13 aspectos socioedemográficos com a intenção empreendedora de 297 estudantes universitários da Colômbia. Os resultados mostraram que nenhuma influência de gênero foi vista na intenção de negócios dos estudantes universitários.

Levando em conta o fator gênero, apresenta-se a segunda hipótese de pesquisa:

H2: O fator sociodemográfico Gênero distingue os indivíduos com intenção empreendedora.

Entre os diversos fatores sociodemográficos que podem influenciar positivamente o desenvolvimento da IE, também se pode considerar a educação para o empreendedorismo (EE), pois há evidências de que as pessoas inscritas nos programas de EE têm níveis significativamente mais altos de IE (FAYOLLE; LIÑÁN, 2014). Nesse sentido, a educação para o empreendedorismo será o próximo fator evidenciado como influenciador da IE.

Educação para o empreendedorismo

O processo de educação para o empreendedorismo (EE) envolve o aprendizado de conhecimentos, habilidades, atitudes e qualidades de várias disciplinas, bem distinto do ensino de uma teoria (LOPES, 2010; NECK et al., 2014). Esse processo prepara os estudantes com conhecimentos e competências para defrontarem os desafios de criação, condução e expansão de negócios (SILVA; PENA, 2017). Segundo Oliveira (2016), a construção e evolução da rede temática da EE, como um campo científico, atravessou vários estágios de desenvolvimento. Nesse mesmo sentido, o autor também afirma que o desafio que se impõe consiste em reformular os programas, de forma que as competências empreendedoras ocupem destaque nas matrizes curriculares. Para reforçar o futuro da educação para o empreendedorismo, são necessários fortes fundamentos intelectuais e conceituais, provenientes das áreas do empreendedorismo e da educação, e também se é preciso refletir profundamente sobre as práticas de pesquisadores e educadores, tomando uma postura mais crítica (FAYOLLE, 2013).

A educação superior pode ser parte integrante da formação do empreendedor, e

as Instituições de Ensino Superior (IES) têm papel importante, pois podem fomentar a atividade empreendedora. Por sua vez, esse fomento pode trazer impactos positivos para a sociedade não apenas no aspecto educacional, mas também no econômico, político e social (VANEVENHOVEN, 2013). As universidades são os parceiros preferidos em novos campos tecnológicos nos quais os resultados comerciais são incertos; mas essa cooperação é ainda mais necessária nos países em desenvolvimento, onde as universidades são a principal fonte de conhecimento para a inovação (STAL; ANDREASSI; FUJINO, 2016).

O estudo de Lima et al. (2015a) examinou as formas de se melhorar a EE, utilizando a amostra do Guesss, composta por 12.604 estudantes brasileiros, constatando que tais estudantes têm demanda mais alta por EE do que se vê. Apesar de haver elevada demanda desses estudantes por EE, a percepção de capacidade para empreender (autoeficácia) se mostrou indiferente a ela, ou seja, a EE não prediz a IE, revelando que a EE talvez não esteja atingindo seu objetivo de promover o empreendedorismo. Bignotti e Le Roux (2016) investigaram o efeito individual e combinado da educação empreendedora e características empreendedoras sobre as intenções empreendedoras de 827 estudantes matriculados no programa *Mini Enterprise* da *Junior Achievement South Africa* (JASA). Revelaram que a educação empreendedora e as características empreendedoras por si só não influenciam positivamente as intenções empreendedoras. No entanto, uma vez introduzidos os efeitos da interação, a educação para o empreendedorismo moderou a influência da necessidade de realização e apoio familiar às intenções empreendedoras numa direção positiva. O

objetivo da pesquisa de Ferreira, Fernandes e Ratten (2016) foi analisar, a partir de uma teoria da perspectiva de comportamento planejado, o papel da educação do empreendedorismo e da intenção empreendedora. A pesquisa foi aplicada a estudantes universitários brasileiros, e seus resultados mostraram que a idade, a ocupação do pai e a propensão ao risco influenciam a intenção do indivíduo em se envolver em comportamento empreendedor.

Do ponto de vista teórico, diversos estudos usaram frequentemente modelos baseados em intenções para avaliar o impacto das intervenções de EE. Buscando entender a influência da educação para o empreendedorismo na intenção empreendedora, tem-se a seguinte hipótese de pesquisa:

H3: O fato de ter tido acesso a programas de educação para o empreendedorismo dentro da universidade distingue os estudantes com intenção empreendedora.

Além dos fatores sociodemográficos e a educação para o empreendedorismo, os fatores sociológicos, psicológicos e motivacionais, aqui chamados de fatores comportamentais, também desempenham um papel importante na formação das intenções de um indivíduo (OLMOS; CASTILHOS, 2015).

