

Heila Magali da Silva Veiga

Universidade Federal de Uberlândia,

(Uberlândia, MG, Brasil)

heila.veiga@ufu.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7429-8124>

Pedro Afonso Cortez

Universidade Metodista de São Paulo

(São Paulo, SP, Brasil)

cor.afonso@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0107-2033>

Análise de Interação entre Autoeficácia Criativa e Perfil Empreendedor na Predição da Intenção Empreendedora entre Universitários

Interaction Analysis between Creative Self-Efficacy and Entrepreneurial Profile in Predicting Entrepreneurial Intention among University Students

RESUMO

A intenção empreendedora prediz a abertura de um novo negócio. O desenvolvimento de características empreendedoras pode ser feito ao longo de toda a vida, mas no nível superior as ações são mais frequentes e efetivas. Assim sendo, objetivou-se verificar a interação entre perfil empreendedor (PE) e autoeficácia criativa (AE) na predição da intenção empreendedora (IE) entre universitários. A amostra foi composta por 309 estudantes dos cursos de Direito (n = 30), Economia (n = 39), Engenharia Mecatrônica (n = 43), Engenharia Mecânica (n = 43), Pedagogia (n = 42), Psicologia (n = 67) e Relações Internacionais (n = 35). Foram aplicadas escalas com evidências de validade empírica para todos os construtos. Os resultados mostraram os impactos diretos de PE na IE e as interações positivas e negativas de PE*AE na IE, o que demonstra que o PE precisa ser analisado em função de outras variáveis para predizer satisfatoriamente a intenção empreendedora.

Palavras-Chave: empreendedorismo; criatividade; autoeficácia; intenção; trabalho

ABSTRACT

Entrepreneurial intention predicts a new business creation. The development of entrepreneurial characteristics occurs throughout life, but at higher education, actions are more frequent and effective. In that context, we aimed to verify the interaction between entrepreneurial profile (PE) and creative self-efficacy (AE) in the prediction of entrepreneurial intention (IE) among university students. We sampled 309 students from Law (n=30), Economics (n = 39), Mechatronics Engineering (n = 43), Mechanical Engineering (n = 43), Pedagogy (n = 42), Psychology (n = 67), and International Relations (n = 35). We applied scales with evidence of empirical validity for all constructs. We found that the direct impacts of PE on IE; also it showed positive and negative interactions of PE * AE on IE, which demonstrates that PE needs to be analyzed including other variables to predict entrepreneurial intent satisfactorily.

Keywords: entrepreneurship; creativity; self-efficacy; intention; labour

Universidade Federal do Espírito Santo - UFES

Endereço

Av. Fernando Ferrari, 514, Goiabeiras

29.075-910, Vitória-ES

gestao.conexoes@gmail.com

<http://www.periodicos.ufes.br/ppgadm>

Coordenação

Programa de Pós-Graduação em

Administração (PPGADM/CCJE/UFES)

Artigo

Recebido em: 17/07/2020

Aceito em: 22/04/2021

Publicado em: 30/06/2021

Introdução

Empreender demanda a conjunção de características pessoais e contextuais que interatuam no processo de criação de um novo negócio, serviço ou produto. O sujeito empreendedor é aquele que tem um perfil voltado para autonomia, autoconfiança, necessidade de realização, capacidade de perceber oportunidades (Koenig, 2016; Schmidt & Bohnenberger, 2009), e é capaz de colocar ideias em prática, sendo agente de inovação (Drucker, 2002). O empreendedor vivencia de forma recorrente a necessidade de agir de forma criativa e, a criatividade é importante nesse processo porque serve como elo entre a identificação de oportunidades e o desenvolvimento de empreendimentos (Fuller et al., 2018; Hisrich, Peters, & Shepherd, 2014; Zampetakis, et al., 2011).

No Brasil, muitas ações de desenvolvimento do empreendedorismo estão voltadas para estudantes universitários. Isso acontece, pois as políticas sobre o tema consideram que estão entre os jovens que cursam o nível superior a possibilidade de desenvolver empreendedorismo com alto impacto na geração de valor econômico e social (Cortez & Veiga, 2019). As instituições de ensino superior têm um papel fundamental no desenvolvimento do empreendedorismo, portanto as universidades/faculdades/institutos deveriam incluir em seus projetos pedagógicos ações de educação empreendedora com vistas a capacitar seus estudantes a identificar novas oportunidades de trabalho (Tentama, 2018). Embora os resultados sobre a eficácia dos programas de treinamento para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras não sejam conclusivos, há indícios da relação positiva entre eles (Ferreira, Loiola, & Gondim, 2017; Ho, Low, & Wong, 2014; Izendonmi & Okafor, 2010; Karimi et al., 2012; Zdolšek, & Širec, 2014) e, tais ações têm um efeito positivo para que o discente possa se identificar como empreendedor (Nielsen & Gartner, 2017).

Destaca-se que o empreendedorismo é uma forma de inserção no mercado de trabalho, especialmente entre os jovens, e características pessoais têm um papel relevante na criação e gestão de um negócio (Martins, Veiga, & Cortez, 2020; Schøtt, Kew, & Cheraghi, 2015; Veiga & Parreira, 2015). Para a predição do empreendedorismo com base em características pessoais, a literatura tem utilizado a mensuração da Intenção Empreendedora (IE) e obtido evidências satisfatórias (Cortez & Hauck, 2020; Koenig, 2016; Schlaegel & Koenig, 2014), entretanto ainda existem lacunas na investigação das características pessoais que podem afetar a IE (Ferreira, et al., 2017).

Para apreender as características pessoais dos jovens universitários voltadas ao empreendedorismo, tem-se uma variedade de conceitos e contribuições, no presente trabalho foram selecionadas as variáveis perfil empreendedor e autoeficácia criativa, porque existem pesquisas separadas da contribuição de cada uma delas, mas não há delineamentos de investigação que contemplem ambas e suas interações com IE. Outrossim, é importante compreender a relação entre autoeficácia criativa, perfil empreendedor e intenção empreendedora, uma vez que tais relacionamentos antecedem o processo de geração do negócio. A opção por explorar a interação entre perfil empreendedor e autoeficácia criativa se sustenta na compreensão de que um conjunto de características pessoais (perfil empreendedor) quando ativado pela crença de capacidade de criar (autoeficácia criativa) pode

impactar de forma direta no nível de intenção empreendedora (Garaika, Margahana, & Negara 2019; Hsu et al., 2019; Jahani et al., 2018).

A escolha por analisar essas variáveis entre estudantes universitários, pauta-se na compreensão de que o capital humano criativo capaz de gerar ciclos virtuosos economicamente se situa entre esse público, cuja maior habilitação técnica tende a se associar a maior capacidade inventiva passível de transformação em negócios (Costa & Fonseca, 2020; Østergaard & Marinova, 2018; Silva et al., 2018). Tendo esse debate por mote, o presente estudo teve como objetivo verificar a interação entre perfil empreendedor e autoeficácia criativa na predição da intenção empreendedora entre universitários.

