

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS  
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO E NEGÓCIOS  
MESTRADO PROFISSIONAL**

**SARA RUDNICKI**

**EFEITOS DO CONTEXTO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO SOBRE AS  
INTENÇÕES EMPREENDEDORAS DE ESTUDANTES**

**Porto Alegre**

**2020**

SARA RUDNICKI

**EFEITOS DO CONTEXTO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO SOBRE AS  
INTENÇÕES EMPREENDEDORAS DE ESTUDANTES**

Dissertação apresentada como requisito  
para obtenção do título de Mestre em  
Gestão e Negócios, pelo Programa de Pós-  
Graduação em Gestão e Negócios da  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos -  
UNISINOS

Orientador: Prof. Dr. Daniel Pedro Puffal

Porto Alegre  
2020

- R916e Rudnicki, Sara.  
Efeitos do contexto universitário brasileiro sobre as intenções empreendedoras de estudantes / por Sara Rudnicki. – 2020.  
77 f. : il. ; 30 cm.
- Dissertação (mestrado) — Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios, Porto Alegre, RS, 2020.  
“Orientador: Dr. Daniel Pedro Puffal”.
1. Educação. 2. Empreendedorismo. 3. Contexto universitário. 4. Teoria institucional. 5. Intenção empreendedora. I. Título.
- CDU: 658.012.4:378

SARA RUDNICKI

**EFEITOS DO CONTEXTO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO SOBRE AS  
INTENÇÕES EMPREENDEDORAS DE ESTUDANTES**

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do título de Mestre em Gestão e Negócios, pelo Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Aprovado em 29/06/2020.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Orientador: Prof. Dr. Daniel Pedro Puffal – UNISINOS

---

Prof. Dr. Luís Felipe Maldaner – UNISINOS

---

Prof. Dr. Ivan Lapuente Garrido – UNISINOS

---

Prof. Dr. Dusan Schreiber - FEEVALE

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente aos meus pais, Ivo e Leunilde, por me darem as condições de iniciar e finalizar esse projeto de vida chamado mestrado. Sem o apoio de vocês, nada disso teria sido possível.

Ao meu orientador, Daniel Puffal, pela paciência e incentivo para a finalização desse trabalho. Seus conselhos e apontamentos tornaram essa dissertação uma realidade.

Ao Prof. Ivan Garrido, que além de membro da banca, contribuiu de forma singular para a obtenção de resultados estatísticos significantes desse trabalho.

Aos demais membros da banca, Prof. Luiz Maldaner e Prof. Dusan Schreiber, por aceitarem contribuir com essa pesquisa, tornando-a mais relevante.

À Unisinos, pela oportunidade de concretizar o sonho do mestrado através do programa de incentivo à qualificação de funcionários.

Ao meu irmão, Samuel, por tornar esses dois anos mais leves com sua presença alegre e reflexões necessárias

Aos amigos e colegas, que estão perto e os que estão distantes, que compreenderam minha ausência ao longo dessa jornada.

## RESUMO

Como a universidade pode incentivar o empreendedorismo é um tópico emergente. Sabe-se que os alunos aprendem, não apenas com programas educacionais, mas também com o contexto em que estão inseridos. O objetivo deste estudo é investigar o efeito do contexto universitário brasileiro nas intenções empreendedoras dos alunos. É utilizada a escala de Oftedal, Iakovleva e Foss (2018) que descreve o contexto universitário como uma estrutura institucional tridimensional, incluindo dimensões reguladoras, normativas e cognitivas. Estruturas regulatórias referem-se a regras e regulamentos que apoiam iniciativas relacionadas ao empreendedorismo; estruturas normativas incluem valores e normas compartilhadas; enquanto estruturas cognitivas se aplicam ao conhecimento de estudantes e professores. Foi realizada uma análise de regressão múltipla com uma amostra heterogênea de 248 alunos de todas as regiões do Brasil para testar a escala original e as hipóteses levantadas. As constatações indicam que duas estruturas do contexto universitário, a reguladora e a normativa, demonstraram impactar as intenções dos alunos. Contrário aos resultados anteriores, a dimensão reguladora apresenta relação indireta. A contribuição deste trabalho se encontra na validação do instrumento desenvolvido por Oftedal, Iakovleva e Foss (2018) baseado na teoria institucional para o contexto brasileiro e na constatação de que as políticas e programas de patrocínio ao empreendedorismo brasileiros, desincentivam o estudante à empreender.

Palavras-chave: educação; contexto universitário; teoria institucional; empreendedorismo; intenção empreendedora

## ABSTRACT

How universities can encourage entrepreneurship is an emerging topic. It is known that students learn, not only with educational programs but also within their context. The purpose of this study is to investigate the effect of the Brazilian university context on students' entrepreneurial intentions. Using a scale developed by Oftedal, Iakovleva, and Foss (2018), this research describes the university context as a three-dimensional institutional structure, including regulatory, normative, and cognitive dimensions. Regulatory structures refer to rules and regulations supporting initiatives related to entrepreneurship; normative structures include shared values and norms; while cognitive structures apply to the knowledge of students and professors. A multiple regression analysis was performed with a heterogeneous sample of 248 students from all regions of Brazil to test the original scale and the hypotheses. The findings indicate that two dimensions of the university context, the regulatory and the normative, shown impact over students' entrepreneurial intentions. Contrary to previous results, the regulatory dimension has an indirect relation. This work contributes to the validation of the instrument developed by Oftedal, Iakovleva, and Foss (2018) based on institutional theory for the Brazilian context and finding that Brazilian entrepreneurship sponsorship policies and programs still discourage students to be entrepreneurs.

Keywords: education; university context; institutional theory; entrepreneurship; entrepreneurial intention

**LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 - Modelo de análise: um modelo institucional para reconhecimento de intenção de empreendedorismo do estudante.....	31
Figura 2 - Delineamento da pesquisa.....	32
Figura 3 - Hipóteses do modelo conceitual .....	46



**LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 - Escala de intenção empreendedora .....	22
Quadro 2 - Variáveis de controle.....	23
Quadro 3 - Escala da dimensão reguladora do contexto universitário .....	28
Quadro 4 - Escala da dimensão normativa do contexto universitário.....	29
Quadro 5 - Escala da dimensão cognitiva do contexto universitário.....	30
Quadro 6 - Construtos da escala, sua identificação no questionário e seus indicadores .....	38
Quadro 7 - Áreas de conhecimento da amostra .....	39
Quadro 8 - Caracterização da amostra .....	40
Quadro 9 - Indicadores de Intenção Empreendedora (IE) .....	41
Quadro 10 - Indicadores da Estrutura Reguladora do contexto universitário .....	42
Quadro 11 - Indicadores da estrutura normativa do contexto universitário.....	43
Quadro 12 - Indicadores da estrutura cognitiva do contexto universitário .....	44
Quadro 13 - Síntese do teste das hipóteses .....	50

**LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 - Confiabilidade do construto Intenção Empreendedora (IE) .....	42
Tabela 2 - Confiabilidade do construto Estrutura Reguladora (ER) .....	43
Tabela 3 - Confiabilidade do construto Estrutura Normativa (EN).....	43
Tabela 4 - Confiabilidade do construto Estrutura Cognitiva (EC) .....	44
Tabela 5 - Confiabilidade dos construtos.....	45
Tabela 6 - Análise discriminante do contexto universitário.....	45
Tabela 7 - Resultado da regressão linear.....	46

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	12
2. EMPREENDEDORISMO NAS IES BRASILEIRAS.....	17
3. INTENÇÃO EMPREENDEDORA.....	20
4. CONTEXTO UNIVERSITÁRIO: APLICAÇÃO DA TEORIA INSTITUCIONAL.....	24
5. MÉTODO .....	32
5.1. Caracterização da pesquisa.....	32
5.2. Contexto da pesquisa.....	33
5.3. Procedimentos de coleta .....	34
5.4. Procedimentos de análise .....	35
6. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS .....	37
6.1. Adaptação da escala.....	37
6.2. Caracterização da amostra e qualidade dos dados.....	39
6.3. Confiabilidade dos construtos.....	41
6.4. Testando as hipóteses.....	45
7. CONCLUSÃO.....	51
7.1. Análise dos objetivos da pesquisa.....	51
7.2. Implicações acadêmicas e gerenciais.....	53
7.3. Limitações e sugestões de estudos futuros.....	55
REFERÊNCIAS.....	57
APÊNDICE I: QUESTIONÁRIO.....	62
APÊNDICE II: ANÁLISE ESTATÍSTICA DESCRITIVA .....	64
APÊNDICE III: LISTA DAS IES REPRESENTADAS.....	65
APÊNDICE IV: CONSTRUTO INTENÇÃO EMPREENDEDORA.....	68
APÊNDICE V: CONSTRUTO DIMENSÃO REGULADORA.....	70
APÊNDICE VI: CONSTRUTO DIMENSÃO NORMATIVA .....	72
APÊNDICE VII: CONSTRUTO DIMENSÃO COGNITIVA .....	74
APÊNDICE VIII: CORRELAÇÃO DE CONSTRUTOS E REGRESSÃO.....	77

## 1. INTRODUÇÃO

Embora ausente da maioria dos modelos econômicos, o empreendedorismo é geralmente associado ao progresso econômico de uma nação. Essa ideia introduzida por Schumpeter no início do século XX, hoje coloca os empreendedores como essenciais para a economia, uma vez que a introdução de inovações que tornam obsoletos os produtos e tecnologias existentes torna os empreendedores a força motriz do crescimento econômico (BARROS; PEREIRA, 2008).

O Global Entrepreneurship Monitor (GEM) estima que 36% da população adulta brasileira, entre 18 e 64 anos, seja empreendedora. A última edição desse estudo desenvolvido pelo Sebrae e a Endeavor Brasil em 2016, apresenta um dado interessante quanto ao nível de escolaridade desses empreendedores. Há um alto nível de engajamento com novos empreendimentos por parte dos indivíduos com ensino superior concluído – 22,9% da faixa (GEM, 2017).

Apesar desse nível ser comparativamente mais alto do que os apresentados pelas faixas com menor escolaridade, isso não significa que a maioria dos indivíduos engajados em novos empreendimentos seja constituída por egressos do ensino superior, pois a expressão desta parcela da população em números absolutos é mais baixa do que a de indivíduos com menor escolaridade (GEM, 2017). Segundo o PNAD (IBGE, 2018), apenas 15,7% da população brasileira tem ensino superior completo.

De toda forma, em vista desse cenário, é importante entender como a inserção no ensino superior incentiva e qualifica os estudantes para o empreendedorismo, uma vez que os dados mostram que são esses indivíduos que estão mais engajados com a abertura de novos empreendimentos e apresentam maior taxa de perenidade dos negócios quando analisados os resultados de outros países (GEM, 2017).

O desenvolvimento da intenção empreendedora é um dos primeiros passos em direção ao estabelecimento de empreendimentos (HESSELS *et al.*, 2011). A literatura dentro da temática do empreendedorismo apresenta um importante arcabouço teórico que correlaciona a intenção empreendedora e a educação empreendedora (LIÑÁN; FAYOLLE, 2015). No estudo bibliométrico realizado por Liñán e Fayolle (2015), foram identificados os principais impulsionadores da intenção empreendedora. Em sua maioria são características de personalidade, como a propensão ao risco, a tolerância à ambiguidade e o *locus* de controle interno. Além disso, o gênero, o histórico familiar

e a experiência profissional também têm mostrado impacto na intenção empreendedora.

No entanto, fatores pessoais e comportamentais, por si só, não são suficientes para explicar o comportamento empreendedor, uma vez que os indivíduos podem ser influenciados pelos ambientes socioculturais em que estão inseridos (OFTEDAL; IAKOVLEVA; FOSS, 2018). Especificamente no ambiente universitário, já existem inúmeros estudos sobre a eficácia da educação empreendedora (CERESIA, 2018) e a inserção de atividades e disciplinas com essa temática dentro das universidades é crescente no Brasil.

O Censo de 2017 do ensino superior, publicado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep) do Ministério da Educação (MEC), informa que há 2.448 instituições de ensino superior (IES), constituídas por universidades, centros universitários, faculdades e institutos federais tecnológicos no Brasil. A maioria das IES oferta cursos de graduação e pós-graduação *latu sensu*. São 8.052.254 estudantes matriculados na graduação (INEP, 2017). Os números da pós-graduação *latu sensu* não estão disponíveis, pois este nível de ensino não é regulado. Com uma representação menor, mas em crescimento estão o número de programas de pós-graduação *stricto sensu*, que englobam mestrado e doutorado. São 4.296 programas reconhecidos pela CAPES, oferecidos por apenas 447 IES. Matriculados nesses programas estão 278.792 estudantes (GEOCAPES, 2019).

Um número ainda pequeno de IES já oferece disciplinas de empreendedorismo no Brasil, e, elas são, em sua maioria focadas apenas na inspiração para empreender e ofertadas unicamente para alguns cursos (SEBRAE; ENDEAVOR, 2016). Não há uma estratégia que busque facilitar a jornada completa do aluno-empreendedor, porém, existe interesse das IES pelo assunto por pelo menos dois motivos.

Primeiro, na última década, houve a emergência da visão da terceira missão da universidade, compreendida pela conexão da mesma com a sociedade a partir da disseminação do conhecimento e relacionamento próximo que promove a articulação das duas primeiras missões, ensino e pesquisa, com o mundo exterior (GIMENEZ, 2017). O comprometimento da universidade com a sociedade, a incentiva a contribuir com o desenvolvimento econômico. Uma forma de realizar a terceira missão, é adotar os preceitos da universidade empreendedora.

O segundo aspecto diz respeito ao atual sistema de financiamento da pesquisa e da universidade que indica a necessidade de uma busca por sustentabilidade nestas

atividades de pesquisa e também da própria instituição em novas fontes de receita (AUDY, 2006). Diversos autores, como Clark (2003, 2006), têm estudado este tema e destacado a necessidade de uma profunda transformação nas instituições de ensino superior para fazerem frente aos novos desafios, com foco na sustentabilidade. Esse aspecto também pode ser tratado através do paradigma da universidade empreendedora.

O conceito de universidade empreendedora coloca o pensamento e o comportamento empreendedores como habilidades indispensáveis (CUNNINGHAM; GUERRERO; URBANO, 2016), pois agregam flexibilidade, adaptabilidade, liderança forte e, acima de tudo, um ambiente encorajador que apoie processos empreendedores (GIBB; HANNON, 2006). Uma universidade empreendedora capitaliza o conhecimento, tem relação ativa com o governo e a indústria, e, principalmente, apresenta reflexividade para renovação contínua (ETZKOWITZ, 2016). Ela também possui um núcleo dirigente comprometido com o seu papel na sociedade, abraça áreas não tradicionais, diversifica sua base de financiamento, possui acadêmicos empreendedores e uma cultura empreendedora (CLARK, 1998).

Ao adotar um direcionamento empreendedor, a universidade pode estimular o empreendedorismo, que é uma das principais forças motrizes do mundo para mudanças econômicas, tecnológicas e sociais (BYGRAVE, 2011; VOLKMANN; TOKARSKI; GRÜNHAGEN, 2010).

Buscando entender como a universidade pode auxiliar o indivíduo a empreender, Oftedal, Iakovleva e Foss (2018) foram além da visão clássica do empreendedor como um agente irrestrito e separável que organiza recursos em seu ambiente para buscar uma oportunidade. Em um estudo exploratório, os autores propuseram analisar a universidade como um quadro contextual de ação, seguindo a sugestão de Tolbert, David e Sine (2010) para relacionar pesquisas sobre empreendedorismo e teoria institucional. A teoria institucional fornece base para a análise contextual de três dimensões: reguladora, normativa e cultural-cognitiva que, juntamente com atividades e recursos associados, proporcionam estabilidade e significado à vida social (SCOTT, 2014).

A originalidade e atualidade do modelo desenvolvido por Oftedal, Iakovleva e Foss (2018) para medir o contexto universitário, através do modelo tridimensional de Scott (2014), e relacioná-lo com a intenção empreendedora de estudantes e

reconhecimento de oportunidade, fez com que o mesmo fosse escolhido para ser testado no contexto brasileiro.

Portanto, a questão de pesquisa abordada neste trabalho é: *Qual é o efeito do contexto universitário brasileiro nas intenções empreendedoras dos estudantes?*

Para responder a essa pergunta, o **objetivo** dessa pesquisa foi mensurar o efeito do contexto universitário brasileiro sobre as intenções empreendedoras de estudantes. Foram propostos três **objetivos específicos** baseados nas três dimensões sugeridas pela teoria institucional:

- a) Mensurar o efeito da dimensão reguladora do contexto universitário sobre as intenções empreendedoras de alunos;
- b) Mensurar o efeito da dimensão normativa do contexto universitário sobre as intenções empreendedoras de alunos;
- c) Mensurar o efeito da dimensão cognitiva do contexto universitário sobre as intenções empreendedoras de alunos.

A realização desse trabalho se **justifica** por pelo menos três argumentos. Primeiro, apesar do grande número de estudos teóricos e empíricos encontrados na literatura sobre intenção empreendedora, ainda há escassez de estudos sobre o papel do contexto institucional. São pouquíssimos estudos que já utilizaram “contexto universitário” como conceito e medida, a maioria dos artigos que analisam os esforços realizados pelas IES na promoção do empreendedorismo são descritivos e estudos de caso de boas práticas.

