

Efeitos da educação empreendedora na relação entre o desejo e a intenção empreendedora no ensino superior

Effects of entrepreneurial education on the relationship between entrepreneurial desire and intention in higher education

Efectos de la educación empreendedora sobre la relación entre el deseo y la intención empreendedora en la educación superior

Manuela de Jesus Silva Santos¹ , Rúbia Oliveira Corrêa¹ , Eduardo Veiga Bueno² 

¹ Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, Sergipe, Brasil.

² Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, Paraná, Brasil.

Autora correspondente:

Manuela De Jesus Silva Santos

Email: manuckinha.studies@gmail.com

Como citar: Santos, M. J., Corrêa, R. O., & Bueno, E. V. (2025). Efeitos da educação empreendedora na relação entre o desejo e a intenção empreendedora no ensino superior. *Revista Tempos e Espaços em Educação*, 18(37), e19798. <http://dx.doi.org/10.20952/revtee.v18i37.19798>

RESUMO

O presente estudo teve o propósito de verificar como o Modelo de Comportamento Direcionado a Metas (MCDM), sob a mediação da variável Educação Empreendedora, para explicar as intenções empreendedoras dos alunos de graduação em Sergipe. Vale ressaltar que, para além da validação, este estudo expande o MCDM ao propor acrescentar-lhe a Educação Empreendedora como variável mediadora da relação entre o desejo e intenção empreendedora. Em relação aos procedimentos metodológicos, ontologicamente esta pesquisa se classifica como realista/objetivista, em uma perspectiva epistemológica tem uma visão positivista. Quanto aos objetivos a pesquisa se classifica como explicativo e exploratório. A coleta de dados foi feita por meio de questionário online com 148 alunos de instituições de ensino superior em Sergipe. Os procedimentos para a análise dos dados coletados envolveram testes de estatística descritiva, análise fatorial e Modelagem de Equações Estruturais (SEM); para isso os softwares estatísticos SPSS 22 e WarpPLS 8.0 foram utilizados. Com os resultados mostraram que as variáveis emoções negativas antecipadas, a frequência do comportamento passado e especialmente as atitudes de indivíduo, explicam o desejo de empreender nos estudantes que fizeram parte desta amostra. Os dados coletados mostraram ainda que a educação empreendedora media, de forma tímida, a relação entre o desejo e a intenção empreendedora. Frente a esse achado, é possível inferir que, no cenário pesquisado, educar para o empreendedorismo é uma estratégia que fortalece e explica, em parte, a relação entre desejo e intenção empreendedora.

Palavras-chave: Intenção Empreendedora. Educação empreendedora. Modelo do Comportamento Direcionado a Metas. Modelagem de Equações Estruturais.

ABSTRACT

The present study aimed to examine how the Goal-Directed Behavior Model (MCDM), mediated by the Entrepreneurial Education variable, elucidates entrepreneurial intentions among undergraduate students in Sergipe. It is worth noting that, in addition to validation, this study extends the MCDM by proposing to incorporate Entrepreneurial Education as a mediating variable in the relationship between entrepreneurial desire and intention. Regarding the methodological procedures, ontologically, this research is categorized as realist/objectivist, while from an epistemological perspective, it adopts a positivist stance. In terms of objectives, the research falls into the categories of explanatory and exploratory. Data collection was conducted through an online questionnaire administered to 148 students from higher education institutions in Sergipe. The analysis of the collected data involved descriptive statistical tests, factor analysis, and Structural Equation Modeling (SEM). For this purpose, the statistical software SPSS 22 and WarpPLS 8.0 were employed. The results revealed that variables such as anticipated negative emotions, the frequency of past behaviors, and particularly individual attitudes, explain the desire to engage in entrepreneurship among the students who were part of this sample. Additionally, the collected data indicated that entrepreneurial education partially mediates the relationship between desire and entrepreneurial intention. Given this finding, it is possible to infer that, in the researched context, fostering entrepreneurship through education is a strategy that strengthens and partially elucidates the link between desire and entrepreneurial intention.

Keywords: Entrepreneurial Intention. Entrepreneurial education. Model of Goal-Directed Behavior. Structural Equation Modeling.

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo verificar cómo el Modelo de Comportamiento Dirigido a Metas (MCDM), bajo la mediación de la variable Educación Empreendedora, explica las intenciones emprendedoras de estudiantes de pregrado en Sergipe. Cabe mencionar que, además de la validación, este estudio amplía el MCDM al proponer agregarle la Educación Empreendedora como variable mediadora de la relación entre deseo e intención emprendedora. En relación a los procedimientos metodológicos, ontológicamente esta investigación se clasifica como realista/objetivista, desde una perspectiva epistemológica tiene una visión positivista. En cuanto a los objetivos, la investigación se clasifica en explicativa y exploratoria. La recolección de datos se realizó a través de un cuestionario en línea con 148 estudiantes de instituciones de educación superior de Sergipe. Los procedimientos para analizar los datos recolectados involucraron pruebas de estadística descriptiva, análisis factorial y Modelado de Ecuaciones Estructurales (SEM); para ello se utilizó el software estadístico SPSS 22 y WarpPLS 8.0. Los resultados mostraron que las variables anticipación de emociones negativas, la frecuencia de conductas pasadas y especialmente las actitudes del individuo, explican el deseo de emprender en los estudiantes que formaron parte de esta muestra. Los datos recogidos también mostraron que la educación emprendedora media, de forma limitada, la relación entre deseo e intención emprendedora. Ante este hallazgo, es posible inferir que, en el escenario investigado, educar para el emprendimiento es una estrategia que fortalece y explica, en parte, la relación entre deseo e intención emprendedora.

Palabras clave: Intención Empreendedora. Educación empreendedora. Modelo de conducta dirigida a objetivos. Modelos de ecuaciones estructurales.

INTRODUÇÃO

A taxa mundial de abertura de pequenas e médias empresas (PME's) cresceu no ano de 2020, quando comparados os números apresentados em 2019. Pesquisa feita pela Global Entrepreneurship Monitor - GEM, ciclo 2021, constatou que o Brasil segue a tendência mundial, visto que, subiu no ranking global em termos de taxa de empreendedorismo total, saindo do sétimo lugar ocupado em 2020, para o quinto lugar em 2021 sendo superado apenas pela República Dominicana, Sudão, Guatemala e Chile. São aproximadamente 44 milhões de brasileiros a frente de algum tipo de negócio. Além disso, verificou-se que 50 milhões de indivíduos pretendem empreender nos próximos 3 anos (Sebrae, 2020).

Diante dessa afirmação, percebe-se que uma parcela considerável de brasileiros empreende. No entanto, a maioria dessa população aprendeu a empreender diante das necessidades provocadas pela falta de opção de trabalho e de renda (Gem, 2020). De acordo com Pinheiro (2010), poucos são os indivíduos que procuram conhecimento prévio para gerir seus negócios. Observa-se que a maioria das empresas não sobrevivem por falta da educação empreendedora dos empresários sendo um dos maiores empecilhos para o sucesso empresarial (Pinheiro, 2010).

A importância da educação empreendedora para o desenvolvimento de uma nação tem sido reconhecida por diversos países, a educação empreendedora é o processo fundamental do ensino do empreendedorismo, visto que o mesmo ocorre efetivamente quando existe a articulação entre métodos do conhecimento, formação docente e a aplicabilidade dos estudantes mediante os conceitos adquiridos (McClelland, 2010).