Fundamentação teórica

O campo de estudos denominado de empreendedorismo tem crescido exponencialmente nas últimas décadas. Trata-se de um fenômeno complexo, objeto de interesse de diferentes áreas do conhecimento, sendo a psicologia uma das que mais tem contribuído (Davidsson, 2016; Veiga, Demo, & Neiva, 2017; Wiklund et al., 2011). Entre as variáveis investigadas, uma que tem recebido destaque é a Intenção Empreendedora (IE), a qual se refere ao propósito de criar um negócio próprio (Krueger, 1993), sendo uma ação consciente com estabelecimento de passos para a concretização do empreendimento (Shook, Priem, & McGee, 2003) e, nesse processo tanto aspectos pessoais quanto contextuais interagem para o alcance da meta de abrir um negócio próprio (Bird, 1988). Em suma, pode-se dizer que trata da disposição atitudinal para abrir o próprio negócio (Ferreira, et al., 2017). Tal construto tem papel basilar porque “as intenções provaram ser o melhor preditor de comportamento planejado, particularmente quando esse comportamento é raro, difícil de observar ou envolve tempo imprevisível” (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000, p. 411); desta feita, é premente compreender os aspectos relacionados com IE para fomentar a criação de novos negócios (Koenig, 2016; Karimi et al., 2012; Krueger et al., 2000).

Com vistas a mapear os estudos sobre intenção empreendedora entre estudantes universitários, Ferreira et al. (2017) conduziram uma revisão sistemática de literatura e encontraram que entre os principais preditores individuais têm-se: traços pessoais, motivações de realização pessoal, atitude positiva, autoeficácia, percepção de controle, locus de controle interno, percepção de barreiras e criatividade. Por outro lado, os antecedentes contextuais abarcam aspectos como a família e colegas. Na análise das características pessoais dos empreendedores, a literatura demonstra a importância do conceito de perfil empreendedor (Cortez & Veiga, 2018), de forma que se nota a relevância de investigá-lo ao tratar das características pessoais dos empreendedores.

McClelland (1972) é considerado um autor de referência na perspectiva comportamental do empreendedorismo. Esse autor defende a existência de dez características comportamentais empreendedoras, sendo elas: (1) busca de oportunidades e iniciativa, (2) capacidade de assumir riscos calculados, (3) persistência, (4) exigência de qualidade e eficiência, (5) comprometimento, (6) busca de informações, (7) determinação de metas, (8) planejamento e monitoramento

sistemático, (9) capacidade de persuasão e rede de contatos, (10) independência e autoconfiança. Por sua vez, Schmidt e Bohnenberger (2009), a partir de análise da literatura, elencam as características atitudinais dos empreendedores, a saber, auto eficaz, assume riscos calculados, planejador, detecta oportunidades, persistente, sociável, inovador e líder. A Tabela 1 apresenta uma descrição de cada uma dessas oito características.

Ao cotejar as proposições de McClelland (1972) e de Schmidt e Bohnenberger (2009), são observados diversos aspectos coincidentes como a busca ativa por oportunidades, a assunção de riscos, a persistência e determinação no alcance das metas estabelecidas, bem como o planejamento, a capacidade de persuasão e a sociabilidade. Ambas as propostas tratam de características pessoais dos empreendedores, variável denominada nesse estudo de perfil empreendedor.

Tabela 1

Características atitudinais dos empreendedores

| Característica | Descrição |
|---------------------------------------|---|
| Autoeficaz | “é a estimativa cognitiva que uma pessoa tem das suas capacidades de mobilizar a motivação, recursos cognitivos e cursos de ação necessários para exercitar controle sobre eventos na sua vida” (Chen, Greene, & Crick, 1998, p. 296). “Em quase todas as definições de empreendedorismo, há um consenso de que estamos falando de uma espécie de comportamento que inclui: (1) tomar iniciativa; (2) organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos, a fim de transformar recursos e situações para proveito prático; (3) aceitar o risco ou o fracasso” (Hisrich & Peters, 2004, p. 29). |
| Assume riscos calculados | “Indivíduos que precisam contar com a certeza é de todo impossível que sejam bons empreendedores” (Drucker, 1986, p. 33). “O passaporte das empresas para o ano 2000 será a capacidade empreendedora, isto é, a capacidade de inovar, de tomar riscos inteligentemente, agir com rapidez e eficiência para se adaptar às contínuas mudanças do ambiente econômico” (Kaufman, 1991, p. 3). |
| Planejador | “Os empreendedores não apenas definem situações, mas também imaginam visões sobre o que desejam alcançar. Sua tarefa principal parece ser a de imaginar e definir o que querem fazer e, quase sempre, como irão fazê-lo” (Filion, 2000, p. 3). “O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização” (Dornelas, 2001, p. 15). |
| Identificação de Oportunidades | Detecta oportunidades “é a habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança” (Markman & Baron, 2003, p. 289). “que tem capacidade de identificar, explorar e capturar o valor das oportunidades de negócio” (Birley & Muzyka, 2001, p. 22). “A predisposição para identificar oportunidades é fundamental para quem deseja ser empreendedor e consiste em aproveitar todo e qualquer ensejo para observar negócios” (Degen, 1989, p. 19). |
| Persistente | Persistente “capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até a privações sociais, em projetos de retorno incerto” (Markman & Baron, 2003, p. 290). “Desenvolver o perfil empreendedor é capacitar o aluno para que crie, conduza e implemente o processo de elaborar novos planos de vida. ... A formação empreendedora baseia-se no desenvolvimento do autoconhecimento, com ênfase na perseverança, na imaginação, na criatividade, associadas à inovação” (Souza et al., 2004, p. 4). |

| Característica | Descrição |
|-----------------------|---|
| Sociável | “Os empreendedores ... fornecem empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico. Já não os vemos como provedores de mercadorias e autopeças nada interessantes. Em vez disso, eles são vistos como energizadores que assumem riscos necessários em uma economia em crescimento, produtiva” (Longenecker, Moore, & Petty, 1997, p. 3). |
| Inovador | Carland, Hoy e Carland (1988) concluem que o empreendedorismo é principalmente função de quatro elementos: traços de personalidade (necessidade de realização e criatividade), propensão à inovação, risco e postura estratégica. Líder “Uma vez que os empreendedores reconhecem a importância do seu contato face a face com outras pessoas, eles rapidamente e vigorosamente procuram agir para isso” (Markman & Baron, 2003, p. 114). |
| Líder | “Uma vez que os empreendedores reconhecem a importância do seu contato face a face com outras pessoas, eles rapidamente e vigorosamente procuram agir para isso” (Markman & Baron, 2003, p. 114). |

Nota. Fonte: Schmidt e Bohnenberger (2009, p. 453 e 454).