FATORES COMPORTAMENTAIS

Ajzen (2011) indica que, segundo a Teoria do Comportamento Planejado (TCP), a ação humana é influenciada por três diferentes fatores: uma avaliação positiva ou negativa de um comportamento (atitudes), a pressão social para realizar ou não o comportamento (normas subjetivas) e a percepção sobre a capacidade de se executar o comportamento (autoeficácia ou percepção do controle sobre o com-

portamento). Anteriormente Bird (1988) entendeu a intenção empresarial como o nível de consciência cognitiva direta para criar um novo negócio, explicando que essa intenção é uma situação de pensamento consistente em concentração, experiência e comportamento individual, em direção a objetivo específico ou certo comportamento. Nesse sentido, a decisão de se tornar um empreendedor pode ser considerada de forma plausível como voluntária e consciente (KRUEGER; REILLY; CARSRUD, 2000). Liñán e Fayolle (2015) e Martins, Santos e Silveira (2019) afirmam, ao estudarem sobre a TCP, que essa vem sendo reconhecida, ao longo do tempo, podendo ser considerada como modelo teórico que ampara o tema.

A decisão de agir é fundamentada na experimentação, na perda aceitável, na flexibilidade e nos acordos prévios (CHANDLER et al., 2011), a que se associam comportamentos proativos orientados para a ação (FISHER, 2012). Portanto, independentemente das perspectivas ou abordagens de investigação, o processo de criar uma organização não é uma tarefa imediata, é um objetivo que se concretiza ou vai se concretizando, em médio e longo prazo (ELFVING; BRÄNNBACK; CARSRUD, 2009; KRUEGER, 2009; CHANDLER et al., 2011; CARSRUD; BRÄNNBACK, 2011) e que está condicionado pela interposição de barreiras que, em última análise, impossibilitam a concretização de intenções empreendedoras potencialmente válidas.

Ajzen (2011) afirma, ainda, que, em geral, quanto mais favoráveis forem as atitudes e as normas subjetivas, mais provável é que se estabeleça uma intenção de comportamento. No entanto, a importância relativa de cada um dos componentes varia

de comportamento para comportamento, assim como de população para população. É importante notar que a IE está relacionada ao comportamento de duas maneiras distintas: indiretamente, pelo impacto nas intenções, e diretamente, influenciando de forma mais direta o comportamento.

Schaefer et al. (2017) investigaram a existência de relações positivas entre valores pessoais e atitudes na intenção empreendedora de universitários, por meio de questionário aplicado a 204 estudantes de graduação em administração de duas instituições de ensino brasileiras no Rio Grande do Sul; os resultados evidenciaram que os valores pessoais influenciaram positivamente a Atitude ($R=0,152$) e que a Atitude impactou fortemente a Intenção Empreendedora ($R=0,773$) dos estudantes investigados.

A partir da TCP de Ajzen (1991), que considera os fatores comportamentais e a intenção empreendedora, apresenta-se a seguinte hipótese de pesquisa:

H4: Os fatores comportamentais “atitude”, “normas subjetivas” e “percepção e controle do comportamento” distinguem os estudantes com intenção empreendedora.

Cabe ressaltar, neste contexto, que as especificidades nacionais se manifestam no modo como as pessoas apreendem a realidade e a transformam em percepções para um empreendimento. Nesse sentido, é de suma importância discutir a dimensão sociocultural, para a demarcação adequada de distinções em relação ao processo de formação de empresas, investigando-se as razões que conduzem os indivíduos a se tornarem empreendedores, as quais sempre trazem muito da família e, sobretudo, do meio (JULIEN, 2010).

METODOLOGIA

Com fins de atender aos requisitos do objetivo proposto, a presente pesquisa tem abordagem quantitativa e descritiva. Segundo Günther (2006), a pesquisa de natureza quantitativa tem características como: controle máximo sobre o experimento; neutralidade e objetividade do pesquisador em relação ao seu objeto de estudo, sem considerar sentimentos e percepções; e avaliação dos dados coletados por uma linguagem matemática, a qual faz uso das análises estatísticas e das teorias de probabilidade para explicar os fenômenos. Quanto aos aspectos epistemológicos, a pesquisa buscou o enfoque empírico-analítico, em que se utilizam variáveis operacionalizadas como dependentes e independentes, a fim de determinar funções e, a partir do tratamento de dados, estabelecer relação causal entre as variáveis (MARTINS, 2002).

Esta pesquisa foi realizada na região Sudoeste do Estado do Paraná. Definiu-se como população deste estudo os estudantes universitários matriculados no 3º e 4º anos dos cursos de graduação em administração, na modalidade presencial, das IES estabelecidas nessa região. A seleção da amostra seguiu orientações de estudos anteriores, referenciados por Rueda, Moriano e Liñán (2015), e que utilizaram como amostra de pesquisa estudantes de gestão de empresas. Pesquisar estudantes universitários se revela como uma tendência em estudos de intenção empreendedora, na literatura, conforme Rueda, Moriano e Liñán (2015).