A educação é uma tarefa complexa. Ela faz parte da agenda diária dos educadores e desenvolvedores de políticas públicas educacionais de todos os países, que almejam aumentar a empregabilidade dos indivíduos inseridos na sociedade (Silva, 2019). Diante dessa afirmativa, um campo promissor para investigação é o ensino superior, aprimorando as bases do conhecimento dos alunos e fomentando as intenções empreendedoras na contínua ascensão acadêmica.

Gieure, Benavides-Espinosa e Roig-Dobón (2020), explanam que, indivíduos que estudam educação empreendedora, dentro ou fora das universidades, desenvolvem uma intenção empreendedora mais forte e apresentam atitudes mais positivas do que aqueles que não estudam o tema. O que mostra que a educação empreendedora aumenta a intenção de empreender. Souza et al. (2019), asseveram que o ensino superior deve considerar o desenvolvimento das competências empreendedoras e a disseminação da cultura empreendedora como fator estratégico para a inserção do aluno ao mercado de trabalho, visando sua contribuição para o fortalecimento da economia. O ensino superior oferece informações cruciais, e muitas vezes inexploradas, para as pesquisas sobre intenção empreendedora, como explicitam Hou et al. (2019).

Embora a intenção empreendedora de estudantes universitários tenha sido estudada sob diferentes perspectivas, os resultados ainda não são convergentes, seus mecanismos e resultados sobre como a intenção empreendedora pode ser afetada por diferentes fatores carecem de investigação.

Este estudo se aprofundou na temática intenções empreendedoras de alunos de graduação. Para tanto, o modelo de Londoño et al. (2021), o qual está fortemente alicerçado na Teoria do Comportamento Direcionado a Metas, foi aqui adotado para entender como os aspectos emocionais podem explicar a intenção desses universitários para empreender.

Para além da validação, este estudo expande o MCDM ao propor acrescentar-lhe a Educação Empreendedora como variável mediadora da relação entre desejo e intenção empreendedora; assim se propôs verificar como o Modelo de Comportamento Direcionado a Metas (MCDM), sob mediação da variável Educação Empreendedora, explica as intenções empreendedoras dos alunos de graduação em Sergipe.

Londoño et al. (2021), sinalizaram em seu estudo que o Modelo de Comportamento Direcionado a Metas necessita ser testado junto a discentes do ensino superior. Dessa forma poderá

explicar a intenção empreendedora por meio de variáveis como: atitudes, emoções, comportamentos e desejo de empreender. Diante das possibilidades de objeto de pesquisa no ensino superior, este estudo limitou-se aos estudantes da graduação; visto que considerou a recomendação de Londoño et al. (2021). No mais, percebe-se que esses estudantes oferecem informações fundamentais, desconhecidas muitas das vezes, referente as pesquisas sobre intenção empreendedora (Hou et al., 2019).

A realização desse estudo possui muitas possibilidades de recortes geográficos, porém foi escolhido o estado de Sergipe, por necessidade e oportunidade, principalmente pela acessibilidade dos respondentes, além dessa vertente, existem estudos estatísticos, como o DataSebrae (2023), que afirmam que o estado de Sergipe tem números expressivos e em crescimento quando o tema é empreendedorismo.

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NO ENSINO SUPERIOR

A educação empreendedora passou a chamar atenção de educadores e gestores públicos nas últimas décadas, visto que despontou como um mecanismo que pode favorecer a elevação dos níveis de empregabilidade das nações. Frente a essa possibilidade, é importante que instituições de ensino superior eduquem para o empreendedorismo e promovam a cultura empreendedora dentro da academia; dessa forma fortalecem a economia e inserem discentes qualificados no mercado de trabalho (Souza et al., 2019).

O ensino do empreendedorismo na esfera das Instituições de Ensino Superior - IES, sejam elas públicas ou privadas, desempenha um papel muito importante frente as políticas educacionais, contribuindo consideravelmente para inovação. Enquanto isso, o empreendedorismo reduz as desigualdades sociais sendo um fator decisivo no desenvolvimento da criação de emprego e geração de renda para população (Oliveira, 2021).

Souza et al. (2019), asseveram que o ensino superior deve considerar o desenvolvimento das competências empreendedoras e a disseminação da cultura empreendedora como fator estratégico para a inserção do aluno ao mercado de trabalho, visando sua contribuição para o fortalecimento da economia. As IES e seu corpo docente são importantes para a utilização de métodos de ensino no desenvolvimento das habilidades e atitudes de discentes para uma formação empreendedora de qualidade (Souza et al., 2019).

A Educação Empreendedora contribui para o desenvolvimento de habilidades e competências comportamentais melhorando a capacidade de análise dos alunos elucidando o potencial empreendedor contribuindo assim para a formação dos futuros profissionais e aspirantes a empresários (Júnior & Sato, 2019).

Boldureanu et al. (2020), defendem que a educação para o empreendedorismo está positivamente correlacionada com as intenções empreendedoras dos alunos, uma vez que proporciona conhecimentos e competências adequados e os motiva a desenvolverem as suas competências carreiras empreendedoras.

Asghar et al. (2019), por sua vez, mostraram que a educação empreendedora não impacta diretamente nas intenções dos alunos, mas tem influência nas intenções empreendedoras deles por meio de antecedentes de intenções. No mais, indivíduos que possuem uma educação empreendedora mostram intenções mais elevadas quando comparados aos que não possuem, por isso a importância da educação empreendedora no ensino superior. Segundo Kuratko (2016), para que a educação empreendedora seja eficaz ela deve estar diretamente ligada ao impulsionamento da intenção empreendedora; assunto que será mais explorado na próxima seção.

O MODELO INSPIRADOR E AS HIPÓTESES DA PESQUISA

Vários são os modelos que buscam identificar e compreender o comportamento do indivíduo mediante as suas intenções. As intenções empreendedoras são essenciais para compreender o comportamento empreendedor dos indivíduos. Pode-se inferir que é um conceito psicológico mais intimamente ligado ao comportamento. Galleguillos-Cortés et al. (2019), explicam que na área das ciências do comportamento, a intenção é definida como uma condição nata do indivíduo, que direciona sua atenção para um determinado objeto ou objetivo. Conforme Osório e Londoño (2015), o modelo mais utilizado na literatura para mensurar a intenção empreendedora é a Teoria do Comportamento Planejado (TCP). Em conformidade com a pesquisa de Fayolle et al. (2014), a TCP formula que a atitude pessoal, a norma subjetiva e o controle comportamental percebido são fatores que determinam a intenção empreendedora.

Porém, Perugini e Bagozzi (2001), no estudo “The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour”, observaram a necessidade de melhorias na TCP focada nos aspectos cognitivos humanos, negligenciando os aspectos emocionais (Yun et al., 2020), assim, estenderam-na dando origem a Teoria do Comportamento Direcionado a Metas (TCDM), a qual passou também a ser nomeada de Modelo do Comportamento Orientado por Meta (MCOM).

No MCOM, Perugini e Bagozzi (2001), tiveram a intenção expandir e aprofundar a Teoria do Comportamento Planejado, introduzindo novas variáveis que demonstraram desempenhar papéis importantes na tomada de decisão. Em suma, eles combinaram as emoções antecipadas (positivas e negativas) com desejos, frequência com que o comportamento foi praticado no passado e efeitos recentes de comportamentos passados.