A autoeficácia é a crença que uma pessoa tem sobre a sua capacidade de mobilizar motivação, cognição e ações específicas para responder a uma determinada demanda (Wood & Bandura, 1989). Essa crença se mostra um importante preditor de alcance de objetivos (Bandura, 1997; Chen et al., 2000; Jaussi, Randel, & Dionne, 2007), ademais aqueles que se sentem mais confiantes em suas capacidades como empreendedores têm mais chances de identificar essa opção de carreira (Chen, Greene, & Crick, 1998; Tumasjan & Braun, 2012). Por sua vez, a autoeficácia criativa é definida como a crença de alguém em sua habilidade de produzir resultados criativos (Tierney & Farmer, 2002, p. 1138).

Um estudo de meta-análise apontou que autoeficácia criativa está associada com diferentes medidas de criatividade (Haase et al., 2018) e, a geração de ideias novas é fundamental no processo de empreender. Nessa mesma direção, Fuller et al. (2018) apontam que personalidade, cognição e autoeficácia são importantes para explicar a intenção empreendedora e, também durante o processo de criação de um novo negócio. Baseando-se neste quadro teórico, propõe-se o delineamento da investigação conforme exposto a seguir.

Metodologia

Participantes

Foi utilizada amostra de conveniência de 309 estudantes de nível superior de uma universidade do interior de Minas Gerais. A maior parte dos estudantes era do sexo feminino (n=172, 55,65%). Em média, os discentes frequentavam o 3º ano de curso (M=3,14; DP=1,27). Os estudantes que participaram da investigação frequentavam os seguintes cursos: Direito (n=30), Economia (n=39), Engenharia Mecatrônica (n=43), Engenharia Mecânica (n=43), Pedagogia (n=42), Psicologia (n=67), Relações Internacionais (n=35).

Instrumentos

Escala de Intenção Empreendedora, IE (Santos, 2008): instrumento de autorrelato unifatorial composto por quatro itens, com confiabilidade de alfa de Cronbach de 0,90. Para responder ao instrumento, é adotada escala de resposta Likert de 10 pontos (1= Discordo totalmente e 10= Concordo totalmente).

Escala de Perfil Empreendedor (Santos, 2008): instrumento de autorrelato de 45 itens que avaliam o perfil empreendedor por meio dos seguintes fatores: (a) Oportunidade, alfa=0,77, (b) Persistência, alfa=0,85, (c) Eficiência, alfa=0,78, (d) Informações, alfa=0,79, (e) Planejamento, alfa= 0,80, (f) Metas, alfa= 0,88, (g) Controle, alfa=0,87, (h) Persuasão, alfa=0,92 e (i) Rede de relações, alfa= 0,89. Para responder ao instrumento é adotada escala de resposta Likert de 10 pontos (1= Discordo totalmente e 10= Concordo totalmente).

Escala de Autoeficácia Criativa (Tierney & Farmer, 2002): instrumento unifatorial de autorrelato, composto por 3 itens. A escala de resposta é Likert de sete pontos (1= Discordo totalmente; 7= Concordo totalmente).

Questionário Sociodemográfico: instrumento em formato de respostas abertas que solicitava o preenchimento de informações para caracterização da amostra, como: sexo, ano de curso e curso em que o estudante se encontrava matriculado.

Procedimentos

Primeiramente, foi obtida a autorização institucional e, na sequência, o projeto de pesquisa foi submetido e aprovado em Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CAAE: 50447015.5.0000.5152). No processo de aplicação, era apresentado o objetivo da pesquisa e o TCLE (Termo de Consentimento Livre Esclarecido) antes da realização do estudo. A aplicação do instrumento ocorreu presencialmente, em sala de aula, durante o intervalo das atividades universitárias, e os participantes utilizaram lápis e papel para responder ao instrumento de coleta de dados. De forma geral, a aplicação do instrumental completo durava cerca de 30 minutos.

Análise de dados

Os dados foram digitados e inspecionados no software SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versão 21. As transformações realizadas no banco de dados também foram realizadas utilizando o software SPSS. Para todos os instrumentos foram gerados os escores fatoriais por fator. As variáveis autoeficácia criativa e intenção empreendedora foram dicotomizadas (0 = ausência; 1 = presença) em função da mediana (percentil 50%), com o intuito de inseri-las, respectivamente, como fator de interação e variável critério do modelo (Iacobucci et al., 2015). Ademais, estatísticas descritivas foram geradas para descrever a amostra do estudo.

O modelo preditivo foi gerado no software JASP versão 0.12.2.0. Para tanto, empregou-se a regressão logística com o método ‘enter’ e um único bloco de inserção para todas as variáveis. As variáveis de perfil empreendedor e autoeficácia criativa foram consideradas preditores de forma independente. Também foram considerados preditores os fatores de interação entre perfil empreendedor e autoeficácia criativa (Irwin & McClelland, 2001). Por indicação teórica de diferenças no processo de empreender entre estudantes universitários de cursos distintos, incluíram-se os cursos de graduação como variáveis de controle no modelo proposto (Cortez, Veiga, & Salvador, 2019; Cortez & Veiga, 2019). Por fim, foram gerados os indicadores Ômega de McDonalds e Alfa de Cronbach por fator, também no JASP versão 0.12.2.0.

Análise e discussão

O modelo testado para predição da intenção empreendedora por meio dos fatores de perfil empreendedor, autoeficácia criativa e interação entre essas variáveis em estudantes de diferentes cursos universitários apresentou razoável percentual de pseudo-variância explicada (Nagelkerker $R^2= 30,50\%$; Cox & Snell $R^2= 22,80\%$). Em comparação ao modelo de linha de base que considera apenas o intercepto na predição da intenção empreendedora (DEV= 426,93; AIC= 428,93; BIC = 432,67, gl = 308), houve diferença estatística significativa ($X^2= 79,98$; $p<0,01$) com ajuste favorável ao modelo preditor com a inclusão das variáveis supracitadas (DEV= 346,95, AIC= 398,95, BIC= 496,01, gl= 283). A inspeção dos resíduos entre os cursos também demonstrou adequação, dado que os cursos utilizados como variável controle para o modelo demonstraram razoável simetria na distribuição residual, conforme Figura 1.