Segundo, nos últimos anos, a academia e os formuladores de políticas públicas promoveram cada vez mais programas de educação para o empreendedorismo (OFTEDAL; IAKOVLEVA; FOSS, 2018). Enraizados nessas propostas estão princípios importantes sobre a empresa e o empreendedorismo, que levantam questões importantes sobre como a educação para o empreendedorismo deve ser posicionada institucionalmente. Essas questões abordam desafios teóricos e filosóficos, escolhas estratégicas e capacidade institucional.

O terceiro argumento está diretamente ligado as escolhas estratégicas, pois o resultado desse estudo pode guiar a tomada de decisão dos gestores de políticas públicas e gestores das próprias IES. O mundo da educação superior está em efervescência como nunca antes, uma vez que não só o número de alunos como também a forma de ensino foi impactada com a crise do novo coronavírus (Sars-Cov-

2). As IES públicas, em sua maioria, cancelaram as atividades acadêmicas do primeiro semestre de 2020 (PAIXÃO, 2020). Nas instituições que mantiveram o funcionamento, professores estão sendo desafiados a remanejar seus métodos de ensino e alunos se adaptam às plataformas de aulas remotas.

No setor privado, o maior impacto, porém, é financeiro; tanto por parte dos alunos — já que muitos enfrentam a impossibilidade de trabalhar diante do fechamento de serviços não essenciais, medida adotada para a contenção à disseminação do Covid-19 — quanto por parte das instituições de ensino privadas, que enfrentam alta nos índices de inadimplência e evasão (SEMESP, 2020).

Para atender aos objetivos propostos, foi utilizado o método de pesquisa quantitativa na forma de *survey* aplicada entre os alunos de instituições de ensino superior brasileiras. O questionário foi uma versão adaptada de Oftedal, Iakovleva e Foss (2018), excluindo o aspecto do reconhecimento de oportunidade do modelo. Esta pesquisa se baseia na afirmação de que é importante que as IES promovam um contexto que não impeça o comportamento empreendedor dos estudantes (OFTEDAL; IAKOVLEVA; FOSS, 2018).



## 2. EMPREENDEDORISMO NAS IES BRASILEIRAS

O papel do empreendedorismo como fator decisivo para o crescimento econômico foi introduzido na obra de Schumpeter (1934) e é até hoje reconhecido como um fator-chave na criação de novas oportunidades, na geração de oportunidades de emprego e na melhor distribuição de renda entre a população.

Em vários países, especialmente nas universidades norte-americanas, a importância da educação empreendedora para o desenvolvimento econômico, sobretudo para a elevação do Produto Interno Bruto (PIB), já foi reconhecida. Essa temática integra a lista de prioridades em agendas políticas, econômicas e acadêmicas em diversos países e organizações internacionais (MELLO *et al.*, 2017). Porém, no Brasil, as iniciativas são poucas e isoladas, o que naturalmente dificulta as possibilidades de o estudante empreender (SEBRAE; ENDEAVOR, 2016).

Em 2016, o Sebrae e a Endeavor realizaram a quarta edição da pesquisa Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras. Esse estudo abordou grandes desafios que permeiam o desenvolvimento do empreendedorismo e contou com a participação de 2.230 alunos e 680 professores vinculados a mais de 70 instituições de ensino superior de todas as regiões do país. Infelizmente, até a data da finalização dessa pesquisa, não houve publicação de nova edição.

De acordo com esse estudo, um a cada quatro alunos de ensino superior tinha ou desejava ter um negócio próprio. Entre eles, 5,7% já empreendiam, 21% pensavam em empreender no futuro e 73,3% não tinham a intenção de abrir um negócio. Para os que não desejavam empreender, a primeira opção de carreira era trabalhar no setor público (43%) ou em uma grande empresa (27%). Esses objetivos profissionais se justificavam pela insegurança financeira (15,3%), falta de interesse (16,9%) e a falta de recursos (17,6%) (SEBRAE; ENDEAVOR, 2016).

Outro achado interessante do estudo, é que o estudante universitário tendia a demorar mais para empreender que o brasileiro comum (GEM, 2017; SEBRAE; ENDEAVOR, 2016). Evidência disso é que, quando perguntados em quanto tempo pretendem abrir um negócio, 56,3% dos potenciais empreendedores, que correspondiam a 11,6% de todos os entrevistados, disseram que isso aconteceria em até três anos.

Entre os estudantes que empreendiam não havia grande ambição na geração de empregos e inovação. Apenas 10% deles almejava ter mais de 25 funcionários em

cinco anos. Os demais se contentavam em permanecer como microempreendedores. Inovar também não era um objetivo, visto que apenas 4% dos estudantes empreendedores consideravam ter um produto ou serviço novo no mercado nacional. O mesmo se aplicava para os potenciais empreendedores, 75% desses não pretendiam oferecer serviço ou produto novo para o Brasil.

Essa pesquisa revelou que apenas 36% dos estudantes estavam satisfeitos com as iniciativas de empreendedorismo dentro da universidade, deixando evidente um descompasso sob o ponto de vista dos alunos, das universidades e dos professores. Para os professores, o nível de satisfação era de cerca de 65% (SEBRAE; ENDEAVOR, 2016).

Além disso, as IES não apresentavam uma estrutura que apoie a jornada completa dos empreendedores. Apenas 54,4% das instituições ofereciam disciplinas sobre empreendedorismo. Sendo que essas disciplinas apenas motivavam o estudante a dar o primeiro passo, deixando a desejar no apoio aos passos seguintes. Somente 6,3% das IES ofereciam programas que ampliavam a visão e viés inovadores (SEBRAE; ENDEAVOR, 2016).

A falta de estratégia e institucionalização dos programas de empreendedorismo agrava o problema, pois estimula iniciativas isoladas cuja continuidade depende do professor ou do aluno fundador. Em média, havia apenas um centro em cada universidade responsável pela produção e disponibilização de atividades e programas de empreendedorismo, sendo que 44% eram as próprias escolas de negócios que não têm necessariamente uma visão integral das necessidades da IES como um todo. Ainda mais crítico, cerca de 17,9% das instituições não possuíam qualquer entidade interna que institucionalizasse as ações ligadas ao empreendedorismo (SEBRAE; ENDEAVOR, 2016).

A ausência de diálogo entre a IES e as necessidades dos estudantes pode ser a razão pela qual quase a metade (48,5%) dos alunos não dialogava com seus professores nem os viam como um ponto de apoio no desafio de empreender. Dado esse cenário, não espanta que os promotores do empreendedorismo na maioria das IES não integrassem o ecossistema empreendedor das cidades. Entre os professores considerados influências no empreendedorismo nas suas instituições, 46% nunca foram empreendedores e 53,8% dos que afirmavam ter experiência empreendedora era através de consultoria. Além disso, apenas 6,3% dos professores buscavam se

atualizar com agentes ligados ao mercado, enquanto 48,5% dos estudantes empreendedores o faziam (SEBRAE; ENDEAVOR, 2016).

O aluno empreendedor possui mais experiências e está mais inserido no ecossistema de negócios que o potencial empreendedor. Este, por sua vez, tem mais contato com empreendedores do que quem não quer abrir um negócio. Além de mostrar a relevância de o aluno estar inserido no ambiente empreendedor, esse dado reforça a importância da instituição de ensino em incentivar essas experiências. Inclusive, 29,9% dos alunos não empreendedores afirmavam que não empreendiam, pois nunca pensaram profundamente no assunto, sugerindo que, talvez, seja em uma dessas experiências que o aluno pense sobre o assunto pela primeira vez e considere a prática como uma escolha de carreira e de vida (SEBRAE; ENDEAVOR, 2016).

### 3. INTENÇÃO EMPREENDEDORA

A literatura apresenta visões "progressistas" do empreendedorismo, para as quais iniciar um novo empreendimento é um processo que consiste em várias etapas, desde a cognição e a intenção até o empreendedorismo nascente e a eventual criação de empreendimentos (MINOLA; DONINA; MEOLI, 2016). Grilo e Thurik (2005, 2008) introduzem o conceito de níveis de engajamento para diferenciar as várias etapas do processo de empreendedorismo. Os níveis de engajamento podem, portanto, ser analisados em um contexto ordenado (HESSELS *et al.*, 2011), o que significa que cada nível ou etapa representa um nível crescente de engajamento no processo empreendedor. Empreendedores emergentes ou potenciais empreendedores escalam a "escada" do empreendedorismo (HESSELS *et al.*, 2011; MINOLA; DONINA; MEOLI, 2016; OOSTERBEEK; VAN PRAAG; IJSSELSTEIN, 2010).

Um dos níveis iniciais de engajamento é o desenvolvimento da intenção empreendedora. Intenção é um estado mental que se refere à atenção, experiência e comportamento em relação a um objeto ou método específico de comportamento (BIRD, 1988). A intenção captura fatores motivacionais que influenciam o comportamento, indicando quanto esforço as pessoas planejam exercer para realizar tal comportamento, sendo antecedente imediato do mesmo (AJZEN, 1991).

A literatura sobre as intenções empreendedoras (IE) cresceu rapidamente desde a publicação dos trabalhos seminais de Shapero há cerca de 36 anos (LIÑÁN; FAYOLLE, 2015). Em 2015, Linán e Fayolle publicaram um estudo bibliométrico baseado em artigos publicados entre 2004 e 2013 dentro dessa temática e notaram duas vertentes iniciais de pesquisa nesse campo: uma na psicologia social e outra no empreendedorismo.

A corrente que vem da psicologia social, tem o objetivo de analisar os comportamentos em geral e lançar luz sobre o processo mental que vai das atitudes e crenças à ação efetiva (LIÑÁN; FAYOLLE, 2015). Já a segunda vertente é específica para o campo do empreendedorismo (BIRD, 1988; LIÑÁN; FAYOLLE, 2015; SHAPERO; SOKOL, 1982; SHAPERO, 1984). A convergência dessas duas linhas iniciais de pesquisa serviu para estabelecer definitivamente a aplicabilidade e utilidade da Teoria do Comportamento Planejado (TCP) proposta por Ajzen (1985, 1991) no campo do empreendedorismo.

Atualmente existem cinco linhas principais de pesquisa dentro da área de intenções empreendedoras (IE), complementadas por uma sexta linha para novos tópicos de pesquisa. São elas: (i) estudos que enfocam aspectos cruciais do modelo de IE; (ii) estudos que enfatizam as variáveis individuais que modelam IE; (iii) estudos que inter-relacionam educação empreendedora (EE) e IE; (iv) relação entre variáveis contextuais e IE; e (v) relações entre a IE e o processo de empreendedorismo (LIÑÁN; FAYOLLE, 2015).

Como aspectos cruciais figuram características de personalidade, como a propensão ao risco, a tolerância à ambiguidade e o lócus de controle interno, que também estão associados à intenção de empreender (ANG; HONG, 2002; DAVEY; ROSSANO; VAN DER SIJDE, 2016; DAVEY; PLEWA; STRUWIG, 2011). Gênero, histórico familiar e a experiência também têm mostrado impacto sobre as intenções empreendedoras (LIÑÁN; FAYOLLE, 2015; WANG; WONG, 2004). Looi e Khoo-Lattimore (2015) citam história, região, cultura, nível de desenvolvimento econômico, fatores étnicos, sociais, legais e políticos, além de tecnologia, instituições e efeitos de países mencionados anteriormente por Arenius e Minniti (2005). Saeed *et al.* (2015) apontam que a IE de um indivíduo reflete a estrutura institucional e a estabilidade econômica e política do país. Portanto, o empreendedorismo teria níveis baixos onde os incentivos são fracos.

Esse trabalho avança nos estudos que relacionam intenção empreendedora com educação empreendedora. Rauch e Hulsink (2015) encontraram uma relação positiva entre educação empreendedora e intenções empreendedoras. Bae *et al.*, (2014) utilizaram uma técnica de meta-análise de 73 estudos e descobriram que a educação empreendedora aumenta as intenções empreendedoras. Após corrigir as motivações anteriores ao curso de empreendedorismo, os autores não encontraram nenhum efeito da educação empreendedora nas intenções empreendedoras. Em uma pesquisa que investigou os níveis de intenção empreendedora de duas universidades brasileiras, uma com ensino tradicional e outra com atividades para o incentivo do empreendedorismo, o resultado também não apresentou alterações (WEGNER *et al.*, 2019). Outros autores relatam resultados contraditórios, indicando que participar de cursos de empreendedorismo amortece as intenções empreendedoras entre os estudantes (OOSTERBEEK; VAN PRAAG; IJSSELSTEIN, 2010), ao mesmo tempo em que exerce um efeito positivo sobre as habilidades e atitudes em relação ao empreendedorismo.

Nabi *et al.* (2017) constataram que a pesquisa sobre o impacto da educação empreendedora ainda se concentra predominantemente em medidas de resultados subjetivos e de curto prazo, enquanto descreve as pedagogias reais sendo testadas. Solesvik, Westhead e Matlay (2014) exploraram as ligações entre educação e participação no empreendedorismo, habilidades de percepção e de tomada de risco e a intensidade da intenção empreendedora em se tornar um empreendedor. Além disso, Westhead e Solesvik (2016) descobriram que as mulheres eram significativamente menos propensas a relatar alta intensidade de intenção empreendedora. Liñán e Fayolle (2015) também argumentam que os valores culturais e pessoais são relevantes na formação de intenções empreendedoras. Walter, Parboteeah e Walter (2013) descobriram que a presença de programas de apoio e educação voltados ao empreendedorismo estava associada a intenções empreendedoras em entrevistados do sexo masculino, mas não feminino.

Oftedal, Iakovleva e Foss (2018) testaram uma série de variáveis de controle além dos construtos relacionados ao contexto universitário. Os autores comprovaram que gênero, experiência anterior como autônomo ou empreendedor, nível de ensino e disciplina obrigatória de empreendedorismo impactam a intenção empreendedora.

Com um conjunto muito diversificado de tentativas de pesquisa, principalmente realizadas com estudantes que estavam envolvidos em tipos muito diferentes de programas em termos de duração, intensidade e propósito, não é tão surpreendente que os resultados sejam mistos. Porém, atitudes em relação ao empreendedorismo, normas sociais, controle comportamental percebido ou competências auto avaliadas provaram ser um preditor confiável de intenções empreendedoras (OFTEDAL; IAKOVLEVA; FOSS, 2018).

Nesta pesquisa, a IE dos alunos significa a potencialidade dos estudantes iniciarem um novo negócio. Um alto IE é caracterizado por “uma propensão a agir autonomamente, uma disposição para inovar e assumir riscos, e uma tendência a ser agressivo com os concorrentes e proativo em relação às oportunidades de mercado” (FRANK; KESSLER; FINK, 2010, p. 177). Portanto, esse trabalho se propõe a medir a intenção empreendedora com uma escala com as seguintes afirmações:

#### **Quadro 1 - Escala de intenção empreendedora**

<b>Número</b>	<b>Afirmação</b>
1	Penso seriamente em criar uma empresa
2	Meu objetivo profissional é me tornar um empreendedor

3	Pretendo fundar uma empresa em até cinco anos após a finalização do meu curso
4	Eu preferiria ser autônomo em vez de ser empregado de alguém

Fonte: Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)

Baseado nos resultados apresentados, esse estudo optou por utilizar as quatro variáveis de controle do modelo. São elas:

#### **Quadro 2 - Variáveis de controle**

<b>Número</b>	<b>Indicador</b>
1	Gênero
2	Nível de ensino
3	Tenho ou tive minha própria empresa / Sou ou já fui autônomo
4	Meu curso possui disciplina(s) obrigatória(s) de empreendedorismo

Fonte: baseado em Oftedal, Iakovleva e Foss (2018).

Essas variáveis foram as que apresentaram significância no estudo original e convergem com outros estudos já desenvolvidos.

#### 4. CONTEXTO UNIVERSITÁRIO: APLICAÇÃO DA TEORIA INSTITUCIONAL

A teoria institucional tem sido utilizada como lente teórica na pesquisa de diversas áreas do conhecimento tais como ciências sociais, economia institucional, negócios internacionais e organizações (RONALDO; FILHO; GON, 2008) . Ela reflete transformações ocorridas na área dos estudos organizacionais, especialmente a partir de meados dos anos 70 (SCOTT, 2014). Essa abordagem se distancia dos estudos clássicos em organizações por deixar de conceber o ambiente como entidade externa à organização. Há enfoque em atributos ambientais mais específicos ao relacionamento interorganizacional; o nível de análise é expandido para estudos que envolvam populações, comunidades e campos organizacionais; e consideram-se facetas ambientais simbólicas através de elementos sociais e culturais, que atuam em conjunto com a dimensão econômica e material (RONALDO; FILHO; GON, 2008).

Existem duas abordagens teóricas diferentes das teorias institucionais: uma que trata o meio ambiente como uma instituição, assumindo que há um processo de reprodução ou uma cópia do amplo sistema social pelo nível organizacional; e o outro que trata a organização como uma instituição na qual o processo é gerado em um nível organizacional central (RONALDO; FILHO; GON, 2008).