Em 2021, com o propósito de testar o MCOM na previsão de intenções empreendedoras de estudantes do ensino médio, revelando a heterogeneidade e diferenças nos caminhos estruturais; os pesquisadores inicialmente Londoño et al. (2021), publicaram o estudo “Understanding the entrepreneurial intentions of youth: a PLS multi-group and FIMIX analysis using the model of goal-directed behavior”.

O modelo proposto por Londoño et al. (2021), é inspiração para este estudo. Nele são apresentadas nove hipóteses de pesquisa, inicialmente Londoño et al. (2021), analisaram a relação entre “Atitudes Pessoais (AP)” e “Desejo de empreender (DE)”, e declaram a primeira hipótese do modelo por eles formado:

H1: As Atitudes Pessoais têm uma influência positiva sobre o Desejo de Empreender.

Para Londoño et al. (2021), de forma geral, as atitudes procuram medir o quão positiva ou negativa pode ser um comportamento. Já para Lopes Júnior & Souza (2005, p. 9), as atitudes são uma “predisposição aprendida para responder de forma favorável ou desfavorável com relação a um objeto atitudinal”. A partir do momento que esse julgamento passa a ser favorável ao empreendedorismo, tem-se uma atitude empreendedora, ou melhor, um desejo, uma predisposição aprendida para atuar, ou não, de forma empreendedora (Lopes Junior & Souza, 2005; Fayolle et al., 2014). No mais, ainda é importante asseverar que o desejo de se tornar empreendedor é um processo dinâmico que pode se manifestar nas diferentes etapas da vida estudantil.

Na segunda hipótese Londoño et al. (2021), relacionam os constructos “Normas Subjetivas (NS)” e “Desejo de Empreender”, asseverando:

H2: A Norma Subjetiva tem uma influência positiva sobre o Desejo de Empreender.

As Normas Subjetivas se apresentam como uma pressão social exercida sobre o indivíduo para tornar-se ou não um empreendedor. Tal pressão advém do círculo social em que se vive, no mais, consiste nas crenças normativas e na motivação para cumpri-las (Fayolle et al., 2014). De acordo com Ahmad et al. (2019), tanto as normas subjetivas quanto o controle comportamental

percebido influenciam positivamente o desejo e possibilidade de surgir uma intenção empreendedora em estudantes do ensino superior.

A terceira e quarta hipóteses são resultantes da relação entre os constructos “Emoções Antecipada (positiva e negativa)” e “Desejo de Empreender”. Assim, Londoño et al. (2021), apresentam:

H3: As Emoções Positivas Antecipadas têm uma influência positiva sobre o Desejo de Empreender.

H4: As Emoções Negativas Antecipadas têm uma influência negativa sobre o Desejo de Empreender.

As emoções Positivas/Negativas Antecipadas são definidas como a consequência emocional auto prevista de alcançar um objetivo, tanto as emoções negativas antecipadas quanto as emoções positivas antecipadas explicam os desejos (Perugini & Bagozzi, 2001). Londoño et al. (2021, p. 307), reforçam as hipóteses acima quando afirmam que, “a emoção esperada de alcançar ou não um objetivo influencia o desejo”.

A quinta hipótese do modelo inspirador relaciona os constructos “Percepção e Controle do Comportamento (PCC)” e “Desejo de Empreender”, já a sexta hipótese relaciona a PCC a “intenção empreendedora”. Londoño et al. (2021), assim as redigem:

H5: A Percepção e Controle do Comportamento tem influência positiva sobre o Desejo de Empreender.

H6: A Percepção e Controle do Comportamento tem uma influência positiva na Intenção Empreendedora.

A PCC refere-se à percepção do indivíduo sobre a facilidade ou dificuldade de se tornar um empreendedor (Fayolle et al., 2014). Taylor et al. (2009), chegaram à conclusão de que os desejos se correlacionam positivamente com a PCC. Geralmente a literatura assevera que as percepções de controle são positivamente relacionadas com a intenção de tornar-se um empreendedor (Schlaegel & Koenig, 2014), colaborando para a acreditação das hipóteses 5 e 6.

Na sétima hipótese Londoño et al. (2021), relacionam os constructos “Frequência do Comportamento Passado (FCP)” ao “Desejo de Empreender, já na oitava hipótese a “FCP” é relacionada a “Intenção Empreendedora (IE)”, essas relações estão abaixo expressas:

H7: A Frequência do Comportamento Passado tem uma influência positiva sobre o Desejo de Empreender.

H8: A Frequência do Comportamento Passado tem uma influência positiva na Intenção Empreendedora.

A frequência e a atualidade do comportamento passado, significa a influência do comportamento passado (Perugini & Bagozzi, 2001). Quando o comportamento não é bem aprendido ou quando o ambiente é instável, a frequência de comportamento passado contribui diretamente para a intenção (Perugini & Bagozzi, 2001), tais afirmativas dão credibilidade as hipóteses sete e oito.

Na nona hipótese apresentada no modelo inspirador deste estudo. Nela, Londoño et al. (2021), relacionam, os constructos “Desejo de Empreender” e “Intenção Empreendedora”, e afirmam:

H9: O Desejo de Empreender tem uma influência positiva sobre a Intenção Empreendedora. Rise et al. (2015), asseguram que, o desejo possui efeito mediador sobre os efeitos das atitudes, normas e comportamento passado na intenção. Riquelme e Al Lanqawi (2016), são mais específicos e colaboram para a acreditação da hipótese 9 quando afirmam que o desejo por empreendedora promove as intenções empreendedoras.

Londoño et al. (2021), incluíram no modelo apresentado as variáveis moderadoras: Stratum (estratificação social), hedônica/utilitarista, gênero, que relacionaram com os constructos PCC, FCP, ENA, DE e IE. As variáveis moderadoras do estudo dos supracitados autores foram designadas com

base no valor de corte mediano para cada um dos constructos ou por meio de alguns dados demográficos mencionados pelos entrevistados naquela situação.

Percebeu-se, nos resultados obtidos na pesquisa, que o estudo forneceu argumentos favoráveis a eficácia do modelo quando se trata em explicar em detalhes como são criadas as intenções empreendedoras, onde revelou-se o forte poder que os desejos possuem em prever a intenção empreendedora. Os resultados também afirmam que as emoções positivas não possuíram um impacto significativo sobre o desejo de empreender, já a frequência do comportamento passado obteve uma influência significativa e positiva nas intenções empreendedoras, visto que a frequência do comportamento é um indicador de forças de hábitos.

Os autores concluíram que o estudo forneceu um modelo robusto e detalhado para explicar as intenções empreendedoras dos jovens secundaristas da Colômbia, e sustentou que os desejos podem explicar essas intenções.

Frente aos resultados trazidos no estudo de Londoño et al. (2021), com o propósito de expandir o modelo e promover novas descobertas, nesse estudo, acrescentou-se ao MCOM a variável Educação Empreendedora como mediadora da relação entre o Desejo de Empreender e a Intenção Empreendedora. Isso porque Nițu-Antonie et al. (2022), observaram que o desejo empreendedor é um preditor positivo estatisticamente limitado de intenções empreendedoras quando os indivíduos possuem apenas uma educação empreendedora básica e observaram que quando indivíduos que foram expostos a educação empreendedora avançada possuem um preditor positivo estatisticamente significativo de intenções empreendedoras.