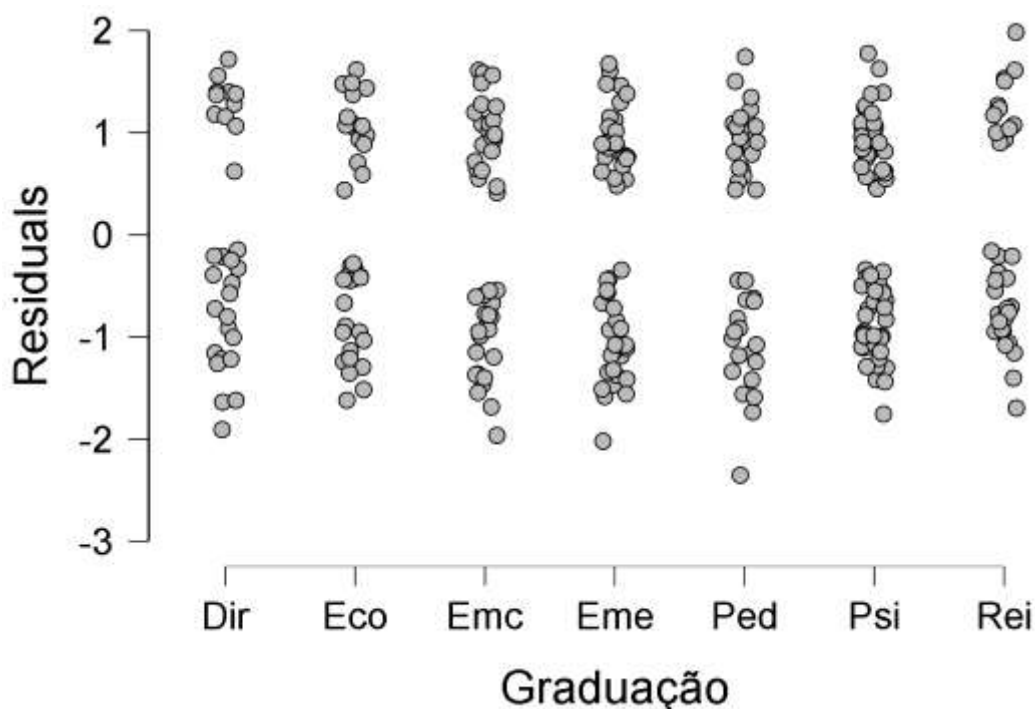


Figura 1.

Inspeção dos resíduos em função dos cursos de graduação utilizados como fator de controle no modelo.

Nota¹. Dir = Direito, Eco = Economia, Emc = engenharia mecânica, Eme = Engenharia mecatrônica, Ped = Pedagogia, Psi = Psicologia, Rei = Relações internacionais

Nota². Fonte: dados da pesquisa.

Focando-se na descrição dos efeitos preditores da intenção empreendedora, verificou-se que o fator oportunidade de perfil empreendedor maximiza as chances de o indivíduo intencionar empreender (OR = 1,98; $p < 0,01$). Ao se considerar as análises de interação entre perfil empreendedor e autoeficácia criativa, apreendeu-se que a interação entre persistência e autoeficácia criativa diminui as chances de o indivíduo intencionar empreender (OR = 0,57; $p < 0,05$). O mesmo efeito ocorre na interação entre planejamento e autoeficácia criativa, que também diminui a chance de o indivíduo intencionar empreender (OR = 0,66; $p < 0,05$). A interação entre metas e autoeficácia criativa, por sua vez, maximiza as chances de o indivíduo intencionar empreender (OR = 1,57; $p < 0,05$). As demais variáveis e interações não se mostraram significativas, mas foram mantidas no modelo para balancear o peso da variância comum compartilhada entre os preditores, com o intuito de tornar as estimativas mais acuradas, tal como demonstrado na Tabela 2.

Tabela 2

Descrição dos efeitos na predição da intenção empreendedora

| | Efeito | OR | Z | W | gl | p |
|--------------------------------------|--------|---------|-------|-------|------|------|
| Intercepto | -0,83 | 6,8e -4 | -4,42 | 16,26 | 1,00 | 0,01 |
| Oportunidade | 0,85 | 1,98 | 4,36 | 16,31 | 1,00 | 0,01 |
| Persistência | 0,12 | 1,37 | 1,79 | 3,31 | 1,00 | 0,07 |
| Eficiência | -0,15 | 0,80 | -1,84 | 2,79 | 1,00 | 0,07 |
| Informações | 0,04 | 0,89 | -0,70 | 0,44 | 1,00 | 0,49 |
| | Efeito | OR | Z | W | gl | p |
| Planejamento | -0,04 | 1,16 | 1,24 | 1,49 | 1,00 | 0,21 |
| Metas | 0,37 | 1,03 | 0,18 | 0,04 | 1,00 | 0,86 |
| Controle | 0,09 | 1,02 | 0,21 | 0,04 | 1,00 | 0,84 |
| Persuasão | 0,08 | 1,05 | 0,38 | 0,13 | 1,00 | 0,71 |
| Rede | -0,18 | 1,03 | 0,24 | 0,05 | 1,00 | 0,81 |
| Autoeficácia Criativa | -0,02 | 7,92 | 0,77 | 0,57 | 1,00 | 0,44 |
| Graduação (Economia) | -0,15 | 0,86 | -0,23 | 0,06 | 1,00 | 0,82 |
| Graduação (Eng. Mecânica) | 1,10 | 3,01 | 1,73 | 3,38 | 1,00 | 0,08 |
| Graduação (Eng. Mecatrônica) | 0,96 | 2,61 | 1,59 | 2,87 | 1,00 | 0,11 |
| Graduação (Pedagogia) | 1,18 | 3,25 | 1,83 | 3,85 | 1,00 | 0,07 |
| Graduação (Psicologia) | 0,95 | 2,57 | 1,63 | 2,85 | 1,00 | 0,10 |
| Graduação (Relações Internacionais) | -0,07 | 0,93 | -0,11 | 0,01 | 1,00 | 0,91 |
| Oportunidade * | | | | | | |
| Autoeficácia Criativa | -0,17 | 0,79 | -1,00 | 0,95 | 1,00 | 0,32 |
| Persistência * Autoeficácia Criativa | -0,38 | 0,57 | -2,24 | 4,42 | 1,00 | 0,03 |

| | | | | | | |
|--------------------------------------|-------|------|-------|---------|------|------|
| Eficiência * Autoeficácia Criativa | 0,27 | 1,40 | 1,74 | 2,68 | 1,00 | 0,08 |
| Informações * Autoeficácia Criativa | 0,21 | 1,47 | 1,33 | 1,60 | 1,00 | 0,19 |
| Planejamento * Autoeficácia Criativa | -0,43 | 0,66 | -2,44 | 5,38 | 1,00 | 0,02 |
| Metas * Autoeficácia Criativa | 0,40 | 1,57 | 1,99 | 4,10 | 1,00 | 0,05 |
| Controle * Autoeficácia Criativa | 0,06 | 1,05 | 0,30 | 0,08 | 1,00 | 0,76 |
| Persuasão * Autoeficácia Criativa | 0,00 | 1,00 | -0,01 | 3,8e -5 | 1,00 | 1,00 |
| Rede * Autoeficácia Criativa | -0,28 | 0,73 | -1,70 | 2,65 | 1,00 | 0,09 |

Nota¹.Variável critério = Intenção empreendedora; Efeito = Estimativa padronizada; OR = OddsRatio; Z = Valor do teste Z; W = Valor da estatística de Wald; gl = Graus de liberdade; p = Valor de probabilidade.

Nota². Fonte: dados da pesquisa.