O conceito de campo organizacional é central para a análise institucional (DIMAGGIO; POWELL, 1983), sendo considerado por Scott (2014) como o nível de maior significância para a teoria institucional. O tema ganhou destaque nos estudos organizacionais com Powell e DiMaggio (1991), que entendem, por campo organizacional, as organizações que, juntas, constituem uma área reconhecida da vida institucional: fornecedores-chave, consumidores, agências regulatórias e outras organizações que produzem produtos/serviços similares. Com um entendimento em torno de Powell e DiMaggio sobre o conceito de campo organizacional, Scott (2014) diz que os campos organizacionais são definidos pela presença de estruturas cognitivo-culturais ou normativas com um sistema regulador comum. O conceito de campo leva à existência de uma comunidade de organizações que compartilham sistemas de significados comuns e nos quais os participantes interagem com mais frequência (Scott, 1994: 207-208). Por definição, o isomorfismo é um processo restritivo que força uma unidade em uma população a se assemelhar às outras unidades que enfrentam o mesmo conjunto de condições ambientais (Powell e DiMaggio, 1991: 66). Quanto maiores as complexidades e pressões do ambiente,



menor o grau de liberdade de mudança. Em consequência, essas forças de dominação e poder, as organizações se tornariam mais semelhantes.

Powell e DiMaggio (1991) identificaram três mecanismos pelos quais as pressões para homogeneização podem ocorrer: isomorfismo regulatório, mimético e coercitivo. a) O isomorfismo coercitivo resulta da pressão formal ou informal de organizações que têm prevalência sobre outras. Assim, a mudança ou adaptação organizacional pode ocorrer como uma resposta direta a uma nova legislação ou modificações definidas pelo governo, ou normas impostas pelas matrizes das empresas às suas subsidiárias, ou por diretrizes impostas pela concorrência quando novas tecnologias ou produtos substitutos são criados. b) O isomorfismo mimético é caracterizado por imitação ou cópia de políticas, estratégias, estruturas, tecnologias, sistemas produtivos, produtos, serviços e práticas administrativas em geral, já testados e bem-sucedidos em organizações similares. c) O isomorfismo normativo decorre da profissionalização que estabelece um conjunto de regras e procedimentos definidos para a ocupação ou atividade específica. O processo de definição ou estruturação institucional consiste em quatro aspectos: o aumento da amplitude de interação entre as organizações no campo; o surgimento de estruturas de dominação e coalizão bem definidas; o aumento do número de informações; e o desenvolvimento da consciência mútua entre os participantes no campo (DIMAGGIO; POWELL, 1983).

Nessa perspectiva, as instituições podem influenciar fortemente os objetivos e crenças dos indivíduos, grupos e organizações. A atenção se volta para a relação de mútua influência entre organizações e campos organizacionais, por um lado, e estruturas normativas e culturais mais amplas, por outro. Essa perspectiva atenta para o modo como valores institucionalizados na sociedade permeiam estruturas e formas organizacionais, considerando necessário o enriquecimento de análises de aspectos instrumentais com reflexões acerca de elementos culturais e simbólicos no estudo organizacional (RONALDO; FILHO; GON, 2008). A institucionalização representa um processo condicionado pela lógica da conformidade às normas socialmente aceitas, bem como pela incorporação de um sistema de conhecimento construído ao longo da interação social, os quais constituem parâmetros para a concepção de realidade dos atores sociais e para a ação. Organizações, nesse sentido, articulam suas ações e estruturas com relação às características do contexto institucional em busca de legitimação e aceitação social.

Oftedal, Iakovleva e Foss (2018) buscando entender como a educação empreendedora deve ser posicionada institucionalmente, construíram escalas capazes de medir o efeito do contexto institucional universitário baseadas nessa teoria. Os autores adotaram a definição de Scott (2014, p. 56) na qual instituições são “elementos reguladores, normativos e cultural-cognitivos que, juntamente com atividades e recursos associados, proporcionam estabilidade e significado à vida social”. Scott (2014) coloca maior ênfase nas limitações ou demandas que o ambiente institucional impõe às organizações que tentam garantir sua própria sobrevivência, seja ela imposta por meio de elementos regulatórios, normativos ou cognitivo-culturais. O autor também descreve o ambiente institucional como o conjunto de regras e requisitos que as organizações devem respeitar para obter o apoio esperado e legitimidade do ambiente em que operam.

Assim, ao aplicar essa lente às instituições de ensino superior é possível dizer que essas instituições capacitam ou impedem que os agentes criem caminhos dentro de seu sistema existente (OFTEDAL; IAKOVLEVA; FOSS, 2018). Este estudo enxerga as universidades como estruturas institucionais, onde os contextos estão se equilibrando em uma rede de ideais, regras e normas formais e informais, além de crenças tomadas de forma que moldam o comportamento e fornecem contornos para organização.

Um ponto interessante levantado por Oftedal, Iakovleva e Foss (2018) diz respeito aos diferentes tipos de agências existentes dentro de uma estrutura e como elas podem ser relevantes para a interação dos alunos com seu contexto. Mutch (2007) sugere que os empreendedores são capazes de assumir uma postura autônoma e, como tal, estão mais afastados da estrutura institucional em termos de moldar suas intenções. No entanto, o sistema universitário é um contexto único por causa de sua limitação no tempo e sua alta importância para o agente. Os alunos, portanto, têm um impacto limitado no contexto universitário e se encaixam na descrição dos agentes iterativos (EMIRBAYER; MISCHÉ, 2002). O agente iterativo refere-se à repetição cuidadosa dos agentes de padrões passados de pensamento e ação com base em seu contexto. Essas atividades ajudam a sustentar identidades, interações e instituições ao longo do tempo. No âmbito da universidade, isso significa que o agente aceita a estrutura institucional e se esforça para se adaptar. Como tal, o processo de estruturação vai da instituição ao agente, significando que, ao formar

intenções, os alunos são influenciados pelo contexto da estrutura institucional (OFTEDAL; IAKOVLEVA; FOSS, 2018).

Diversos estudos abordaram o contexto em que os alunos se desenvolvem durante os estudos em instituições de ensino superior. Kraaijenbrink, Bos e Groen (2009) investigaram a relação entre intenção empreendedora, comportamento empreendedor, apoio universitário percebido e apoio universitário desejado. Saeed *et al.* (2015) desenvolveram ainda mais o estudo de Kraaijenbrink, Bos e Groen (2009) e sugeriram novas medidas em relação ao ambiente universitário. Eles descobriram que o apoio educacional e apoio ao desenvolvimento de negócios foram significativamente e positivamente relacionados com as intenções e atitudes do empreendedorismo. Além disso, Saeed *et al.* (2015) encontraram uma relação positiva entre mobilização de pesquisa, colaboração da indústria e políticas universitárias que apoiavam o empreendedorismo e as intenções e atitudes empreendedoras dos estudantes.

Turker e Selcuk (2009) desenvolveram escalas de apoio educacional, relacional e estrutural e as testaram em relação às intenções. Os resultados deste estudo fornecem evidências de que o apoio educacional e um ambiente universitário de apoio estão positivamente associados às intenções empreendedoras. O estudo mostra que o apoio estrutural, incluindo apoio do governo, disponibilidade de empréstimos e atitudes gerais em relação ao empreendedorismo em um país, estão positivamente associados às intenções empreendedoras.

Um estudo de Todorovic, Mcnaughton e Guild (2011) mostra que as universidades que fornecem apoio ao empreendedorismo alcançam um maior número de *spinouts* e patentes. Colocar os alunos em contato com a rede necessária para iniciar um novo negócio, organizar conferências ou workshops sobre empreendedorismo e oferecer trabalho de projeto que enfoque o empreendedorismo foi considerado o tipo mais importante de serviços de apoio solicitados por estudantes de uma universidade (DAVEY; PLEWA; STRUWIG, 2011).

Embora a visão geral acima da pesquisa indique um interesse emergente no contexto universitário, os estudos não parecem solidamente fundamentados na teoria e não alimentam a construção de teorias. Os resultados são mistos e muito poucas relações estatisticamente significativas não são, portanto, surpreendentes. O trabalho de Oftedal, Iakovleva e Foss (2018) é pioneiro nesse sentido, já que consegue

estabelecer um modelo que apresenta validade estatística. Abaixo são apresentadas as hipóteses orientadas teoricamente que nortearam a validação desse instrumento.

#### *A estrutura reguladora*

A estrutura reguladora adota uma perspectiva realista crítica em que os alunos lidam com estruturas formais que foram estabelecidas antes que o agente interaja com ela. Aqui, as regras e regulamentos existirão separadamente e objetivamente do aluno. Ainda assim, os alunos responderão à sua percepção das regras. O aluno interage com a dimensão reguladora, seguindo ou quebrando as regras e regulamentos formais. Assim, pode-se argumentar que a interação com regras e regulamentos formais deve afetar o aluno. Segundo Scott (2014), regras formais podem afetar a interação, através da constituição e regulação de atividades. Nessa concepção, os processos regulatórios envolvem a capacidade de estabelecer regras, inspecionar os outros de acordo com eles e, quando necessário, manipular sanções - recompensas ou punições na tentativa de influenciar o comportamento futuro. Para a natureza iterativa da agência estudantil, espera-se, portanto, que as regras formais que apoiem as atividades empreendedoras levem a maiores intenções empreendedoras. Isso leva à seguinte hipótese:

*H1 Existe uma relação direta e significativa entre a percepção dos agentes sobre a estrutura reguladora e sua intenção empreendedora.*

Para medir tal percepção, esse trabalho propôs a utilização da escala abaixo:

#### **Quadro 3 - Escala da dimensão reguladora do contexto universitário**

<b>Número</b>	<b>Afirmção</b>
1	Minha universidade patrocina atividades empresariais de estudantes (apoio a plano de negócios, competições, etc.)
2	Minha universidade apoia financeiramente a abertura de startups de estudantes e professores
3	Minha universidade incentiva os alunos a se envolverem em atividades empreendedoras
4	Minha universidade apoia novas ideias e abordagens inovadoras
5	As formas de incentivo são criadas a partir do feedback de todos os níveis da universidade

Fonte: Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)

#### *Estrutura normativa*

A legitimidade normativa é baseada em regras e normas informais. Mesmo que os procedimentos formais sejam propícios ao empreendedorismo e exista um conhecimento contextual, os estudos sobre empreendedorismo podem influenciar os alunos. Os sistemas normativos incluem valores e normas. Valores são concepções do preferido ou do desejável, juntamente com a construção de padrões aos quais as estruturas ou comportamentos existentes podem ser comparados e avaliados. As normas especificam como as coisas devem ser feitas, definem metas ou objetos, mas também designam maneiras apropriadas de persegui-las. Alguns valores e normas são aplicáveis a todos os membros do coletivo; outros tentam selecionar tipos de atores ou posições. Este último dá origem a papéis, metas e habilidades apropriadas para determinados indivíduos ou posições sociais específicas (SCOTT, 2014). Se o comportamento empreendedor for respeitado e observado, os alunos que seguirem esse caminho podem ser recompensados no contexto universitário. Portanto, sugerimos a seguinte hipótese:

*H2 Existe uma relação direta e significativa entre a percepção dos agentes sobre a estrutura normativa e sua intenção empreendedora.*

Para medir a percepção da dimensão normativa, este estudo utilizou a escala abaixo:

**Quadro 4 - Escala da dimensão normativa do contexto universitário**

<b>Número</b>	<b>Afirmação</b>
1	Colegas que começam seu próprio negócio são respeitados
2	Meus colegas admiram aqueles que estão começando suas próprias empresas
3	Meus colegas admiram para aqueles que desenvolvem suas próprias ideias
4	Meus colegas enxergam iniciativas empreendedoras como o “caminho para o sucesso”
5	Meus colegas admiram aqueles que têm muitas ideias
6	Ter seu próprio negócio é uma carreira respeitada

Fonte: Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)

*Estrutura cognitiva*

A legitimidade cognitiva lida com um comportamento aceitável baseado no conhecimento do que está dentro de um determinado contexto. Scott (2014, p. 67) descreve as estruturas cognitivas como a concepção compartilhada que constitui a natureza da realidade social e cria as estruturas pelas quais o significado é feito. A

dimensão cultural-cognitiva revela as estruturas cognitivas e informações sociais compartilhadas pelas pessoas em um determinado país ou região. Os elementos cognitivos das instituições são ideias compartilhadas representando as estruturas pelas quais o significado é feito (SCOTT, 2014). Sendo a mais informal das três dimensões (BRUTON; AHLSTROM, 2003), os elementos culturais-cognitivos indicam a percepção individual. Os pontos mencionados assumem um contexto em que tanto o corpo docente como os colegas têm conhecimento sobre desenvolvimento de ideias, investimento no mercado e criação de um negócio. Assim, argumenta-se a seguinte hipótese:

*H3 Existe uma relação direta e significativa entre a percepção dos agentes sobre a estrutura cognitiva e sua intenção empreendedora.*

Para medir a percepção da dimensão cognitiva, esse trabalho propôs a utilização da escala abaixo:

**Quadro 5 - Escala da dimensão cognitiva do contexto universitário**

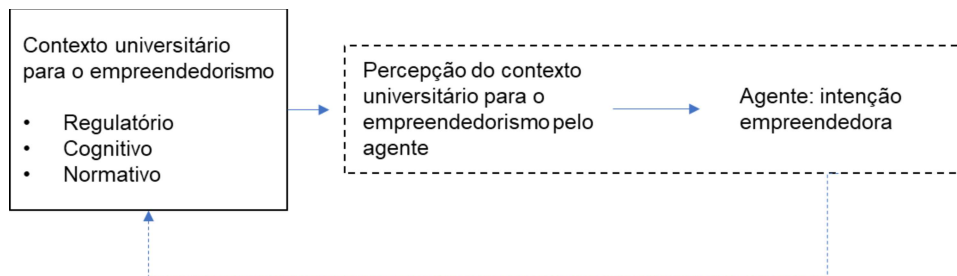
Número	Afirmção
1	Meus colegas sabem como lidar com os riscos associados a uma startup
2	Meus colegas têm as habilidades necessárias para iniciar seus próprios negócios
3	Meus colegas sabem quem pode ser útil no lançamento de uma startup
4	Meus colegas sabem onde obter informações sobre como iniciar seu próprio negócio
5	Meus colegas sabem os procedimentos para iniciar seus próprios negócios
6	Meus colegas sabem como desenvolver suas próprias ideias de negócio
7	Eu recebo bons conselhos dos meus professores no desenvolvimento de minhas ideias de negócio
8	Meus professores estão abertos às minhas ideias
9	Meus professores tem um bom conhecimento de como comercializar uma ideia

Fonte: Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)

Com base na visão institucional de Scott (2014), Oftedal, Iakovleva e Foss (2018) afirmam que o contexto universitário estabelece premissas através do pilar regulador, cognitivo e normativo de influência, e que a percepção dos alunos desse contexto universitário forma sua intenção empreendedora. O modelo de análise estabelece o efeito de influência na primeira parte do processo de estruturação. A estruturação da universidade indica uma forte ligação positiva entre o contexto

universitário e as intenções dos alunos (OFTEDAL; IAKOVLEVA; FOSS, 2018). Isso é apresentado na Figura 1.

**Figura 1 - Modelo de análise: um modelo institucional para reconhecimento de intenção de empreendedorismo do estudante**



Fonte: adaptado de Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)

Este modelo concentra-se em estabelecer a influência da instituição para o aluno. O ciclo de feedback das intenções empreendedoras em relação às estruturas da universidade é uma parte importante do processo de estruturação. Esta parte do modelo está, no entanto, além do escopo do modelo. Também cabe ressaltar que o constructo “reconhecimento de oportunidade” que foi objeto de estudo de Oftedal, Iakovleva e Foss (2018) não faz parte do escopo desse trabalho.

## 5. MÉTODO

Neste capítulo é apresentado o método de pesquisa, incluindo sua caracterização, seu contexto, bem como a descrição dos procedimentos metodológicos referentes a coleta e análise dos dados. A lógica da pesquisa se baseia na verificação e validação do questionário e escala da pesquisa original de Oftedal, Iakovleva e Foss (2018) com o objetivo de mensurar o efeito do contexto universitário brasileiro sobre as intenções empreendedoras dos estudantes.

### 5.1. Caracterização da pesquisa

Essa pesquisa apresenta um caráter quantitativo do tipo exploratório e descritivo. A abordagem quantitativa “é um meio para testar teorias objetivas, examinando a relação entre as variáveis” através de instrumentos com o fim de analisar os dados numéricos através de procedimentos estatísticos (CRESWELL, 2010, p.27). Por recorrer à linguagem matemática, essa abordagem que é considerada dedutiva, estabelece proteção contra vieses e controle de explicações alternativas que permite generalizações e replicação de achados (GIL, 2002).

Em relação aos seus objetivos, essa pesquisa é do tipo exploratória para facilitar uma maior familiaridade com o problema e estruturar hipóteses, e descritiva para caracterizar o fenômeno e estabelecer a relação entre as variáveis (GIL, 2002).

A figura abaixo ilustra as etapas de pesquisa realizadas nesse trabalho.

**Figura 2 - Delineamento da pesquisa**

Etapa 1 Revisão teórica	Busca de referências, seleção e leitura da bibliografia
	Análise das teorias e redação do projeto de pesquisa
Etapa 2 Escolha do método	Identificação de pesquisas anteriores sobre a relação da universidade e o empreendedorismo
	Análise e escolha de pesquisas/autores base para o método deste trabalho
Etapa 3 Elaboração do instrumento de coleta	Elaboração do questionário
	Pré-teste
Etapa 4 Coleta de dados	Refinamento do questionário após o pré-teste
	Divulgação do questionário
Etapa 5 Análise dos dados	Verificação, análise e interpretação dos dados
	Apresentação dos resultados

Fonte: elaborado pela autora.