Segundo dados do e-MEC (BRASIL, 2017), na região Sudoeste do Paraná, estão estabelecidas 19 IES que ofertam o Curso de Administração, na modalidade presencial. Em um primeiro contato, identificou-se que das 19 instituições, quatro

havam encerrado suas atividades. Também, identificou-se que uma instituição estava no seu primeiro ano de funcionamento. E não houve êxito de respostas com outras três instituições. Após nova tentativa via e-mail, também não se obteve êxito. Estas oito instituições foram desconsideradas da pesquisa. Obteve-se êxito no contato com 11 instituições, que concordaram em participar da investigação.

O instrumento de coleta de dados, em forma de questionário estruturado, foi enviado aos coordenadores dos cursos selecionados, via computador ou celular, na modalidade em linha. A amostra foi significativa, de 403 estudantes universitários, correspondendo a mais de 90% do universo de alunos, das 11 instituições pesquisadas. Foram validados 371 respondentes, com questionários respondidos corretamente. O questionário foi composto pelos seguintes itens: (1) Questionário sociodemográfico, incluindo as questões sobre acesso à educação para o empreendedorismo, e (2) Questionário de Intenção Empreendedora (QIE), de Liñán e Chen (2009) e revisto por Liñán, Urbano e Guerrero (2011). As questões foram fechadas e escalares, ancoradas em uma escala do tipo Likert, de cinco pontos, que varia de discordo totalmente (1) até concordo totalmente (5).

No Quadro I apresenta-se, primeiro, a variável dependente; em seguida, expõem-se as variáveis independentes da presente pesquisa.

Os resultados demonstram que a confiabilidade (Alfa de Cronbach) foi satisfatória em todos os constructos, pelo que se considera que a consistência interna é adequada. Isso decorre pelo fato de esta superar o valor recomendado de 0,70, abaixo do qual a consistência interna da es-

QUADRO 1 – Variáveis da pesquisa

VARIÁVEL DEPENDENTE	
Intenção empreendedora	
VARIÁVEIS INDEPENDENTES	
Sociodemográficas	Comportamentais
Renda familiar	Atitude
Cursou disciplina de empreendedorismo durante a graduação	Normas subjetivas
Teve acesso a um programa de educação para o empreendedorismo extra-classe oferecido pela instituição	Percepção Controle do Comportamento
Possui parentes de primeiro grau empreendedores	
Atividade profissional atual	
Gênero	

Fonte: os autores.

cala utilizada é considerada baixa. O valor máximo esperado é 0,90 e usualmente são preferidos valores de alfa entre 0,80 e 0,90 (STREINER, 2003).

Utilizou-se como método multivariado a regressão logística. Para Hair Junior et al. (2009), a regressão logística tem como principal objetivo determinar a probabilidade de um determinado evento ocorrer, tendo em conta a variável dependente em função das variáveis independentes. Na regressão logística, a variável de saída é categórica dicotômica, e as variáveis previsoras são contínuas ou categóricas (FIELD, 2009).

De acordo com Gujarati (2000), nesses modelos, a variável dicotômica é uma variável “dummy”, que assume os valores 0 ou 1, o que, na análise em questão, representa: 0 – Alunos com intenção de empreender, sendo estes 206 alunos, e 1 – Alunos sem intenção de empreender, sendo estes 165 alunos, totalizando os 371 respondentes.

ANÁLISES E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Com os dados obtidos, desenvolveu-se a construção dos modelos de regressão logística, utilizando-se o software estatístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Na regressão logística a probabilidade pode

ser determinada por vários fatores (variáveis explicativas), representados por X_i , β , regredidos sobre a variável dependente (Y) (FAVERO, 2009). Dentre esses fatores têm-se as variáveis sociodemográficas e o grupo das variáveis comportamentais.

Na regressão logística, o modelo pode ser definido conforme a Equação 1:

$$\ln(\text{chance}) = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_{13} X_{13} \quad (1)$$

Apresenta-se, na sequência, o modelo inicial com todos os constructos para posteriormente formar o modelo final com resultados mais adequados e maior força de predição. A simulação escolhida inicialmente utilizou como variáveis independentes, sendo 13 os constructos referentes: Fatores sociodemográficos: renda familiar, cursou disciplina de empreendedorismo, participou de programas de educação para o empreendedorismo, possui parentes de primeiro grau empreendedores, atividade profissional atual, gênero; Fatores comportamentais: atitude, normas subjetivas, percepção e controle.

Neste trabalho, inicialmente, todas as variáveis foram incluídas para construção do modelo. Entretanto, no modelo logístico final, apenas algumas variáveis foram selecionadas, uma vez que se buscam critérios que

otimizem o modelo, reduzindo a variância e evitando problemas de multicolinearidade.

