



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ**  
**CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS**  
**CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**



**Educação Empreendedora E Comportamento Empreendedor: A Influência Das  
Empresas Juniores**

**Entrepreneurial Education And Entrepreneurial Behavior: The Influence Of Junior  
Companies**

Autores: Joiciane Rodrigues de Sousa<sup>1</sup>, Mariana Santos Leal<sup>2</sup>, Gustavo Picanço Dias<sup>3</sup>

PICOS - PI  
2022

---

<sup>1</sup> Graduanda em Administração pela UFPI;

<sup>2</sup> Graduanda em Administração pela UFPI;

<sup>3</sup> Professor da UFPI, Doutor, Orientador.

**FICHA CATALOGRÁFICA**  
**Universidade Federal do Piauí**  
**Campus Senador Helvídio Nunes de Barros**  
**Biblioteca Setorial José Albano de Macêdo**  
**Serviço de Processamento Técnico**

**S725e** Sousa, Joiciane Rodrigues de  
Educação empreendedora e comportamento empreendedor: a  
influência das empresas juniores / Jociane Rodrigues de Sousa, Mariana  
Santos Leal – 2022.  
33 p.

Texto digitado

Indexado no catálogo *online* da Biblioteca José Albano de Macêdo -  
CSHNB

Aberto a pesquisadores, com as restrições da Biblioteca

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal  
do Piauí, Bacharelado em Administração, Picos-PI, 2022.

“Orientador: Dr. Gustavo Picanço Dias.”

1. Educação Empreendedora. 2. Administração. 3. Instituições de  
Ensino Superior. 4. Perfil Empreendedor I. Leal, Mariana Santos. II.  
Dias, Gustavo Picanço. III. Título.

CDD 658.007



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ**  
**CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS**  
**COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**  
Rua Cícero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos –PI.  
Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



**PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA**  
**DE DEFESA DE ARTIGO CIENTÍFICO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**JOICIANE RODRIGUES DE SOUSA E MARIANA SANTOS LEAL**

**“Educação Empreendedora e Comportamento Empreendedor: A Influência das Empresas Juniores”**

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência da primeira, considera as discentes como:

- Aprovadas**  
 **Aprovado(a) com restrições**

Observações: a nota está condicionada a entrega do TCC final com todas as alterações sugerida pela banca nos prazos previamente estabelecidos.

Picos (PI), 13 de Maio de 2022.

Orientador: Prof. Dr. Gustavo Picanço Dias

Membro 1: Prof. Me. José Edemir da Silva Anjo

Membro 2: Prof. Me. Francisco Antônio Gonçalves de Carvalho

## RESUMO

As empresas juniores são atividades extracurriculares que contribuem para a formação de competências e habilidades profissionais nos seus integrantes. Diante disso, esta pesquisa analisou a influência de um programa extracurricular de educação empreendedora, no desenvolvimento do comportamento empreendedor dos graduandos em Administração. Como arcabouço metodológico, buscou-se uma abordagem quantitativa - descritiva. Para a coleta dos dados foi utilizado um questionário baseado na escala de perfil empreendedor de Schmidt e Bohnenberger (2009) e na escala de intenção empreendedora de Liñán e Chen (2009), aplicado em uma instituição privada e em uma pública. Percebeu-se que os discentes pesquisados possuem características empreendedoras desenvolvidas, tais como, planejamento, persistência e inovação. Os atributos que mostraram mais relação com a intenção empreendedora foram detecta oportunidades, assume riscos e inovação. Além disso, a participação na empresa júnior e ser vinculado à instituição de ensino privada apresentaram com mais influência sobre o comportamento empreendedor dos estudantes. Conclui-se então, que as práticas de educação empreendedora são fundamentais no ambiente universitário.

**Palavras-chave:** Administração. Educação Empreendedora. Instituições de Ensino Superior. Intenção Empreendedora. Perfil Empreendedor.

## ABSTRACT

Junior companies are extracurricular activities that contribute to the formation of professional skills and abilities in their members. Therefore, this research analyzed the influence of an extracurricular entrepreneurial education program on the development of entrepreneurial behavior in Business Administration students. As a methodological framework, a quantitative - descriptive approach was sought. For data collection, a questionnaire was used based on the entrepreneurial profile scale by Schmidt and Bohnenberger (2009) and on the entrepreneurial intention scale by Liñán and Chen (2009), applied in a private and a public institution. It was noticed that the students surveyed have developed entrepreneurial characteristics, such as planning, persistence and innovation. The attributes that showed the most relationship with entrepreneurial intention were detect opportunities, take risks and innovation. In addition, participation in the junior enterprise and being linked to a private educational institution had more influence on the entrepreneurial behavior of students. It is concluded, then, that entrepreneurial education practices are fundamental in the university environment.

**Keywords:** Administration. Entrepreneurial Education. Higher Education Institutions. Entrepreneurial Intent. Entrepreneurial Profile.

## 1 INTRODUÇÃO

Os estudos acerca do empreendedorismo vem crescendo ultimamente, sobretudo, por estar relacionado ao desenvolvimento de uma região (FERREIRA; LOIOLA; GONDIM, 2020; FERREIRA; PINTO; MIRANDA, 2015; RIBEIRO; PLONSKI, 2020). Entretanto, esse tema ainda necessita de um debate mais consolidado a fim de auxiliar na definição e expansão dos programas de educação empreendedora, possibilitando dessa maneira, uma execução de forma eficiente. Primordialmente no ambiente universitário, visto que esse ambiente antecede o exercício da profissão (SCHAEFER; MINELLO, 2016; VEIGA; CORTEZ, 2021).

Nesse sentido, torna-se necessário compreender como os programas educacionais podem ser executados, de modo a estimular o desenvolvimento de um pensamento imaginativo e intuitivo, levando os indivíduos a aprender a sonhar, transformar os seus sonhos em realidade e a executar possíveis propostas empresariais (DOLABELA; FILION, 2013).

Em síntese, esse ensino deve dedicar à aquisição de conhecimentos teóricos e práticos, envolvendo desde aulas expositivas, estudos de casos, filmes, palestras com empresários, até visitas técnicas a empresas, jogos e simulações de empresas, incubadoras, aceleradoras, competição de planos de negócios, associações de estudantes, projetos sociais e empresas juniores (HENRIQUE; CUNHA, 2008; LIMA et al., 2014; ROCHA; FREITAS, 2014).

Essa última atividade é frequente nas universidades, no qual são organizações sem fins lucrativos, compostas por graduandos que prestam serviços de consultoria, e estes gerenciam a organização como se fossem donos, contribuindo assim, para a obtenção de competências empreendedoras (MARASSI; VOGT; BIAVATTI, 2014; VALADÃO JÚNIOR; ALMEIDA; MEDEIROS, 2014). Porém, são poucos os estudos já publicados, que discutem a estruturação da empresa júnior com os atributos do empreendedorismo, principalmente no que se trata da relação entre pertencimento ao movimento e a intenção empreendedora discente (BARBOSA et al., 2015; FERREIRA; FREITAS, 2013; FERREIRA; LOIOLA; GONDIM, 2017).

Logo, é importante entender o impacto dessa prática. As pesquisas nacionais e internacionais de avaliação da influência da educação empreendedora universitária concentram-se sobre a intenção empreendedora, contudo, esta variável não é considerada a mais adequada para analisar o seu efeito (BAE et al., 2014; BOYLES, 2012 apud ROCHA; FREITAS, 2014; LIMA et al., 2014). Assim, para alcançar resultados mais robustos deve-se analisar essa variável integrada ao perfil empreendedor dos alunos (VEIGA; CORTEZ, 2021).

Nesse contexto, levantou-se o seguinte problema de pesquisa: “qual a relação da educação empreendedora com o comportamento empreendedor dos graduandos do curso de Administração?”. A escolha desse curso aconteceu por serem estudantes familiarizados com o tema empreendedorismo, dado que escolheram seguir uma carreira acadêmica com abordagem teórica muito próxima do mesmo (BARRAL; RIBEIRO; CANEVER, 2018).

Em vista disso, este trabalho teve como objetivo geral analisar a influência de um programa extracurricular de educação empreendedora no desenvolvimento do comportamento empreendedor dos graduandos em Administração. Para isso, teve-se como objetivos específicos, (a) identificar o nível de perfil empreendedor e de intenção empreendedora dos estudantes; (b) verificar se existem diferenças entre os estudantes de universidade privada e pública, e entre os participantes e não participantes da empresa júnior; (c) averiguar a influência do comportamento empreendedor sobre a probabilidade de ser participante da empresa júnior; e (d) relacionar o perfil empreendedor com a intenção empreendedora. Sublima-se que esses objetivos estão alinhados, com as hipóteses que serão apresentadas.

Esse estudo trouxe como contribuição acadêmica, a discussão sobre a educação empreendedora a partir da empresa júnior, associando-a com o comportamento empreendedor dos alunos no ensino superior, diferenciando as instituições, privada e pública. Apesar de já existirem estudos que avaliam esses fatores individualmente, teve-se o diferencial de analisar suas interações. Como contribuição prática favorecerá a definição de ações pedagógicas nas instituições pesquisadas, podendo ser generalizado e servir de apoio para outras instituições de ensino, além de servir de base para as próprias empresas juniores. Também trouxe contribuição para os estudantes de Administração, em vista de favorecer a inovação do curso.

Foi organizado em seis tópicos, começando com esta introdução, em seguida têm-se o referencial teórico, apresentando uma abordagem da educação empreendedora nas universidades, do comportamento empreendedor dos estudantes e da prática extracurricular universitária empresa júnior, depois a metodologia, a análise e discussão dos resultados, as considerações finais, e por fim as referências da literatura utilizada no embasamento da teoria.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NAS UNIVERSIDADES

A expansão do tema empreendedorismo aconteceu na década de 1980 devido às falhas no ensino das competências gerenciais, bem como sua inserção nos currículos e aumento de periódicos específicos da área. No Brasil ocorreu em um período mais recente, somente na década de 1990 apresentou um crescimento representativo (HENRIQUE; CUNHA, 2008).

Começou a se configurar no espaço brasileiro a partir da criação de entidades como o SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, muito conhecido no suporte à criação de empreendimentos, e a SOFTEX - Sociedade Brasileira para Exportação de *Software* (DORNELAS, 2008). Ao longo dos anos, o governo tem buscado criar suportes às empresas nascentes, apoiando quem tem intenção de abrir o seu próprio negócio, englobando desde linhas de crédito, incubadoras tecnológicas, até consultorias subsidiadas e eventos para a ampliação da rede de negócios (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).

No entanto, o ensino do tema ainda está focado em padrões que há muito tempo foi fixado, valorizando mais a transmissão de conhecimentos, ao invés de atividades práticas e relacionais, que é mais recomendado para a educação empreendedora, ao permitir desenvolver competências essenciais, independente de se desejar abrir uma empresa (LIMA et al., 2014). Críticas são feitas quanto à forma de execução da educação empreendedora, no qual nota-se que não desenvolve uma cultura empreendedora (VARGAS; OTÁLORA; VARGAS, 2020).

Para os empreendimentos permanecerem ativos é necessário ter cautela, posto isso, a formação de empreendedores com finalidade de constituir as habilidades de gerência pode ser uma alternativa apropriada, no qual o curso de Administração possui um papel fundamental no desenvolvimento das competências requisitadas (ROCHA; FREITAS, 2014). Estudos realizados mostraram a influência do curso no comportamento empreendedor dos seus alunos, destacando a disciplina de empreendedorismo como prática universitária aplicada (SANTOS; PAIXÃO, 2013; SILVA et al., 2022; SILVA; PEREIRA; GUIMARÃES, 2021).

Entretanto, a pesquisa de Souza e Zambalde (2015) com alunos concluintes do curso de Administração constatou que as competências de investigação científica e empreendedoras têm sido pouco desenvolvidas, vê-se então, que em certos contextos o ensino não acompanha as exigências das competências sugeridas. Os autores perceberam alterações expressivas entre as percepções dos alunos de instituições, privada e pública, indicando que há perfis de formação diferenciados. Desse modo, configura-se a primeira hipótese a ser testada:

- **Hipótese 1:** Existem diferenças no perfil empreendedor entre os estudantes de universidade privada e estudantes de universidade pública.