Alguns estudos como o de Ndofirepi (2020), Türk et al. (2020) e Song et al. (2021), foram realizados com o intuito de mensurar o efeito mediador da Educação Empreendedora em relações que contivessem a variável Intenção Empreendedora. Assim, observou-se o efeito estatístico significativo da mediação em questão na relação entre Intenção Empreendedora e as variáveis: autoeficácia, orientação para aprendizado, cooperação em equipe e traços psicológicos; incluindo a necessidade de realização, propensão a correr riscos, locus interno de controle, atitude, percepção e controle do comportamento. Assim mostrou-se que a educação empreendedora potencializa essas relações e especialmente, que o aprimoramento da educação empreendedora tem o papel de aumentar o efeito que a atitude, a percepção e controle do comportamento e a autoeficácia têm sobre a intenção empreendedora dos graduandos.

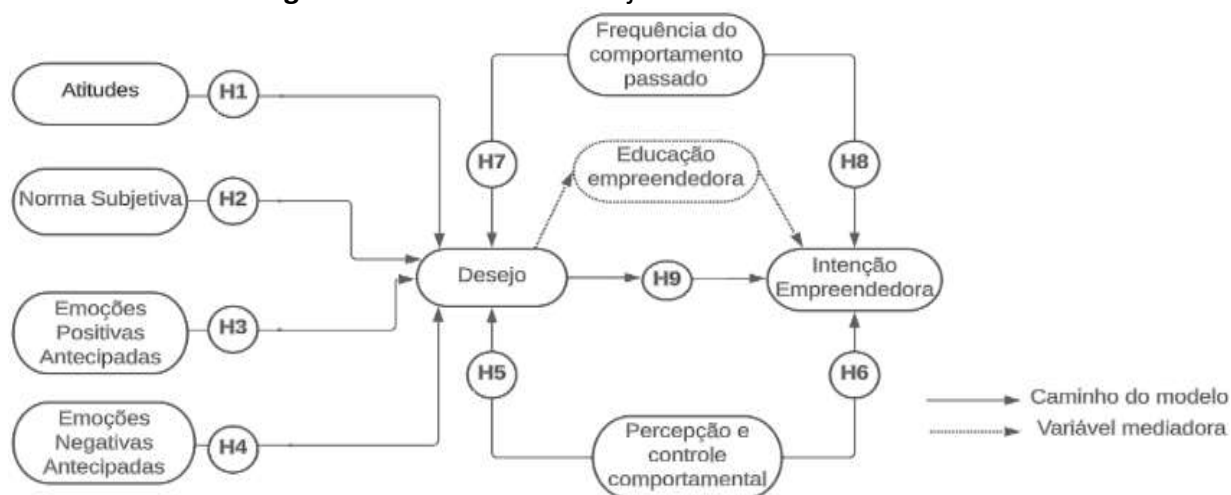
Mediante os achados apresentados acima, esta pesquisa inova e contribui para ampliação do conhecimento científico quando formula a sua décima hipótese:

H10: A relação entre o Desejo de Empreender e a Intenção Empreendedora é mediada pela variável Educação Empreendedora.

A hipótese acima considera que o desejo de empreender promove as intenções empreendedoras (Riquelme & Al Lanqawi, 2016), no mais, a Educação Empreendedora tem influência nas intenções de discente mediante seus antecedentes. Sabendo-se que o desejo é antecessor da intenção empreendedora (Asghar et al., 2019), acredita-se ser importante investigar a mediação acima.

É válido lembrar que esta pesquisa replicou e diante da décima hipótese ampliou o modelo proposto por Londoño et al. (2021), no entanto, os discentes pesquisados estavam obrigatoriamente matriculados em Instituições de Ensino Superior de Sergipe, assim contribuiu para a expansão e consolidação do modelo, inicialmente testado em alunos secundaristas; o que resultou na figura 01:

Figura 01 – Indicadores de ajustes do modelo



Fonte: Elaborado mediante literatura com base em Londoño et al. (2021).

METODOLOGIA

Em relação aos procedimentos metodológicos, ontologicamente esta pesquisa se classifica como realista/objetivista, em uma perspectiva epistemológica tem uma visão positivista. Quanto aos objetivos a pesquisa se classifica como explicativo e exploratório.

O universo dessa pesquisa foi composto por estudantes do ensino superior, das Instituições de Ensino Superior (IES) do estado de Sergipe. Com base na pesquisa do Instituto Semesp (2022), o estado de Sergipe possui 18 IES, dentre elas 2 públicas, que ofertam cursos presenciais e a distância. Por ser pouco provável alcançar todos os elementos do universo amostral da pesquisa foi necessário utilizar técnicas de amostragem não probabilísticas por acessibilidade ou conveniência (Castanheira, 2013). Considerando o critério de Cohen (1988), verificou-se que o constructo “Desejo” possui o maior número de relações, cinco no total, dentre os constructos formadores do modelo a ser testado nesta pesquisa; isso resultou na necessidade de uma amostra igual ou superior a 147 casos para o modelo alcançar um poder estatístico de 80 %, detectando valores mínimos de R² de 0,10 e 5% de probabilidade de erro.

Frente a constatação acima, a coleta de dados foi feita por meio de questionário online com 148 alunos de instituições de ensino superior em Sergipe. A amostra foi composta por alunos de graduação das IES do estado de Sergipe, tendo cursado ou não a disciplina empreendedorismo.

O questionário eletrônico com 35 questões foi cadastrado no Google Forms e disponibilizado por intermédio de um link personalizado nas instituições de ensino superior, via e-mail; bem como em redes sociais (WhatsApp, Instagram e Facebook). Também foram feitas algumas visitas em salas de aula de instituições públicas e particulares para abordar o público-alvo do estudo.

Os procedimentos para a análise dos dados coletados envolveram testes de estatística descritiva, análise fatorial e Modelagem de Equações Estruturais (SEM); para isso os softwares estatísticos SPSS 22 e WarpPLS 8.0 foram utilizados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os 148 respondentes (estudantes de nível superior em Sergipe) consultados neste estudo são, em sua maioria, jovens adultos, pois possuem entre 20 e 40 anos, são do sexo masculino, possuem renda familiar de 1 a 3 salários-mínimos, estão em IES públicas e cursaram até o 5º período de Administração de Empresas. Na maior dos casos, encontram-se no mercado de trabalho como estagiários ou bolsistas, declararam que não cursaram a disciplina empreendedorismo ou alguma equivalente e afirmaram possuir algum parente que empreende ou já empreendeu. Na próxima seção será apresentada a Análise fatorial confirmatória dos dados.

Análise fatorial confirmatória

O método utilizado para testar se as variáveis medidas representam de maneira satisfatória os seus constructos foi a análise fatorial confirmatória (AFC). Por meio da AFC avalia-se a qualidade de ajuste do modelo em relação às variáveis teóricas correlacionadas (Hair Jr. et al., 2009). Para tanto, com o auxílio do software WarpPLS 8.0, verificou-se a validade convergente, a validade discriminante e a confiabilidade para todos os indicadores e construtos que construí o modelo estrutural analisado neste estudo.