A partir do aprofundamento no tema realizado no referencial teórico, optou-se por adaptar a pesquisa conduzida por Oftedal, Iakovleva e Foss (2018) com alunos de ensino superior para análise da relação entre o contexto universitário, as intenções empreendedoras dos estudantes e sua percepção de oportunidade no cenário brasileiro. A abordagem qualitativa se justifica pela utilização de uma escala com quatro construtos validados por dados coletados através de uma *survey*.

Uma *survey* tem como objetivo contribuir para o conhecimento de uma área particular de interesse através da coleta de dados sobre indivíduos ou sobre os ambientes desses indivíduos (FORZA, 2002), feita normalmente através de questionário ou de entrevistas com um grande número de indivíduos, sem a intervenção dos pesquisadores.

## **5.2. Contexto da pesquisa**

Os alunos do ensino superior brasileiro representam a população alvo dessa pesquisa. No Brasil, há cerca de 8,3 milhões de estudantes matriculados no nível superior em uma das mais de 2400 instituições que atuam nessa modalidade de ensino, de acordo com último Censo do ensino superior, publicado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep) do Ministério da Educação (MEC) em 2017.

Em pesquisas sobre intenção empreendedora, amostras de estudantes são comumente usadas (MINOLA; DONINA; MEOLI, 2016). A pesquisa original, replicada nesse trabalho, fez parte de um projeto de dez universidades estabelecidas em cinco países (duas na Noruega, duas na Suécia, duas na Finlândia, duas no Reino Unido e duas nos EUA) com a participação de 196 estudantes (OFTEDAL; IAKOVLEVA; FOSS, 2018). As três hipóteses deste trabalho também derivam desse mesmo estudo, mas até o momento não foram testadas em países em desenvolvimento. Ao buscar replicá-la no Brasil, foi selecionada uma amostra não probabilística composta por alunos de instituições de ensino superior brasileiras.

A amostra selecionada foi obtida através da divulgação do questionário em redes sociais. O único requisito para responder ao questionário era estar matriculado em uma instituição de ensino superior, seja na graduação ou pós-graduação. Após

dois meses de coleta, 265 respondentes responderam o questionário. A descrição detalhada da amostra se encontra no capítulo 6.

### 5.3. Procedimentos de coleta

Já explorado na sessão da fundamentação teórica, uma pesquisa do tipo *survey* foi utilizada para aferir a percepção de estudantes sobre as dimensões reguladora, cognitiva e normativa do contexto universitário.

Para a coleta foi utilizado um questionário do tipo estruturado construído através da plataforma *Google Forms*, baseado no trabalho de Oftedal, Iakovleva e Foss (2018). O rigor metodológico foi mantido no processo de tradução e retrotradução do questionário. A escala foi construída com uma escala Likert de sete pontos, de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente).

Após a preparação do questionário online, o mesmo foi aplicado a um grupo de 6 estudantes aleatórios para pré-avaliação em novembro de 2019. Com base nessa pré-avaliação, foram realizadas adequações de linguagem para torná-lo mais compreensível para o público alvo, além de textos de apoio para esclarecer o conceito de algumas palavras.

A coleta de dados ocorreu entre dezembro de 2019 e janeiro de 2020 através de formulário online divulgado em redes sociais. O principal meio de disseminação e busca de respondentes foi o Facebook pela facilidade de encontrar grupos de interesse para a pesquisa. Foram escolhidos grupos relacionados a diversas profissões, bolsistas de órgãos de fomento, interessados em empreendedorismo, IES brasileiras, etc. Além deste, também houve divulgação no LinkedIn, Twitter e para contatos pessoais da pesquisadora. Foram realizadas diversas postagens para engajar o público desses grupos a responder a pesquisa durante os dois meses de coleta de dados, resultando em 265 respondentes. O estudo foi de corte transversal único, coletando informações uma única vez da amostra selecionada (MALHORTA, 2004).

Foram retirados os dados de 17 respondentes por não se enquadrarem na população alvo, ou seja, alunos que no momento estivessem matriculados em uma instituição de ensino superior brasileira reconhecida pelo MEC. Após o tratamento

qualitativo dos dados, a validação da escala e análise dos resultados foi realizada com os dados de 248 indivíduos.

#### 5.4. Procedimentos de análise

Antes de iniciar a análise, os dados obtidos foram submetidos a testes de qualidade para garantir sua normalidade, homoscedasticidade e linearidade. Esse procedimento é indicado para qualquer pesquisador que pretenda aplicar uma técnica multivariada (HAIR Jr. et al, 2005). A análise e todos os testes foram realizados com o auxílio do programa Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Os seguintes tratamentos foram aplicados aos dados inicialmente:

- Dados omissos: a ausência de dados pode afetar a generalidade dos resultados, por isso, as razões que levaram a perda de dados devem ser identificadas (HAIR Jr. et al, 2005). Os dados omissos também não devem ser superiores a uma faixa de 5% a 10% das respostas de uma variável e essa omissão deve ser aleatória (KLINE, 1998).
- Valores atípicos (outliers): não foi verificada a existência de respondentes com padrões de resposta muito diferentes dos demais. O método aplicado foi o de Score Z, baseado na média e desvio padrão (CORRAR *et al.*, 2011);
- Normalidade: foi verificado que os valores de assimetria e curtose estavam dentro dos indicados por Hair Jr. et al (2005), garantindo a normalidade dos dados;
- Linearidade: através dos diagramas de dispersão, foi possível garantir a linearidade das variáveis (HAIR Jr. et al, 2005).

Após a confirmação da adequação dos dados, os construtos passaram por testes de confiabilidade composta e variância extraída. Hair Jr. et al (2005) indicam que a confiabilidade composta deve ser maior que 0,7 e que a variância extraída deve estar acima de 0,5. Replicando a técnica utilizada por Oftedal, Iakovleva e Foss (2018), também foi feita a análise da confiabilidade dos dados gerados pela escala através do Alfa de Cronbach. Esse teste mede a consistência interna, de forma que

os itens ou indicadores individuais da escala meçam o mesmo construto e possam ser intercorrelacionados (CORRAR *et al.*, 2011).

A escala utilizada nesse estudo obteve resultado satisfatório. Os procedimentos qualitativos e estatísticos dos resultados da escala se encontram detalhados no capítulo 6 que trata dos resultados da pesquisa.

Após a análise estatística, buscou-se a confirmação das hipóteses do modelo conceitual. Nessa fase descritiva, foram realizados testes de comparação das médias através de análise multivariada de variância, testes de correlação e análises de regressão múltipla.

A análise de variância (ANOVA) é uma técnica estatística utilizada para determinar se as amostras de dois ou mais grupos sugerem populações com médias iguais (HAIR Jr. *et al.*, 2005).

Por considerara variável “intenção empreendedora” como a única dependente, esse estudo utilizou a técnica de regressão linear múltipla para a análise dos dados coletados. Essa técnica é indicada para analisar a relação entre uma única variável dependente e duas ou mais variáveis independentes (CORRAR *et al.*, 2011). Os resultados da análise se encontram detalhados no capítulo 6 que trata dos resultados da pesquisa.

## 6. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Para iniciar a apresentação dos resultados desse trabalho, é importante retomar as hipóteses levantadas na fundamentação teórica:

*H1 Existe uma relação direta e significativa entre a percepção dos agentes sobre a estrutura reguladora e sua intenção empreendedora.*

*H2 Existe uma relação direta e significativa entre a percepção dos agentes sobre a estrutura normativa e sua intenção empreendedora.*

*H3 Existe uma relação direta e significativa entre a percepção dos agentes sobre a estrutura cognitiva e sua intenção empreendedora.*

Esse capítulo apresenta a validação da escala proposta, bem como a testagem empírica das relações propostas nas hipóteses levantadas.

### 6.1. Adaptação da escala

Conforme mencionado nos capítulos anteriores, a escala escolhida para a mensuração da intenção empreendedora e a percepção do contexto universitário dos estudantes de ensino superior brasileiro foi a mesma utilizada por Oftedal, Iakovleva e Foss (2018). Essa escala possui quatro construtos que medem a intenção empreendedora dos estudantes e a percepção dos mesmos sobre o contexto universitário quanto sua estrutura reguladora, normativa e cognitiva.

Como a escala original foi desenvolvida em um projeto de dez universidades estabelecidas em cinco países desenvolvidos (EUA, Finlândia, Noruega, Reino Unido e Suécia) e aplicada apenas a alunos de escola de negócios das universidades participantes, foi necessário adaptá-la antes de prosseguir com sua validação para o contexto brasileiro.

Primeiro, a escala de Oftedal, Iakovleva e Foss (2018) foi traduzida do inglês para o português pela autora desse trabalho. O processo de retrotradução também foi realizado pela autora. O questionário então passou por uma pré-avaliação em novembro de 2019 com seis estudantes. Essa etapa revelou a necessidade de inserção de textos de apoio.

Os respondentes indicaram que a pesquisa era fácil compreensão, pois se baseava nas percepções individuais. Entretanto, foi perceptível nas respostas que a maioria não possuía conhecimento ou percebia negativamente as iniciativas de sua instituição para a promoção do empreendedorismo quando foram analisadas as respostas relacionadas a estrutura reguladora.

Entre os pontos negativos, os respondentes indicaram a aparente semelhança entre as questões referentes a estrutura normativa e cognitiva, construtos que apresentam o maior número de indicadores. Também foi identificado que os termos “respeito” e “admiração” utilizados para medir a percepção da estrutura normativa precisavam ser melhor entendidos pelos respondentes e a solução encontrada foi inserir uma descrição a essa questão: “Avalie se essa é uma ação considerada como desejável pelos seus colegas”.

Finalizada a etapa de pré-avaliação, a escala foi atualizada e disponibilizada na plataforma *Google Forms*. A versão final não expôs os respondentes a nomenclatura dos construtos. Para facilitar a compreensão, optou-se por utilizar os termos abaixo:

**Quadro 6 - Construtos da escala, sua identificação no questionário e seus indicadores**

<b>Construto</b>	<b>Identificação no questionário</b>	<b>Indicadores</b>
Intenção Empreendedora (IE)	Sobre mim	IE1, IE2, IE3, IE4
Variáveis de controle	Sobre mim	G, N, EA, DO
Estrutura Reguladora (ER)	Sobre a minha universidade	ER1, ER2, ER3, ER4
Estrutura Normativa (EN)	Sobre a minha turma	EN1, EN2, EN3, EN4, EN5, EN6
Estrutura Cognitiva (EC)	Sobre os meus colegas e professores	EC1, EC2, EC3, EC4, EC5, EC6, EC7, EC8, EC9

Fonte: elaborado pela autora.

Além das questões referentes a escala, também foram inseridas outras questões como gênero, idade, instituição em que está matriculado, modalidade de ensino e nível de ensino para caracterizar a amostra. As questões referentes a conclusão de disciplina de empreendedorismo, experiência profissional, experiência empreendedora e obrigatoriedade de disciplina de empreendedorismo no currículo serviram como variáveis de controle. O questionário em sua integralidade está disponível no Apêndice I.

Após a adequação qualitativa do instrumento, a sua divulgação foi iniciada em 3 de dezembro de 2019. Durante o período de coleta, a autora semanalmente realizou publicações em redes sociais como o Facebook, Twitter e LinkedIn, além de enviar mensagens em grupos de WhatsApp. A estratégia mais exitosa na obtenção de uma amostra significativa, foi a divulgação em mais de 20 grupos ativos do Facebook. A pesquisadora solicitou acesso a grupos públicos e privados com pelo menos 1000 membros dessa rede social, antes e durante o período de coleta. Foram escolhidos grupos relacionados a atividades profissionais que necessitam formação superior, grupos de diversas universidades brasileiras e grupos de apoio ao empreendedorismo.

O questionário online recebeu respostas até o dia 16 de janeiro de 2020, totalizando 266 respondentes.

## **6.2. Caracterização da amostra e qualidade dos dados**

Seguindo os padrões descritos no capítulo do método, os dados, antes de serem analisados foram preparados e verificados. Não foram encontrados valores omissos, porém, durante varredura no banco de dados foi necessário corrigir erros de digitação nos campos que estavam abertos no questionário: curso e instituição. Através dessas informações, foi possível criar novas categorias como organização acadêmica, categoria administrativa e área.

Para caracterizar corretamente cada instituição segundo sua organização acadêmica e categoria administrativa, foram utilizados os dados das instituições credenciadas no Portal do Ministério da Educação<sup>1</sup>. A categorização por região do Brasil não foi realizada já que algumas universidades possuem campus em mais de uma região e a confirmação dessa informação não foi realizada pelo respondente.

A categoria “área” foi criada de acordo com a sugestão de Minola, Donina e Meoli (2016), resultando em três grandes grupos: Ciências Naturais, Ciências Sociais e Negócios e Economia. Abaixo é possível observar quais cursos integram cada categoria da amostra:

### **Quadro 7 - Áreas de conhecimento da amostra**

---

<sup>1</sup> Disponível para consulta em <http://emec.mec.gov.br/>.

Ciências Naturais	Ciências Sociais	Negócios e Economia
Agronomia, Análise de Sistemas, Arquitetura, Biologia, Bioquímica, Bioquímica, Biotecnologia, Ciência da Computação, Enfermagem, Engenharias, Farmácia, Medicina, Química, TI.	Ciências Sociais, Comunicação, Design, Direito, Educação, Filosofia, História, Letras, Pedagogia, Psicologia, Publicidade, Relações Internacionais, Relações Públicas, Serviço Social, Sociologia, Turismo.	Administração, Ciências Contábeis, Economia.

Fonte: dados da pesquisa.

Foram eliminadas as respostas de 18 indivíduos que não estavam vinculados à uma instituição de ensino superior no momento do preenchimento do questionário, logo não faziam parte da população estudada. Os dados dos demais respondentes atingiram os patamares aceitos por Kline (1998) e Hair Jr. et al. (2005) quanto à multicolinearidade, normalidade, linearidade e homoscedasticidade para prosseguir com a análise (Apêndice II). Também não foram encontrados *outliers* na amostra quando analisadas as médias e desvio-padrão de cada variável. A Tabela 7 apresenta as categorias dos 248 estudantes com respostas válidas:

#### Quadro 8 - Caracterização da amostra

Gênero	Nº de alunos	%	Organização Acadêmica	Nº de alunos	
					%
Feminino	123	49,60%	Centro Universitário	25	10,16%
Masculino	122	49,19%	Faculdade	25	10,16%
Não binário	2	0,81%	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia	9	3,66%
Prefiro não informar	1	0,40%	Universidade	189	76,02%
Total Geral	248	100,00%	Total Geral	248	100,00%
Categoria Administrativa	Nº de alunos	%	Idade	Nº de alunos	%
Privada com fins lucrativos	44	17,89%	Até 20 anos	41	16,26%
Privada sem fins lucrativos	76	30,49%	21 - 25 anos	99	40,24%
Pública Estadual	33	13,41%	26 - 30 anos	55	21,95%
Pública Federal	93	37,40%	31 - 35 anos	30	12,20%
Pública Municipal	2	0,81%	Mais de 36 anos	23	9,35%
Total Geral	248	100,00%	Total Geral	248	100,00%
Área	Nº de alunos	%	Nível	Nº de alunos	%
Ciências Naturais	123	49,59%	Doutorado	26	10,16%
Ciências Sociais	63	25,61%	Graduação	186	75,21%
Negócios e Economia	62	24,80%	Mestrado	36	14,63%
Total Geral	248	100,00%	Total Geral	248	100,00%
Já cursou disciplina de empreendedorismo	Nº de alunos	%	Disciplina de empreend. obrigatória	Nº de alunos	%
Sim	90	36,29%	Sim	98	39,52%
Não	158	63,71%	Não	150	60,48%



Total Geral	248	100,00%	Total Geral	248	100,00%
<b>Está trabalhando</b>	<b>Nº de alunos</b>	<b>%</b>	<b>Empreendedor ou autônomo</b>	<b>Nº de alunos</b>	<b>%</b>
Sim	133	53,63%	Sim	69	27,82%
Não	115	46,37%	Não	179	72,18%
Total Geral	248	100,00%	Total Geral	248	100,00%

Fonte: dados da pesquisa.

Percebe-se que a amostra é majoritariamente composta por alunos de graduação em Ciências Naturais, vinculados a universidades públicas e privadas. A lista das instituições representadas nesse estudo se encontra no Apêndice III. Cerca de 78% da amostra tem menos de 30 anos e a quantidade de alunos por gênero é equilibrada.

Menos de 40% da amostra já cursou uma disciplina de empreendedorismo na instituição na qual está matriculado, quase na mesma proporção estão os alunos que possuem uma atividade acadêmica de empreendedorismo obrigatória no seu currículo.

A maioria dos estudantes trabalha (53,6%), porém, apenas cerca de 28% já teve ou está tendo uma experiência profissional como empreendedor ou autônomo.

### 6.3. Confiabilidade dos construtos

A fim de testar a confiabilidade dos construtos e do modelo como um todo para o contexto brasileiro, o instrumento foi submetido a testes de análise fatorial, confiabilidade composta e variância média extraída (CORRAR *et al.*, 2011). A seguir serão explorados os resultados obtidos por cada construto separadamente.