As instituições de ensino superior são responsáveis primordiais do empreendedorismo, pois possuem impulso de disseminação e facilidade de formalizá-lo como conteúdo obrigatório (DOLABELA, 2008). Por isso, políticas de aperfeiçoamento devem ser desenvolvidas para o aprendizado técnico-científico e de competências comportamentais, em que a criação e execução dos programas de educação empreendedora devem seguir as sugestões da UNESCO para a educação do século XXI, isto é, ensinar a aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a conviver e aprender a ser (SCHAEFER; MINELLO, 2016).

De acordo com Rocha e Freitas (2014) às metodologias pedagógicas são divididas em duas distintas perspectivas, uma evidencia a educação sobre o empreendedorismo, e a outra a

educação para o empreendedorismo. A expressão ‘sobre’ refere-se a uma abordagem de natureza teórica, já a expressão ‘para’, uma abordagem teórica e prática voltada à execução.

Destarte, as instituições de ensino devem conciliar a teoria com o incentivo a práticas empreendedoras pelos estudantes, no qual não devem dedicar o ensino de empreendedorismo inteiramente à criação e gestão de empresas, mas favorecer o aprimoramento de características empreendedoras relacionadas ou não a um negócio (LIMA et al., 2014). Essa metodologia de ensino colabora para formar pessoas aptas a gerenciar grandes empresas, criar sua própria firma e inovar no seu trabalho como intraempreendedores, à medida que as oportunidades de emprego estão cada vez mais concorridas (HENRIQUE; CUNHA, 2008).

Dessa forma, Henrique e Cunha (2008) recomendam que experiências prévias, trabalho em pequenas empresas e a participação em consultorias juniores auxiliam os acadêmicos a aprender a empreender. Para eles, essas práticas desenvolvem características como comunicação, criatividade, capacidade de reconhecer oportunidades, capacidade de tomar decisões, liderança e planejamento, que são importantes para o processo empreendedor. Estudos reforçam que a experiência profissional contribui para o desenvolvimento do comportamento empreendedor, especialmente no que se trata da intenção empreendedora (ARAYA-PIZARRO, 2021; MARCON; SILVEIRA; FRIZON, 2020; TARAPUEZ; GARCIA; CASTELHANA, 2018; TORRES-CORONAS; VIDAL-BLASCO, 2019).

As investigações científicas e as universidades que buscam formar empreendedores tiveram seu questionamento quanto à educação empreendedora mudada, passou de ‘o empreendedorismo pode ser ensinado?’ para ‘que conteúdo deve ser ensinado e como ensiná-lo?’ (SCHAEFER; MINELLO, 2016). O comportamento empreendedor pode ser ensinado e, a educação é uma das ferramentas principais para quem deseja aprender, logo, atua como um aspecto de incentivo à formação de novos empreendedores (DORNELAS, 2008, 2015).

Com isso, as Instituições de Ensino Superior (IES) de modo geral precisam ser mais proativas e inovadoras, dado que uma cultura empreendedora coopera para a formação de empreendedores e, observa-se certa timidez das mesmas. Assim, os gestores em conjunto com o poder público devem questionar se estão ofertando educação de qualidade aos seus alunos, para que possam traçar estratégias que tragam resultados positivos (LIMA et al., 2014).

Apesar da importância da criação de novos negócios para o desenvolvimento econômico e social de uma nação, alguns alunos não possuem a intenção de empreender. Nesse sentido, as universidades devem buscar conhecê-los, e organizar as grades curriculares de modo plural e flexível, não deixando de contemplar a educação empreendedora (IIZUKA; MORAES, 2014). Ser um empreendedor potencial não significa ter intenção de empreender, do mesmo modo nem todos que têm a intenção estão preparados, por isso, a partir da soma do potencial com a intenção é que se têm uma viabilidade para empreender (LIMA et al., 2015).

Algumas possibilidades de métodos e práticas de ensino para o empreendedorismo são o plano de negócios, simulação de negócios, jogos empresariais, desenvolvimento de empresas ou produtos virtuais ou reais, visitas a empresas e empreendedores, estudos de casos, consultorias juniores, incubadoras, projetos de pesquisa e extensão, aulas expositivas, palestras com empreendedores, além do papel docente como facilitador do processo de aprendizagem e autonomia do aluno (HENRIQUE; CUNHA, 2008; SILVA; PENA, 2017).

O estudo de Lima et al. (2014) apresentou ainda, que a aprendizagem e preparação para o empreendedorismo podem ocorrer por meio de eventos, influência da instituição como centros de empreendedorismo e inovação, empresas juniores e incubadoras. Esses autores evidenciaram que a participação nessas atividades extracurriculares aproxima o aluno do universo empreendedor, ao possibilitar o desenvolvimento do comportamento empreendedor.

Esse comportamento diferencia o empreendedor de uma pessoa comum, pois são dotados de habilidades extraordinárias na busca da realização dos seus sonhos. São sedentos por mudanças e sempre criam novas ideias, o que contribui para identificar oportunidades de

negócio no mercado e colocá-las em prática se esse for o desejo (DORNELAS, 2008). No próximo tópico será feita uma discussão acerca dessas peculiaridades do empreendedorismo.

## 2.2 COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR DOS ESTUDANTES

O economista Joseph Schumpeter, estudioso do empreendedorismo voltado para a vertente econômica, foi o idealizador da definição do empreendedor como um indivíduo que cria novos produtos, serviços e formas de organização. Ele destacou que a atitude empreendedora está relacionada à inovação e baseia-se no processo de mudanças e destruição criativa (SCHUMPETER, 1997 apud BARBOSA et al., 2015). Pode designar também uma pessoa que cria e conduz projetos/empreendimentos (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).

Em vista disso, Dolabela (2008) aponta que algumas das características principais do empreendedor são identificar oportunidades, agarrá-las e buscar os recursos necessários para colocá-las em prática, no qual buscam evoluir e aprender com os erros cometidos em suas tentativas. Enfatiza-se que essas características também podem ser encontradas em indivíduos que não exercem atividades empreendedoras e que não desejam exercê-las no futuro.

Na literatura são encontrados diversos instrumentos de medição do nível de empreendedorismo dos estudantes, dentre eles estão a aferição da intenção empreendedora e do perfil empreendedor (LIÑÁN; CHEN, 2009; SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).

A intenção empreendedora pode ser conceituada como o reconhecimento de um determinado indivíduo quanto a sua pretensão de abrir um negócio próprio, e este tem em sua consciência o planejamento de colocar em prática futuramente. Dessa forma, é um construto interessante na investigação sobre a criação de novos empreendimentos (THOMPSON, 2009).

O estudo de Krüger, Bürger e Minello (2019) mostrou que as pessoas com conhecimento empreendedor e experiência prévia apresentaram maior intenção empreendedora. Assim, percebe-se a importância de investir na educação empreendedora por meio de ações práticas, visto o seu impacto diretamente e indiretamente favorável (MÓNICO et al., 2021). Porém, os autores Silva e Pena (2017) indicaram que fatores além da educação empreendedora influenciam nessa intenção, tais como, o histórico de trabalho e a família.

Em sua pesquisa, Moraes, Iizuka e Pedro (2018) apontaram que discentes de cursos de graduação tiveram sua intenção empreendedora influenciada pelo ambiente universitário, atitude em relação a assumir riscos e autoeficácia, e esta última, foi influenciada pelas características, planejador, liderança e inovador. Além disso, Marcon, Silveira e Frizon (2020), Schaefer et al. (2017) e Zarelli, Otto e Labiak Junior (2021), também notaram impactos expressivos do perfil empreendedor, valores pessoais e da atitude comportamental sobre a intenção empreendedora. Dessa maneira, levantou-se mais uma hipótese a ser testada:

- **Hipótese 2:** Existe relação entre o perfil empreendedor e a intenção empreendedora dos estudantes.

Os resultados dos estudos de Bae et al. (2014) e de Lima et al. (2015), apresentaram que a intenção de empreender e o nível de crença em ser competente para empreender não se relacionam a variação do quanto faziam de atividades de educação em empreendedorismo no ensino superior. Por outro lado, os estudos de Araya-Pizarro (2021), Marcon, Silveira e Frizon (2020), Mónico et al. (2021) e Zarelli, Otto e Labiak Junior (2021), apontaram efeitos proveitosos das universidades empreendedoras e do ensino do empreendedorismo na intenção empreendedora e motivação dos alunos para tornarem-se empreendedores.

Foi constatado na pesquisa de Barral, Ribeiro e Canever (2018), que os estudantes universitários de instituições privadas tinham maior intenção empreendedora, entretanto, os



resultados evidenciaram que já possuíam maior intenção empreendedora antes de iniciarem o seu curso de graduação, não apresentando evidência de diferença da influência dos ambientes universitários, privado e público, ou em seus fatores correlatos, com exceção para o fator que expressa o desejo de aprender sobre o empreendedorismo. Contudo, o estudo de Tarapuez, Garcia e Castelhana (2018) também observou, que as universidades privadas apresentam-se com mais influência. Diante desse contexto, configura-se mais uma hipótese a ser testada:

- **Hipótese 3:** Os estudantes de universidade privada apresentam intenção empreendedora maior do que os estudantes de universidade pública.

A análise da intenção empreendedora é de suma relevância, porém, a medição da influência dos programas de educação empreendedora pode ser mais determinante com a avaliação de competências empreendedoras, pois no primeiro método outros fatores pessoais podem influenciar como idade, sexo, experiência laboral, parentesco próximo com empreendedores, ter amigos empreendedores, renda familiar e estado civil, podendo levar a distorções de causalidade nos resultados encontrados (BOYLES, 2012 apud ROCHA; FREITAS, 2014; LIÑÁN; CHEN, 2009; TARAPUEZ; GARCIA; CASTELHANA, 2018).

Em uma revisão de literatura Ferreira, Loiola e Gondim (2017), identificaram que os principais preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora entre estudantes universitários foram os traços pessoais, motivações de realização pessoal, atitude positiva, autoeficácia, percepção de controle, *locus* de controle interno, percepção de barreiras e criatividade, a família e os amigos. E no que concerne à educação empreendedora, não puderam propor conclusões, em vista de variar conforme as circunstâncias de execução.

O autor Dornelas (2008, 2015) destacou certas características, além dos atributos de administrador, que permitem a criação de uma empresa, dentre elas, visão de futuro, tomar decisões, explorar oportunidades, determinação, dedicação, otimismo, paixão pelo que faz, liderança, rede de contatos, planejamento, possuir conhecimentos, assumir riscos calculados, organização, ser formador de equipe, ser inovador, ter disciplina e orientação para mudanças.

Assim, métodos de análise de perfil empreendedor são utilizados para identificar características similares de pessoas com atribuições empreendedoras. Um instrumento de mensuração foi construído e validado por Schmidt e Bohnenberger (2009), no qual avalia as características autorrealização, assume riscos calculados, planejador, sociável, inovador e líder, contudo, vários outros atributos são analisados pela literatura. Esses atributos de perfil empreendedor, e os fatores autoeficaz, detecta oportunidades e persistente que juntos formam o construto autorrealização, foram conceituados pelos autores, segue no Quadro 1 a seguir.

**Quadro 1:** Conceituação de atributos do perfil empreendedor.

<b>Atributo</b>	<b>Definição</b>
Autoeficaz	É a estimativa cognitiva que uma pessoa tem das suas capacidades de mobilizar motivação, recursos cognitivos e cursos de ação necessários para exercitar controle sobre eventos na sua vida.
Assume Riscos calculados	Pessoa que, diante de um projeto pessoal, relaciona e analisa as variáveis que podem influenciar o seu resultado, decidindo, a partir disso, a continuidade do projeto.
Planejador	Pessoa que se prepara para o futuro.
Detecta oportunidades	Habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança.
Persistente	Capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até mesmo a privações sociais, em projetos de retorno incerto.
Sociável	Grau de utilização da rede social para suporte à atividade profissional.
Inovador	Pessoa que relaciona ideias, fatos, necessidades e demandas de mercado de forma criativa.
Líder	Pessoa que, a partir de um objetivo próprio, influencia outras pessoas a adotarem voluntariamente esse objetivo.