Para confirmar a validade convergente do modelo, foram observadas as cargas cruzadas dos indicadores (*cross loadings*). A carga de cada indicador deve ser maior ou igual a 0,5 isso sinaliza que ele tem aderência satisfatória ao modelo (Hair Jr. et al., (2009), Kock, (2020)). Verificadas as cargas cruzadas dos indicadores que compuseram o modelo testado neste estudo, foi observado que nenhum dos valores apresentados esteve abaixo do esperado (0,5); todos eles formam superiores a 0,6, assim sendo, o modelo possui validade convergente.

A validade discriminante, por sua vez, foi examinada de acordo como o valor da variância média extraída (AVE). Segundo Hair Jr. et al. (2009), a AVE deve ser igual ou maior que 0,5 para assim validar o modelo. As medidas de AVE foram superiores a 0,6, sendo possível afirmar que modelo possui validade discriminante.

Já a confiabilidade do modelo de mensuração foi avaliada utilizando-se os valores do Alfa de Cronbach e da Confiabilidade Composta, valores que devem ser iguais ou superiores a 0,7; sendo aceitáveis valores iguais ou superiores a 0,6 (Hair Jr. et al., 2009). A Confiabilidade composta teve medidas acima de 0,858. Já o menor Alfa de Cronbach foi de 0,669. Vê-se que todos os valores estão dentro do recomendado pela literatura; isso implica dizer que este modelo possui também confiabilidade interna.

Avaliação do modelo estrutural

Considerando que foi feita a verificação da validade e da confiabilidade das variáveis do modelo, em seguida examinam-se os ajustes do modelo estrutural. Os valores encontrados, bem como os valores de referência recomendados são apresentados na tabela 1:

Tabela 1 – Indicadores de ajustes do modelo

| Indicadores | Valor | Referência |
|--|-------------------|--|
| Average path coefficient (APC) | 0.267, P<0.001 | P<0,05 |
| Average R-squared (ARS) | 0.600, P<0.001 | P<0,05 |
| Average adjusted R-squared (AARS) | 0.592, P<0.001 | P<0,05 |
| Average block VIF (AVIF) | 1.607 | Aceitável se <=5, ideal se <=3,3 |
| Average full collinearity VIF (AFVIF) | 2.535 | Aceitável se <=5, ideal se <=3,3 |
| Tenenhaus GoF (GoF) | 0.700 | Pequeno >=0,1; médio >=0,25; grande >=0,36 |
| Sympson's paradox ratio (SPR) | 1.000 | Aceitável se >=0,7, ideal se =1 |
| R-squared contribution ratio (RSCR) | 1.000 | Aceitável se >=0,9, ideal se =1 |
| Statistical suppression ratio (SSR) | 1.000 | Aceitável se >=0,7 |
| Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR) | 0.900 | Aceitável se >=0,7 |

Fonte: Kock (2020).

Os indicadores aqui analisados mostram, quando em conjunto, a qualidade preditiva e explicativa do modelo ao ser adicionadas variáveis latentes. Os valores do Average path coefficient

(APC), do Average R-squared (ARS) e do Average adjusted R-squared (AARS) são estatisticamente significantes, visto que, apresentam o p-value igual ou inferior a 0,5 (Kock, 2020).

Os valores do Average block VIF (AVIF) e do Average full collinearity VIF (AFVIF), respectivamente 1,607 e 2,535 apontam que as variáveis latentes e o modelo não manifestam problemas de colinearidade. Para esses indicadores os valores de referência aceitáveis são menores que 5 e ideais se menores que 3,3. O índice Tenenhaus Gof (GoF) foi 0,700, esse índice é utilizado para validar o modelo PLS globalmente e leva em consideração a mensuração e a performance do modelo estrutural (Tenenhaus et al., 2005; Kock, 2020).

O GoF é considerado pequeno se for maior que 0,1, médio se for maior que 0,25 e grande se for maior que 0,36, ou seja, nessa situação o GOF de 0,700 é considerado grande.

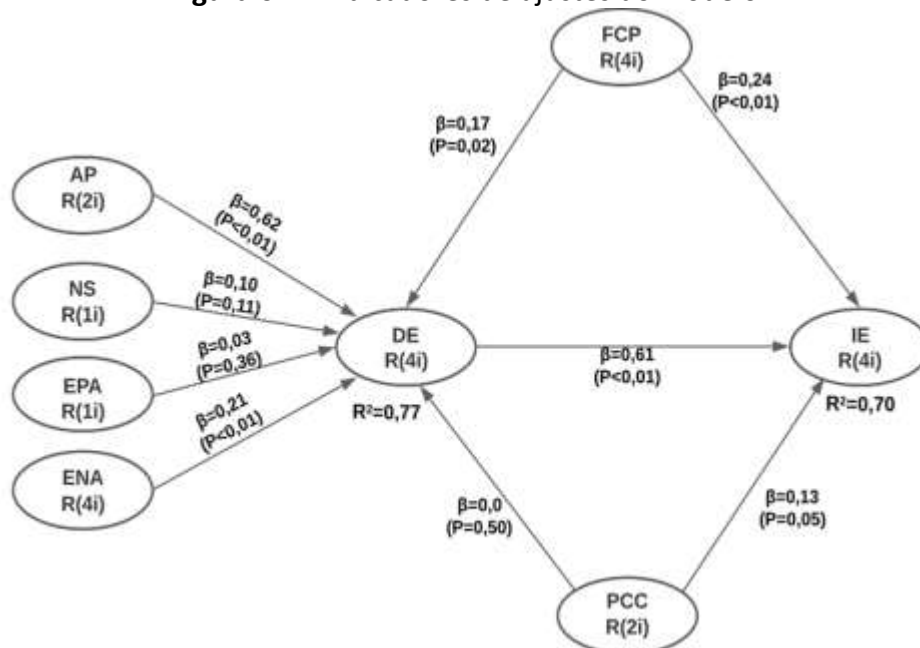
A taxa do paradoxo de Sympton's (SPR) é considerada aceitável se for maior ou igual a 0,7 e ideal se for igual a 1, nesse caso ela foi considerada ideal, visto que apresentou o valor de 1,000, implicando dizer que não existe problemas de causalidade.

O índice R-squared contribution ratio (RSCR) indica se o modelo está livre de coeficientes de determinação negativos. Esse índice é aceitável se for maior ou igual a 0,9 e ideal se for igual a 1,000, diante do valor encontrado (1,000), tem-se uma situação considerada ideal. O índice Statistical Suppression Ratio (SSR) foi 1,000, ele é aceitável se for maior ou igual a 0,7, esse índice mede a dilatação da liberdade de problemas de casualidade do modelo, indicando que o modelo é aceitável (Mackinnon et al., 2000).

O indicador Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR) foi 0,900, ele verifica o apoio as direções hipotéticas dos links do modelo pelos coeficientes bivariados não lineares, ele é aceitável se for maior ou igual a 0,7, o que nessa situação está aceitável.

A figura 02 expõe os parâmetros medidos do modelo estrutural. As setas indicam os sentidos das relações. Os coeficientes de Beta (β), por sua vez, indicam os pesos das variáveis independentes sobre a dependente. Os resultados serão discutidos separadamente com a avaliação de cada hipótese levantada no estudo.

Figura 02 – Indicadores de ajustes do modelo



Fonte: Elaborado segundo dados da pesquisa (2023).