Em um quadro geral, o modelo proposto apresentou índices de desempenho razoáveis. A área sobre a curva para o modelo foi adequada (AUC = 0,77). Em outros termos, o modelo obteve 69,40% de sensibilidade e 70,30% de especificidade. A precisão do modelo foi de 67,1% (Métrica F = 0,68; Escore Brier = 0,19; Métrica H = 0,28), indicando 17,1% de otimização na predição da intenção empreendedora em estudantes universitários, quando comparado às chances de prever a intenção empreendedora estudiantil ao acaso na amostra (50,00%).

Por fim, a probabilidade condicional média de predição da intenção empreendedora entre os estudantes das diferentes áreas do conhecimento, por meio do modelo proposto, indica a possibilidade utilizá-lo para discriminar entre os níveis de intenção empreendedora nos cursos relacionados a seguir. Nota-se ainda, por meio dela, que na presente amostra os estudantes de Engenharias (Mecatrônica e Mecânica) e Humanidades (Pedagogia e Psicologia) obtiveram maiores chances de intencionar empreender, próximas a 0,50. Os universitários da área de Ciências Sociais Aplicadas (Direito, Economia e Relações Internacionais), no entanto, obtiveram menores chances de intencionar empreender, as quais se aproximaram a 0,25, o que é apresentado na Figura 2.

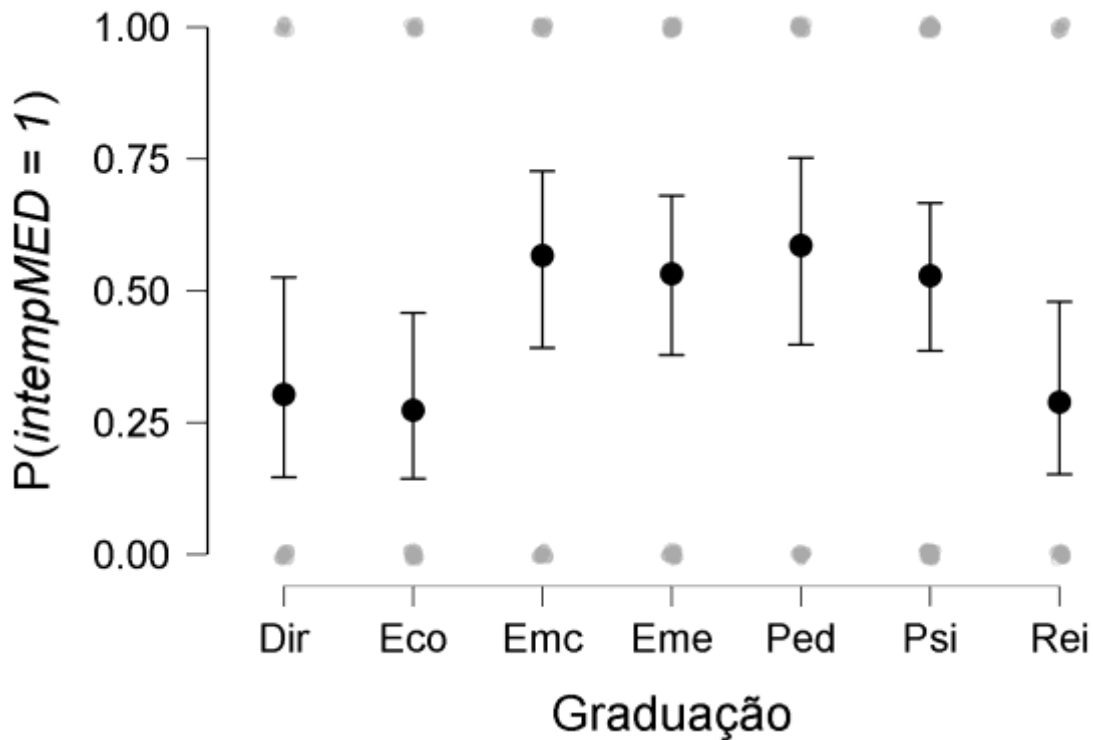


Figura 2

Predição da intenção empreendedora em função dos cursos utilizados como controle no modelo

Nota¹. Dir= Direito; Eco = Economia; Emc = Engenharia Mecânica; Eme = Engenharia Mecatrônica; Ped = Pedagogia; Psi = Psicologia; Rei = Relações Internacionais.

Nota². Fonte: dados da pesquisa.

Discussão

A corrente investigação teve como objetivo verificar a interação entre perfil empreendedor e autoeficácia criativa na predição da intenção empreendedora entre universitários. A compreensão dos aspectos que antecedem a intenção empreendedora é relevante porque esse construto está associado positivamente com o comportamento empreendedor, ou seja, a identificação e abertura de um novo negócio (Tentama, 2018). Por meio das evidências apresentadas no modelo, foi possível apreender que o fator oportunidade de perfil empreendedor é fundamental para impactar diretamente na intenção empreendedora universitária, o que não ocorre com a autoeficácia criativa. Na análise de interação entre perfil empreendedor e autoeficácia criativa, nota-se que a interação entre essas variáveis pode maximizar ou diminuir a intenção empreendedora dos estudantes de diferentes áreas do conhecimento, o que evidencia a interação entre essas variáveis, e tais relacionamentos serão aprofundados adiante.

Enfatizando o efeito direto, nota-se a centralidade do fator oportunidade da variável perfil empreendedor na predição da intenção empreendedora. Nesse sentido, é possível inferir que para o estudante universitário intencionar empreender, é fundamental que ele apresente características pessoais voltadas para a identificação de oportunidades para novos produtos, serviços ou negócios. Contrastando essa evidência com a literatura, nota-se que a maior percepção de oportunidade se associa com o aumento da intenção empreendedora, pois os

sujeitos se tornam otimistas quanto aos ganhos pessoais e financeiros, tornando-se mais interessados em realizar investimentos para a geração do próprio negócio (Hisrich et al., 2014; Krueger, 1993; Krueger & Dickson, 1994; Schmidt & Bohnenberger, 2009).

Na interação entre o fator persistência de perfil empreendedor e autoeficácia criativa, evidencia-se um impacto negativo na intenção empreendedora. Em outras palavras, quanto mais o estudante compreende a extensão dos obstáculos, identifica as chances de sucesso num determinado curso de ação e, conjuntamente a isso, expressa autoeficácia criativa ao longo do processo de empreender, isto é, demonstra confiança em sua habilidade de propor ideias novas e de valor diante de um problema, menores são as chances de que o estudante intencione empreender. Hipotetiza-se que esse efeito negativo possa ser explicado pela empregabilidade, dado que indivíduos com alta persistência e autoeficácia criativa tendem a obter maiores chances de encontrar alternativas ocupacionais em detrimento do empreendedorismo, o que pode justificar a interação encontrada (Fugate, Kinicki, & Ashforth, 2004; Pool & Sewell, 2007).