**Fonte:** Adaptado de Schmidt e Bohnenberger (2009, p. 455).

Um estudo utilizando esse instrumento de pesquisa foi realizado por Rocha e Freitas (2014), e identificou que estudantes que participavam de atividades educacionais de formação em empreendedorismo apresentaram alterações consideráveis no perfil empreendedor, indicando aumento nas dimensões autorrealização, planejador, inovador e assume riscos.

Nos achados de Henrique e Cunha (2008), identificaram como habilidades a serem aprimoradas no ensino de empreendedorismo a comunicação - principalmente a persuasão, criatividade, reconhecer oportunidades, pensamento crítico, liderança, competências gerenciais, incluindo planejamento, *networking*, negociação e capacidade de tomar decisões.

Complementando os fatores de influência no comportamento empreendedor, viu-se na pesquisa realizada por Meneghetti et al. (2015), que o semestre cursado não influenciou no perfil empreendedor dos alunos. Já Barbosa et al. (2015), Eckert et al. (2013) e Lizuka e Moraes (2014) identificaram que o tempo percorrido no curso influenciou na formação empreendedora. Esses achados podem estar relacionados a aspectos individuais, econômicos, culturais, e também ao formato como a educação empreendedora é executada nas instituições.

Vale destacar que a investigação do perfil empreendedor não está relacionada diretamente a criação de um empreendimento, visto que essas características são valorizadas pelo mundo do trabalho e pela vida de forma geral, por isso, a medição da intenção empreendedora se torna relevante ao buscar analisar esse fator (VEIGA; PARREIRA, 2015).

O estudo de Veiga e Cortez (2021), corrobora ao apresentar que o perfil empreendedor pode ser insatisfatório para o desenvolvimento da intenção empreendedora estudantil, uma vez que existem outros fatores como cenários culturais, econômicos e sociais, que em conjunto com características pessoais influencia na real intenção empreendedora universitária.

### 2.3 EMPRESA JÚNIOR: UMA PRÁTICA DE EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Considera-se fundamental desenvolver competências nos universitários, dessa forma, é preponderante refletir sobre como as empresas juniores vêm se organizando nas instituições de ensino superior brasileiras, e como essas associações favorecem uma formação profissional efetiva de seus integrantes (VALADÃO JÚNIOR; ALMEIDA; MEDEIROS, 2014).

As empresas juniores são organizações sem fins lucrativos, formadas por acadêmicos de graduação em instituições de ensino superior, com a finalidade de executar projetos e serviços, em especial, para Micro e Pequenas Empresas (MPE). Essa entidade contribui para o progresso da nação, formando pessoal capacitado e comprometido com esse objetivo, e ainda, fomenta o empreendedorismo de seus membros (MARRA; ALBRETCH; SOUZA, 2014).

Pode ser considerado um laboratório de aprendizagem organizacional, em que os estudantes relacionam a teoria vista em sala de aula com a prática, desenvolvendo mais autonomia, compreensão e aplicação do curso, e possibilita desenvolver habilidades e competências requeridas pelo mercado de trabalho (FRANCO; SEIBERT, 2018; VALADÃO JÚNIOR; ALMEIDA; MEDEIROS, 2014). As atividades sociopráticas do movimento possibilitam um maior aprendizado, com destaque às mentorias (DOS-SANTOS et al., 2015).

Desse modo, a experiência nesta prática extracurricular desenvolve competências profissionais essenciais para qualquer carreira que o discente seguir após concluir o seu curso. Com isso, deve-se refletir acerca de como a educação está sendo executada nas instituições de ensino, visto uma discrepância em relação ao modelo ideal (FERREIRA; FREITAS, 2013).

A formação empreendedora propiciada pela experiência nas empresas juniores auxilia no aprimoramento de atitudes e comportamentos empreendedores, por permitir desenvolver nos jovens a percepção de si mesmos e do mundo, formando pensamentos sistêmicos e favorecendo o reconhecimento de novas oportunidades (RODRIGUES et al., 2020).

Compreender que o empreendedorismo pode ser aprendido estimula o incremento de intervenções que promovam a criação de novos negócios (DORNELAS, 2008, 2015). Assim, as empresas juniores podem favorecer a construção da identidade necessária para o futuro profissional e formação empreendedora dos alunos, através dos aspectos inovação, iniciativa, liderança, trabalho sob pressão e delegação de responsabilidades (BARBOSA et al., 2015).

Apesar da realidade da educação nas universidades ainda carecer de avanços, Ferreira e Freitas (2013) encontraram achados positivos. Ao comparar dois grupos, notaram que os alunos que participavam de empresa júnior apresentaram médias maiores em itens de comportamento empreendedor. Também, identificaram maior aptidão a abrirem uma empresa, e em prazos mais longos, destacando a característica planejamento, importante para o alcance do êxito de um negócio. Sendo assim, configuraram-se mais duas hipóteses a serem testadas:

- **Hipótese 4:** Os estudantes que participam da empresa júnior possuem um perfil empreendedor melhor do que os estudantes que não participam.
- **Hipótese 5:** Os estudantes que participam da empresa júnior apresentam intenção empreendedora maior do que os estudantes que não participam.

Na pesquisa realizada por Menezes e Costa (2016), apresentaram que a empresa júnior estudada estimulou a promoção das competências empreendedoras, liberdade, autonomia, tolerância ao erro, diversidade de aprendizado, desafios constantes e iniciativas inovadoras, que são características relevantes para o processo empreendedor em qualquer circunstância da vida. No estudo de Marassi, Vogt e Biavatti (2014) identificaram outras características como inteligência emocional, visão de futuro, resiliência e capacidade de comunicação e persuasão.

O estudo de Veiga e Parreira (2015) também demonstrou que membros de empresas juniores apresentaram maiores pontuações nos fatores de perfil empreendedor, do que os que não participavam, demonstrando que participar desse movimento é um diferencial para o empreendedorismo, destacando a importância de investir na formação de empreendedores.

Em outro estudo feito por Valadão Júnior, Almeida e Medeiros (2014), identificou-se algumas competências desenvolvidas pelos egressos de uma empresa júnior, sendo as mais representativas a comunicação, conhecimentos técnicos em administração e consultoria, capacidade de mobilizar conhecimentos, liderança, atendimento e negociação, trabalho em equipe, relacionamento interpessoal, proatividade e iniciativa, e se reconhecer administrador.

As universidades devem investir e fomentar mais nas empresas juniores, integrando-as como prática fundamental dos currículos acadêmicos, de modo a favorecer a formação e aproveitamento do aprendizado dos estudantes, visto que permite ao aluno participante obter experiências que aproximam os aspectos teóricos da atuação profissional no seu contexto real de trabalho (SILVA; PENA, 2017; VALADÃO JÚNIOR; ALMEIDA; MEDEIROS, 2014).

Portanto, pôde observar-se que a educação empreendedora é de suma importância no ambiente universitário, por preparar os estudantes para o seu futuro profissional, angariando possibilidades de desenvolver atributos indispensáveis para qualquer carreira que visar seguir, sendo a criação de empresas uma alternativa vantajosa para o desempenho de um país. Os cursos de graduação precisam investir na formação empreendedora, e as empresas juniores é uma forma interessante, todavia, também existem outros meios como através de projetos de ensino, pesquisa e extensão (VEIGA; PARREIRA, 2015; ZANCHET; SILVA, 2021).

### 3 METODOLOGIA

Quanto aos objetivos, a pesquisa foi descritiva, uma vez que descreveu as características de certa população, estabelecendo relações entre as variáveis, e os dados foram

analisados e ordenados sem a interferência do pesquisador. A abordagem foi quantitativa, pois quantificou as informações, ou seja, traduziu-as em números, e depois as classificou e analisou-as através de técnicas estatísticas (GIL, 2008; PROVDANOV; FREITAS, 2013).

No que se refere aos procedimentos, foi realizada uma pesquisa do tipo *survey*, visto que buscou descrever de forma quantitativa os dados levantados, a partir da obtenção de informações acerca das características, ações ou opiniões de uma população, e foi utilizado o questionário, que é um instrumento de coleta de dados pré-definido (FREITAS et al., 2000).

A população desta pesquisa foram os estudantes ativos e cursando os diversos períodos do curso de Administração, pela Universidade Federal do Piauí (UFPI) e pelo Instituto de Educação Superior Raimundo Sá (RSÁ), ambas da cidade de Picos, Piauí, e também pelos egressos que se formaram recentemente, uma vez que possui uma realidade próxima aos alunos que estavam ativos no momento da pesquisa. A amostra é composta por 256 alunos, sendo 226 da UFPI (42 deles já formados), e 30 do RSÁ (4 deles já formados).

Essas duas IES foram escolhidas por conveniência e pelo fato das empresas juniores do curso já serem consolidadas, com mais de dez anos de fundadas. Além disso, a cidade de Picos possui o terceiro maior PIB do Piauí, podendo ser justificado pela sua localização geográfica, no qual tem o principal entroncamento rodoviário do Nordeste, o que pode contribuir para o desenvolvimento do empreendedorismo na região (CEPRO, 2019).

A coleta de dados ocorreu nos meses de fevereiro e março de 2022, por meio de um formulário no *Google Forms*, em que todos os participantes assinaram virtualmente o termo de consentimento, e a estes foram garantidos todas as informações e esclarecimentos extras.

O instrumento de coleta de dados foi um questionário dividido em três partes. A primeira, para obter a caracterização sociodemográfica da amostra como idade, sexo, renda, estado civil, raça, etc. A segunda, uma escala de perfil empreendedor, baseada na escala validada por Schmidt e Bohnenberger (2009), para analisar os atributos autoeficaz, assume riscos, planejador, detecta oportunidades, persistente, sociável, inovador e líder. A terceira, uma escala de intenção empreendedora validada por Liñán e Chen (2009), no qual utilizou-se apenas o construto de intenção empreendedora. As escalas foram estruturadas em escala *Likert* de 7 pontos, em que 1 - discordo plenamente, 2 - discordo, 3 - discordo parcialmente, 4 - indiferente, 5 - concordo parcialmente, 6 - concordo e 7 - concordo plenamente. Nesse sentido, a expressividade do nível de concordância se estabeleceu com a variação de 1 para discordo plenamente e 7 para concordo plenamente (COOPER; SCHINDLER, 2003).

É essencial realizar o pré-teste dos instrumentos de coleta de dados a fim de verificar a adequação ao público-alvo. Desse modo, antes da aplicação do questionário, foi feito um pré-teste de campo com 20 pessoas que estavam cursando o ensino superior nas duas IES, exceto o curso de Administração, visando verificar incoerências, que pudessem prejudicar o processo de coleta dos dados (COOPER; SCHINDLER, 2003). Não foi identificada a necessidade de realizar mudanças, no qual foi considerado por eles, compreensível e com tamanho adequado.

Os dados foram analisados e tratados no *software* SPSS (Statistical Package for Social Sciences), versão 23. De início, a partir do modelo estatístico descritivo simples, média, e os seus respectivos desvio padrão, variância, erro padrão, assimetria e curtose, com o intuito de descrever os resultados de cada um dos nove construtos de comportamento empreendedor investigados. Depois utilizou-se a técnica de correlação do coeficiente de Pearson e a regressão, para testar a relação existente entre as variáveis. E com vista a analisar a diferença entre as médias de grupos, realizou-se o Teste t de *Student* para amostras independentes.

Foi utilizada a regressão logística para verificar a influência dos construtos do empreendedorismo sobre a probabilidade de ser participante da empresa júnior. Com isso,

criou-se um modelo preditivo dos dados através de múltiplas variáveis independentes, em que a equação base foi  $P(Y) = 1/(1 + e^{-(b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n + \varepsilon)})$  (HAIR, 2009).<sup>4</sup>

E por fim foi feita a análise fatorial exploratória, no intuito de entender a forma como o conjunto de variáveis dos nove construtos medidos estava organizado e para identificar a sua estrutura latente, no qual foi feita a comparação com outros estudos que o utilizaram. Salienta-se que essas análises estatísticas foram relevantes para a confirmação das hipóteses.