#### 6.3.1. *Intenção empreendedora*

A escala de intenção empreendedora original apresenta as seguintes variáveis:

#### Quadro 9 - Indicadores de Intenção Empreendedora (IE)

Indicador	Descrição
EI1	Penso seriamente em criar uma empresa
EI2	Meu objetivo profissional é me tornar um empreendedor
EI3	Pretendo fundar uma empresa em até cinco anos após a finalização do meu curso
EI4	Eu preferiria ser autônomo em vez de ser empregado de alguém

Fonte: Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)

Na matriz de correlação, o menor índice de correlação foi encontrado entre as variáveis IE2 e IE4, entretanto, ele ainda é aceitável por estar acima de 0,6. As variáveis IE1 e IE2 se sobrepõem, uma vez que apresentam um índice de correlação de 0,861, quando o indicado é de que ele não ultrapasse 0,85. Apesar da sobreposição, optou-se por manter todas as variáveis a fim de preservar a integralidade da escala original e pelo índice não ser tão superior ao esperado.

O Apêndice IV apresenta todos os testes realizados para encontrar os índices apresentados abaixo:

**Tabela 1 - Confiabilidade do construto Intenção Empreendedora (IE)**

	$\alpha$	CC	VME
Índices encontrados	0,919	0,943	0,806
Índices recomendados	>0,7	>0,7	>0,5

Legenda:  $\alpha$  – alfa de Cronbach; CC – confiabilidade composta, VME – variância média extraída.

Fonte: dados da pesquisa.

Verifica-se que todos os índices estão acima do recomendado pela literatura.

### 6.3.2. Estrutura reguladora

A escala de percepção da estrutura reguladora original apresenta as seguintes variáveis:

**Quadro 10 - Indicadores da Estrutura Reguladora do contexto universitário**

Indicador	Descrição
ER1	Minha universidade patrocina atividades empresariais de estudantes (apoio a plano de negócios, competições, etc.)
ER2	Minha universidade apoia financeiramente a abertura de startups de estudantes e professores
ER3	Minha universidade incentiva os alunos a se envolverem em atividades empreendedoras
ER4	Minha universidade apoia novas ideias e abordagens inovadoras
ER5	As formas de incentivo são criadas a partir do feedback de todos os níveis da universidade

Fonte: Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)

Na análise dos índices de correlação, observou-se que a correlação entre o indicador ER2 e ER5 está um pouco abaixo do recomendado (ver Apêndice V). Os

demais indicadores se encontram dentro da margem esperada. Os demais testes de confiabilidade também apresentaram ótimos resultados:

**Tabela 2 - Confiabilidade do construto Estrutura Reguladora (ER)**

	$\alpha$	CC	VME
Índices encontrados	0,917	0,937	0,751
Índices recomendados	>0,7	>0,7	>0,5

Legenda:  $\alpha$  – alfa de Cronbach; CC – confiabilidade composta, VME – variância média extraída.

Fonte: dados da pesquisa.

### 6.3.3. Estrutura Normativa

A escala de percepção da estrutura normativa de Oftedal, Iakovleva e Foss (2018) possui as seguintes variáveis:

**Quadro 11 - Indicadores da estrutura normativa do contexto universitário**

Indicador	Descrição
EN1	Colegas que começam seu próprio negócio são respeitados
EN2	Meus colegas admiram aqueles que estão começando suas próprias empresas
EN3	Meus colegas admiram para aqueles que desenvolvem suas próprias ideias
EN4	Meus colegas enxergam iniciativas empreendedoras como o “caminho para o sucesso”
EN5	Meus colegas admiram aqueles que têm muitas ideias
EN6	Ter seu próprio negócio é uma carreira respeitada

Fonte: Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)

A análise dos índices de correlação dessa escala foi insatisfatória, houve baixa correlação entre quase todos os indicadores, com exceção de EN1 – EN2; EN2 – EN5 e EN4 – EN6, como pode se observar no Apêndice VI. Apesar do resultado, o construto foi utilizado posteriormente em sua integralidade para testar uma das hipóteses desse trabalho já que os demais testes apresentaram resultados aceitáveis:

**Tabela 3 - Confiabilidade do construto Estrutura Normativa (EN)**

	$\alpha$	CC	VME
Índices encontrados	0,884	0,913	0,637
Índices recomendados	>0,7	>0,7	>0,5

Legenda:  $\alpha$  – alfa de Cronbach; CC – confiabilidade composta, VME – variância média extraída.

Fonte: dados da pesquisa.

### 6.3.4. Estrutura Cognitiva

A última dimensão do contexto universitário, a estrutura cognitiva, possui as seguintes variáveis:

**Quadro 12 - Indicadores da estrutura cognitiva do contexto universitário**

Indicador	Descrição
EC1	Meus colegas sabem como lidar com os riscos associados a uma startup
EC2	Meus colegas têm as habilidades necessárias para iniciar seus próprios negócios
EC3	Meus colegas sabem quem pode ser útil no lançamento de uma startup
EC4	Meus colegas sabem onde obter informações sobre como iniciar seu próprio negócio
EC5	Meus colegas sabem os procedimentos para iniciar seus próprios negócios
EC6	Meus colegas sabem como desenvolver suas próprias ideias de negócio
EC7	Eu recebo bons conselhos dos meus professores no desenvolvimento de minhas ideias de negócio
EC8	Meus professores estão abertos às minhas ideias
EC9	Meus professores têm um bom conhecimento de como comercializar uma ideia

Fonte: Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)

Como esse construto avalia a percepção de dois grupos distintos, colegas e professores, a matriz de correlação também mostra que os índices que se referem aos alunos possuem maior correlação entre si do que aos que se referem aos professores e vice-versa (verificar Apêndice VII). Os demais testes também obtiveram resultados satisfatórios:

**Tabela 4 - Confiabilidade do construto Estrutura Cognitiva (EC)**

	$\alpha$	CC	VME
Índices encontrados	0,942	0,947	0,669
Índices recomendados	>0,7	>0,7	>0,5

Legenda:  $\alpha$  – alfa de Cronbach; CC – confiabilidade composta, VME – variância média extraída.

Fonte: dados da pesquisa.

### 6.3.5. Criação de variáveis

A fim de criar uma única variável para cada construto do contexto universitário e prosseguir com a regressão linear, utilizou-se a técnica de média simples entre os indicadores da estrutura reguladora, normativa e cognitiva (Apêndice VIII). Os

resultados dos outros testes de confiabilidade dos construtos acima analisados foram sintetizados na tabela abaixo:

**Tabela 5 - Confiabilidade dos construtos**

Construtos	$\alpha$	CC	VME
Intenção Empreendedora	0,919	0,943	0,806
Estrutura Reguladora	0,917	0,937	0,751
Estrutura Normativa	0,884	0,913	0,637
Estrutura Cognitiva	0,942	0,947	0,669

Legenda:  $\alpha$  – alfa de Cronbach; CC – confiabilidade composta, VME – variância média extraída.

Fonte: dados da pesquisa.

Como os construtos ER, EN e EC são as variáveis simples criadas pela média de seus indicadores, é importante verificar sua discriminância para determinar se existem diferenças significativas entre as características de cada construto (CORRAR *et al.*, 2011). O teste de Fornell e Larcker (1981) recomenda que a variância extraída de cada construto seja maior que as variâncias compartilhadas entre os construtos (correlações ao quadrado). Neste sentido, verificam-se variâncias compartilhadas menores que as variâncias extraídas, ou seja, há validade discriminante (Tabela 6).

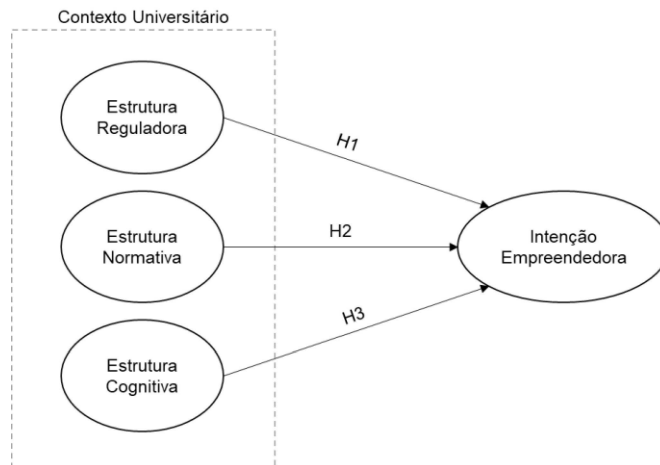
**Tabela 6 - Análise discriminante do contexto universitário**

	ER	EC	EN
ER	<b>0,751048</b>		
EC	0,114244	<b>0,637795</b>	
EN	0,407044	0,174724	<b>0,661582</b>

Fonte: dados da pesquisa.

#### 6.4. Testando as hipóteses

Após a validação da escala de Oftedal, Iakovleva e Foss (2018) para o contexto brasileiro, apresentada acima, realizou-se o teste das hipóteses levantadas no modelo conceitual (Figura 3).

**Figura 3 - Hipóteses do modelo conceitual**

Fonte: elaborado pela autora.

Para a verificação das hipóteses, foi empregada a técnica de regressão linear múltipla. A análise de regressão múltipla é uma técnica indicada para analisar a relação entre uma única variável dependente e duas ou mais variáveis independentes ou preditoras (CORRAR *et al.*, 2011). A variável dependente é IE (intenção empreendedora), enquanto ER (estrutura reguladora), EN (estrutura normativa) e EC (estrutura cognitiva) são independentes.

As variáveis de controle foram calculadas através de *dummies*. Alunos do sexo feminino receberam uma pontuação de “0” e estudantes do sexo masculino pontuação de “1”. Os alunos com experiência empreendedora (EA) foram codificados como “1”, os sem essa experiência foram codificados como “0”. Também foi criada uma *dummy* para o nível do curso, bacharelado (0) e pós-graduação (1), e para a inscrição em disciplina de empreendedorismo, obrigatória (1) ou eletiva (0).

Abaixo se encontram os resultados da regressão realizada:

**Tabela 7 - Resultado da regressão linear**

	<b>Modelo</b>
VD	IE
VI	ER, EC, EN
Controle	G, N, EA, DO
R <sup>2</sup>	0,291
Sig F	0,000
ER	- 0,159*
EC	0,269**
EN	- 0,016
G	0,144**
N	- 0,188**
EA	0,296**

DO	0,160**
Durbin-Watson	2,047

Nota: VD (variável dependente), VI (variável independente), IE (intenção empreendedora), ER (estrutura reguladora), EC (estrutura cognitiva), EN (estrutura normativa), G (gênero masculino), N (nível de ensino – pós-graduação), EA (Tenho ou tive minha própria empresa / Sou ou já fui autônomo), DO (Meu curso possui disciplina(s) obrigatória(s) de empreendedorismo).  
\* sig a 0,05 / \*\* sig a 0,01

Fonte: dados da pesquisa.

O  $r^2$  (coeficiente de determinação) do modelo indica que 29,1% da variação na variável dependente “intenção empreendedora” é explicada pelas variações ocorridas nas variáveis independentes ER, EN e EC e variáveis de controle.

Como o *Sig.* (F) do modelo é menor que  $\alpha$  (0,05), rejeita-se a hipótese de que o  $r^2$  é igual a zero. Pelo menos uma das variáveis independentes exerce influência sobre a intenção empreendedora. O modelo é significativo como um todo.

Para garantir a ausência de autocorrelação serial, foi realizado o teste Durbin-Watson (DW). A autocorrelação significa que os erros de observações adjacentes são correlacionados. Se os erros estiverem correlacionados, a regressão de mínimos quadrados pode subestimar o erro padrão dos coeficientes. Os erros padrão subestimados podem fazer com que seus preditores pareçam significativos quando eles não são. Seguindo as orientações de Corrar *et al.* (2011), valores de estatística DW próximos a 2 atendem o pressuposto. Logo, os resultados obtidos, no nível de confiança 0,05, atendem os requisitos da regressão.

As quatro variáveis de controle apresentaram relação significativa com a variável dependente e sozinhas explicam 22,4% da variação das intenções. Primeiro, ser homem está correlacionado com uma maior intenção empreendedora. O resultado corrobora com o encontrado pelo estudo original, mas não é tão forte quanto naquele contexto (OFTEDAL; IAKOVLEVA; FOSS, 2018).

Diferente da relação direta encontrada por Oftedal, Iakovleva e Foss (2018), alunos de pós-graduação não estão mais inclinados a terem maiores intenções empreendedoras. Essa disparidade no resultado pode ser explicada pelas características da pós-graduação no Brasil. A formação se mantém majoritariamente acadêmica, assim como as expectativas de carreira dos egressos (ANDRADE, 2014).

Como esperado pela análise dos resultados da pesquisa original (OFTEDAL; IAKOVLEVA; FOSS, 2018), o maior fator preditivo é experiência prévia com a atividade empreendedora, uma vez que subentende-se que essa é uma etapa posterior ao surgimento da intenção empreendedora.

O modelo também demonstra que a existência de disciplina obrigatória de empreendedorismo influencia positivamente no desenvolvimento de intenção empreendedora. Esse resultado difere da relação negativa obtida por Oftedal, Iakovleva e Foss (2018). Logo, não há sustentação para o argumento de Oosterbeek, Van Praag e Ijsselstein (2010), que encontraram associação negativa entre educação empreendedora e intenções de iniciar um negócio. Ele sugeriu que os alunos que frequentam aulas com altos níveis de motivação podem aumentar suas intenções de *start-up*, enquanto aqueles que vêm porque são formalmente obrigados a fazer o curso obrigatório podem experimentar uma diminuição de intenções.

A seguir, será discutido os resultados das hipóteses levantadas nesse estudo:

*H1 Existe relação direta e significativa entre a percepção dos agentes sobre a estrutura reguladora e sua intenção empreendedora.*

Os resultados demonstrados suportam parcialmente a hipótese 1. Apesar da relação ser significativa, ela não é direta. Por ser significativa, as descobertas desse trabalho ressoam com os resultados de outros estudos que examinam a importância das instituições reguladoras e o impacto do papel da lei no comportamento (SCOTT, 1995; BUSENITZ ET AL., 2000; OFTEDAL; IAKOVLEVA; FOSS, 2018). Os resultados se somam à literatura sobre os efeitos das instituições (isto é, as regras formais do jogo) e sobre as intenções que precedem o comportamento humano (GNEEZY E RUSTICHINI, 2000). Afirmamos que regras e leis formais têm um poder expressivo. Entretanto, as regras e leis formais do contexto universitário brasileiro influenciam negativamente o comportamento empreendedor. Esse achado difere dos resultados encontrados em outros países (COOTER, 2000; OFTEDAL; IAKOVLEVA; FOSS, 2018).

Essa constatação pode ser interpretada como a ausência ou inadequação de políticas e programas institucionais voltados ao empreendedorismo no Brasil. O que as IES brasileiras oferecem hoje aos seus estudantes a nível de programas de incentivo e fomento, desmotiva. No caso da amostra utilizada nesse estudo, 63,5% indicou percepção negativa ou desconhecimento quanto ao incentivo ao empreendedorismo dentro da sua IES. Importante notar que 22,5% dos estudantes não percebem nenhuma forma de incentivo ao empreendedorismo, havendo alunos de Administração entre eles. Esse resultado aponta que não houve mudança na



percepção dos estudantes brasileiros quanto ao apoio formal da universidade ao empreendedorismo nos últimos 5 anos (SEBRAE; ENDEAVOR, 2016).

Chama atenção na análise das respostas dos alunos, que estudantes da mesma IES, matriculados no mesmo curso, possuem percepções opostas da estrutura reguladora da sua instituição quanto ao apoio ao empreendedorismo. Esse achado merece estudo mais aprofundado.

*H2 Existe relação direta e significativa entre a percepção dos agentes sobre a estrutura normativa e sua intenção empreendedora.*

Os resultados indicam uma relação positiva e significativa entre a dimensão normativa e intenção empreendedora, suportando a hipótese 2. A dimensão normativa refere-se à “norma coletiva” dentro de uma certa estrutura institucional. Além disso, baseia-se em valores e na maneira respeitada e admirada de se comportar. Esse achado corresponde ao papel das “normas sociais” na teoria do comportamento planejado, que é um antecedente das intenções empresariais (IAKOVLEVA E KOLVEREID, 2009; KRUEGER ET AL., 2000). A dimensão normativa na estrutura institucional é específica para cada caso e está focada em “rotas” comportamentais respeitadas pelo coletivo. Assim, os resultados sugerem que os alunos aprendem adotando normas sociais contextuais. Com base na visão dos colegas, a atratividade de uma carreira empreendedora tem um grande impacto na formação de intenções empreendedoras positivas. Os resultados obtidos corroboram com os achados de Oftedal, Iakovleva e Foss (2018).

*H3 Existe relação direta e significativa entre a percepção dos agentes sobre a estrutura cognitiva e sua intenção empreendedora.*

A hipótese 3 não é suportada, pois não há significância estatística. Esse resultado também ressoa com os obtidos por Oftedal, Iakovleva e Foss (2018) e pode ter diversas explicações. Primeiro, pode ser explicado pela ausência de atividades acadêmicas sobre empreendedorismo ou desinteresse do grupo de respondentes nessas atividades. Como visto na caracterização da amostra, apenas 36,29% já cursou alguma atividade acadêmica de empreendedorismo. Além disso, a amostra é composta por alunos de cursos muito diversos, aos quais o empreendedorismo não é reconhecido como um objetivo de carreira comum.

Outra explicação poderia ser que os alunos que desejam iniciar seu próprio projeto empreendedor sintam que têm mais *insights* sobre o processo que estão prestes a empreender do que seus colegas e professores. Eles podem estar em busca de conhecimentos que se relacionem especificamente ao projeto que desejam iniciar e ficar desiludidos com o nível de conhecimento de seus colegas e professores.