Os achados do presente trabalho também mostram que a interação entre a autoeficácia criativa e o fator planejamento apresenta efeito negativo na intenção empreendedora. Esse resultado respalda a hipótese apresentada sobre a empregabilidade como fator explicativo da interação, uma vez indivíduos com maior planejamento e autoeficácia para criar também tendem a intencionar empreender em menor grau. Neste caso, além da empregabilidade como hipótese explicativa que foi supracitada, as maiores condições de planejamento permitem ao estudante avaliar possibilidades alternativas ao empreendedorismo e, portanto, tenha mais opções de carreiras e trajetórias profissionais em que o uso da autoeficácia criativa pode ser canalizada com maior impacto no desenvolvimento pessoal, profissional e financeiro.

Para sopesar esses relacionamentos supracitados, pode ser citado o estudo de Borchers e Park (2010), o qual verificou que houve aumento da autoeficácia, mas não da intenção empreendedora de estudantes de engenharia após a participação destes em um programa de educação empreendedora. Segundo os pesquisadores, alguns discentes relataram que após conhecer o planejamento e ações requeridas para iniciar um negócio, compreenderam as dificuldades envolvidas e tiveram certeza de que não era o que desejavam. Nessa direção, Matthews e Human (2000) encontraram que jovens empreendedores que elaboraram um plano de negócios, tiveram menos expectativas em relação ao crescimento do empreendimento que aqueles que não haviam feito um plano de negócios, o que justifica a hipótese elaborada anteriormente. No que concerne ao presente estudo, especificamente sobre o aspecto do planejamento, cabe destacar que a coleta de dados foi realizada em um período de crise econômica do país, o que também incide em menores taxas de geração de negócios, de forma que o planejamento do empreender tende a postergar a criação da própria iniciativa empresarial.

A interação entre o fator metas de perfil empreendedor e autoeficácia criativa, por sua vez, demonstra um impacto positivo na intenção empreendedora estudantil. De forma complementar às hipóteses elencadas até então, o alto nível de definição de metas associadas à autoeficácia para criar pode fazer com que em um contexto economicamente favorável, o estudante intencione criar o próprio negócio, mas no futuro, tendo em vista a alta capacidade desse estudante de vislumbrar as ações

como metas futuras e o estabelecimento de metas tangíveis e atingíveis são aspectos que aumentam as chances de sucesso ao iniciar um empreendimento (Silva, 2014). Na Tabela 3, há uma descrição síntese dos efeitos verificados no modelo e hipóteses explicativas geradas ao longo da discussão.

Tabela 3

Síntese de agenda investigativa do processo empreendedor em função do modelo de interação testado

| Descritores | Fatores Pessoais | Impacto na Intenção Empreendedora | Hipóteses Contextuais |
|-----------------------|---|-----------------------------------|-----------------------------|
| Processo Empreendedor | Oportunidade | Positivo | Contexto econômico positivo |
| | Persistência + Autoeficácia Criativa | Negativo | Empregabilidade |
| | Planejamento + Autoeficácia Criativa | Negativo | Contexto econômico negativo |
| | Metas + Autoeficácia Criativa | Positivo | Contexto econômico positivo |

Nota. Fonte: dados da pesquisa.

Entre as diferentes áreas do conhecimento universitário, a compreensão dessas variáveis pode ainda ser útil para apreender quais diferenças entre os cursos resulta em maior ou menor intenção empreendedora. Na amostra empregada no presente estudo, os estudantes de Ciências Sociais Aplicadas (Direito, Economia e Relações Internacionais) tiveram menores chances de intencionar empreender quando comparados aos alunos de Humanidades (Pedagogia e Psicologia) e Engenharias (Mecatrônica e Mecânica). Isso pode indicar que maior conhecimento sobre análise do cenário econômico, jurídico-legal e estratégico internacional também pode interferir no processo empreendedor. Portanto, um quadro comparativo entre as competências desenvolvidas nos cursos entre diferentes áreas do conhecimento deve ser integrado em modelos futuros que visem otimizar a predição da intenção empreendedora entre universitários (Ho et al., 2014).

Ao confrontar os achados acerca das diferenças na intenção empreendedora entre os cursos pesquisados, se observa que nas graduações de engenharia o ensino do empreendedorismo tem maior tradição em comparação com os demais (Borchers & Park, 2010). É esperado desse egresso que além das habilidades técnicas que ele também desenvolva criatividade, resiliência, aceitação de riscos e busca por oportunidades, enfim espera-se que internalize o *mindset* empreendedor para que possa criar negócios ou aplicar tais saberes em organizações existentes, isto é, sejam intraempreendedores (Duval-Couetel, Reed-Rhoads, & Haghighi, 2012; Kreiwall & Mekemson, 2010). Desse modo, nas graduações em engenharia, os debates sobre o empreendedorismo estão mais presentes. Em relação aos cursos de Pedagogia e Psicologia, pode-se inferir que a necessidade e a possibilidade de outras inserções profissionais além da “carteira assinada” aumentaram os escores de intenção empreendedora. Destaca-se ainda que a participação de universitários

em empresa júnior possibilita o aprimoramento de habilidades empreendedoras (Veiga & Parreira, 2015), além disso, diversas atividades educacionais podem ser oferecidas com vistas a desenvolver tais competências (Cortez & Veiga, 2019).

Em suma, ao verificar a interação entre perfil empreendedor e autoeficácia criativa na predição da intenção empreendedora entre universitários, o presente estudo pode contribuir com a apreensão de que o efeito direto do perfil empreendedor na intenção empreendedora pode ser insatisfatório. Tal como proposto no modelo testado, a análise de interação entre fatores de perfil empreendedor e autoeficácia criativa demonstra que a conjunção de elevado nível de perfil empreendedor e autoeficácia criativa pode não ser suficiente para o indivíduo intencionar iniciar o próprio negócio. Neste sentido, apesar de reunir características pessoais usualmente favoráveis e facilitadoras do processo empreendedor, a conjunção entre elas pode fazer com que o estudante tenha uma percepção mais ampla da realidade em função dos aspectos contextuais (cenário econômico e empregabilidade), fazendo com que a opção por empreender seja impactada direta e positivamente por essas características pessoais e, em outro momento, diminuída em função de interações entre essas mesmas características.

Conclusão

A principal contribuição do presente estudo foi apresentar evidências de que a análise pontual e exclusiva do perfil empreendedor pode ser insatisfatória para o desenvolvimento da intenção empreendedora estudantil, dada a centralidade dos cenários culturais, econômicos e sociais na conjunção com características pessoais para definir o desfecho da intenção empreendedora universitária. No que tange à limitação do estudo, é possível salientar a necessidade de expandir a quantidade de cursos avaliados em investigações futuras, o que possibilitará estimar a replicabilidade do modelo proposto na corrente investigação.

Ademais, a ausência de evidências para a confirmação das hipóteses contextuais geradas por meio da confrontação dos resultados do modelo testado com a literatura, se apresenta como uma agenda de pesquisa aos interessados sobre o tema. Nestes estudos, devem ser manipuladas e testadas aspectos interacionais, heurísticos e contextuais do empreendedorismo para que seja possível definir com maior certeza os cenários interacionais frente aos contextos hipotetizados.