## 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

### 4.1 CARACTERIZAÇÃO SOCIODEMOGRÁFICA DA AMOSTRA

Inicialmente, são apresentadas na Tabela 1 abaixo, algumas informações sociodemográficas da amostra pesquisada, com a finalidade de descrever suas características pessoais, para obter um melhor entendimento acerca das circunstâncias do *lôcus* de pesquisa.

**Tabela 1:** Características sociodemográficas dos participantes da pesquisa.

<b>Idade (Anos)</b>	Até 20	De 21 a 25	De 26 a 30	De 31 a 36	Acima de 36	-	<b>Total</b>
	21,48%	58,59%	14,08%	3,90%	1,95%		100%
<b>Sexo</b>	Masculino	Feminino	-	-	-	-	100%
	43,36%	56,64%					
<b>Renda (R\$)</b>	Até 1.212,00	De 1.212,00 a 2.424,00	De 2.424,00 a 3.636,00	De 3.636,00 a 4.848,00	De 4.848,00 a 6.060,00	Acima de 6.060,00	
	44,14%	3,90%	35,55%	3,13%	8,98%	4,30%	100%
<b>Estado Civil</b>	Solteiro (a)	Casado (a)	Separado (a)	Divorciado (a)	União Estável	-	
	85,94%	11,33%	-	0,78%	1,95%		100%
<b>Raça</b>	Branca	Parda	Preta	Amarela	Indígena	-	
	37,50%	48,05%	13,28%	1,17%	-		100%
<b>Período do Curso</b>	Do 1º ao 2º	Do 3º ao 4º	Do 5º ao 6º	Do 7º ao 8º	9º	Concluiu	
	18,37%	20,31%	11,33%	16,01%	16,01%	17,97%	100%

**Fonte:** Pesquisa de campo (2022).

Além dos dados apresentados anteriormente, foi identificado que 19,53% deles participam ou já participaram da empresa júnior, 49,22% já estudaram a disciplina de empreendedorismo, 63,67% possuem experiência profissional, 44,14% possuem parentes do primeiro grau com algum tipo de negócio empresarial e 19,40% já possuem um negócio próprio. Dentre os respondentes, 88,28% são de universidade pública e 11,72% de privada.

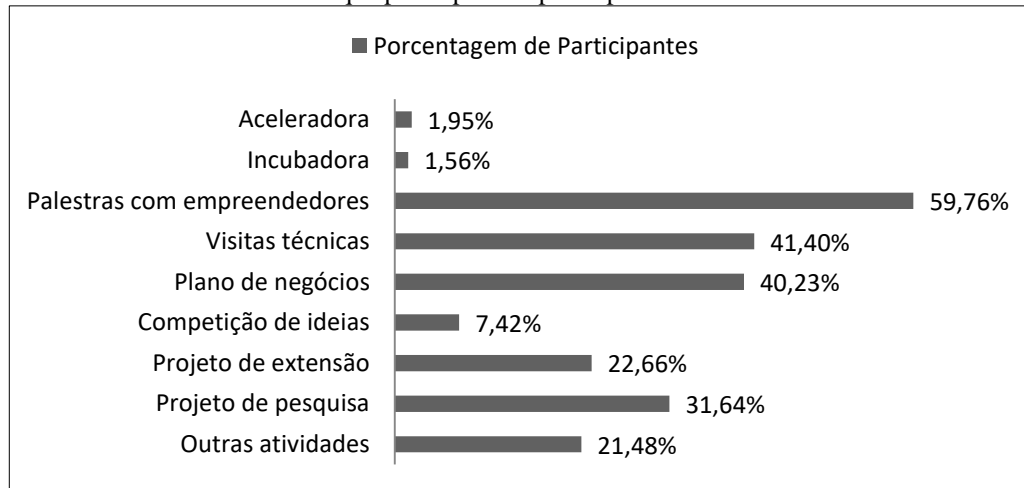
Também foram feitas algumas perguntas para obter a percepção quanto ao próprio comportamento empreendedor, em que 28,12% consideraram que possui perfil empreendedor desenvolvido, 22,27% que não e 49,61% que talvez. No questionamento quanto a considerar capaz de abrir uma empresa, 55,86% disseram que sim, 10,55% que não e 33,59% que talvez. Ao questionar se abrir uma empresa lhes traz satisfação, 70,70% falaram que sim, 7,40% que

<sup>4</sup> Onde:  $P(Y)$  = É a probabilidade de Y ocorrer;  $e$  = É a base dos logaritmos naturais;  $b_0$  = É uma constante;  $b_1$  = É o coeficiente do primeiro predictor ( $X_1$ );  $b_2$  = É o coeficiente do segundo predictor ( $X_2$ );  $b_n$  = É o coeficiente do n-ésimo predictor ( $X_n$ );  $\varepsilon$  = É a diferença entre o valor previsto e o observado de P(Y).

não e 21,90% que talvez. E o último questionamento de percepção, se pessoas próximas aprovam abrir uma empresa, 58,20% afirmaram que sim, 6,64% que não e 35,16% que talvez.

Para somar à indagação de participação na empresa júnior e se já estudaram a disciplina de empreendedorismo, foi feito um *checklist* a fim de obter outras atividades empreendedoras que participam ou participaram na fase de universitários. Foram usadas como base as práticas apresentadas pela literatura (HENRIQUE; CUNHA, 2008; LIMA et al., 2014; ROCHA; FREITAS, 2014; SCHAEFER; MINELLO, 2016; SILVA; PENA, 2017). Segue no Gráfico 1, o resultado das porcentagens para cada atividade, apresentada pelos respondentes.

**Gráfico 1:** Atividades que participam ou participaram na fase de universitários.



**Fonte:** Pesquisa de campo (2022).

A barra 'outras atividades', corresponde a monitorias, elaboração de artigos científicos, PET - Programa de educação tutorial, centro acadêmico do curso de Administração e debates em sala de aula, em que consideraram como outras atividades universitárias empreendedoras. Salienta-se, que as aceleradoras e incubadoras são externas e não relacionadas às instituições.

Observa-se com os dados apresentados na Tabela 1, que os respondentes são jovens, o que corresponde à idade da maioria dos graduandos, no qual 80% deles têm até 25 anos, com média de 23 anos. A renda se concentra em até três salários mínimos, a maioria é solteiro (a), grande parte é do sexo feminino, a raça se concentra entre brancos e pardos, e a quantidade de alunos dos períodos iniciais e finais ficou equilibrada (50% para cada grupo). Esse resultado do perfil socioeconômico é semelhante aos achados dos estudos de Ferreira e Freitas (2013) e Rocha e Freitas (2014), também realizados com alunos do curso superior em Administração.

#### 4.2 NÍVEL DE PERFIL EMPREENDEDOR E DE INTENÇÃO EMPREENDEDORA

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

**Tabela 2:** Estatística descritiva simples dos construtos de comportamento empreendedor.

Construtos	ME	MED	MO	MI	MA	VAR	DP	EP	ASS	CUR
Autoeficaz	5,06	5,00	5,00	1,00	7,00	1,87	1,36	5,06	-0,58	0,65
Assume Riscos	4,77	4,67	4,33	1,00	7,00	1,66	1,28	4,77	-0,43	0,02
Planejador	5,47	5,50	6,00	1,00	7,00	1,06	1,02	5,47	-1,08	2,11
Detecta Oportunidades	4,72	5,00	5,00	1,00	7,00	2,13	1,46	4,72	-0,42	-0,19

Persistente	5,17	5,00	5,00	1,00	7,00	2,31	1,51	5,17	-0,71	0,25
Sociável	4,79	5,00	4,00	1,00	7,00	1,28	1,13	4,79	-0,55	0,48
Inovador	5,08	5,33	6,00	1,00	7,00	1,54	1,24	5,07	-0,59	0,19
Líder	5,06	5,25	7,00	1,00	7,00	1,75	1,32	5,06	-0,58	-0,09
Intenção Empreendedora	4,80	5,00	6,83	1,00	7,00	3,17	1,78	4,80	-0,56	-0,71

**Fonte:** Pesquisa de campo (2022).

**Legenda:** ASS = Assimetria; CUR = Curtose; DP = Desvio Padrão; EP = Erro Padrão da Média; MA = Máximo; ME = Média; MED = Mediana; MI = Mínimo; MO = Moda; VAR = Variância.

Pôde verificar que a média dos construtos obteve um nível considerável, uma vez que estão acima de 4,70 com os *scores* variando de 1 a 7 (escala *Likert*), também é representativa dos dados analisados, pois apresentou desvio padrão pequeno, e a amostra representa bem a população, dado que apresentou erro padrão baixo. Verificou-se mais, que a distribuição de frequência não corresponde a uma distribuição normal, visto que os valores de assimetria e de curtose não são iguais a 0 (zero) (FIELD, 2009), todavia, de acordo com Hair et al. (2009), o descumprimento quanto a esse pressuposto tem um impacto desprezível em amostras maiores.

Observa-se com os dados apresentados, que os construtos com maior média foram planejador, persistente, inovador, autoeficaz e líder, características essenciais do comportamento empreendedor, em especial, quando se possui o desejo de abrir uma empresa, no entanto, são características importantes para qualquer situação da vida (BARBOSA et al., 2015; DOLABELA, 2008; DORNELAS, 2008, 2015; FERREIRA; FREITAS, 2013).

Como os construtos, persistente e autoeficaz juntos, segundo a literatura forma o construto autorrealização em referência a McClelland, e este influencia no desempenho organizacional. Destaca-se como aspecto positivo para a sociedade, o fato de esses jovens abrirem empresas futuramente, sugerindo o êxito do negócio, geração de emprego e renda, e contribuição para o crescimento econômico do país (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).

Por outro ângulo, as características sociável, assume riscos e detecta oportunidades, importantes para o processo de decisão de abrir um negócio empresarial, bem como a própria intenção empreendedora foram os construtos que apresentaram menor média. Com isso, nota-se que apesar dos esforços empregados pelas instituições estudadas, estas ainda carecem de evolução, corroborando com o estudo de Barral, Ribeiro e Canever (2018), no qual destacam que o ambiente universitário como um todo não é favorável à cultura empreendedora.

Diante disso, constata-se a necessidade de evolução da educação empreendedora nas universidades, uma vez que o resultado desse estudo apresenta uma carência de atividades que possam incentivar a intenção empreendedora, como as incubadoras e aceleradoras (LIMA et al., 2014). Essas atividades correspondem a apenas 1,56% e 1,95% respectivamente, dos estudantes que participam ou participaram. Também percebe-se, que deve investir mais no incentivo à participação nas empresas juniores, dado uma pequena parcela de participantes.

Nesse contexto, é relevante a busca de parcerias com entidades que fomentem o empreendedorismo, como o sistema SEBRAE. Essa organização desenvolve diversos programas de educação empreendedora difundidos nos diversos níveis educacionais, inclusive, atua incentivando e sendo mantenedora de incubadoras (DORNELAS, 2008, 2015).

Por essa razão, esse estudo buscou analisar tanto a intenção empreendedora como o perfil empreendedor, visto que para o primeiro fator, além do ensino de empreendedorismo existem vários outros preditores que exercem influência, sendo o propósito principal do estudo analisar a influência da empresa júnior no comportamento empreendedor dos alunos.

#### 4.3 RELAÇÃO DO PERFIL EMPREENDEDOR E INTENÇÃO EMPREENDEDORA

A fim de testar a relação das variáveis e construtos do perfil empreendedor com as variáveis e o construto de intenção empreendedora foi utilizado o coeficiente de correlação de Pearson, *r*. Esse coeficiente varia de -1 a +1, em que um coeficiente de +1 indica um relacionamento positivo perfeito, um coeficiente de -1 indica um relacionamento negativo perfeito e um coeficiente de 0 indica que não existe relacionamento linear (FIELD, 2009).