Frente aos dados expostos na figura 2, é possível inferir que existe uma relação positiva e estatisticamente significativa entre a Atitude Pessoal (AP) e Desejo de Empreender (DE). Os resultados achados reforçam estudos que falam sobre como as atitudes pessoais possuem uma

predisposição para o indivíduo atuar de forma empreendedora, sendo ela positiva ou não (Lopes Júnior & Souza, (2005), Fayolle et al., (2014)) validando assim a hipótese 1 (As Atitudes Pessoais têm uma influência positiva sobre o Desejo).

A Norma Subjetiva (NS) não possui relação estatisticamente significativa com o Desejo, mostrando que nessa situação, a norma subjetiva, ou seja, o círculo social não influencia no desejo de empreender; refutando assim a hipótese 2 (A Norma Subjetiva tem uma influência positiva sobre o Desejo). Percebe-se que o mesmo resultado foi obtido na pesquisa de Londoño e Osório (2020). Ajzen (1991), assevera que o mesmo ocorre quando os indivíduos possuem um alto nível de controle interno, não se deixando influenciar por terceiros.

As Emoções Positivas Antecipadas (EPA) também não possuem relação estatisticamente significativa com o Desejo. Esse resultado expressa que as emoções que elucidam a consequência emocional positiva, auto prevista e influencia o alcance de um objetivo; não influenciam o Desejo de Empreender, refutando assim a hipótese 3 (As Emoções Positivas Antecipadas tem uma influência positiva sobre o Desejo de Empreender).

A relação entre as Emoções Negativas Antecipadas (ENA) e o DE é positiva e estatisticamente significativa. Os dados obtidos mostram que nessa situação a consequência emocional negativa, auto prevista e que impacta no alcance de um objetivo; influencia no desejo de empreender. Tal constatação valida a hipótese 4 (As Emoções Negativas Antecipadas têm uma influência positiva sobre o Desejo de Empreender), comprovando que o reforço nos aspectos negativos das emoções surge mais efeito do que o positivo. É válido salientar que tal resultado também foi verificado na pesquisa de Londoño et al. (2021).

A relação direta entre a Percepção e Controle do Comportamento (PCC) é estatisticamente insignificante. Esse resultado mostra que, frente a amostra pesquisada, a PCC não influencia no Desejo de Empreender, refutando assim a hipótese 5 (A PCC tem influência positiva sobre o Desejo de Empreender); contrariando assim a pesquisa de Perugini e Bagozzi (2001). Nesta situação os resultados obtidos mostraram a dificuldade dos respondentes em perceber a sua capacidade de executar um comportamento, ou seja, de se tornar um empreendedor como Fayolle et al. (2014), se referem.

A relação entre a Frequência do Comportamento Passado (FCP) e o DE é positiva e estatisticamente significativa. Nessa situação a Frequência do Comportamento Passado, influencia no Desejo, aceitando assim a hipótese 7 (A FCP tem uma influência positiva sobre o Desejo), corroborando também com o estudo de Perugini e Bagozzi (2001), onde a FCP influencia os desejos, pois quando um comportamento é bem praticado em um ambiente constante, a frequência do comportamento passado reflete a força do hábito, tendo assim, um efeito direto sobre o comportamento futuro.

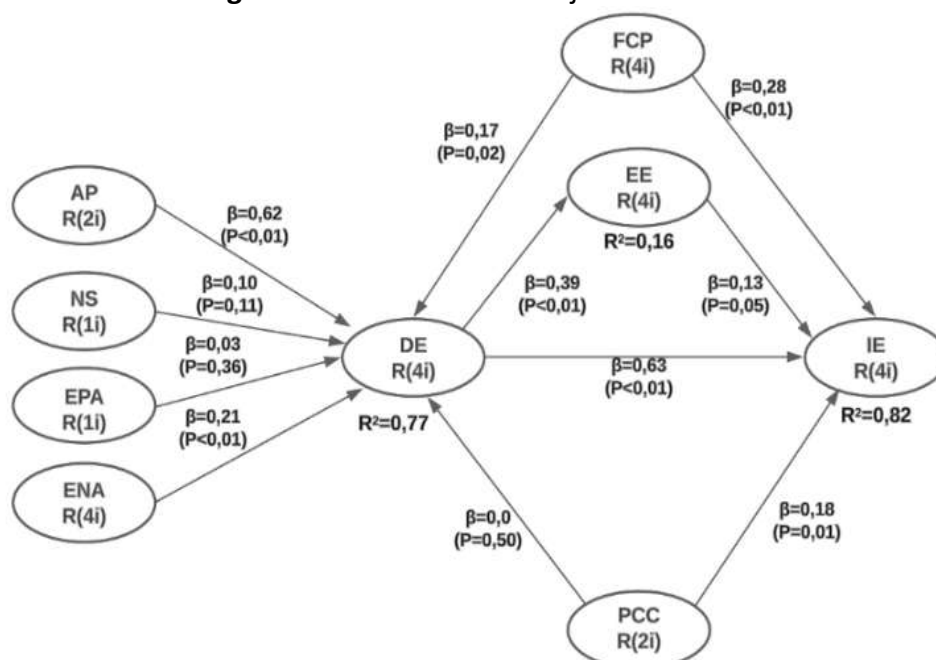
Já na relação entre a Percepção e Controle do Comportamento (PCC) e a Intenção Empreendedora (IE) sinaliza a existência de uma relação positiva e estatisticamente significativa, em que há impacto da PCC na IE. Nesta situação, a percepção e o controle do comportamento, influencia na intenção de empreender, aceitando-se a hipótese 6 (A PCC tem uma influência positiva na Intenção Empreendedora). Assim, de acordo com Alexander e Honig (2016) e Mahmood et al. (2019), em apoio a essa hipótese, o controle comportamental percebido tem uma influência positiva nas probabilidades de se tornar um empreendedor.

A relação entre a frequência do comportamento passado (FCC) e a IE, também se mostrou positiva e estatisticamente significativa. A FCC influencia na IE, validando assim a hipótese 8 (A FCP tem uma influência positiva na Intenção Empreendedora). Tal resultado vai ao encontro daqueles apresentados por Perugini e Bagozzi (2001), isso implica dizer que os indivíduos possuem uma tendência a criar intenções mediante as ações que eles praticaram com frequência no passado (Ouellette & Wood, 1998).

Os dados revelam ainda a existência de uma relação positiva, em que há impacto do DE na IE, comprovando que a relação em questão é estatisticamente significativa. Nessa situação, o Desejo de Empreender influencia na Intenção Empreendedora, validando assim a hipótese 9 (O Desejo de Empreender tem uma influência positiva sobre a Intenção Empreendedora), afirmando que o Desejo é um antecedente imediato da Intenção Empreendedora tendo observado o impacto positivo dessa relação.

Na figura 03 pode-se verificar o efeito mediador da Educação Empreendedora na relação entre o Desejo de Empreender e a Intenção Empreendedora. O efeito mediador ocorre quando existe uma terceira variável que realiza um papel intermediário na relação entre a variável independente e a dependente. De forma mais clara, o efeito da variável independente X, na variável dependente Y é mediada por uma terceira variável, M, a qual é chamada de variável mediadora ou mediador. Assim, quando é formulada uma hipótese de mediação, foca-se em como, ou de que forma uma variável independente (X) afeta uma variável dependente (Y) através de um ou mais potenciais variáveis intervenientes, ou mediadores (M) (Preacher & Hayes, 2008).