No que se refere à avaliação da qualidade do ajustamento, há dois testes de significância do modelo final, segundo Favero (2009): o teste Qui-Quadrado da mudança no valor de $-2LL$ (Teste *Omnibus*) e o teste de *Hosmer e Lemeshow*. Esses testes possibilitam analisar, após a inclusão das variáveis independentes, se o modelo pode ser considerado capaz de realizar as previsões com a acurácia desejada (FAVERO, 2009). No que se refere à avaliação da qualidade do ajustamento, o modelo da Tabela 1 apresenta os valores das quatro medidas: $-2 \log likelihood$, *Cox & Snell*, *Nagelkerke* e Teste de *Hosmer & Lemeshow*. O valor da medida $-2 \log likelihood$, com valor de 408,234, segundo Favero (2009), não possui normalmente uma interpretação direta, porém interfere no resultado do teste. Quanto aos coeficientes de determinação de *Cox & Snell* e de *Nagelkerke*, são semelhantes ao R^2 da Regressão Linear (FAVERO, 2009), e indicam, respectivamente,

que as variáveis independentes selecionadas do modelo logístico estimado explicam 19,9% e 27,2% da variância da variável dependente, o que pode ser considerado um valor razoável da qualidade de ajustamento. O valor de *Hosmer & Lemeshow* apresentou uma distribuição Qui-Quadrado de 8,313 e um nível de significância de 0,403, o que indica que não há diferenças significativas entre as frequências previstas e as observadas. O percentual global do modelo é de 71,7%, por meio do resultado do *Overall Percentage*, assim, o percentual de acerto dos alunos que não têm intenção empreendedora é de 54% ($=75/(75 + 64)$), e o dos que estão dispostos a empreender seria de 82,3% ($=41/(41 + 191)$). O modelo logístico apresenta um acerto global de 71,7% ($= (75 + 41) / (75 + 41 + 64 + 191)$), o que atesta uma excelente capacidade de previsão do modelo.

A Tabela 2 apresenta os resultados dos parâmetros estimados e os constructos que se mostraram significativos no modelo, a partir da estatística de *Wald*, e, também

TABELA 1 – Ajuste do Modelo

<i>-2 Log Likelihood</i>	<i>Cox & Snell R²</i>	<i>Nagelkerk e R²</i>	<i>Teste de Hosmer & Lemeshow</i> <i>Qui-quadrado df Sig</i>	<i>Overall Percentage</i>
408,234 ^a	,199	,272	8,313 8 ,403	71,7

Fonte: os autores.

TABELA 2 – Nível de significância – Modelo inicial

Variável	Coeficiente B	Erro S.E.	Estatística Wald	Nível de Significância	<i>Odds Ration</i> Exp(B)
Renda familiar	,108	,102	1,131	,288	1,114
Cursou disciplina de empreendedorismo	,086	,270	,101	,751	1,090
Acesso a programas de EE	,395	,251	3,144	,005	1,500
Possui parentes primeiro grau empreendedores	-,323	,262	1,523	,217	,724
Atividade profissional atual	,188	,074	6,548	,011	1,207
Gênero	,213	,254	,701	,402	1,237
Atitude	,588	,110	28,841	,000	1,801
Normas subjetivas	,316	,151	4,346	0,37	1,371
Percepção Controle	,634	,181	12,206	,000	1,885
Constant	-6,192	1,302	22,630	,000	,002

Fonte: os autores.

os que não foram, a um nível de significância (Sig.) de 5%.

Constata-se, no modelo inicial, a existência de quatro variáveis explicativas que não são estatisticamente significativas (Sig.) com um resultado superior a 5%: “Renda familiar”, “Curso disciplina de empreendedorismo”, “Possui parentes de primeiro grau empreendedores” e “Gênero”. Os resultados mostram que essas variáveis explicativas não têm significância estatística nesse modelo; por isso, nada se pode concluir relativamente ao efeito dessas variáveis na intenção empreendedora. Perante esses resultados, não é possível confirmar empiricamente as hipóteses H1 e H2.

Hipótese H1: *O fator sociodemográfico família distingue os estudantes com intenção empreendedora, foi rejeitada.* Esse resultado difere de outras pesquisas. Na de Medina, Bolívar e Lemes (2014) o fato de “ter alguém empreendedor na família” se mostra positivo e motiva os jovens a se envolverem no empreendedorismo. O mesmo ocorreu na pesquisa de Olmos e Castilho (2015), que mostra forte influência da experiência empreendedora da família na intenção de criação de negócios.