**Tabela 3:** Correlação entre os construtos de perfil empreendedor e intenção empreendedora.

Construtos		AE	AR	PL	DO	PE	SO	IN	LI	IE
AE	Pearson	1								
	Sig. (2)									
AR	Pearson	,491**	1							
	Sig. (2)	,000								
PL	Pearson	,485**	,435**	1						
	Sig. (2)	,000	,000							
DO	Pearson	,469**	,514**	,517**	1					
	Sig. (2)	,000	,000	,000						
PE	Pearson	,451**	,411**	,562**	,594**	1				
	Sig. (2)	,000	,000	,000	,000					
SO	Pearson	,303**	,427**	,474**	,508**	,490**	1			
	Sig. (2)	,000	,000	,000	,000	,000				
IN	Pearson	,373**	,473**	,485**	,589**	,496**	,568**	1		
	Sig. (2)	,000	,000	,000	,000	,000	,000			
LI	Pearson	,367**	,335**	,483**	,548**	,452**	,492**	,480**	1	
	Sig. (2)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		
IE	Pearson	,199**	,457**	,283**	,494**	,313**	,339**	,417**	,241**	1
	Sig. (2)	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	

**Fonte:** Pesquisa de campo (2022).

**Legenda:** AE = Autoeficaz; AR = Assume Riscos; PL = Planejador; DO = Detecta Oportunidades; PE = Persistente; SO = Sociável; IN = Inovador; LI = Líder; IE = Intenção Empreendedora.

A Tabela 3 mostra que todos os construtos mostraram um relacionamento positivo entre eles, ou seja, quanto maior o nível em um construto, maior é o nível do outro construto. Os construtos mais relacionados com a intenção empreendedora foram DO, AR e IN, atributos primordiais para a decisão de criar uma empresa e sucesso desse negócio caso venha a ser implantado (DOLABELA, 2008; DORNELAS, 2008, 2015). Ademais, todos os valores de probabilidade foram significativos, dado que  $p < 0,05$ . Os construtos que mostraram uma maior correlação, com exceção de com ele próprio que sempre será 1, foi DO com PE, DO com IN, SO com IN, PE com PL, DO com LI, DO com PL, DO com AR e DO com SO.

Verificou-se que o construto detecta oportunidades apresentou-se mais relacionado aos demais construtos, com isso, torna-se fundamental focar a atenção sobre o mesmo. Esse resultado pode estar relacionado ao fato de ser o aspecto que mais se relacionou com a intenção empreendedora, no qual requer que outros atributos também estejam aperfeiçoados (VEIGA; CORTEZ, 2021). E em vista de está relacionado ao desempenho organizacional, pode indicar que pessoas detentoras de maior nível de detecção de oportunidades, se esforçam para que as suas ideias obtenham sucesso, o que carece de maior esforço para ser uma pessoa com espírito empreendedor (DORNELAS, 2008; SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).

Para complementar a correlação entre os construtos, foi feita a correlação das vinte e duas variáveis dos construtos de perfil empreendedor, com as seis variáveis do construto de intenção empreendedora, visando obter um resultado mais robusto. Destaca-se que a variável 1 corresponde ao construto autoeficaz, as variáveis de 2 a 4 correspondem ao construto assume riscos, as variáveis de 5 a 8 correspondem ao construto planejador, as variáveis de 9 a



10 correspondem ao construto detecta oportunidades, a variável 11 corresponde ao construto persistente, as variáveis de 12 a 15 correspondem ao construto sociável, as variáveis de 16 a 18 correspondem ao construto inovador, as variáveis de 19 a 22 correspondem ao construto líder, e as variáveis de 23 a 28 correspondem ao construto intenção empreendedora.

**Tabela 4:** Correlação entre as variáveis de perfil empreendedor e intenção empreendedora.

Variáveis de perfil empreendedor / Variáveis de intenção empreendedora		23.Estou pronto para fazer qualquer coisa para ser um empreendedor.	24.Meu objetivo profissional é me tornar um empreendedor.	25.Farei todos os esforços para começar e administrar minha própria empresa.	26.Esto determinado a criar uma empresa no futuro.	27.Tenho pensado seriamente em abrir uma empresa.	28.Tenho a firme intenção de abrir uma empresa algum dia.
1.Tenho controle sobre os fatores críticos para minha plena realização profissional.	<b>Pearson</b> <b>Sig. (2)</b>	,296** ,000	,191** ,002	,132* ,034	,141* ,024	,188** ,003	,135* ,031
2.Sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva algum tipo de risco.	<b>Pearson</b> <b>Sig. (2)</b>	,162** ,009	,171** ,006	,154* ,013	,142* ,023	,103 ,099	,121 ,052
3.Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.	<b>Pearson</b> <b>Sig. (2)</b>	,426** ,000	,427** ,000	,399** ,000	,317** ,000	,383** ,000	,369** ,000
4.Admito correr riscos em troca de possíveis benefícios.	<b>Pearson</b> <b>Sig. (2)</b>	,433** ,000	,410** ,000	,399** ,000	,362** ,000	,398** ,000	,374** ,000
5.Tenho um bom plano da minha vida profissional.	<b>Pearson</b> <b>Sig. (2)</b>	,311** ,000	,262** ,000	,237** ,000	,235** ,000	,246** ,000	,224** ,000
6.No meu trabalho, sempre planejo muito bem tudo o que faço.	<b>Pearson</b> <b>Sig. (2)</b>	,140* ,026	,161** ,010	,167** ,008	,119 ,058	,099 ,116	,094 ,135
7.Tenho os assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados.	<b>Pearson</b> <b>Sig. (2)</b>	,233** ,000	,176** ,005	,218** ,000	,184** ,003	,159* ,011	,155* ,013
8.Me incomoda muito ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto.	<b>Pearson</b> <b>Sig. (2)</b>	,108 ,086	,135* ,031	,139* ,026	,172** ,006	,160* ,010	,174** ,005
9.Frequentemente detecto oportunidades promissoras de negócio no mercado.	<b>Pearson</b> <b>Sig. (2)</b>	,431** ,000	,448** ,000	,412** ,000	,402** ,000	,422** ,000	,373** ,000
10.Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado.	<b>Pearson</b> <b>Sig. (2)</b>	,474** ,000	,477** ,000	,463** ,000	,403** ,000	,409** ,000	,371** ,000
11.Profissionalmente, me considero uma pessoa muito mais persistente que as demais.	<b>Pearson</b> <b>Sig. (2)</b>	,343** ,000	,298** ,000	,291** ,000	,253** ,000	,265** ,000	,246** ,000
12.Me relaciono muito facilmente com outras pessoas.	<b>Pearson</b> <b>Sig. (2)</b>	,275** ,000	,153* ,014	,110 ,079	,104 ,098	,059 ,351	,073 ,244
13.Meus contatos sociais influenciam muito pouco a minha vida profissional.	<b>Pearson</b> <b>Sig. (2)</b>	,252** ,000	,213** ,001	,226** ,000	,156* ,012	,141* ,024	,092 ,144
14.Os contatos sociais que tenho são muito importantes para minha vida profissional.	<b>Pearson</b> <b>Sig. (2)</b>	,258** ,000	,226** ,000	,206** ,001	,176** ,005	,178** ,004	,217** ,000

15. Conheço várias pessoas que me poderiam auxiliar profissionalmente, caso eu precisasse.	<b>Pearson</b>	,272**	,249**	,240**	,253**	,252**	,285**
	<b>Sig. (2)</b>	,000	,000	,000	,000	,000	,000
16. Sempre encontro soluções muito criativas para problemas profissionais com os quais me deparo.	<b>Pearson</b>	,347**	,315**	,318**	,258**	,273**	,256**
	<b>Sig. (2)</b>	,000	,000	,000	,000	,000	,000
17. Prefiro um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira.	<b>Pearson</b>	,287**	,325**	,299**	,274**	,316**	,338**
	<b>Sig. (2)</b>	,000	,000	,000	,000	,000	,000
18. Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível.	<b>Pearson</b>	,323**	,353**	,320**	,296**	,362**	,352**
	<b>Sig. (2)</b>	,000	,000	,000	,000	,000	,000
19. Frequentemente sou escolhido como líder em projetos ou atividades profissionais.	<b>Pearson</b>	,196**	,217**	,244**	,211**	,209**	,183**
	<b>Sig. (2)</b>	,002	,000	,000	,001	,001	,003
20. Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho.	<b>Pearson</b>	,131*	,133*	,153*	,122	,134*	,081
	<b>Sig. (2)</b>	,036	,034	,014	,051	,032	,199
21. As pessoas respeitam a minha opinião.	<b>Pearson</b>	,246**	,227**	,223**	,171**	,215**	,183**
	<b>Sig. (2)</b>	,000	,000	,000	,006	,001	,003
22. No trabalho, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto.	<b>Pearson</b>	,225**	,201**	,201**	,158*	,173**	,168**
	<b>Sig. (2)</b>	,000	,001	,001	,012	,006	,007

Fonte: Pesquisa de campo (2022).

A Tabela 4 mostra que todas as variáveis mostraram um relacionamento positivo entre elas, ou seja, quanto maior o nível de uma variável, maior é o nível da outra variável, no qual as que obtiveram um valor mais elevado foram “10 com 24”, “10 com 23”, “10 com 25”, “9 com 24”, “4 com 23” e “9 com 23”. Ademais, a maioria dos valores de probabilidade foram significativos em  $p < 0,05$ , exceto em treze correlações. Percebe-se uma maior relação nas variáveis dos construtos detecta oportunidades e assume riscos, com as variáveis do construto intenção empreendedora. Estudos apresentam que esses são os atributos empreendedores que mais influenciam na intenção de abrir uma empresa, justificando assim, a relação encontrada entre essas variáveis (MORAES; IIZUKA; PEDRO, 2018; ROCHA; FREITAS, 2014).

Com isso, a hipótese 2 “existe relação entre o perfil empreendedor e a intenção empreendedora dos estudantes” foi confirmada, uma vez que as variáveis e os construtos de perfil empreendedor se mostraram relacionados às variáveis e ao construto de intenção empreendedora. Enfatiza-se, a importância de avaliar esses fatores em conjunto, pois as características empreendedoras são fundamentais para a prosperidade de um negócio (DOLABELA, 2008; DORNELAS, 2008, 2015). Desse modo, a avaliação dessa relação pode contribuir para a definição de práticas pedagógicas universitárias empreendedoras, que desenvolvam os atributos mais relacionados com a intenção empreendedora, se for o plano.

#### 4.4 DIFERENÇA DO PERFIL EMPREENDEDOR E INTENÇÃO EMPREENDEDORA QUANTO A PARTICIPAÇÃO NA EMPRESA JÚNIOR E TIPO DE INSTITUIÇÃO

Para verificar a diferença das médias entre os grupos, foi empregado o Teste t de Student para amostras independentes, isso de deu em função de ter manipulado apenas uma variável de duas maneiras e mensurado somente uma saída, além de existir duas condições experimentais e diferentes participantes foram designados para cada condição (FIELD, 2009).

A análise teve como base o resultado do teste de Levene, similar ao teste t, pois testa a hipótese de que a variância nos dois grupos são iguais. Para utilizar os dados da linha Var. (h) a sig. tem que ser maior que 0,05, e os dados da linha Var. (nh) a sig. tem que ser menor que 0,05. Segue na Tabela 5, as médias entre participantes e não participantes da empresa júnior.

**Tabela 5:** Estatística dos grupos independentes participantes e não participantes da empresa júnior.

Construtos	Condição	N	ME	DP	EP
Autoeficaz	Participante	50	5,52	1,07	0,15
	Não Participante	206	4,95	1,40	0,09
Assume Riscos	Participante	50	4,96	1,09	0,15
	Não Participante	206	4,72	1,32	0,09
Planejador	Participante	50	5,77	0,84	0,11
	Não Participante	206	5,39	1,05	0,07
Detecta Oportunidades	Participante	50	4,98	1,41	0,19
	Não Participante	206	4,65	1,46	0,10
Persistente	Participante	50	5,58	1,32	0,18
	Não Participante	206	5,07	1,55	0,10
Sociável	Participante	50	5,01	0,93	0,13
	Não Participante	206	4,73	1,17	0,08
Inovador	Participante	50	5,10	1,25	0,17
	Não Participante	206	5,07	1,24	0,08
Líder	Participante	50	5,53	1,05	0,14
	Não Participante	206	4,95	1,35	0,09
Intenção Empreendedora	Participante	50	5,00	1,74	0,24
	Não Participante	206	4,75	1,78	0,12

**Fonte:** Pesquisa de campo (2022).

**Legenda:** DP = Desvio Padrão; EP = Erro Padrão da Média; ME = Média; N = Número da Amostra.

Na amostra de participantes e não participantes da empresa júnior a sig. do teste de Levene só foi menor que 0,05 para o construto 'líder', nos demais construtos foi maior que 0,05. Logo, no construto 'líder' considerou a linha Var. (nh), e nos demais a linha Var. (h).