Figura 03 – Indicadores de ajustes do modelo



Fonte: Elaborado segundo dados da pesquisa (2023).

Frente aos dados acima, a hipótese 10 é aceita; pois revela como o Desejo de Empreender afeta estatisticamente e de forma significativa a Intenção Empreendedora aumentando seus valores ($\beta=0,63$; $P<0,01$) o que mostra que também afeta a Educação Empreendedora ($\beta=0,39$; $P<0,01$; $R^2=0,16$), essa, por sua vez, afeta significativamente a Intenção Empreendedora ($\beta=0,63$; $P<0,01$; $R^2=0,05$), aumentando assim o total de $R^2=0,82$, da Intenção Empreendedora, mostrando que a Educação Empreendedora media a relação entre o Desejo de Empreender e a Intenção Empreendedora.

Observa-se que nessa situação obteve-se uma mediação parcial, sobretudo porque as relações diretas de DE \rightarrow EE e EE \rightarrow IE são significativas, havendo também a relação direta de DE \rightarrow IE mesmo que retirada a mediação (EE) a relação continua sendo significativa, e com mesma direção, positiva (Carrión, Nitzl & Roldán, 2017).

A tabela 24 mostra detalhadamente as hipóteses do estudo que foram refutadas e aceitas mediante os dados obtidos:

Tabela 02 – Hipóteses do estudo

| Hipótese | Descrição | Coefficiente | P value | Resultado |
|----------|--------------|--------------|----------|---------------|
| H1 | AP → DE | $\beta=0,62$ | $P<0,01$ | Aceita |
| H2 | NS → DE | $\beta=0,10$ | $P=0,11$ | Refutada |
| H3 | EPA → DE | $\beta=0,03$ | $P=0,36$ | Refutada |
| H4 | ENA → DE | $\beta=0,21$ | $P<0,01$ | Aceita |
| H5 | PCC → DE | $\beta=0,00$ | $P=0,50$ | Refutada |
| H6 | PCC → IE | $\beta=0,13$ | $P=0,05$ | Aceita |
| H7 | FCP → DE | $\beta=0,17$ | $P=0,02$ | Aceita |
| H8 | FCP → IE | $\beta=0,24$ | $P<0,01$ | Aceita |
| H9 | DE → IE | $\beta=0,61$ | $P<0,01$ | Aceita |
| H10 | DE → EE → IE | $\beta=0,63$ | $P<0,01$ | Aceita |

Fonte: Elaborado segundo dados da pesquisa (2023).

CONCLUSÃO

Nesta seção são apresentadas as reflexões acerca das relações do modelo proposto, e os resultados obtidos frente os objetivos específicos propostos em destaque. Participaram desta pesquisa alunos de instituições de ensino superior do estado de Sergipe, alunos das redes pública e privada foram contemplados nesse estudo.

Este estudo verificou que as atitudes pessoais explicam grande parte do desejo de empreender dos respondentes. As emoções negativas antecipadas, em menor grau, influenciam o desejo de empreender por parte da amostra pesquisada. Tal resultado mostra que os indivíduos que são pessimistas em relação ao futuro despertam para o empreendedorismo visando um futuro com o sucesso financeiro e status social. Por sua vez, a frequência do comportamento passado também influencia o desejo de empreender. Elucidando que o comportamento praticado constantemente reflete a força do hábito e promove um grande efeito sobre o comportamento futuro, ou seja, sobre o desejo empreendedor. Verificou-se ainda que a norma subjetiva, as emoções positivas antecipadas e a percepção e o controle do comportamento não impactam no desejo por empreender, quando observada a amostra desse estudo.

Com relação ao resultado estatisticamente insignificante da relação entre a norma subjetiva e desejo de empreender, Ajzen (1991), explica que, quando os indivíduos possuem um controle interno, não são influenciados por terceiros, os dados dessa pesquisa mostraram que a maioria dos respondentes possui um vínculo trabalhista e são relativamente jovens, o que implica dizer que possuem um certo controle de suas vidas. Os achados apontam que podem existir efeitos diferentes de resultados das normas subjetivas mediante as características individuais e culturais geograficamente.

Como mencionado anteriormente, as emoções positivas antecipadas, não influenciaram o desejo de empreender. Constata-se que, enfatizar as emoções positivas não afetaria o comportamento empreendedor frente a amostra estudada. O reforço positivo de histórias de sucesso pode não resultar numa influência positiva para os discentes. Na maioria das vezes, as instituições de ensino expõem histórias de sucesso visando estimular o discente no desejo de empreender, porém, diante do resultado encontrado, essa ação não tem eficácia garantida. Neste estudo, o desejo explicou grande parte da intenção empreendedora, reafirmando que o desejo é um antecedente imediato da intenção empreendedora. O resultado obtido corrobora com a afirmação de Perugini e Bagozzi (2011), onde os desejos fornecem o impulso direto para as intenções empreendedoras, transformando suas motivações para agir em atitudes, mostrando que indivíduos motivados possuem intenções empreendedoras mais fortes.

A relação estatisticamente significativa entre a percepção e o controle do comportamento frente a intenção de empreender, leva a crer que os indivíduos que possuem constância e controle de seus comportamentos possuem uma intenção empreendedora maior e mais clara. A relação significativa entre frequência do comportamento passado e intenção empreendedora corrobora com a constatação de Ouellette e Wood (1998), quando afirmam que os indivíduos tendem a criar intenções mediante as ações que eles praticaram com certa frequência no passado. A educação empreendedora media, de forma tímida, a relação entre o desejo e a intenção empreendedora. Isso leva a crer que um conhecimento prévio acerca do processo empreendedor é um dos mecanismos possíveis pelo qual o desejo vem influenciar a intenção empreendedora. Portanto, esses resultados indicam que, no cenário pesquisado, educar para o empreendedorismo é uma estratégia que potencializa a relação entre desejo e intenção empreendedora.

No mais, o presente estudo não teve a pretensão de ser conclusivo, mas sim de contribuir academicamente para: a) melhor explicar a teoria do Modelo do Comportamento Orientado por Meta (MCOM), de Perugini e Bagozzi (2001), b) testar e expandir a pesquisa de Londono, Wilson e Osório-Tinoco (2021), que testou o Modelo do Comportamento Orientado por Meta (MCOM) na previsão das intenções empreendedoras, c) ampliar o conhecimento sobre o comportamento empreendedor e a gama de fatores associados à intenção empreendedora, d) contribuir para geração de conhecimento acerca da relação educação empreendedora, desejo e as intenções empreendedoras, e e) melhor explicar como os aspectos emocionais se comportam no desejo de empreender por parte de universitários no Brasil. No que se refere as sugestões para a realização de pesquisas futuras, se faz importante investigar as relações estudadas nesse trabalho visando novas áreas geográficas e a replicação do modelo de Londoño et al. (2021), considerando o efeito moderador da variável educação empreendedora na relação entre desejo e intenção empreendedora.