À guisa de conclusão, destaca-se que, a despeito da longa tradição da literatura brasileira de tratar o perfil empreendedor como variável isolada, as evidências encontradas no presente estudo convidam os pesquisadores a investigar as condições de apoio e geradoras de negócios. Pelas evidências da presente pesquisa e estado da literatura sobre o tema, infere-se que tais condições aparentam se afirmar como causas necessárias para a facilitação da expressão do perfil empreendedor, maximização da intenção empreendedora e, como conseqüente, maior geração de negócios no Brasil por estudantes universitários.

Referências

- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W. H. Freeman and Company.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453. <https://doi.org/10.5465/amr.1988.4306970>
- Birley, S., & Muzyka, D. F. (2001). *Dominando os desafios do empreendedor*. São Paulo: Makron Books.
- Borchers, A., & Park, S. A. (2010). Understanding entrepreneurial mindset: A study of entrepreneurial self-efficacy, locus of control and intent to start a business. *Journal of Engineering Entrepreneurship*, 1(1), 51-62.
- Carland, J. W., Hoy, F., & Carland, J. A. C. (1988). "Who is an entrepreneur?" Is a question worth asking. *American Journal of Small Business*, 12(4), 33-39. <https://doi.org/10.1177/104225878801200402>
- Cortez, P. A., & Hauck, N. Filho (2020). Instrumentos de evaluación de intención emprendedora : una revisión de literatura. *Cuadernos Latino americanos de Administración*, 16(30), 1-17. <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i30.3023>
- Cortez, P. A., & Veiga, H. M. S. (2018). Características pessoais dos empreendedores: clarificação conceitual dos construtos e definições da literatura recente (2010-2015). *Estudos Interdisciplinares em Psicologia*, 9(3), 58-79. <http://dx.doi.org/10.5433/2236-6407.2018v9n3p58>
- Cortez, P. A., & Veiga, H. M. S. (2019). Intención emprendedora em la universidad. *Ciencias Psicológicas*, 13(1), 134-149. <http://dx.doi.org/10.22235/cp.v13i1.1815>
- Cortez, P. A., Veiga, H. M. S., & Salvador, A. P. (2019). Impacto de personalidade e empresas juniores para estimular potenciais empreendedores. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, 71(2), 179-192. <http://dx.doi.org/10.36482/1809-5267.ARBP2019v71i2p.179-192>
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3)
- Chen, G., Gully, S. M., Whiteman, J.-A., & Kilcullen, R. N. (2000). Examination of relationships among trait-like individual differences, state-like individual differences, and learning performance. *Journal of Applied Psychology*, 85(6), 835–847. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.85.6.835>
- Costa, N. R., & da Fonseca, E. M. (2020). O índice de capital humano: um desafio para o Brasil/The Human Capital Index: a challenge for Brazil. *Ciência & Saúde Coletiva*, 25(9), 3611-3615. <http://dx.doi.org/10.1590/1413-81232020259.32832018>

- Davidsson, P. (2016). A “business researcher” view on opportunities for psychology in entrepreneurship research. *Applied Psychology*, 65(3), 628-636. <https://doi.org/10.1111/apps.12071>
- Degen, R. (1989). *O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial*. São Paulo: MacGraw Hill.
- Dornelas, J. C. A. (2001). *Empreendedorismo, transformando ideias em negócios*. São Paulo: Campus.
- Drucker, P. F. (2002). *Inovação e espírito empreendedor - entrepreneurship: prática e princípios*. São Paulo: Pioneira Thomson.
- Drucker, P. F. (1986). *Inovação e espírito empreendedor*. São Paulo: Pioneira.
- Duval-Couetel, N., Reed-Rhoads, T., & Haghghi, S. (2012). Engineering students and entrepreneurship education: Involvement, attitudes and outcomes. *International Journal of Engineering Education*, 28(2), 425–435.
- Ferreira, A. S. M., Loiola, E., & Gondim, S. M. G. (2017). Preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora entre universitários: revisão de literatura. *Cad. EBAPE.BR*, 15(2), 293-308. <https://doi.org/10.1590/1679-395159595>
- Filion, L. J. (2000). Empreendedorismo e Gerenciamento: Processos Distintos, Porém Complementares. *Rev. adm. empres.*, 40(3), 2-7. <https://doi.org/10.1590/S0034-75902000000300013>
- Fuller, B., Liu, Y., Bajaba, S., Marler, L. E., & Pratt, J. (2018). Examining how the personality, self-efficacy, and anticipatory cognitions of potential entrepreneurs shape their entrepreneurial intentions. *Personality and Individual Differences*, 125, 120-125. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.01.005>
- Fugate, M., Kinicki, A. J., & Ashforth, B. E. (2004). Employability: A psycho-social construct, its dimensions, and applications. *Journal of Vocational Behavior*, 65(1), 4-38. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2003.10.005>
- Garaika, G., Margahana, H. M., & Negara, S. T. (2019). Self-efficacy, self personality and self confidence on entrepreneurial intention: study on young enterprises. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(1), 1-12.
- Haase, J., Hoff, E. V., Hanel, P. H., & Innes-Ker, Å. (2018). A Meta-analysis of the relation between creative self-efficacy and different creativity measurements. *Creativity Research Journal*, 30(1), 1-16. <https://doi.org/10.1080/10400419.2018.1411436>
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2004). *Empreendedorismo* (5ª ed.). Porto Alegre: Bookman.

- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2014). *Empreendedorismo*. (9. ed.) São Paulo: Bookman.
- Ho, Y. P., Low, P. C. & Wong, P. K., (2014). Do university entrepreneurship programs influence students' entrepreneurial behavior? An empirical analysis of university students in Singapore. *Study of Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth*, 24, 65–87. <https://doi.org/10.1108/S1048-473620140000024003>
- Hsu, D. K., Burmeister-Lamp, K., Simmons, S. A., Foo, M. D., Hong, M. C., & Pipes, J. D. (2019). “I know I can, but I don't fit”: Perceived fit, self-efficacy, and entrepreneurial intention. *Journal of Business Venturing*, 34(2), 311-326. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.08.004>
- Iacobucci, D., Posavac, S. S., Kardes, F. R., Schneider, M. J., & Popovich, D. L. (2015). The median split: Robust, refined, and revived. *Journal of Consumer Psychology*, 25(4), 690-704. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2015.06.014>
- Irwin, J. R., & McClelland, G. H. (2001). Misleading heuristics and moderated multiple regression models. *Journal of Marketing Research*, 38(1), 100-109. <https://doi.org/10.1509/jmkr.38.1.100.18835>
- Izendonmi, P. F., & Okafor, C. (2010). The effects of entrepreneurship education of students' entrepreneurial intentions. *Global Journal of Management and Business Research*, 10(6), 49-60.
- Jahani, S., Babazadeh, M., Haghghi, S., & Cheraghian, B. (2018). The effect of entrepreneurship education on self-efficacy beliefs and entrepreneurial intention of nurses. *Journal of Clinical & Diagnostic Research*, 12(6), 18-21. <https://doi.org/10.7860/JCDR/2018/31525.11654>
- Jaussi, K. S, Randel, A. E., & Dionne, S. D. (2007). I am, I think I can, and I do: The role of personal identity, self-efficacy, and cross-application of experiences in creativity at work. *Creativity Research Journal*, 19(2-3), 247-258. <https://doi.org/10.1080/10400410701397339>
- Karimi, S., Biemans, H., Lans, T., Mulder, M., & Chizari, M. (2012). The impact of entrepreneurship education on students entrepreneurial intentions and opportunity identification perceptions. *Anais of Annual Research in Entrepreneurship and Small Business Conference*, Lyon, France, 26.
- Kaufman, L. (1991). *Passaporte para o ano 2000*. São Paulo: Makron Books.
- Koenig, M. (2016). *Determinants of entrepreneurial intention and firm performance: evidence from three meta-analyses*. (Dissertação de Mestrado). Otto-von Guericke-Universität Magdeburg, Alemanha. Disponível em: <https://d-nb.info/1127639196/34>
- Kreiwall, T., & Mekemson, K. (2010). Instilling the entrepreneurial mindset into engineering undergraduates. *Journal of Engineering Entrepreneurship*, 1(1), 5–19.