**Tabela 6:** Testes amostrais independentes de participantes e não participantes da empresa júnior.

Construtos	H. Var.	Teste Levene de H. Var.		Teste t de Igualdade de Médias				
		F	Sig.	t	Df (gl)	Sig. (2)	Diferença	EP
Autoeficaz	Var. (h)	0,45	,500	2,66	254	,008	0,56	0,21
	Var. (nh)			3,14	94,64	,002	0,56	0,18
Assume Riscos	Var. (h)	1,49	,223	1,18	254	,237	0,24	0,20
	Var. (nh)			1,33	87,59	,187	0,24	0,18
Planejador	Var. (h)	0,80	,370	2,31	254	,022	0,37	0,16
	Var. (nh)			2,64	90,11	,010	0,37	0,14
Detecta Oportunidades	Var. (h)	0,57	,448	1,40	254	,162	0,32	0,22
	Var. (nh)			1,43	76,72	,155	0,32	0,22
Persistente	Var. (h)	1,12	,291	2,11	254	,036	0,50	0,23
	Var. (nh)			2,32	84,67	,023	0,50	0,21
Sociável	Var. (h)	2,62	,106	1,56	254	,119	0,27	0,17
	Var. (nh)			1,79	90,18	,077	0,27	0,15
Inovador	Var. (h)	0,02	,869	0,14	254	,883	0,02	0,19
	Var. (nh)			0,14	74,18	,884	0,02	0,19
Líder	Var. (h)	5,19	,024	2,84	254	,005	0,58	0,20
	Var. (nh)			3,30	92,48	,001	0,58	0,17
Intenção Empreendedora	Var. (h)	0,16	,689	0,86	254	,388	0,24	0,28
	Var. (nh)			0,87	76,05	,383	0,24	0,27

**Fonte:** Pesquisa de campo (2022).

**Legenda:** Diferença = Diferença das Médias; EP = Erro Padrão da Diferença; H. Var. = Homogeneidade da Variância; Sig. = Significância; Sig. (2) = Significância Bilateral; Var. (h) = Supondo Variâncias Homogêneas; Var. (nh) = Supondo Variâncias Não Homogêneas.

Dessa forma, os construtos que apresentaram diferenças significativas das médias foram autoeficaz (diferença de 0,56,  $p = 0,008$ ), planejador (diferença de 0,37,  $p = 0,022$ ), persistente (diferença de 0,50,  $p = 0,036$ ) e líder (diferença de 0,58,  $p = 0,001$ ). E as diferenças não significativas foram assume riscos (diferença de 0,24,  $p = 0,237$ ), detecta oportunidades (diferença de 0,32,  $p = 0,162$ ), sociável (diferença de 0,27,  $p = 0,119$ ), inovador (diferença de 0,02,  $p = 0,883$ ) e intenção empreendedora (diferença de 0,24,  $p = 0,388$ ).

Assim como no estudo de Rocha e Freitas (2014), o construto sociável não apresentou diferença significativa entre participantes e não participantes de atividade de educação empreendedora, podendo ser justificado pelo fato de ser uma característica desenvolvida de modo amplo no curso de Administração, confirmando o estudo de Souza e Zambalde (2015), no qual identificaram a capacidade de relacionamento interpessoal e de comunicação, como algumas das principais competências desenvolvidas. Porém, houve divergência nas características líder, assume riscos e inovador. Já o trabalho de Veiga e Parreira (2015), que avaliou somente a influência da empresa júnior, observou convergência no construto líder. Infere-se então, que o tipo de atividade que participa influencia nos atributos desenvolvidos.

No estudo realizado por Ferreira e Freitas (2013), com estudantes que participaram ou não participaram da empresa júnior, notou-se como características com diferenças de médias significativas e similares a este estudo, os construtos autoeficaz, persistente e líder. Também avaliaram outras atividades que os estudantes participavam, no qual pôde ser destacado como motivo de influência para as diferenças das médias não significativas, bem como neste estudo.

Nesse sentido, as instituições de ensino devem se questionar acerca de como ensinar o empreendedorismo, no qual por ser um tema subjetivo, cada atividade empreendedora possibilita desenvolver determinados atributos. Ao se tratar da intenção empreendedora é significativo implantar atividades práticas, tais como, a empresa júnior (DOS-SANTOS et al., 2015; HENRIQUE; CUNHA, 2008; LIMA et al., 2014; SCHAEFER; MINELLO, 2016). Contudo, nem todos os alunos possuem interesse em abrir uma empresa, podendo o formato tradicional de execução por meio de atividades teóricas, ser suficiente para o desenvolvimento dos atributos relevantes nos demais contextos (VARGAS; OTÁLORA; VARGAS, 2020).

Diante disso, a hipótese 4 “os estudantes que participam da empresa júnior possuem um perfil empreendedor melhor do que os estudantes que não participam” e a hipótese 5 “os estudantes que participam da empresa júnior apresentam intenção empreendedora maior do que os estudantes que não participam”, podem ser confirmadas. Apesar dos construtos assumir riscos, detecta oportunidades, sociável, inovador e intenção empreendedora não terem apresentado alterações significativas dentro do conjunto dos fatores analisados, estes apresentaram diferenças, ao olhar a estatística descritiva das médias de cada grupo de alunos.

Em seguida será apresentado na Tabela 7, o resultado da diferença das médias entre os estudantes de instituição privada e os estudantes de instituição pública.

**Tabela 7:** Estatística dos grupos independentes estudantes de instituição privada e instituição pública.

Construtos	Condição	N	ME	DP	EP
Autoeficaz	Privada	30	5,66	1,06	0,19
	Pública	226	4,98	1,38	0,09
Assume Riscos	Privada	30	5,07	1,02	0,18
	Pública	226	4,73	1,31	0,08
Planejador	Privada	30	5,75	0,84	0,15
	Pública	226	5,43	1,04	0,06

Detecta	Privada	30	5,28	1,46	0,26
Oportunidades	Pública	226	4,65	1,44	0,09
Persistente	Privada	30	5,43	1,35	0,24
	Pública	226	5,14	1,53	0,10
Sociável	Privada	30	5,28	1,11	0,20
	Pública	226	4,72	1,12	0,07
Inovador	Privada	30	5,65	0,98	0,17
	Pública	226	5,00	1,25	0,08
Líder	Privada	30	5,48	1,17	0,21
	Pública	226	5,01	1,33	0,08
Intenção	Privada	30	5,73	1,34	0,24
Empreendedora	Pública	226	4,68	1,79	0,11

**Fonte:** Pesquisa de campo (2022).

**Legenda:** DP = Desvio Padrão; EP = Erro Padrão da Média; ME = Média; N = Número da Amostra.

Na amostra de estudantes de instituição privada e estudantes de instituição pública a *sig.* do teste de Levene só foi menor que 0,05 para o construto 'intenção empreendedora', nos demais construtos, a *sig.* foi maior que 0,05. Sendo assim, no construto 'intenção empreendedora' considerou a linha Var. (nh), e nos demais a linha Var. (h).

**Tabela 8:** Testes amostrais independentes de estudantes de instituição privada e instituição pública.

Construtos	H. Var.	Teste Levene de H. Var.		Teste t de Igualdade de Médias				
		F	Sig.	t	Df (gl)	Sig. (2)	Diferença	EP
Autoeficaz	Var. (h)	0,21	,642	2,60	254	,010	0,68	0,26
	Var. (nh)			3,18	43,31	,003	0,68	0,21
Assume Riscos	Var. (h)	2,02	,156	1,38	254	,169	0,34	0,24
	Var. (nh)			1,67	42,84	,102	0,34	0,20
Planejador	Var. (h)	0,94	,333	1,63	254	,103	0,32	0,19
	Var. (nh)			1,91	41,63	,062	0,32	0,17
Detecta	Var. (h)	0,02	,870	2,26	254	,024	0,63	0,28
	Var. (nh)			2,24	36,97	,031	0,63	0,28
Oportunidades	Var. (h)	0,09	,758	0,98	254	,324	0,29	0,29
	Var. (nh)			1,08	39,61	,283	0,29	0,26
Sociável	Var. (h)	0,01	,920	2,56	254	,011	0,55	0,21
	Var. (nh)			2,56	37,17	,014	0,55	0,21
Inovador	Var. (h)	2,97	,086	2,75	254	,006	0,65	0,23
	Var. (nh)			3,30	42,59	,002	0,65	0,19
Líder	Var. (h)	0,82	,364	1,85	254	,065	0,47	0,25
	Var. (nh)			2,04	39,64	,048	0,47	0,23
Intenção	Var. (h)	6,12	,014	3,11	254	,002	1,05	0,34
	Var. (nh)			3,87	44,03	,000	1,05	0,27

**Fonte:** Pesquisa de campo (2022).

**Legenda:** Diferença = Diferença das Médias; EP = Erro Padrão da Diferença; H. Var. = Homogeneidade da Variância; Sig. = Significância; Sig. (2) = Significância Bilateral; Var. (h) = Supondo Variâncias Homogêneas; Var. (nh) = Supondo Variâncias Não Homogêneas.

Desse modo, os construtos que apresentaram diferenças significativas das médias foram autoeficaz (diferença de 0,68,  $p = 0,010$ ), detecta oportunidades (diferença de 0,63,  $p = 0,024$ ), sociável (diferença de 0,55,  $p = 0,011$ ), inovador (diferença de 0,65,  $p = 0,006$ ) e intenção empreendedora (diferença de 1,05,  $p = 0,000$ ). E as diferenças não significativas foram assume riscos (diferença de 0,34,  $p = 0,169$ ), planejador (diferença de 0,32,  $p = 0,103$ ), persistente (diferença de 0,29,  $p = 0,324$ ) e líder (diferença de 0,47,  $p = 0,065$ ).

Não foram encontrados estudos que avaliem a diferença do perfil empreendedor entre instituições privadas e instituições públicas, destacando-se como um diferencial deste trabalho e abrindo espaço para estudos mais aprofundados acerca dessa lacuna de estudo. Entretanto, no que se refere à intenção empreendedora, foi o construto que apresentou uma diferença mais significativa na amostra, reforçando o resultado da pesquisa de Tarapuez, Garcia e Castelhana (2018), e reforçando parcialmente a pesquisa de Barral, Ribeiro e Canever (2018), posto que esse último estudo, apesar de identificar diferença entre os tipos de universidade, também destacou que os estudantes de universidade privada já a possuíam antes de ingressarem na graduação. Esse resultado valida o que a literatura apresenta quanto à existência de outros fatores de influência, fatores esses não analisados neste estudo, deixando uma brecha para pesquisas futuras (LIÑÁN; CHEN, 2009; SILVA; PENA, 2017; VEIGA; CORTEZ, 2021).

Assim, a hipótese 1 “existem diferenças no perfil empreendedor entre os estudantes de universidade privada e estudantes de universidade pública” e a hipótese 3 “os estudantes de universidade privada apresentam intenção empreendedora maior do que os estudantes de universidade pública”, podem ser confirmadas. Apesar dos construtos assumir riscos, planejador, persistente e líder não ter apresentado alterações significativas no conjunto dos fatores, apresentaram diferenças na estatística descritiva das médias dos grupos de alunos. Esses achados sugerem que a instituição privada pode está trabalhando melhor a educação empreendedora, visto que esses atributos podem ser aprendidos (DORNELAS, 2008, 2015).