Contribuições dos Autores: Santos, M. J.: concepção e desenho, aquisição de dados, análise e interpretação dos dados, redação do artigo, revisão crítica relevante do conteúdo intelectual; Corrêa, R. O.: concepção e desenho, aquisição de dados, análise e interpretação dos dados, redação do artigo, revisão crítica relevante do conteúdo intelectual; Bueno, E. V.: concepção e desenho, aquisição de dados, análise e interpretação dos dados, redação do artigo, revisão crítica relevante do conteúdo intelectual. Todos os autores leram e aprovaram a versão final do manuscrito.

Aprovação Ética: Não aplicável.

Agradecimentos: Não aplicável.

REFERÊNCIAS

- Ahmad, N. H., Ramayah, T., Mahmud, I., Musa, M., & Anika, J. J. (2019). Entrepreneurship as a preferred career option: Modelling tourism students' entrepreneurial intention. *Education + Training*, 61(9), 1151-1169. <https://doi.org/10.1108/ET-12-2018-0269>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(12), 179-211.
- Alexander, I. K., & Honig, B. (2016). Entrepreneurial intentions: A cultural perspective. *Africa Journal of Management*, 2(3), 235-257.
- Asghar, M. Z., Gul, F., Seitamaa-Hakkarainen, P., & Tasdemir, M. Z. (2019). Validating entrepreneurial intentions questionnaire to assess the impact of entrepreneurship education. *Eğitim ve Bilim*, 44(201), 155-170.
- Boldureanu, G., Ionescu, A. M., Bercu, A. M., Bedrule-Grigorutã, M. V., & Boldureanu, D. (2020). Entrepreneurship education through successful entrepreneurial models in higher education institutions. *Sustainability*, 12(3), 1267.

- Carrión, G. C., Nitzl, C., & Roldán, J. L. (2017). Mediation analyses in partial least squares structural equation modeling: Guidelines and empirical examples. In H. Latan & R. Noonan (Eds.), *Partial least squares path modeling* (pp. xxx–xxx). Springer.
- DataSebrae. (2023). MEI no estado de Sergipe. *DataSebrae*. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/mei-no-estado-de-sergipe/>
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). O futuro da pesquisa sobre intenções empreendedoras. *Journal of Business Research*, 67(5), 663-666. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024>
- Galleguillos-Cortés, C., Escobar-Burgos, B., & Hurtado-Cailly, R. (2019). Predictores de la intención emprendedora en alumnos de pregrado: Un modelo basado en ecuaciones estructurales. *Formación Universitaria*, 12(1), 83-94.
- GEM. (2020). Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil (Relatório Executivo 2020).
- Gieure, C., Benavides-Espinosa, M. D. M., & Roig-Dobón, S. (2020). The entrepreneurial process: The link between intentions and behavior. *Journal of Business Research*, 112, 541-548.
- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Prentice Hall.
- Hou, F., Su, Y., Lu, M., & Qi, M. (2019). Model of the entrepreneurial intention of university students in the Pearl River Delta of China. *Frontiers in Psychology*, 10, 916.
- Júnior, D. L. I. A., & Sato, C. Y. (2019). Influência da educação empreendedora na identificação de oportunidades de negócios. *Revista de Administração IMED*, 9(2), 3-24.
- Kock, N. (2020). *WarpPLS user manual: Version 7.0*. ScriptWarp Systems.
- Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice*. Cengage Learning.
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933.
- Londoño, J. C., Wilson, B., & Osório-Tinoco, F. (2021). Understanding the entrepreneurial intentions of youth: A PLS multi-group and FIMIX analysis using the model of goal-directed behavior. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(3), 301-326.
- Lopes Júnior, G. S., & Souza, E. C. L. (2005). Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas: Construção de um instrumento de medida. *REAd – Revista Eletrônica de Administração*, 11(6), 1-21.
- Mackinnon, D. P., Krull, J. L., & Lockwood, C. M. (2000). Equivalence of the mediation, confounding, and suppression effect. *Prevention Science*, 1(3), 173-181.
- Mahmood, M., Uddin, M. A., & Fan, L. (2018). Influence of transformational leadership on employees' creative process engagement: A multi-level analysis. *Management Decision*, 57(3), 741-764.
- McClelland, D. C. (2010). *The achieving society*. Martino Publishing.
- Ndofirepi, T. M. (2020). Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial goal intentions: Psychological traits as mediators. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(2), 1-15.
- Nițu-Antonie, R. D., Feder, E., Stamenovic, K., & Brudan, A. (2022). A moderated serial-parallel mediation model of sustainable entrepreneurial intention of youth with higher education studies in Romania. *Sustainability*, 14(20), 13342. <https://doi.org/10.3390/su142013342>
- Oliveira, N. D. (2021). Tempo integral e novo ensino médio: Aproximações e distanciamentos em Sergipe. In *Educação como (re)existência: Mudanças, conscientização e conhecimentos* (Vol. 3, pp. 1-10). Realize Editora.
- Ouellette, J. A., & Wood, W. (1998). Habit and intention in everyday life: The multiple processes by which past behavior predicts future behavior. *Psychological Bulletin*, 124(1), 54-74.

- Perugini, M., & Bagozzi, R. P. (2001). The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour. *British Journal of Social Psychology, 40*(1), 79-98.
- Pinheiro, D. O. (2010). Aprender a empreender: A pedagogia empreendedora do SEBRAE. [Dissertação de mestrado, Universidade Estadual do Oeste do Paraná].
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods, 40*(3), 879-891.
- Riquelme, H. E., & Al-Lanqawi, A. M. (2016). The desire that propels entrepreneurial intentions. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation, 12*(2), 123-150.
- Rise, J., Halkjelsvik, T., & Kovač, V. B. (2015). Mental states of addiction: Conceptions in the adult Norwegian population. *Contemporary Drug Problems, 42*(4), 289-298.
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice, 38*(2), 291-332.
- Sebrae. (2020). Cresce o número de brasileiros que querem ter um negócio próprio. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>
- Silva, E. M. (2019). Contribuição da educação empreendedora no ensino médio: A experiência do Programa Empreende Jovem Fluminense. [Dissertação de mestrado, Universidade Federal Fluminense].
- Silveira, A., Nascimento, S., & Auozani, L. R. S. (2018). Abordagem das capacidades dinâmicas se revela na produção científica de intenção empreendedora? *CGE – Cadernos de Gestão e Empreendedorismo, 6*(2), 1-21.
- Song, S. I., Thominathan, S., & Khalid, N. A. (2021). Entrepreneurial intention of UiTM students and the mediating role of entrepreneurship education. *Asian Journal of University Education, 17*(2), 236-251.
- Souza, E. S., Fontenele, R. E. S., Silva, A. L. L., & Filho, J. M. S. (2019). Mapeamento da produção científica internacional sobre intenção empreendedora. *Revista Gestão e Secretariado, 10*(3), 114-139.
- Taylor, S., Ishida, C., & Wallace, D. (2009). Intention to engage in digital piracy: A conceptual model and empirical test. *Journal of Service Research, 11*(3), 246-262.
- Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y. M., & Lauro, C. (2005). PLS path modeling. *Computational Statistics & Data Analysis, 48*(1), 159-205.
- Tür, S., Zapkau, F. B., & Schwens, C. (2020). Prior entrepreneurial exposure and the emergence of entrepreneurial passion: The moderating role of learning orientation. *Journal of Small Business Management, 58*, 225-258.

Recebido: 18 de outubro de 2023 | **Aceito:** 2 de abril de 2025 | **Publicado:** 15 de maio de 2025



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.