Finalmente, entender os prós e os contras de ser empreendedor pode levar a uma diminuição da intenção empreendedora daqueles que não estão particularmente interessados em se tornar um empreendedor. Mais da metade dos respondentes indicou não ter como objetivo profissional se tornar um empreendedor (52,82%). A dimensão cognitiva se concentra no conhecimento e nas habilidades disponíveis ao redor do indivíduo. Compreender os desafios do processo de inicialização pode levar a uma diminuição de atitudes e intenções para aqueles com baixos níveis de motivação.

### Quadro 13 - Síntese do teste das hipóteses

Hipótese	Resultado
H1: Existe relação direta e significativa entre a percepção dos agentes sobre a estrutura reguladora e sua intenção empreendedora	Suportado parcialmente
H2: Existe relação direta e significativa entre a percepção dos agentes sobre a estrutura normativa e sua intenção empreendedora	Suportado
H3: Existe relação direta e significativa entre a percepção dos agentes sobre a estrutura cognitiva e sua intenção empreendedora	Não suportado

Fonte: elaborado pela autora.

Após a análise das hipóteses, pode-se argumentar que a dimensão normativa (valores e normas compartilhadas entre colegas) é o preditor mais forte da variável dependente. O segundo preditor mais forte é a dimensão reguladora (patrocínio de atividades e políticas de apoio), porém, seu efeito é indireto no contexto brasileiro. Por fim, a dimensão cognitiva (conhecimentos e habilidades dos colegas estudantes e conselhos do corpo docente) tem um efeito nulo sobre a intenção empreendedora.

## **7. CONCLUSÃO**

Esse capítulo apresenta as conclusões da pesquisa. Resgata o objetivo geral e os objetivos específicos, discutindo os resultados encontrados e explicitando as implicações acadêmicas e gerenciais do estudo. Finaliza apresentando limitações do estudo e indicações para trabalhos futuros.

### **7.1. Análise dos objetivos da pesquisa**

O objetivo geral desse trabalho foi mensurar o efeito do contexto universitário brasileiro sobre as intenções empreendedoras de estudantes. Para tanto, foi testada a aplicabilidade da escala desenvolvida por Oftedal, Iakovleva e Foss (2018). A escala até então não havia sido testada em um país em desenvolvimento, como o Brasil.

A escala utilizada contém 28 itens divididos entre os construtos de intenção empreendedora, estrutura reguladora, estrutura normativa, estrutura cognitiva e variáveis de controle. Além desses itens, a escala também coletou dados para caracterizar a amostra: idade, instituição de vínculo, área de conhecimento. Após a tradução e pré-avaliação do instrumento com um grupo de seis estudantes, essa escala foi divulgada e respondida por 271 estudantes de ensino superior brasileiro. Entretanto, parte dos respondentes não se enquadrava na população a ser estudada, uma vez que não estavam matriculados em uma instituição de ensino superior no momento da pesquisa. Com esse recorte, o estudo foi realizado com base nas respostas de 248 indivíduos.

A confiabilidade dos construtos foi avaliada por meio de análise das cargas fatoriais, confiabilidade composta e variância extraída. Os resultados alcançados foram satisfatórios, tanto para os índices individuais de cada construto como para os índices do modelo geral. A validade discriminante apresentou resultado adequado, confirmando a validade da escala para mensurar o contexto universitário.

O modelo se provou válido e capaz de explicar 29,1% da variação na variável dependente, ou seja, na intenção empreendedora.

Os três objetivos específicos da pesquisa buscaram avaliar o efeito de cada dimensão do contexto universitário sobre a intenção empreendedora dos estudantes. Com esse fim, para cada objetivo foi construída uma hipótese a ser testada pelo

modelo teórico. Através de uma regressão linear múltipla, foi possível atingir os dois primeiros objetivos específicos: mensurar o efeito da percepção da dimensão reguladora e da dimensão normativa. Essas duas dimensões, a reguladora e a normativa, mostraram ter impacto sobre a intenção empreendedora dos estudantes. Enquanto a relação da estrutura normativa do contexto universitário brasileiro sugere que ela aumenta a intenção empreendedora dos estudantes por ser positiva; os resultados para estrutura reguladora foram negativos. Ou seja, a dimensão reguladora do contexto universitário no Brasil diminui ou desincentiva o desejo de estabelecer novos empreendimentos por parte dos estudantes. O resultado obtido pela estrutura reguladora demonstra que a percepção dos estudantes quanto as incentivos ao empreendedorismo por parte das IES não melhorou nos últimos 5 anos (SEBRAE; ENDEAVOR, 2016). O terceiro objetivo específico era mensurar o efeito da estrutura cognitiva, entretanto, os resultados indicaram que essa dimensão não possui relação estatisticamente significativa com as intenções empreendedoras.

O modelo testado permite argumentar que o maior preditor de intenção empreendedora é a variável de controle que indica a existência de experiência empreendedora prévia. A segunda variável com maior poder de correlação faz parte do contexto universitário, a estrutura normativa, que expressa valores e normas compartilhadas entre colegas. No Brasil, o nível de ensino também apresenta um bom poder de correlação, porém, não é positivo para a pós-graduação. Estar matriculado em um curso com disciplina obrigatória de empreendedorismo indica uma maior propensão a intenções empreendedoras. O patrocínio de atividades e políticas de apoio das IES, mensurado através da estrutura reguladora, desestimula o estudante a empreender. Os resultados também indicam uma maior propensão de estudante do sexo masculino em desenvolverem maior intenção empreendedora. Por fim, a percepção dos conhecimentos e habilidades dos colegas e conselhos do corpo docente, incorporados na dimensão cognitiva, apresentaram efeito nulo sobre a intenção empreendedora.

Tratar o empreendedor e seu contexto como uma dualidade enriquece a teoria empresarial e fornece maior entendimento sobre a natureza do fenômeno. Por exemplo, pode-se supor que, a longo prazo, a estrutura normativa positiva aprimorada pelo suporte regulatório possa fornecer uma espiral positiva, incentivando mais estudantes a considerar carreiras empreendedoras. Por outro lado, uma cultura universitária desanimadora em relação ao empreendedorismo cria um efeito negativo

ao diminuir as intenções empreendedoras e, assim, restringe os indivíduos interessados a expressar publicamente suas intenções e a se tornar um modelo para seus pares.

## **7.2. Implicações acadêmicas e gerenciais**

A teoria institucional permite descobrir como os alunos interpretam e influenciam seu mundo para alcançar seus objetivos. A teoria sugere como os sistemas sociais restringem e capacitam os empreendedores na descoberta, avaliação e exploração de oportunidades empreendedoras. Esse estudo partiu da premissa que “candidatos a empreendedores” não existem separadamente de seu contexto estrutural. Tentativas de entendê-los fora desse contexto não podem capturar completamente sua natureza. O instrumento criado por Oftedal, Iakovleva e Foss (2018) se demonstrou válido e confiável, permitindo avaliar melhor o ambiente em que os alunos atuam através de três construtos que englobam o patrocínio a atividades empreendedoras; imagem de empreendedores entre colegas estudantes; conhecimentos e habilidades de colegas; e, conselhos do corpo docente. Em consonância com descobertas anteriores (BAE et al., 2014; KRAAIJENBRINK et al., 2010; LIÑÁN et al., 2011; SAEED e MUFFATTO, 2012; SESEN, 2013; TURKER e SELCUK, 2009; ZHANG et al., 2014), se provou o argumento de Oftedal, Iakovleva e Foss (2018) de que a universidade cria um ambiente contextual que afeta os alunos de uma maneira que se estende além de suas características comportamentais individuais. O estudo confirma a associação entre incentivar o empreendedorismo por meio de diferentes dimensões institucionais do contexto universitário e resultados individuais, como o aumento das intenções empreendedoras.

Entendendo o contexto universitário como tridimensional, esse trabalho permite a sugestão de diferentes medidas a fim de guiar o gestor de IES e de políticas públicas para o desenvolvimento de um ambiente mais propício ao empreendedorismo. A dimensão reguladora formal foi considerada importante no apoio ao desenvolvimento da intenção empreendedora, mas sua percepção é negativa. Portanto, aconselha-se a criação de formas de financiamento para competições de planos de negócios e atividades no campus que visem promover o empreendedorismo. As IES que estão inseridas ou possuem parques tecnológicos podem aproveitar essa estrutura para

potencializar esse tipo de ação, incubando empresas de alunos ou facilitando a interação entre os alunos e empresários através de programas de mentoria. Nos locais sem parques tecnológicos, a aproximação de associações empresariais pode ser iniciada pela alta administração da IES e também por professores representantes de diferentes áreas de conhecimento. Estar presente no cenário do empreendedorismo local poderá abrir oportunidades de fomento à atividades destinadas aos estudantes.

O impacto da dimensão normativa foi ainda maior. Sugere-se, portanto, construir uma imagem positiva dos empreendedores entre os estudantes. Apoiar os alunos que demonstram interesse em atividades empreendedoras e incentivá-los a se tornar um modelo para seus colegas é uma das maneiras de potencializar a intenção dos estudantes. Além disso, as IES podem dar maior visibilidade em suas comunicações internas e externas para as atividades de promoção do empreendedorismo, não apenas para alunos de alguma área de conhecimento específica. Informativos ou publicações em redes sociais com histórias de sucesso de estudantes empreendedores também podem trabalhar para aprimorar uma cultura empreendedora. A ampliação do número de atividades acadêmicas e a oferta de disciplinas com maior especificidade em áreas específicas como tecnoempreendedorismo, empreendedorismo social, empreendedorismo feminino, empreendedorismo familiar e afins, disponível para estudantes de graduação e pós-graduação de todas as áreas de conhecimento, também podem contribuir na construção de uma cultura universitária empreendedora.

A convergência para uma cultura universitária empreendedora também poderá trazer benefícios a nível de sustentabilidade das IES, uma vez que o atual sistema de financiamento da pesquisa e das próprias instituições indica a necessidade de uma busca de novas fontes de receita. Essa necessidade foi agravada pela pandemia causada pela Sars-Cov-2 e o sistema privado de ensino já está sentindo os efeitos financeiros. As IES públicas também enfrentarão dificuldade em obter recursos públicos, já que em razão da pandemia, o orçamento de diversas pastas foi realocado para saúde.

De acordo com o Sindicato das Entidades Mantenedoras de Estabelecimentos de Ensino Superior no Estado de São Paulo (Semesp), a inadimplência nas instituições particulares de ensino superior registrou alta de 71,1% na primeira quinzena de abril de 2020, em relação ao mesmo período do mês anterior, onde pelo menos um em cada quatro alunos já deixou de pagar, no mínimo, uma mensalidade.

Os dados foram levantados através de uma pesquisa realizada com cerca de 200 instituições (SEMESP, 2020).

Os dirigentes de IES devem perceber o potencial inovador da universidade e desenvolvê-lo através da institucionalização de nova visão, bem como de mecanismos institucionais que a viabilizem. Políticas institucionais (nas áreas de transferência de tecnologia, conflitos de interesse, projetos de pesquisa com empresas, etc.) e o desenvolvimento de ambientes de inovação (como escritórios de transferência de tecnologia, escritório de ética em pesquisa, parques tecnológicos, incubadoras, redes de inovação, etc.) são importantes para criar as condições para o desenvolvimento de um clima voltado à inovação e ao empreendedorismo. Uma visão estratégica clara e compartilhada na instituição é o ponto de partida para o processo de transformação e renovação do ambiente acadêmico.

### **7.3. Limitações e sugestões de estudos futuros**

Esse estudo propôs testar a escala para medição do contexto universitário de Oftedal, Iakovleva e Foss (2018) e sua influência nas intenções empreendedoras dos estudantes brasileiros. Apesar do sucesso, há limitações. Primeiro, os dados utilizados são transversais. Idealmente, dados longitudinais deveriam ser coletados e testes de diferença deveriam ser realizados para avaliar o efeito das mudanças do contexto universitário e dos programas educacionais sobre o comportamento dos alunos. Esse sem dúvida seria um estudo futuro aconselhável.

O foco nas percepções dos indivíduos sobre instituições formais e informais no nível universitário também tem o potencial de contribuir para a variância do método comum (PODSAKOFF ET AL., 2003). Quando questionários auto respondidos são usados para coletar dados sobre diversas variáveis simultaneamente, a partir dos mesmos participantes, a variância do método comum ou *common method variance* (CMV) pode ser ponto de atenção. Como consequência, os valores alterados das correlações observadas e de outros indicadores relevantes podem levar a: estimativas incorretas dos constructos de confiabilidade e validade convergente no estudo ou estimativas errôneas de parâmetros relacionados à magnitude e à significância das relações entre construtos. Os indivíduos, no entanto, agem com base em sua interpretação de seu entorno, não em sua “verdade” objetiva (GÓMEZ-HARO ET AL., 2011). Portanto, é razoável modelar como as percepções dos alunos sobre o contexto

institucional da universidade podem afetar sua decisão de se tornar um empreendedor. Pesquisas futuras poderiam explorar a possibilidade de empregar medidas mais externas e objetivas do ambiente institucional, o que complementaria os achados. No caso de estudos comparativos entre IES de diferentes países também seria importante considerar o histórico institucional nacional, uma vez que as instituições de ensino carregam características únicas da sua região.

Apesar do questionário aplicado ter coletado dados sobre área de conhecimento e instituição as quais os respondentes estavam vinculados, eles não foram utilizados como variáveis de controle nem a fins de comparação. Também, devido ao pequeno tamanho das subamostras, não foi possível encontrar diferenças entre as IES. Pesquisas futuras podem abordar esse problema e fornecer uma prova empírica de como as diferenças nos contextos universitários podem levar a diferenças nas intenções empreendedoras, utilizando esse instrumento para comparação de IES.

Por fim, a relação entre intenção empreendedora e contexto universitário é fraca. Um argumento é que as intenções empreendedoras dos alunos não podem ser determinadas apenas pela educação para o empreendedorismo ou pelo contexto universitário, mas podem ser formadas por crenças mantidas antes de se matricular em um curso superior (BAE ET AL., 2014). Pesquisas futuras que enfatizem o papel das características individuais de um aluno e da experiência empresarial anterior em sua interação com o contexto universitário podem ser de extrema relevância para uma maior compreensão do fenômeno.



## REFERÊNCIAS

AJZEN, Icek. From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. *Action Control*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 1985. p. 11–39. Disponível em: <[http://www.springerlink.com/index/10.1007/978-3-642-69746-3\\_2](http://www.springerlink.com/index/10.1007/978-3-642-69746-3_2)>. Acesso em: 28 abr. 2019.

AJZEN, Icek. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, v. 50, n. 2, p. 179–211, 1 dez. 1991. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/074959789190020T>>. Acesso em: 28 abr. 2019.

ANDRADE, Nathalia Dayrell. *A Universidade Empreendedora no Brasil: Uma Análise das Expectativas de Carreira de Jovens Pesquisadores*. 2014. 171 f. Unicamp, 2014. Disponível em: <<http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/286628>>. Acesso em: 8 jun. 2020.

ANG, Swee Hoon; HONG, Don G. P. Entrepreneurial spirit among East Asian Chinese. *Thunderbird International Business Review*, v. 42, n. 3, p. 285–309, 1 maio 2002. Disponível em: <<http://doi.wiley.com/10.1002/1520-6874%28200005/06%2942%3A3%3C285%3A%3AAID-TIE2%3E3.0.CO%3B2-5>>. Acesso em: 28 abr. 2019.

ARENIUS, Pia; MINNITI, Maria. Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, v. 24, n. 3, p. 233–247, 2005.

AUDY, Jorge Luis Nicolas. Between tradition and renewal: challenges of the entrepreneurial university. In: AUDY, J. L. N.; MOROSINI, M. C (Org.). *Innovation and entrepreneurialism in the University / Inovação e empreendedorismo na Universidade*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006. p. 42–55.

BAE, Tae Jun *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, 1 mar. 2014. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/10.1111/etap.12095>>. Acesso em: 28 abr. 2019.

BARROS, Aluizio Antonio de; PEREIRA, Cláudia Maria Miranda de Araújo. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. *Rev. adm. contemp.*, Curitiba, v. 12, n. 4, p. 975-993, Dec. 2008. Available from <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-65552008000400005&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552008000400005&lng=en&nrm=iso)>.

BIRD, Barbara. Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of Management Review*, v. 13, n. 3, p. 442–453, jul. 1988. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/258091?origin=crossref>>. Acesso em: 28 abr. 2019.

BRUTON, Garry D; AHLSTROM, David. An institutional view of China's venture capital industry: Explaining the differences between China and the West. *Journal of Business Venturing*, v. 18, n. 2, p. 233–259, 1 mar. 2003. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902602000794>>. Acesso em: 24 abr. 2019.

BYGRAVE, William D. The Entrepreneurial Process. *The Portable MBA in Entrepreneurship*. Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons, Inc., 2011. p. 1–26. Disponível em: <<http://doi.wiley.com/10.1002/9781118256121.ch1>>. Acesso em: 8

abr. 2019.

CERESIA, Francesco. The Role of Entrepreneurship Education in Fostering Entrepreneurial Intentions and Performances: A Review of 30 Years of Research. *Equidad y Desarrollo*, n. 31, p. 47–66, 1 jun. 2018. Disponível em: <<https://ciencia.lasalle.edu.co/eq/vol1/iss31/4>>. Acesso em: 24 abr. 2019.