#### 4.5 INFLUÊNCIA DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR NA PARTICIPAÇÃO DA EMPRESA JÚNIOR E OS FATORES LATENTES DAS ESCALAS DE MEDIÇÃO

Para identificar o poder preditivo do comportamento empreendedor, sobre a probabilidade de participação na empresa júnior, utilizou-se o modelo de regressão logística.

**Tabela 9:** Resumo do Modelo de Regressão Logística.

Chi-square	df	Sig.	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
249,024	156	,000	3,819 <sup>a</sup>	,622	,991

**Fonte:** Pesquisa de campo (2022).

O valor de Cox & Snell R Square foi 0,622, informando que os construtos do empreendedorismo podem explicar 62% da probabilidade de participação na empresa júnior, isso significa que 28% não pode ser explicada somente por esses fatores. Dessa maneira, deve haver outras variáveis que também exercem influência. Esse modelo prevê bem a probabilidade de participação nessa organização, visto que a *sig.* foi menor do que 0,05, o valor aceitável nas ciências sociais (FIELD, 2009). Corresponde a 0,000, com isso, existe uma probabilidade zero de que esses valores tenham ocorrido apenas por acaso com a amostra.

Infere-se a existência de intenção empreendedora antes da decisão de ingresso em uma empresa júnior, assim sendo, outros fatores além das características de um empreendedor que influenciam na intenção empreendedora, como a influência da família e dos amigos, idade, renda, sexo e experiência profissional, também podem ser considerados outros preditores da probabilidade de participação (FERREIRA; LOIOLA; GONDIM, 2017; LIÑÁN; CHEN, 2009; TARAPUEZ; GARCIA; CASTELHANA, 2018; VEIGA; CORTEZ, 2021).

Para descobrir novos fatores latentes do instrumento de medição, inicialmente foi feita a análise de adequação da amostra de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), obteve-se o valor 0,903, considerado um valor excelente. Esse resultado foi maior que o KMO da pesquisa de Rocha e Freitas (2014), e da pesquisa de validação do instrumento de perfil empreendedor de Schmidt e Bohnenberger (2009), com valores 0,858 e 0,852, respectivamente. O recomendado é no

mínimo 0,5. Também usou o teste de esfericidade de Bartlett, que testa a hipótese da matriz de correlações original ser uma matriz identidade, o teste precisa ser significativo em  $p < 0,05$  (HAIR et al., 2009). O resultado foi altamente significativo, pois 'p' foi igual a 0,000.

O *Alfa de Cronbach* foi utilizado para mensurar a confiabilidade das escalas de medição utilizadas, seu valor varia de 0 a 1, sendo considerado um valor aceitável entre 0,7 e 0,8 (FIELD, 2009). Encontrou-se neste estudo o valor de 0,925, que é considerado excelente.

O teste estatístico da matriz de correlação anti-imagem verifica a adequação de cada variável quanto ao modelo de análise fatorial. Valores abaixo de 0,5 indicam baixo poder de explicação dos fatores em relação a cada variável (HAIR et al., 2009). Os resultados apontaram valores acima de 0,7, mostrando adequação para a aplicação da análise fatorial.

A fim de melhorar a interpretação dos fatores foi usado na rotação o método ortogonal Varimax, visando maximizar a carga de cada variável em um dos fatores extraídos enquanto minimiza a carga nos demais (HAIR et al., 2009). Obteve-se seis fatores que explicam 67,57% da variância total, esse resultado foi maior que o resultado dos estudos de Rocha e Freitas (2014) com 56,2%, e de Schmidt e Bohnenberger (2009) com 56,4%, o recomendado é acima de 60%, no entanto, esses valores podem ser considerados nas ciências sociais.

**Quadro 2:** Resultado da Matriz dos Componentes Rotacionada.

Variável	Componentes					
	1	2	3	4	5	6
	V26;V28;V25; V27; V24;V23	V20;V19;V22; V21;V16;V10; V12;V9	V6;V7;V1;V2; V5; V11	V14;V15	V17;V18; V13	V3;V4;V8

**Fonte:** Pesquisa de campo (2022).

Após a rotação dos dados, os nove construtos foram reduzidos a seis. O único que manteve inalterado foi o de intenção empreendedora da escala de Liñán e Chen (2009). Os oito construtos baseados na escala de perfil empreendedor de Schmidt e Bohnenberger (2009), foram reduzidos a cinco, no qual quando comparado ao estudo de validação e ao estudo de Rocha e Freitas (2014), que utiliza o instrumento validado, observa-se que as variáveis migraram de construtos, se aglomerando em outros fatores latentes de forma semelhante ao segundo estudo. Isso pode ser justificado pelo fato de ter sido aplicado com o mesmo público, ou seja, com estudantes para avaliar a influência da educação empreendedora no perfil empreendedor, enquanto o estudo de validação foi aplicado com estudantes que eram empreendedores atuantes, para analisar a influência do perfil no desempenho organizacional.

Os novos construtos podem ser denominados segundo as características dos empreendedores de sucesso, apresentado por Dornelas (2008, 2015), em fator 1 - intenção empreendedora; fator 2 - formador de equipe; fator 3 - organizado; fator 4 - bem relacionado; fator 5 - dinâmico; e fator 6 - assume riscos calculados. Destaca-se que esse agrupamento deve ser explorado melhor em futuros trabalhos, possibilitando assim o desenvolvimento de outros instrumentos de medição, visto que esse não é o objetivo principal deste estudo.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As discussões deste estudo mostraram que a educação empreendedora é importante para a prosperidade de uma nação, pois prepara os indivíduos para o mercado de trabalho, para criar novas empresas, e desenvolve competências para qualquer conjuntura da vida. Nesse sentido, deve-se mensurar a influência das ações educacionais empreendedoras, razão motivadora da realização desta pesquisa, que analisou a influência da prática extracurricular empresa júnior sobre o comportamento empreendedor dos graduandos em Administração.

Foram elaboradas cinco hipóteses, em que após a análise dos dados, a primeira confirmou que existem diferenças no perfil empreendedor entre os estudantes de universidade privada e estudantes de universidade pública; a segunda confirmou que os atributos do perfil empreendedor estão relacionados à intenção empreendedora, principalmente a detecção de oportunidades, assumir riscos calculados e a inovação; a terceira confirmou que estudantes da instituição privada possuem intenção empreendedora maior que os estudantes da instituição pública; e a quarta e quinta hipótese confirmaram que os participantes de empresa júnior apresentam tanto perfil empreendedor mais elevado, como maior intenção empreendedora.

Com isso, constata-se a influência da empresa júnior no desenvolvimento do comportamento empreendedor, porém, outras atividades desenvolvidas nas universidades, também podem ter contribuído com os resultados alcançados. Apesar dos esforços das instituições, ainda notou carências, visto que somente 19,53% dos respondentes participam ou já participaram da empresa júnior, e práticas como incubadoras e aceleradoras, essenciais para a formação de uma cultura empreendedora, são inexistentes nas duas universidades estudadas.

Dessa forma, os resultados abordados podem contribuir na concepção de políticas pedagógicas pelos gestores das instituições de ensino, instigando nestes a motivação de expandir os programas empreendedores existentes, angariando a busca de parcerias junto a entidades que fomentem o empreendedorismo e a inovação. Ademais, como visto em outros estudos, essa carência faz parte do ambiente universitário brasileiro como um todo, assim, poderá ser generalizado e servir de referência para a elaboração de futuras políticas públicas.

Mesmo com a tímida existência de atividades que favoreçam uma cultura empreendedora, pôde verificar que os estudantes obtiveram níveis de atributos do empreendedorismo consideráveis, os mais expressivos foram planejamento, persistência, inovação, autoeficácia e liderança. Sugere-se que essas competências sejam desenvolvidas pelo curso de Administração de forma ampla, pois é uma área próxima do empreendedorismo. Dois desses atributos, autoeficácia e persistência, se relacionam ao desempenho organizacional, assim, esse achado contribui positivamente para futuros empreendimentos.

As limitações do estudo estão associadas, a execução em apenas duas IES, uma privada e outra pública, e somente no curso de Administração, no qual é preponderante analisar as diferenças entre os contextos profissionais distintos. Além do mais, analisou apenas a influência da empresa júnior, e outras atividades também podem exercer influência no comportamento empreendedor, além de fatores pessoais, familiares, sociais e a experiência laboral. Mesmo com essas limitações, todos os objetivos iniciais foram alcançados com êxito.

Logo, abre-se espaço para novas pesquisas, que busquem avaliar essa problemática em uma quantidade maior de IES e áreas acadêmicas, englobando cursos dos diversos campos da ciência, bem como explorar outros fatores de influência no comportamento empreendedor. Sobretudo, as incubadoras, aceleradoras, e projetos de pesquisa e de extensão, para verificar a influência que estes possuem, contribuindo assim para a expansão das intervenções no ambiente universitário em geral. E mais, é imprescindível utilizar outras técnicas estatísticas, assim como utilizar a abordagem qualitativa para explorar a percepção dos próprios estudantes, professores e gestores de cursos superiores acerca da educação empreendedora.

## REFERÊNCIAS

ARAYA-PIZARRO, S. Autoconfianza y actitud hacia la enseñanza del emprendimiento. **Cuadernos de Investigación Educativa**, v. 12, n. 2, p. 63-81, 2021.

BAE, T. J. *et al.* The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: a meta-analytic review. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 38, n. 2, p.



217-254, 2014.

BARBOSA, F. L. S. *et al.* Empresa júnior e formação empreendedora de discentes do curso de Administração. **Teoria e Prática em Administração**, v. 5, n. 2, p. 167-189, 2015.

BARRAL, M. R. M.; RIBEIRO, F. G.; CANEVER, M. D. Influence of the university environment in the entrepreneurial intention in public and private universities. **RAUSP Management Journal**, v. 53, n. 1, p. 122-133, 2018.

CEPRO - SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS. **Produto Interno Bruto (PIB) dos municípios do Piauí**. 2019. Disponível em: [http://www.cepro.pi.gov.br/download/202112/CEPRO27\\_c6f3d7b600.pdf](http://www.cepro.pi.gov.br/download/202112/CEPRO27_c6f3d7b600.pdf). Data do Acesso: 17 de mai. de 2022.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em Administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. 1. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DOLABELA, F.; FILION, L. J. Fazendo revolução no Brasil: a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação. **REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 2, p. 134-181, 2013.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende / LTC, 2015.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2008.

DOS-SANTOS, M. G. *et al.* Aprendizagem Socioprática E Individual-Cognitiva Na Empresa Júnior Brasileira. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 16, n. 2, p. 309-339, 2015.

ECKERT, A. *et al.* O perfil empreendedor na graduação: um estudo comparativo entre ingressantes e concluintes. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 7, n. 2, p. 61-76, 2013.

FERREIRA, A. DA S. M.; LOIOLA, E.; GONDIM, S. M. G. Produção Científica Em Empreendedorismo No Brasil: Uma Revisão De Literatura De 2004 a 2020. **Gestão & Planejamento**, v. 21, p. 371-393, 2020.

FERREIRA, A. da S. M.; LOIOLA, E.; GONDIM, S. M. G. Preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora entre universitários: revisão de literatura. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 15, n. 2, p. 292-308, 2017.

FERREIRA, E. R. A.; FREITAS, A. A. F. de. Propensão empreendedora entre estudantes participantes de empresas juniores. **REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, n. 3, p. 3-32, 2013.

FERREIRA, M. P. V.; PINTO, C. F.; MIRANDA, R. M. Três décadas de pesquisa em empreendedorismo: uma revisão dos principais periódicos internacionais de

empreendedorismo. **REAd**, v. 21, n. 2, p. 406-436, 2015.

FIELD, A. **Descobrimo a estatística usando SPSS**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FRANCO, D. S.; SEIBERT, A. Z. A importância da empresa júnior para uma aprendizagem andragógica. **Caderno Profissional de Administração UNIMEP**, v. 8, n. 1, p. 108-126, 2018.

FREITAS, H. *et al.* O método de pesquisa survey. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, v. 35, n. 3, p. 105-112, 2000.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HAIR JUNIOR, J. F. *et al.* **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. da. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. **RAM - Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 5, p. 112-136, 2008.