Hipótese H2: *O fator sociodemográfico Gênero distingue os indivíduos com intenção empreendedora, foi rejeitada.* Ao se observarem os resultados de pesquisa anteriores, buscando contextualizar a rejeição da

H2, nota-se que esse resultado difere das pesquisas de Ventura e Quero (2013) e de Soria-Barreto et al. (2017). As duas pesquisas evidenciaram, em seus estudos, que há influência de gênero na IE dos indivíduos pesquisados. Entretanto, a rejeição da H2 se assemelha com a pesquisa de Tarapuez, García e Castellano (2018), na qual os resultados mostraram que o gênero não influencia na intenção de negócios dos estudantes universitários.

A Tabela 3 demonstra o modelo final, retirando os constructos que não se fizeram significativos no modelo inicial. Nesse modelo as variáveis explicativas apresentaram significância (Sig.) inferior a 0,1%. Pode-se concluir, com um nível de confiança de 99,9%, que na amostra dos alunos pesquisados existe uma relação entre essas variáveis e a probabilidade de o aluno ter ou não intenção empreendedora.

Destaca-se, também, entre os resultados da regressão logística, o valor do *odds ratio*, que é calculado para cada variável explicativa do modelo logístico, o que demonstra a variação à medida que o valor da variável explicativa é acrescido em uma unidade. Assim, destaca-se uma variação positiva de uma unidade nas variáveis “Percepção e Controle”, “Atitude”, “Normas Subjetivas”, “Acesso a programas de EE” e “Atividade profissional atual”. Em ordem crescente de variáveis se verifica elevado impacto positivo

TABELA 3 – Nível de significância – Modelo final

Variável	Coefficiente B	Erro S.E.	Estatística Wald	Nível de Significância	Odds Ration Exp(B)
Acesso a programas de EE	,300	,147	4,165	,008	1,305
Atividade profissional atual	,225	,070	10,437	,001	1,252
Atitude	,587	,109	29,083	,000	1,798
Normas Subjetivas	,353	,149	5,619	,010	1,423
Percepção Controle	,616	,177	12,135	,000	1,851
Constant	-6,037	1,073	31,633	,000	,002

Fonte: os autores.

na probabilidade de um aluno ter intenção empreendedora, ou seja, quanto maior o valor dessas variáveis, maior é a probabilidade de o aluno ter intenção empreendedora.

Com base na Tabela 3, visualiza-se o Coeficiente B, que demonstra os efeitos exatos de diferentes valores de variáveis no modelo final e podem ser calculados na seguinte equação:

Intenções empreendedoras = $-6,037 + ,300$ (Acesso à programas de EE) + $,225$ (Atividade profissional atual) + $,587$ (Atitudes) + $,353$ (Normas Subjetivas) + $,616$ (Percepção Controle)

Em resumo, todos os constructos do modelo final demonstram um impacto positivo nas intenções empreendedoras. O modelo final, o valor de *Nagelkerk* correspondente ao R^2 , teve um pequeno aumento, explicando 28,2% da variação nas intenções empresariais, fortalecendo a capacidade de explicação do modelo.

Constata-se que tanto no modelo inicial, como no modelo final, as hipóteses H3 e H4 foram aceitas.

Hipótese H3: *O fato de ter tido acesso a programas de educação para o empreendedorismo dentro da universidade distingue os estudantes com intenção empreendedora.* Esse resultado se assemelha ao pesquisado por Ferreira, Fernandes e Ratten (2016) e reforça o papel positivo da educação para o empreendedorismo na intenção empreendedora. A partir desses resultados, reforça-se a importância da educação para o empreendedorismo dentro das universidades, e evidenciando também semelhanças com os resultados de Schaefer e Minello (2019). Esses dois autores brasileiros concluíram que o processo de aprendizagem na educação empreendedora, por meio de aprendizagem formal, experimental e indireta, desenvolve

comportamentos e características de mentalidade voltados para o empreendedorismo, em estudantes e professores. Dentre outros, destacam-se especialmente duas pesquisas que comprovaram a existência de uma relação positiva entre a educação empreendedora e a intenção empreendedora: a de Bae et al. (2014) e a de Krüger, Bürger e Minello (2019).

Hipótese H4: *Os fatores comportamentais “atitude”, “normas subjetivas” e “percepção e controle do comportamento” distinguem os estudantes com intenção empreendedora.* De forma geral, observando os resultados dos fatores comportamentais, esses se fortalecem com base nas teorias que abordam que os fatores individuais ajudam a explicar a intenção de empreender (KRUEGER; REILLY; CARSRUD, 2000; OLMOS; CASTILHO, 2015; SCHAEFER et al., 2017; JOSEPH, 2017; NGUYEN, 2017). Esses resultados se assemelham ainda aos achados de Nguyen (2017), que investigou a intenção empresarial entre os estudantes de negócios internacionais no Vietnã. Os resultados confirmaram que a atitude em relação ao empreendedorismo e ao controle do comportamento percebido está positivamente relacionada à intenção empresarial, com uma variância de 30,7%. Porém, diferente da presente pesquisa, as Normas Subjetivas não geraram um impacto significativo na IE. Também na pesquisa de Schaefer et al. (2017), os resultados evidenciaram que os valores pessoais influenciaram positivamente a Atitude ($R=0,152$) e que a Atitude impactou fortemente na Intenção Empreendedora ($R=0,773$) dos estudantes investigados. Novamente ao comparar os resultados da presente pesquisa com os achados no Brasil, na pesquisa de Souza, Silveira e Nascimento (2018) esses resul-

tados se apoiam, no sentido de demonstrarem relações positivas e significativas, explicando 57,3% da variância da IE. A relação entre atitude e intenção demonstrou a maior força dentre as relações observadas.