CLARK, Burton R. *Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation*. New York: Elsevier, 1998. Disponível em: <[http://www.finhed.org/media/files/05-Clark\\_-\\_Creating\\_Entrepreneurial\\_Universities.pdf](http://www.finhed.org/media/files/05-Clark_-_Creating_Entrepreneurial_Universities.pdf)>. Acesso em: 9 mar. 2019.

CLARK, Burton R. Em busca da universidade empreendedora. In: AUDY, JORGE LUIS NICOLAS; MOROSINI, MARÍLIA COSTA (Org.). *Inovação e Empreendedorismo na Universidade - Innovation and Entrepreneurialism an the University*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006. v. 1. p. 28–57. Disponível em:

CLARK, Burton R. Sustaining change in universities: Continuities in case studies and concepts. *Tertiary Education and Management*, v. 9, n. 2, p. 99–116, 2003.

CORRAR, Luiz et al. *Análise multivariada para os cursos de administração, ciências contábeis e economia*. [S.l.: s.n.], 2011. Disponível em: <<https://bdpi.usp.br/item/002776209>>. Acesso em: 28 abr. 2019.

CRESWELL, Jonh W. *Creswell, J.W. projeto de pesquisa- método qualitativo, quantitativo e misto. Tradução de Luciana de oliveira da rocha. 2 Ed. Porto Alegre-artmed, 2007*. [S.l.: s.n.], 2010.

CUNNINGHAM, James A.; GUERRERO, Maribel; URBANO, David. Entrepreneurial Universities — Overview, Reflections, and Future Research Agendas. p. 3–19, 2016.

DAVEY, T; ROSSANO, S; VAN DER SIJDE, P. Does context matter in academic entrepreneurship? The role of barriers and drivers in the regional and national context. *Journal of Technology Transfer*, cited By 7, v. 41, n. 6, p. 1457–1482, 2016. Disponível em: <<https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84945290549&doi=10.1007%2Fs10961-015-9450-7&partnerID=40&md5=62b23776e59faf9c77d04047f461d875>>.

DAVEY, Todd; PLEWA, Carolin; STRUWIG, Miemie. Entrepreneurship perceptions and career intentions of international students. *Education and Training*, v. 53, n. 5, p. 335–352, 28 jun. 2011. Disponível em: <<https://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/00400911111147677>>. Acesso em: 28 abr. 2019.

DIMAGGIO, Paul J.; POWELL, Walter W. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, v. 48, n. 2, p. 147, abr. 1983. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/2095101?origin=crossref>>. Acesso em: 28 abr. 2019.

EMIRBAYER, Mustafa; MISCHÉ, Ann. What Is Agency? *American Journal of Sociology*, v. 103, n. 4, p. 962–1023, 17 jan. 2002. Disponível em: <<https://www.journals.uchicago.edu/doi/10.1086/231294>>. Acesso em: 29 abr. 2019.

ETZKOWITZ, Henry. The Entrepreneurial University: Vision and Metrics. *Industry and Higher Education*, v. 30, n. 2, p. 83–97, 1 abr. 2016. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/10.5367/ihe.2016.0303>>. Acesso em: 19 dez. 2018.

FRANK, Hermann; KESSLER, Alexander; FINK, Matthias. Entrepreneurial Orientation and Business Performance — A Replication Study. *Schmalenbach Business Review*, v. 62, n. 2, p. 175–198, 2010.

GEM. *Empreendedorismo no Brasil:2016*. Curitiba: IBQP, 2017. v. 21.

GEOCAPES. *Distribuição de Discentes de Pós Graduação 2017*. Disponível em: <<https://geocapes.capes.gov.br/geocapes/>>.

GIBB, Allan; HANNON, Paul D. Towards the Entrepreneurial University? *International Journal of Entrepreneurship Education*, v. 4, p. 73–110, 2006. Disponível em: <[www.ncge.org.uk](http://www.ncge.org.uk)>. Acesso em: 10 mar. 2019.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 2002.

GIMENEZ, Ana Maria Nunes. *As multifaces da relação universidade-sociedade e a construção do conceito de terceira missão*. 2017. [s.n.], 2017. Disponível em: <<http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/324319>>. Acesso em: 8 abr. 2019.

GRILO, Isabel; THURIK, Roy. Determinants of entrepreneurial engagement levels in Europe and the US. *Industrial and Corporate Change*, v. 17, n. 6, p. 1113–1145, 2008.

GRILO, Isabel; THURIK, Roy. Latent and Actual Entrepreneurship in Europe and the US: Some Recent Developments. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, v. 1, n. 4, p. 441–459, 2005.

HESSELS, Jolanda *et al.* Entrepreneurial exit and entrepreneurial engagement. *Journal of Evolutionary Economics*, v. 21, n. 3, p. 447–471, 2011.

IBGE. *PNAD Contínua*. [S.l.: s.n.], 2018. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/sociais/>>. Acesso em: 8 abr. 2019. (PNAD Contínua).

INEP. *Sinopse Estatística da Educação Superior 2017*. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/web/guest/sinopses-estatisticas-da-educacao-superior>>.

KRAAIJENBRINK, Jeroen; BOS, Ger; GROEN, Aard. What do students think of the entrepreneurial support given by their universities? *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, v. 9, n. 1, p. 110, 2009. Disponível em: <<http://www.inderscience.com/link.php?id=29512>>. Acesso em: 29 abr. 2019.

LIÑÁN, Francisco; FAYOLLE, Alain. 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.

LOOI, Kim Hoe; KHOO-LATTIMORE, Catheryn. Undergraduate students' entrepreneurial intention: Born or made? *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, v. 26, n. 1, p. 1–20, 2015.

MELLO, Mário Fernando De *et al.* A educação empreendedora como forma de desenvolvimento do empreendedor. 2017, Ponto Grossa: [s.n.], 2017. p. 1–16.

MINOLA, T; DONINA, D; MEOLI, M. Students climbing the entrepreneurial ladder: Does university internationalization pay off? *Small Business Economics*, cited By 10, v. 47, n. 3, p. 565–587, 2016. Disponível em:

<<https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84975282616&doi=10.1007%2Fs11187-016-9758-1&partnerID=40&md5=e19dd66b2df79af221e05d9f4d58e304>>.

MUTCH, Alistair. Reflexivity and the institutional entrepreneur: A historical exploration. *Organization Studies*, v. 28, n. 7, p. 1123–1140, 30 jul. 2007. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0170840607078118>>. Acesso em: 29 abr. 2019.

NABI, Ghulam *et al.* *The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. Academy of Management Learning and Education*. [S.l.: s.n.]. Disponível em: <<https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>>. Acesso em: 28 abr. 2019. , 2017

OFTEDAL, Elin Merethe; IAKOVLEVA, Tatiana A.; FOSS, Lene. University context matter: An institutional perspective on entrepreneurial intentions of students. *Education and Training*, v. 60, n. 7–8, p. 873–890, 2018.

OOSTERBEEK, Hessel; VAN PRAAG, Mirjam; IJSSELSTEIN, Auke. The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, v. 54, n. 3, p. 442–454, 1 abr. 2010. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0014292109000932>>. Acesso em: 24 abr. 2019.

PAIXÃO, André. Só 6 das 69 universidades federais adotaram ensino a distância após paralisação por causa da Covid-19. *G1*, 14 maio 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/educacao/noticia/2020/05/14/so-6-das-69-universidades-federais-adotaram-ensino-a-distancia-apos-paralisacao-por-causa-da-covid-19.ghtml>>.

RAUCH, Andreas; HULSINK, Willem. Putting entrepreneurship Education where the intention to Act lies: An investigation into the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior. *Academy of Management Learning and Education*, v. 14, n. 2, p. 187–204, 16 jun. 2015. Disponível em: <<http://journals.aom.org/doi/10.5465/amle.2012.0293>>. Acesso em: 28 abr. 2019.

RONALDO, Edson; FILHO, Guarido; GON, Sandro Aparecido. Institucionalização da teoria institucional no contexto dos estudos organizacionais no Brasil. *XXXIII EnANPAD*, p. 1–16, 2008. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EOR2085.pdf>>. Acesso em: 21 abr. 2019.

SAEED, Saadat *et al.* The Role of Perceived University Support in the Formation of Students' Entrepreneurial Intention. *Journal of Small Business Management*, v. 53, n. 4, p. 1127–1145, 2015. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/d875/8b9fcff3961261511175d6f2a3959aaaa8de.pdf>>. Acesso em: 29 abr. 2019.

SCOTT, W. Richard. *Institutions and organizations: ideas, interests and identities*. [S.l.]: SAGE, 2014. v. 84. Disponível em: <<http://ir.obihiro.ac.jp/dspace/handle/10322/3933>>.

SEBRAE; ENDEAVOR. *Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras 2016*. [S.l.: s.n.], 2016. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/PortalSebrae/Anexos/RelatorioEndeavorImpressao.pdf>>.

SEMESP. SEMESP divulga pesquisa sobre inadimplência durante crise da

Covid-19. 20 abr. 2020. Disponível em: <<https://www.semesp.org.br/noticias/semesp-divulga-pesquisa-sobre-inadimplencia-durante-crise-da-covid-19/>>.

SHAPERO, A.; SOKOL, L. Social dimensions of entrepreneurship. In: KENT, C. A.; SEXTON, D. L.; VESPER, K. H. (Org.). . *Encyclopedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1982. .

SHAPERO, A. The entrepreneurial event. In: KENT, C. A. (Org.). . *The environment for entrepreneurship*. Lexington: Lexington Books, 1984. .

SOLESVIK, Marina; WESTHEAD, Paul; MATLAY, Harry. Cultural factors and entrepreneurial intention. *Education + Training*, v. 56, n. 8/9, p. 680–696, 4 nov. 2014. Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/ET-07-2014-0075>>. Acesso em: 28 abr. 2019.

TODOROVIC, Zelimir William; MCNAUGHTON, Rod B.; GUILD, Paul. ENTRE-U: An entrepreneurial orientation scale for universities. *Technovation*, v. 31, n. 2–3, p. 128–137, 1 fev. 2011. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0166497210001173>>. Acesso em: 29 abr. 2019.

TOLBERT, Pamela S; DAVID, Robert J; SINE, Wesley D. Studying Choice and Change: The Intersection of Institutional Theory and Entrepreneurship Research. *Organization Science*, v. 22, n. 5, p. 1332–1344, 2010. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1287/orsc.1100.0601>>. Acesso em: 8 abr. 2019.

TURKER, Duygu; SELCUK, Senem Sonmez. Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*, v. 33, n. 2, p. 142–159, 27 fev. 2009. Disponível em: <<https://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/03090590910939049>>. Acesso em: 29 abr. 2019.

VOLKMANN, Christine K.; TOKARSKI, Kim Oliver; GRÜNHAGEN, Marc. *Entrepreneurship in a European Perspective*. Wiesbaden: Gabler, 2010. Disponível em: <<http://link.springer.com/10.1007/978-3-8349-8752-5>>. Acesso em: 8 abr. 2019.

WALTER, Sascha G.; PARBOTEEAH, K. Praveen; WALTER, Achim. University Departments and Self-Employment Intentions of Business Students: A Cross-Level Analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 37, n. 2, p. 175–200, 4 mar. 2013. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2011.00460.x>>. Acesso em: 28 abr. 2019.

WANG, Clement K.; WONG, Poh Kam. Entrepreneurial interest of university students in Singapore. *Technovation*, v. 24, n. 2, p. 163–172, 1 fev. 2004. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0166497202000160>>. Acesso em: 28 abr. 2019.

WEGNER, Douglas *et al.* University entrepreneurial push strategy and students' entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, v. 26, n. 2, p. 307–325, 2019.

WESTHEAD, Paul; SOLESVIK, Marina Z. Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: Do female students benefit? *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, v. 34, n. 8, p. 979–1003, 28 dez. 2016. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0266242615612534>>. Acesso em: 28 abr. 2019.

## APÊNDICE I: Questionário

Pergunta	Referência
<b>Caracterização</b>	
Idade	Kolvereid (1996); Wang and Wong (2004); Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Curso	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Instituição a qual estou vinculado	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
<b>Controles</b>	
Gênero	Kolvereid (1996); Wang and Wong (2004); Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Nível de ensino	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Tenho ou já tive minha própria empresa / Sou ou já fui autônomo	Kolvereid (1996); Wang and Wong (2004); Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Meu curso possui disciplina(s) obrigatória(s) de empreendedorismo	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
<b>Intenção Empreendedora</b>	
Penso seriamente em criar uma empresa	Liñan and Chen (2009); Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Meu objetivo profissional é me tornar um empreendedor	Liñan and Chen (2009); Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Pretendo fundar uma empresa em até cinco anos após a finalização do meu curso	Liñan and Chen (2009); Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Eu preferiria ser autônomo em vez de ser empregado de alguém	Kolvereid (1996); Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
<b>Dimensão reguladora patrocínio e políticas</b>	
Minha universidade patrocina atividades empresariais de estudantes (apoio a plano de negócios, competições de pitch, etc.)	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Minha universidade apoia financeiramente a abertura de startups de estudantes e professores	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Minha universidade incentiva os alunos a se envolverem em atividades empreendedoras	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Minha universidade apoia novas ideias e abordagens inovadoras	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
As formas de incentivo são criadas a partir do feedback de todos os níveis da universidade	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
<b>Dimensão normativa imagem dos empreendedores percebida pelos alunos</b>	
Colegas que começam seu próprio negócio são respeitados Respeitado/Admirado: ação considerada como desejável, maneira respeitada e admirada de se comportar	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Meus colegas admiram aqueles que estão começando suas próprias empresas	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Meus colegas admiram aqueles que desenvolvem suas próprias ideias	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)

Meus colegas enxergam iniciativas empreendedoras como o “caminho para o sucesso”	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Meus colegas admiram aqueles que têm muitas ideias	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Ter seu próprio negócio é uma carreira respeitada	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
<b>Dimensão cognitiva</b> “conhecimento dos colegas” e “conselho dos professores”	
Meus colegas sabem como lidar com os riscos associados a uma startup	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Meus colegas têm as habilidades necessárias para iniciar seus próprios negócios	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Meus colegas sabem quem pode ser útil no lançamento de uma startup	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Meus colegas sabem onde obter informações sobre como iniciar seu próprio negócio	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Meus colegas conhecem os procedimentos para iniciar seus próprios negócios	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Meus colegas sabem como desenvolver suas próprias ideias de negócio	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Eu recebo bons conselhos dos meus professores no desenvolvimento de minhas ideias de negócio	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Meus professores estão abertos às minhas ideias	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)
Meus professores têm um bom conhecimento de como comercializar uma ideia	Oftedal, Iakovleva e Foss (2018)





### APÊNDICE III: LISTA DAS IES REPRESENTADAS

<b>IES</b>	<b>Organização Acadêmica</b>	<b>Categoria Administrativa</b>
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA SERRA GAÚCHA - FSG	Centro Universitário	Privada com fins lucrativos
Centro Universitário das Américas - CAM	Centro Universitário	Privada com fins lucrativos
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE FORMIGA - UNIFORMG	Centro Universitário	Privada sem fins lucrativos
CENTRO UNIVERSITÁRIO DO NORTE - UNINORTE	Centro Universitário	Privada com fins lucrativos
CENTRO UNIVERSITÁRIO DO NORTE PAULISTA - UNORP	Centro Universitário	Privada sem fins lucrativos
CENTRO UNIVERSITÁRIO DO TRIÂNGULO - UNITRI	Centro Universitário	Privada sem fins lucrativos
Centro Universitário Doctum de Teófilo Otoni - UNIDOCTUM	Centro Universitário	Privada sem fins lucrativos
CENTRO UNIVERSITÁRIO DOS GUARARAPES - UNIFG	Centro Universitário	Privada com fins lucrativos
CENTRO UNIVERSITÁRIO FACENS - UniFACENS	Centro Universitário	Privada sem fins lucrativos
CENTRO UNIVERSITÁRIO FACISA - UNIFACISA	Centro Universitário	Privada com fins lucrativos
Centro Universitário FADERGS	Centro Universitário	Privada com fins lucrativos
CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL - UNINTER	Centro Universitário	Privada com fins lucrativos
CENTRO UNIVERSITÁRIO OPET - Uniopet	Centro Universitário	Privada com fins lucrativos
CENTRO UNIVERSITÁRIO TOLEDO - UNITOLEDO	Centro Universitário	Privada com fins lucrativos
CENTRO UNIVERSITÁRIO SOCIESC	Centro Universitário	Privada sem fins lucrativos
FACUDADE IEDUCARE - FIED	Faculdade	Privada com fins lucrativos
Faculdade Anhanguera	Faculdade	Privada com fins lucrativos
Faculdade do Juazeiro do Norte	Faculdade	Privada com fins lucrativos
FACULDADE PITÁGORAS DE MINAS GERAIS	Faculdade	Privada com fins lucrativos
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA - UDESC	Universidade	Pública Estadual
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS - UFGD	Universidade	Pública Federal
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA - UNIR	Universidade	Pública Federal
INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR E FORMAÇÃO AVANÇADA DE VITÓRIA - FAVI	Faculdade	Privada com fins lucrativos
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE RONDÔNIA - IFRO	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia	Pública Federal
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SÃO PAULO - IFSP	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia	Pública Federal
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SÃO PAULO - IFSP Birigui	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia	Pública Federal
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ - IFCE	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia	Pública Federal
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO - IFRJ	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia	Pública Federal
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCACAO, CIENCIA E TECNOLOGIA GOIANO	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia	Pública Federal
INSTITUTO UNIFICADO DE ENSINO SUPERIOR OBJETIVO - IUESO	Faculdade	Privada com fins lucrativos