- Krueger, N. (1993). The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5–21. <https://doi.org/10.1177/104225879301800101>
- Krueger, N. F., & Dickson, P. R. (1994). How believing in ourselves increases risk taking: Perceived self-efficacy and opportunity recognition. *Decision Sciences*, 25(3), 385–400.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Longenecker, J. G., Moore, C. W., & Petty, J. W. (1997). *Administração de pequenas empresas: Ênfase na gerência empresarial*. São Paulo: Makron Books.
- Markman, G. D., & Baron, R. A. (2003). Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others. *Human Resource Management Review*, 13(2), 281-301. [https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(03\)00018-4](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(03)00018-4)
- Martins, L. P., Veiga, M. S., & Cortez, P. A. (2020). Motivações e dificuldades vivenciadas por jovens empreendedores: estudo qualitativo. *Revista de Psicologia da UFC*, 11(2), 60-70. DOI: 10.36517/revpsiufc.11.2.2020.6
- Matthews, C. H., & Human. S. E. (2000). The little engine that could: uncertainty and growth expectation of nascent entrepreneurs. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College.
- McClelland, D. (1972). *A sociedade competitiva: realização e progresso social*. Rio de Janeiro: Expressão e cultura.
- Nielsen, S. L., & Gartner, W. B. (2017). Am I a student and/or entrepreneur? Multiple identities in student entrepreneurship. *Education and Training*, 59(2), 135–154. <https://doi.org/10.1108/ET-09-2014-0122>
- Østergaard, A., & Marinova, S. T. (2018). Human capital in the entrepreneurship ecosystem. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 35(3), 371-390. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2018.095907>
- Pool, L. D., & Sewell, P. (2007). The key to employability: developing a practical model of graduate employability. *Education and Training*, 49(4), 277–289. <https://doi.org/10.1108/00400910710754435>
- Santos, P. C. F. (2008). *Uma Escala para Identificar Potencial Empreendedor*. (Tese de Doutorado). Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil. Disponível: <http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/91191>

- Schøtt, T., Kew, P., & Cheraghi, M. (2015). *Future Potential. A GEM perspective on youth entrepreneurship 2015*. Retrieved from: <http://www.gemconsortium.org/report>
- Schmidt, S., & Bohnenberger, M. C. (2009). Perfil empreendedor e desempenho organizacional. *Rev. adm. contemp.*, 13(3), 450-467. <https://doi.org/10.1590/S1415-65552009000300007>
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A metaanalytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291–332. <https://doi.org/10.1111%2Fetap.12087>
- Silva, D., Quelhas, O. L. G., Leal Filho, W., Rampasso, I. S., & Silva, M. C. (2018). Analysis of the Brazilian entrepreneurial ecosystem in the perception of business incubator professionals. *International Journal of Business Innovation and Research*, 16(4), 507-530. <http://dx.doi.org/10.1504/IJBIR.2018.10014452>
- Silva Jr. O. F. P. (2014). *Empreendedorismo – a base do sucesso*. Santa Catarina: Univali.
- Souza, E. C. L., Souza, C. C. L., Assis, S. A. G., & Zerbini, T. (2004). Métodos e técnicas de ensino e recursos didáticos para o ensino do empreendedorismo em IES brasileiras. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Curitiba, PR, 28.
- Shook, C. L., Priem, R. L., & McGee, J. E. (2003). Venture creation and the enterprising individual: a review and synthesis. *Journal of Management*, 29(3), 379-399. https://doi.org/10.1016/S0149-2063_03_00016-3
- Tentama, F. (2018). The relationship between entrepreneurial motivation and entrepreneurial intensity on psychology students. *Journal of Educational Science and Technology*, 4(1), 26- 31. <http://dx.doi.org/10.26858/est.v4i1.4180>
- Tierney, P., & Farmer, S. M. (2002). Creative self-efficacy: its potential antecedents and relationship to creative performance. *Academy of Management Journal*, 45(6), 1137-1148. <https://doi.org/10.5465/3069429>
- Tumasjan, A., & Braun, R. (2012). In the eye of the beholder: How regulatory focus and self-efficacy interact in influencing opportunity recognition. *Journal of Business Venturing*, 27(6), 622–636. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.08.001>
- Veiga, H. M. S., Demo, G., & Neiva, E. R. (2017). The Psychology of entrepreneurship. In: E. Neiva, C. Torres, & H. Mendonça. (Orgs.). *Organizational Psychology and Evidence-Based Management: What Science says about Practice* (1ed. Cap. 8, p. 135-156).EUA: Springer
- Veiga, H. M. S., & Parreira, S. M. (2015). Perfil Empreendedor: análise de Suas Relações com Valores Relativos ao Trabalho e Auto-Eficácia para Criar. *Revista Gestão Organizacional*, 8(3), 0-0.

- Wiklund, J., Davidsson, P., Audretsch, D. B., & Karlsson, C. (2011). The future of entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 35(1), 1-9. <https://doi.org/10.1111%2Fj.1540-6520.2010.00420.x>
- Wood, R., & Bandura, A. (1989). Impact of conceptions of ability on self-regulatory mechanisms and complex decision making. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(3), 407-415.
- Zampetakis, L. A., Gotsi M., Andriopoulos C. & Moustakis V., (2011). Creativity and entrepreneurial intention in young people: empirical insights from business school students. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 12(3), 189-199. <https://doi.org/10.5367/ijei.2011.0037>
- Zdolšek, T. & Širec, K. (2014). Impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of students: a review of empirical research. *Naše gospodarstvo/Our economy*, 60(4), 55-64. DOI: 10.7549/ourecon.2014.3-4.06