Observando os resultados da presente pesquisa, na qual os fatores comportamentais apresentaram o maior poder de explicação, reafirma-se, com isso, a teoria de Ajzen (2011), que demonstra que as Atitudes e o constructo Percepção e Controle são os melhores preditores das intenções para o empreendedorismo.

CONCLUSÕES

O empreendedorismo apresenta aspectos sociodemográficos e comportamentais, entre outros, todos inter-relacionados e complementares, o que contribui para a afirmação de que o processo empreendedor não pode ser visto de maneira unidimensional. Assim, a compreensão da natureza empreendedora e de como pensa e age o indivíduo empreendedor pode nortear as ações a serem realizadas com o propósito de criar sujeitos, organizações e ambientes empreendedores que gerem desenvolvimento humano, competitividade e crescimento econômico e social.

Os resultados da regressão logística binária indicam que as variáveis no modelo influenciam as intenções empresariais. Sendo que os fatores comportamentais são os que possuem maior poder de explicação nas intenções empreendedoras dos estudantes,

da mesma forma que as constatações de outros estudos, a percepção e controle comportamental e a atitude estão positivamente relacionados às intenções empreendedoras. Seguido dos fatores acesso à educação para o empreendedorismo e atividade profissional atual. Na presente pesquisa gênero, familiar empreendedor e renda não se mostraram significativos no modelo.

Ao concluir a pesquisa cabe destacar a evidência da educação empreendedora, que se apresenta como um apoio à formação de melhores empreendedores, uma vez que proporciona habilidades e aperfeiçoamento de competências, além de possibilitar cenários de oportunidades de negócios.

Os resultados podem servir para que se faça uma reflexão sobre a possibilidade de investigar a temática da intenção empreendedora de forma mais permanente e sistemática nos programas de graduação em Administração no país, servindo de apoio e oportunizando avaliação sobre empreender ou não empreender, em função de determinados conhecimentos adquiridos. Evidentemente se recomendam estudos posteriores. Sendo a temática do empreendedorismo ainda recente, em desenvolvimento e de interesse, advoga-se o aumento do conhecimento sobre empreender ou não empreender, e seus fatores condicionantes, como forma de amparar novas compreensões e perspectivas, as quais incentivam a superação.