UNIVERSIDADE COMUNITÁRIA DA REGIÃO DE CHAPECÓ - UNOCHAPECÓ	Universidade	Privada sem fins lucrativos
UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE - UNIVILLE	Universidade	Privada sem fins lucrativos
UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - UNB	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE DE CUIABÁ - UNIC/UNIME	Universidade	Privada com fins lucrativos
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - USP	Universidade	Pública Estadual
UNIVERSIDADE DE UBERABA - UNIUBE	Universidade	Privada sem fins lucrativos
UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC	Universidade	Privada sem fins lucrativos
UNIVERSIDADE DO OESTE DE SANTA CATARINA - UNOESC	Universidade	Privada sem fins lucrativos
UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA - UNISUL	Universidade	Privada sem fins lucrativos
UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS	Universidade	Privada sem fins lucrativos
UNIVERSIDADE DO VALE DO TAQUARI - UNIVATES	Universidade	Privada sem fins lucrativos
UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARÁIBA - UEPB	Universidade	Pública Estadual
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS - UNICAMP	Universidade	Pública Estadual
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA - UEL	Universidade	Pública Estadual
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ - UEM	Universidade	Pública Estadual
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MONTES CLAROS - UNIMONTES	Universidade	Pública Estadual
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ - UESC	Universidade	Pública Estadual
UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA JÚLIO DE MESQUITA FILHO - UNESP	Universidade	Pública Estadual
UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE - UFCG	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ITAJUBÁ - UNIFEI	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA - UFJF	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO - UFMT	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS - UFPEL	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA - UFSM	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS - UFSCAR	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL REI - UFSJ	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO - UNIFESP	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE - UFS	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA - UFU	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ - UFC	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO - UFMA	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ - UFPA	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ - UFPR	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA - UFRB	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO - UFRJ	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - UFRGS	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE - UFF	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO - UFRSA	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL - ULBRA	Universidade	Privada sem fins lucrativos

UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL - USCS	Universidade	Pública Municipal
UNIVERSIDADE PAULISTA - UNIP	Universidade	Privada com fins lucrativos
UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE - MACKENZIE	Universidade	Privada sem fins lucrativos
UNIVERSIDADE REGIONAL DE BLUMENAU - FURB	Universidade	Pública Municipal
UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ - UTFPR	Universidade	Pública Federal
UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ - UTP	Universidade	Privada com fins lucrativos

## APÊNDICE IV: CONSTRUTO INTENÇÃO EMPREENDEDORA

### Correlações - Construto Intenção Empreendedora

		Penso seriamente em criar uma empresa	Meu objetivo profissional é me tornar um empreendedor	Pretendo fundar uma empresa em até cinco anos após a finalização do meu curso	Eu preferiria ser autônomo em vez de ser empregado de alguém
Penso seriamente em criar uma empresa	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1  248	,861**  248	,837**  248	,631**  248
Meu objetivo profissional é me tornar um empreendedor	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,861**  248	1  248	,868**  248	,608**  248
Pretendo fundar uma empresa em até cinco anos após a finalização do meu curso	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,837**  248	,868**  248	1  248	,613**  248
Eu preferiria ser autônomo em vez de ser empregado de alguém	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,631**  248	,608**  248	,613**  248	1  248

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	248	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	248	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,919	4

**Communalities**

	Initial	Extraction
Penso seriamente em criar uma empresa	1,000	,872
Meu objetivo profissional é me tornar um empreendedor	1,000	,879
Pretendo fundar uma empresa em até cinco anos após a finalização do meu curso	1,000	,868
Eu preferiria ser autônomo em vez de ser empregado de alguém	1,000	,606

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,225	80,620	80,620	3,225	80,620	80,620
2	,487	12,170	92,790			
3	,163	4,068	96,858			
4	,126	3,142	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component
	1
Penso seriamente em criar uma empresa	,934
Meu objetivo profissional é me tornar um empreendedor	,938
Pretendo fundar uma empresa em até cinco anos após a finalização do meu curso	,932
Eu preferiria ser autônomo em vez de ser empregado de alguém	,778

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

## APÊNDICE V: CONSTRUTO DIMENSÃO REGULADORA

Correlação - Dimensão reguladora

		Minha universidade patrocina atividades empresariais de estudantes	Minha universidade apoia financeiramente a abertura de startups de estudantes e professores	Minha universidade incentiva os alunos a se envolverem em atividades empreendedoras	Minha universidade apoia novas ideias e abordagens inovadoras	As formas de incentivo são criadas a partir do feedback de todos os níveis da universidade
Minha universidade patrocina atividades empresariais de estudantes	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1  248	,691** ,000 248	,778** ,000 248	,695** ,000 248	,603** ,000 248
Minha universidade apoia financeiramente a abertura de startups de estudantes e professores	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,691** ,000 248	1  248	,718** ,000 248	,613** ,000 248	,573** ,000 248
Minha universidade incentiva os alunos a se envolverem em atividades empreendedoras	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,778** ,000 248	,718** ,000 248	1  248	,806** ,000 248	,661** ,000 248
Minha universidade apoia novas ideias e abordagens inovadoras	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,695** ,000 248	,613** ,000 248	,806** ,000 248	1  248	,735** ,000 248
As formas de incentivo são criadas a partir do feedback de todos os níveis da universidade	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,603** ,000 248	,573** ,000 248	,661** ,000 248	,735** ,000 248	1  248

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	248	100,0
Excluded <sup>a</sup>	0	,0
Total	248	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,917	5

**Communalities**

	Initial	Extraction
Minha universidade patrocina atividades empresariais de estudantes (apoio a plano de negócios, competições de pitch, etc.)	1,000	,759
Minha universidade apoia financeiramente a abertura de startups de estudantes e professores	1,000	,684
Minha universidade incentiva os alunos a se envolverem em atividades empreendedoras	1,000	,844
Minha universidade apoia novas ideias e abordagens inovadoras	1,000	,794
As formas de incentivo são criadas a partir do feedback de todos os níveis da universidade	1,000	,674

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,755	75,105	75,105	3,755	75,105	75,105
2	,491	9,823	84,928			
3	,338	6,753	91,681			
4	,258	5,155	96,836			
5	,158	3,164	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component
	1
Minha universidade patrocina atividades empresariais de estudantes (apoio a plano de negócios, competições de pitch, etc.)	,871
Minha universidade apoia financeiramente a abertura de startups de estudantes e professores	,827
Minha universidade incentiva os alunos a se envolverem em atividades empreendedoras	,919
Minha universidade apoia novas ideias e abordagens inovadoras	,891
As formas de incentivo são criadas a partir do feedback de todos os níveis da universidade	,821

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

## APÊNDICE VI: CONSTRUTO DIMENSÃO NORMATIVA

### Correlação - Dimensão normativa

		Colegas que começam seu próprio negócio são respeitados	Meus colegas admiram aqueles que estão começando suas próprias empresas	Meus colegas admiram aqueles que desenvolvem suas próprias ideias	Meus colegas enxergam iniciativas empreendedoras como o "caminho para o sucesso"	Meus colegas admiram aqueles que têm muitas ideias inovadoras	Ter seu próprio negócio é uma carreira respeitada
Colegas que começam seu próprio negócio são respeitados	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1	,717** ,000 248	,502** ,000 248	,481** ,000 248	,469** ,000 248	,533** ,000 248
Meus colegas admiram aqueles que estão começando suas próprias empresas	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,717** ,000 248	1	,659** ,000 248	,593** ,000 248	,562** ,000 248	,557** ,000 248
Meus colegas admiram aqueles que desenvolvem suas próprias ideias	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,502** ,000 248	,659** ,000 248	1	,503** ,000 248	,798** ,000 248	,432** ,000 248
Meus colegas enxergam iniciativas empreendedoras como o "caminho para o sucesso"	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,481** ,000 248	,593** ,000 248	,503** ,000 248	1	,560** ,000 248	,604** ,000 248
Meus colegas admiram aqueles que têm muitas ideias inovadoras	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,469** ,000 248	,562** ,000 248	,798** ,000 248	,560** ,000 248	1	,488** ,000 248
Ter seu próprio negócio é uma carreira respeitada	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,533** ,000 248	,557** ,000 248	,432** ,000 248	,604** ,000 248	,488** ,000 248	1

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	248	100,0
Excluded <sup>a</sup>	0	,0
Total	248	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,884	6

### Communalities

	Initial	Extraction
Colegas que começam seu próprio negócio são respeitados	1,000	,595
Meus colegas admiram aqueles que estão começando suas próprias empresas	1,000	,737
Meus colegas admiram aqueles que desenvolvem suas próprias ideias	1,000	,671
Meus colegas enxergam iniciativas empreendedoras como o "caminho para o sucesso"	1,000	,605
Meus colegas admiram aqueles que têm muitas ideias inovadoras	1,000	,661
Ter seu próprio negócio é uma carreira respeitada	1,000	,558

Extraction Method: Principal Component Analysis.



**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,827	63,779	63,779	3,827	63,779	63,779
2	,746	12,436	76,215			
3	,601	10,018	86,233			
4	,389	6,492	92,725			
5	,273	4,546	97,271			
6	,164	2,729	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component
	1
Colegas que começam seu próprio negócio são respeitados	,771
Meus colegas admiram aqueles que estão começando suas próprias empresas	,859
Meus colegas admiram aqueles que desenvolvem suas próprias ideias	,819
Meus colegas enxergam iniciativas empreendedoras como o "caminho para o sucesso"	,778
Meus colegas admiram aqueles que têm muitas ideias inovadoras	,813
Ter seu próprio negócio é uma carreira respeitada	,747

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

## APÊNDICE VII: CONSTRUTO DIMENSÃO COGNITIVA

Correlations

		Meus colegas sabem como lidar com os riscos associados a uma startup	Meus colegas têm as habilidades necessárias para iniciar seus próprios negócios	Meus colegas sabem quem pode ser útil no lançamento de uma startup	Meus colegas sabem onde obter informações sobre como iniciar seu próprio negócio	Meus colegas conhecem os procedimentos para iniciar seus próprios negócios	Meus colegas sabem como desenvolver suas próprias ideias de negócio	Eu recebo bons conselhos dos meus professores no desenvolvimento de minhas ideias de negócio	Meus professores estão abertos às minhas ideias	Meus professores tem um bom conhecimento de como comercializar uma ideia
Meus colegas sabem como lidar com os riscos associados a uma startup	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 ,726** ,000 248	,733** ,000 ,733** 248	,687** ,000 ,732** 248	,713** ,000 ,712** 248	,734** ,000 ,769** 248	,552** ,000 ,641** 248	,420** ,000 ,512** 248	,492** ,000 ,570** 248	
Meus colegas têm as habilidades necessárias para iniciar seus próprios negócios	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,726** ,000 248	1 ,716** ,000 248	,732** ,000 ,739** 248	,772** ,000 ,712** 248	,804** ,000 ,769** 248	,624** ,000 ,641** 248	,466** ,000 ,512** 248	,596** ,000 ,570** 248	
Meus colegas sabem quem pode ser útil no lançamento de uma startup	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,733** ,000 248	,716** ,000 248	1 ,739** ,000 248	,712** ,000 ,712** 248	,769** ,000 ,769** 248	,641** ,000 ,641** 248	,512** ,000 ,512** 248	,570** ,000 ,570** 248	
Meus colegas sabem onde obter informações sobre como iniciar seu próprio negócio	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,687** ,000 248	,732** ,000 248	,739** ,000 248	1 ,848** ,000 248	,823** ,000 248	,581** ,000 248	,464** ,000 248	,514** ,000 248	
Meus colegas conhecem os procedimentos para iniciar seus próprios negócios	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,713** ,000 248	,772** ,000 248	,712** ,000 248	,848** ,000 248	1 ,865** ,000 248	,596** ,000 248	,459** ,000 248	,547** ,000 248	
Meus colegas sabem como desenvolver suas próprias ideias de negócio	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,734** ,000 248	,804** ,000 248	,769** ,000 248	,823** ,000 248	,865** ,000 248	1 ,668** ,000 248	,502** ,000 248	,593** ,000 248	
Eu recebo bons conselhos dos meus professores no desenvolvimento de minhas ideias de negócio	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,552** ,000 248	,624** ,000 248	,641** ,000 248	,581** ,000 248	,596** ,000 248	,668** ,000 248	1 ,715** ,000 248	,794** ,000 248	
Meus professores estão abertos às minhas ideias	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,420** ,000 248	,466** ,000 248	,512** ,000 248	,464** ,000 248	,459** ,000 248	,502** ,000 248	,715** ,000 248	,769** ,000 248	
Meus professores tem um bom conhecimento de como comercializar uma ideia	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,492** ,000 248	,596** ,000 248	,570** ,000 248	,514** ,000 248	,547** ,000 248	,593** ,000 248	,794** ,000 248	1 ,769** 248	

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	248	100,0
Excluded <sup>a</sup>	0	,0
Total	248	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,942	9

## Communalities

	Initial	Extraction
Meus colegas sabem como lidar com os riscos associados a uma startup	1,000	,734
Meus colegas têm as habilidades necessárias para iniciar seus próprios negócios	1,000	,783
Meus colegas sabem quem pode ser útil no lançamento de uma startup	1,000	,754
Meus colegas sabem onde obter informações sobre como iniciar seu próprio negócio	1,000	,818
Meus colegas conhecem os procedimentos para iniciar seus próprios negócios	1,000	,848
Meus colegas sabem como desenvolver suas próprias ideias de negócio	1,000	,872
Eu recebo bons conselhos dos meus professores no desenvolvimento de minhas ideias de negócio	1,000	,828
Meus professores estão abertos às minhas ideias	1,000	,846
Meus professores tem um bom conhecimento de como comercializar uma ideia	1,000	,869

Extraction Method: Principal Component Analysis.

## Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6,240	69,336	69,336	6,240	69,336	69,336	4,559	50,655	50,655
2	1,112	12,354	81,691	1,112	12,354	81,691	2,793	31,035	81,691
3	,381	4,230	85,920						
4	,312	3,463	89,383						
5	,269	2,988	92,372						
6	,227	2,522	94,894						
7	,182	2,021	96,915						
8	,159	1,772	98,686						
9	,118	1,314	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix<sup>a</sup>

	Component	
	1	2
Meus colegas sabem como lidar com os riscos associados a uma startup	,814	-,265
Meus colegas têm as habilidades necessárias para iniciar seus próprios negócios	,866	-,181
Meus colegas sabem quem pode ser útil no lançamento de uma startup	,859	-,132
Meus colegas sabem onde obter informações sobre como iniciar seu próprio negócio	,862	-,274
Meus colegas conhecem os procedimentos para iniciar seus próprios negócios	,879	-,273
Meus colegas sabem como desenvolver suas próprias ideias de negócio	,911	-,205
Eu recebo bons conselhos dos meus professores no desenvolvimento de minhas ideias de negócio	,817	,400
Meus professores estão abertos às minhas ideias	,692	,606
Meus professores tem um bom conhecimento de como comercializar uma ideia	,773	,521

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 2 components extracted.

## APÊNDICE VIII: CORRELAÇÃO DE CONSTRUTOS E REGRESSÃO

**Correlations**

		Estrutura reguladora	Estrutura normativa	Estrutura cognitiva
Estrutura reguladora	Pearson Correlation	1	,338**	,631**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	248	248	248
Estrutura normativa	Pearson Correlation	,338**	1	,419**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	248	248	248
Estrutura cognitiva	Pearson Correlation	,631**	,419**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	248	248	248

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,540 <sup>a</sup>	,291	,271	1,68131	2,047

a. Predictors: (Constant), Gênero:, Nível, Estrutura cognitiva, Tenho ou tive minha própria empresa / Sou ou já fui autônomo:, Estrutura normativa, Meu curso possui disciplina(s) obrigatória(s) de empreendedorismo, Estrutura reguladora

b. Dependent Variable: Intenção empreendedora

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	275,622	7	39,375	13,929	,000 <sup>b</sup>
	Residual	669,953	237	2,827		
	Total	945,575	244			

a. Dependent Variable: Intenção empreendedora

b. Predictors: (Constant), Gênero:, Nível, Estrutura cognitiva, Tenho ou tive minha própria empresa / Sou ou já fui autônomo:, Estrutura normativa, Meu curso possui disciplina(s) obrigatória(s) de empreendedorismo, Estrutura reguladora

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,323	,486		4,780	,000
	Estrutura reguladora	-,174	,079	-,159	-2,196	,029
	Estrutura normativa	,416	,094	,269	4,410	,000
	Estrutura cognitiva	-,020	,094	-,016	-,210	,834
	Nível	-,850	,268	-,188	-3,169	,002
	Tenho ou tive minha própria empresa / Sou ou já fui autônomo:	1,294	,240	,296	5,391	,000
	Meu curso possui disciplina(s) obrigatória(s) de empreendedorismo	,643	,247	,160	2,599	,010
	Gênero:	,566	,216	,144	2,615	,009

a. Dependent Variable: Intenção empreendedora

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1,4770	6,8653	4,4429	1,06283	245
Residual	-3,62077	4,35947	,00000	1,65702	245
Std. Predicted Value	-2,791	2,279	,000	1,000	245
Std. Residual	-2,154	2,593	,000	,986	245

a. Dependent Variable: Intenção empreendedora