IIZUKA, E. S.; MORAES, G. H. S. M. de. Análise do potencial e perfil empreendedor do estudante de administração e o ambiente universitário: reflexões para instituições de ensino. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 15, n. 3, p. 593-630, 2014.

KRÜGER, C.; BÜRGER, R. E.; MINELLO, I. F. O papel moderador da educação empreendedora diante da intenção empreendedora. **E&G Economia e Gestão**, v. 19, n. 52, p. 61-81, 2019.

LIMA, E. *et al.* Ser seu próprio patrão? Aperfeiçoando-se a educação superior em empreendedorismo. **RAC - Revista de Administração Contemporânea**, v. 19, n. 4, p. 419-439, 2015.

LIMA, E. *et al.* Brasil: em Busca de uma Educação Superior em Empreendedorismo de Qualidade. *In: GIMENEZ, F. A. P. et al. (org.) Educação para o empreendedorismo*. 7. ed. Curitiba: Agência de Inovação da UFPR, p. 128-149, 2014.

LIÑÁN, F.; CHEN, Y.-W. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 33, n. 3, p. 593-617, 2009.

MARASSI, R. B.; VOGT, M.; BIAVATTI, V. T. A experiência em empresa júnior na formação acadêmica e as possibilidades empreendedoras na carreira profissional. *In: EGEPE - Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 8., Goiânia, 2014. **Anais [...]**. Goiânia: FACE/UFG, 2014.

MARCON, D. L.; SILVEIRA, A.; FRIZON, J. A. Empreender Ou Não? Fatores Condicionantes Da Intenção Empreendedora. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 20, n. 1, p. 64-79, 2020.

SANTOS, A. C. M.; PAIXÃO, M. R. Estudo do perfil empreendedor do aluno de graduação

em Administração egresso de instituições de ensino da região de Jundiaí. v. 2, n. 1, p. 12-27, 2013.

MARRA, B. M.; ALBRETCH, L. P.; SOUZA, L. F. Criando soluções tecnológicas. **In: GIMENEZ, F. A. P. et al. (org.) Educação para o empreendedorismo**. 7. ed. Curitiba: Agência de Inovação da UFPR, p. 98-108, 2014.

MENEGHATTI, M. R. *et al.* Perfil empreendedor: uma análise a partir de alunos do curso de administração. **Revista Eletrônica Científica do CRA-PR**, v. 2, n. 2, p. 48-58, 2015.

MENEZES, B. F. R. de; COSTA, A. de S. M. da. Experiência de trabalho e formação empreendedora: um estudo sobre a empresa júnior PUC Rio. **Revista ADM.MADE**, v. 20, n. 1, p. 79-105, 2016.

MÓNICO, L. *et al.* Entrepreneurship Education and its Influence on Higher Education Students' Entrepreneurial Intentions and Motivation in Portugal. **BAR - Brazilian Administration Review**, v. 18, n. 3, p. 1-27, 2021.

MORAES, G. H. S. M. de; IIZUKA, E. S.; PEDRO, M. Effects of Entrepreneurial Characteristics and University Environment on Entrepreneurial Intention. **RAC - Revista de Administração Contemporânea**, v. 22, n. 2, p. 226-248, 2018.

PROVDANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2013.

RIBEIRO, A. T. V. B.; PLONSKI, G. A. Educação Empreendedora: o que dizem os artigos mais relevantes? Proposição de uma revisão de literatura e panorama de pesquisa. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 9, n. 1, p. 10, 2020.

ROCHA, E. L. de C.; FREITAS, A. A. F. Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. **RAC - Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 4, p. 465-486, 2014.

RODRIGUES, A. S. M. *et al.* Empreendedorismo em espaços acadêmicos: avaliação do alerta empreendedor e das abordagens causation e effectuation em uma universidade brasileira. **Da Investigação às Práticas**, v. 10, n. 2, p. 117-141, 2020.

SCHAEFER, R. *et al.* Valores Pessoais, Atitudes E Intenção Empreendedora: Um Estudo Com Estudantes De Graduação Em Administração. **Revista Economia & Gestão**, v. 17, n. 47, p. 123-143, 2017.

SCHAEFER, R.; MINELLO, Í. F. Educação empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 10, n. 3, p. 60-81, 2016.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **RAC - Revista de Administração Contemporânea**, v. 13, n. 3, p. 450-467, 2009.

SILVA, L. do N. *et al.* Empreender ou não? Eis a questão! Análise da intenção empreendedora dos universitários de uma instituição federal de ensino. **Revista de Gestão e**

**Secretariado - GeSec**, v. 13, n. 1, p. 94-119, 2022.

SILVA, C. P. de S.; PEREIRA, E. C. de S.; GUIMARÃES, J. de C. Educação Empreendedora No Ensino Superior: Uma Análise Sob a Perspectiva Dos Estudantes De Administração. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 15, n. 4, p. 82-100, 2021.

SILVA, J. F. da; PENA, R. P. M. O “Bê-Á-Bá” do ensino em empreendedorismo: uma revisão da literatura sobre os métodos e práticas da educação empreendedora. **REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 2, p. 372-401, 2017.

SOUZA, D. L. de; ZAMBALDE, A. L. Desenvolvimento de competências e ambiente acadêmico: um estudo em cursos de Administração de Minas Gerais, Brasil. **Revista de Administração**, v. 50, n. 3, p. 338-352, 2015.

TARAPUEZ, E.; GARCIA, M. D.; CASTELHANA, N. Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío (Colombia). **Innovar**, v. 28, n. 67, p. 123-135, 2018.

THOMPSON, E. R. Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 33, n. 3, p. 669-694, 2009.

TORRES-CORONAS, T.; VIDAL-BLASCO, M. A. La importancia del control conductual percibido como elemento determinante de la intención emprendedora entre los estudiantes universitarios. **Revista Universidad y Empresa**, v. 21, n. 37, p. 108-135, 2019.

VALADÃO JÚNIOR, V. M.; ALMEIDA, R. C. de; MEDEIROS, C. R. de O. Empresa Júnior: espaço para construção de competências. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 15, n. 4, p. 665-695, 2014.

VARGAS, S. M. Z.; OTÁLORA, A. M. C.; VARGAS, Y. Z. Entrepreneurial intention and training in business administration programs. **Revista Lasallista de Investigación**, v. 17, n. 2, p. 41-49, 2020.

VEIGA, H. M. S.; CORTEZ, P. A. Análise de interação entre autoeficácia criativa e perfil empreendedor na predição da intenção empreendedora entre universitários. **Revista Gestão & Conexões**, v. 10, n. 1, p. 28-46, 2021.

VEIGA, H. M. da S.; PARREIRA, S. M. Perfil empreendedor: análise de suas relações com valores relativos ao trabalho e auto-eficácia para criar. **RGO - Revista Gestão Organizacional**, v. 8, n. 3, p. 3-27, 2015.

ZANCHET, R. E. R.; SILVA, L. C. S. Educação Empreendedora nos Cursos de Graduação da Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD). **RASI - Revista de Administração, Sociedade e Inovação**, v. 7, n. 3, p. 47-68, 2021.

ZARELLI, P. R.; OTTO, E. M.; LABIAK JUNIOR, S. Intenção empreendedora entre estudantes universitários: influência das características e treinamento empreendedor. **RGO - Revista Gestão Organizacional**, v. 14, n. 3, p. 298-319, 2021.



12. **Qual tipo de universidade que estuda/estudou o curso superior de Administração?**

- ( ) Pública;  
( ) Privada.

13. **Dentre as atividades a seguir, qual participa ou já participou na fase universitária? (Pode marcar quantas opções forem necessárias).**

- ( ) Projetos de pesquisa;  
( ) Projetos de extensão;  
( ) Competição de ideias;  
( ) Elaboração de plano de negócios;  
( ) Visitas técnicas à empresas;  
( ) Palestras com empreendedores;  
( ) Incubadora;  
( ) Aceleradora;  
( ) Outra. Qual? \_\_\_\_\_.

14. **Você acha que possui um perfil empreendedor desenvolvido?**

- ( ) Sim; ( ) Não; ( ) Talvez.

15. **Você se considera capaz de abrir uma empresa?**

- ( ) Sim; ( ) Não; ( ) Talvez.

16. **A ideia de abrir uma empresa lhe traz satisfação?**

- ( ) Sim; ( ) Não; ( ) Talvez.

17. **As pessoas próximas a você aprovam a ideia de você abrir uma empresa?**

- ( ) Sim; ( ) Não; ( ) Talvez.

### QUESTIONÁRIO DE PERFIL EMPREENDEDOR BASEADO NA ESCALA DE SCHMIDT E BOHNENBERGER (2009)

Marque 1 para discordo plenamente, 2 para discordo, 3 para discordo parcialmente, 4 para indiferente, 5 para concordo parcialmente, 6 para concordo e 7 para concordo plenamente.

Construtos de Perfil Empreendedor	Item	Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações de 1 (discordância plena) a 7 (concordância plena).						
		1	2	3	4	5	6	7
Autoeficaz	1.Tenho controle sobre os fatores críticos para minha plena realização profissional.							
Assume Riscos	2.Sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva algum tipo de risco.							
	3.Eu assumiria uma dívida de longo prazo,							

	acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.							
	4.Admito correr riscos em troca de possíveis benefícios.							
Planejador	5.Tenho um bom plano da minha vida profissional.							
	6.No meu trabalho, sempre planejo muito bem tudo o que faço.							
	7.Tenho os assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados.							
	8.Me incomoda muito ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto.							
Detecta oportunidades	9.Frequentemente detecto oportunidades promissoras de negócio no mercado.							
	10.Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado.							
Persistente	11.Profissionalmente, me considero uma pessoa muito mais persistente que as demais.							
Sociável	12.Me relaciono muito facilmente com outras pessoas.							
	13.Meus contatos sociais influenciam muito pouco a minha vida profissional.							
	14.Os contatos sociais que tenho são muito importantes para minha vida profissional.							
	15.Conheço várias pessoas que me poderiam auxiliar profissionalmente, caso eu precisasse.							
Inovador	16.Sempre encontro soluções muito criativas para problemas profissionais com os							

	quais me deparo.							
	17.Prefiro um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira.							
	18.Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível.							
Líder	19.Frequentemente sou escolhido como líder em projetos ou atividades profissionais.							
	20.Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho.							
	21.As pessoas respeitam a minha opinião.							
	22.No trabalho, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto.							

### QUESTIONÁRIO DE INTENÇÃO EMPREENDEDORA BASEADO NA ESCALA DE LIÑÁN E CHEN (2009)

Marque 1 para discordo plenamente, 2 para discordo, 3 para discordo parcialmente, 4 para indiferente, 5 para concordo parcialmente, 6 para concordo e 7 para concordo plenamente.

Construto de Intenção empreendedora	Item	Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações de 1 (discordância plena) a 7 (concordância plena).						
		1	2	3	4	5	6	7
Intenção Empreendedora	23.Estou pronto para fazer qualquer coisa para ser um empreendedor.							
	24.Meu objetivo profissional é me tornar um empreendedor.							
	25.Farei todos os esforços para começar e administrar minha própria empresa.							
	26.Estou determinado a criar uma empresa no futuro.							
	27.Tenho pensado seriamente em abrir uma empresa.							
	28.Tenho a firme intenção de abrir uma empresa algum dia.							





TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL NA BIBLIOTECA  
“JOSÉ ALBANO DE MACEDO”

**Identificação do Tipo de Documento**

- ( ) Tese
- ( ) Dissertação
- ( ) Monografia
- (X) Artigo

Nós, Joiciane Rodrigues de Sousa e Mariana Santos Leal, autorizamos com base na Lei Federal nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998 e na Lei nº 10.973 de 02 de dezembro de 2004, a biblioteca da Universidade Federal do Piauí a divulgar, gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação "Educação empreendedora e comportamento empreendedor: a influência das empresas juniores", da nossa autoria, em formato PDF, para fins de leitura e/ou impressão, pela internet a título de divulgação da produção científica gerada pela Universidade.

Picos-PI, 20 de Maio de 2022.

*Joiciane Rodrigues de Sousa*  
Assinatura

*Mariana Santos Leal*  
Assinatura