REFERÊNCIAS

- AJZEN, I. Behavioral interventions: design and evaluation guided by the Theory of Planned Behavior. *In*: MARK, M. M.; DONALDSON, S. I.; CAMPBELL, B. (ed.). **Social Psychology and Evaluation**. New York: Guilford Press, 2011. p. 72-100.
- ARROYO, M. R.; FUENTES, M. del M. F.; JIMENEZ, J. M. R. Um estudo internacional sobre os fatores que explicam a expectativa de alto crescimento em novos empreendimentos: uma perspectiva de gênero. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 18, n. 60, p. 171-190, abr. 2016.
- BAE, T. J. *et al.* The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: a meta-analytic review. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 38, n. 2, p. 217-254, 2014.
- BIGNOTTI, A.; LEROUX, I. Unravelling the conundrum of entrepreneurial intentions, entrepreneurship education, and entrepreneurial characteristics. **Acta Commer**, v. 16, n. 1, p. 1-10, 2016.
- BIRD, B. Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. **Academy of Management Review**, v. 13, n. 3, p. 442-453, 1988.
- BRASIL. **e-MEC**: Instituições de Educação Superior e Cursos Coadministrados. [s. l.: s. n.], 2017. Disponível em: <http://emec.mec.gov.br>. Acesso em: 10 abr. 2019.
- BUSENITZ, L. W. *et al.* Entrepreneurship research (1985-2009) and the emergence of opportunities. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 38, n. 5, p. 981-1000, 2014.
- CARSRUD, A.; BRÄNNBACK, M. Entrepreneurial motivations: what do we still need to know? **Journal of Small Business Management**, v. 49, n. 1, p. 9-26, 2011.
- CHANDLER, G. N. *et al.* Causation and effectuation processes: a validation study. **Journal of Business Venturing**, v. 26, n. 3, p. 375-390, 2011.
- DOS SANTOS, E. I.; SÁ BARRETO, R. C.; GUZMAN, S. J. M. Modelo estrutural para os fatores determinantes da oferta de empreendedores criativos: Ilhéus e Itabuna. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 1, p. 160-195, jan./abr. 2017.
- ELFVING, J.; BRÄNNBACK, M.; CARSRUD, A. Toward a contextual model of entrepreneurial intentions. *In*: CARSRUD, A.; BRÄNNBACK, M. (ed.). **Understanding the entrepreneurial mind: opening the black box**. New York: Springer, 2009. p. 23-33.
- FAVERO, L. P. **Análise de dados: modelagem multivariada para tomada de decisões**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- FAYOLLE, A. Personal views on the future of entrepreneurship education. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 25, n. 7-8, p. 692-701, 2013.
- FAYOLLE, A.; LIÑÁN, F. The future of research on entrepreneurial intentions. **Journal of Business Research**, v. 67, n. 5, p. 663-666, 2014.
- FERREIRA, J.; FERNANDES, C.; RATTEN, V. The influence of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions, **Entrepreneurial Universities**, v. 1, n. 1, p. 19-34, 2016.
- FIELD, A. **Discovering statistics using SPSS**. 3. ed. London: Sage Publications Ltd., 2009.
- FISHER, G. Effectuation, causation, and bricolage: a behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 36, n. 5, p. 1019-1051, 2012.
- FRANCO, J. O. B.; GOUVÊA, J. B. A cronologia dos estudos sobre o empreendedorismo. *In*: FRITSCH, M. How is new business training affect regional development? Introduction to emission. **Small Business Economics**, v. 30, n. 1, p. 1-14, 2008.
- GUJARATI, D. N. **Econometria básica**. São Paulo: Makron Books, Pearson Education do Brasil, 2000.
- GÜNTHER, H. Pesquisa qualitativa versus pesquisa quantitativa: esta é a questão? **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 22 n. 2, p. 201-210, 2006.
- HAIR JUNIOR, J. F. *et al.* **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- JOSEPH, I. Factors influencing international student entrepreneurial intention in Malaysia. **American Journal of Industrial and Business Management**, v. 7, p. 424-428, 2017.
- JULIEN, P.-A. **Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010.
- KRÜGER, C.; BÜRGER, R. E.; MINELLO, I. F. O papel moderador da educação empreendedora diante da intenção empreendedora. **Revista Economia & Gestão**, v. 19, n. 52, p. 61-81, 2019.
- KRUEGER, N. F. Entrepreneurial intentions are dead: long live entrepreneurial intentions. *In*: CARSRUD, A.; BRÄNNBACK, M. (ed.). **Understanding the Entrepreneurial Mind: Opening the Black Box**. New York: Springer, 2009. p. 51-72.
- KRUEGER, N. F.; REILLY, M. D.; CARSRUD, A. L. Competing models of entrepreneurial intentions. **Journal of Business Venturing**, v. 15, n. 5, p. 411-432, 2000.

- LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ASTRÖM, F. entrepreneurship: exploring the knowledge base. **Research Policy**, v. 41, n. 7. p. 1154-1181, set. 2012.
- LIMA, E. et al. opportunities to improve entrepreneurship education: contributions considering Brazilian challenges. **Journal of Small Business Management**, v. 53, p. 1033-1051, 2015a.
- LIMA, E. et al. Ser seu próprio patrão? aperfeiçoando-se a educação superior em empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 19, n. 4, p. 419-439, 2015b.
- 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**, Baylor University, May 2009.
- LIÑÁN, F.; FAYOLLE, A. A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 11, n. 4, p. 907-933, 2015.
- LIÑÁN, F.; RODRIGUEZ-COHARD, J. C.; RUEDA-CANTUCHE, J. M. Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 7, n. 2, p. 195-218, 2011.
- LIÑÁN, F.; URBANO, D.; GUERRERO, M. Regional variations in entrepreneurial cognitions: start-up intentions of university students in Spain. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 23, n. 3-4, p. 187-215, Apr. 2011.
- LOPES, R. M. A. Referenciais para a educação empreendedora. In: LOPES, R. M. A. (org.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. p. 17-44.
- MARTINS, F. S.; SANTOS, E. B. A.; SILVEIRA, A. Entrepreneurial intention: Categorization, classification of constructs and proposition of a model. **BBR - Brazilian Business Review**, v. 16, n. 1, p. 46-62, 2019.
- MARTINS, S. R. O. Desenvolvimento local: questões conceituais e metodológicas. **Revista Internacional de Desenvolvimento Local**, v. 3, n. 5, p. 51-59, 2002.
- MEDINA, P.; BOLIVAR, A.; LEMES, A. Un paso mas en la investigacion de la intencion empreendedora del estudiante universitario Guesss. **Revista de Estudios Empresariales**, v. 2, n. 1, p. 63-80, 2014.
- NECK, H. M. et al. **Teaching entrepreneurship: a practice-based approach**. Cheltenham: Edward Elgar, 2014.
- NGUYEN, C. Entrepreneurial intention of international business students in Viet Nam: a survey of the country joining the Trans-Pacific Partnership. **Journal of Innovation and Entrepreneurship**, v. 6, n. 7, p. 1-13, 2017.
- OLIVEIRA, D. G. A evolução conceitual da educação para o empreendedorismo como um campo científico. **Revista Alcance**, v. 23, n. 4, p. 547-567, 2016.
- OLMOS, R. E.; CASTILHO, A. S. Personality traits versus work values: comparing psychological theories on entrepreneurial intention. **Journal of Business Research**, v. 68, n. 7, p. 1595-1598, 2015.
- OLSEN, M. A. K. **Exploring faculty members' perceptions of undergraduate entrepreneurship education**. Tese (Doutorado) – George Mason University, Virginia, 2013.
- PAIVA, L. E. B. et al. Sustainability, innovation, and entrepreneurship: a research with administration and secretariat students. **Revista de Negócios**, v. 24, n. 3, p. 7-26, 2019.
- RUEDA, S.; MORIANO, J. A.; LIÑÁN, F. Validating a theory of planned behavior questionnaire to measure entrepreneurial intentions. In: FAYOLLE, A.; KYRÖ, P.; LIÑÁN, F. (ed.). **Developing, Shaping and Growing Entrepreneurship**. Cheltenham: Edward Elgar, 2015. p. 60-78.
- SÁNCHEZ, J. C. Aprendizaje social e intenciones emprendedoras: un estudio comparativo entre México, España y Portugal. **Revista Latinoamericana de Psicología**, v. 41, n. 1, p. 109-119, 2009.
- SCHAEFER, R. et al. Valores pessoais, atitudes e intenção empreendedora: um estudo com estudantes de graduação em administração. **Revista Economia & Gestão**, v. 17, n. 47, p. 123-143, 2017.
- SCHAEFER, R.; MINELLO, I. F. entrepreneurial education: entrepreneurial mindset and behavior in undergraduate students and professors. **Revista de Negócios**, v. 24, n. 2, p. 61-90, 2019.
- SHANE, S. Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. **Small Business Economics**, v. 33, n. 2, p. 141-149, 2009.
- SILVA, J. F.; PENA, R. P. M. 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**, v. 6, n. 2, p. 372-401, 2017.

- SILVEIRA, A. *et al.* Factors and approaches of entrepreneurial intention. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 2, p. 263-290, 2017.
- SORIA-BARRETO, K. *et al.* Prior exposure and educational environment towards entrepreneurial intention. **Journal of Technology Management & Innovation**, Santiago, v. 12, n. 2, p. 45-58, 2017.
- SOUZA, R. dos S.; SILVEIRA, A.; NASCIMENTO, S. do. Ampliando a mensuração da intenção empreendedora. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 17, n. 2, p. 74-93, abr./jun. 2018.
- STAL, E.; ANDREASSI, T.; FUJINO, A. The role of university incubators in stimulating academic entrepreneurship. **Revista de Administração e Inovação**, v. 13, n. 2, p. 27-47, 2016.
- STERNBERG, R. Interregional disparities, entrepreneurship, and EU Regional Policy. In: M. Minniti (ed.). **The dynamics of entrepreneurship. Evidence from Global Entrepreneurship Monitor Data**. New York: Oxford University Press, 2011. p. 153-180.
- STREINER, D. L. Being inconsistent about consistency: when coefficient alpha does and doesn't matter. **Journal of Personality Assessment**, v. 80, p. 217-222, 2003.
- TARAPUEZ, E.; GARCÍA, M. D.; CASTELLANO, N. Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío (Colombia). **Innovar**, v. 28, n. 67, p. 123-135, 2018.
- TORRES, F. *et al.* Exploring entrepreneurial intentions in Latin American university students: explorando las intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios latinoamericanos. **International Journal of Psychological Research**, v. 10, n. 2, p. 46-59, 2017.
- VANEVENHOVEN, J. Advances and challenges in entrepreneurship education. **Journal of Small Business Management**, 2013.
- VENTURA, R.; QUERO, M. Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer: aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. **Cuadernos de Gestión**, v. 13, n. 1, p. 127-149, 2013.
- VIANA, G. *et al.* O capital social e o empreendedorismo: notas de leituras. **Revista Capital Científico**, v. 14, n. 2, 2016.
- YENG, K.; AHMAD, S. A Study among university students in business start-ups in Malaysia: motivations and obstacles to become entrepreneurs. **International Journal of Business and Social Science**, v. 3, n. 19, p. 181-192, 2012.