



MODELO ECONÔMICO-PSICOLÓGICO DO EMPREENDEDOR UNIVERSITÁRIO: AMBIENTES DE INOVAÇÃO E EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA COMO ELEMENTOS MEDIADORES DA INTENÇÃO DE EMPREENDER

ECONOMIC-PSYCHOLOGICAL MODEL OF THE UNIVERSITY ENTREPRENEUR: INNOVATION ENVIRONMENTS AND ENTREPRENEURIAL EDUCATION AS MEDIATING ELEMENTS OF ENTREPRENEURIAL INTENTION

MODELO ECONÓMICO-PSICOLÓGICO DEL EMPREENDEDOR UNIVERSITARIO: ENTORNOS DE INNOVACIÓN Y EDUCACIÓN EMPREENDEDORA COMO ELEMENTOS MEDIADORES DE LA INTENCIÓN DE EMPRENDER

Illyushin Zaak Saraiva¹

Resumo: A partir da 1ª crise do petróleo e da reestruturação produtiva neoliberal gradativamente implantada desde então, cada vez mais se atribui às micro e pequenas empresas o papel de criação de empregos, originando, dentro do campo da Psicologia, teorias robustas sobre o comportamento empreendedor, havendo, entretanto, lacunas importantes, como a falta de modelos que expliquem o comportamento dos empreendedores universitários situados em ambientes de inovação como Incubadoras, Aceleradoras e Parques Tecnológicos. Este artigo tem como objetivo compor modelo simplificado de determinação da intenção empreendedora para os chamados Empreendedores Universitários, levando em consideração a mediação pela Educação Empreendedora e pela existência de Ambientes de Inovação. Descreve-se inicialmente a evolução dos estudos sobre o comportamento empreendedor, analisando-se em seguida a Teoria do Comportamento Planejado, o Modelo do Evento Empreendedor, e o Modelo Econômico-Psicológico dos Determinantes da Intenção Empreendedora. Realiza-se então estudo bibliométrico sobre a relação entre Educação Empreendedora e Intenção Empreendedora, a partir do qual se obtém o principal resultado deste estudo, uma proposta de modelo explicativo da Intenção Empreendedora para Empreendedores Universitários. Considera-se que o modelo é aplicável, e espera-se que possa servir de base a futuros estudos empíricos entre estudantes universitários e microempreendedores situados em Incubadoras.

Palavras-chave: Teoria do Comportamento Planejado; Modelo do Evento Empreendedor; Intenção Empreendedora; Ambientes Promotores de Inovação; Educação Empreendedora.

Abstract: Since the first oil crisis and the neoliberal productive restructuring implemented since then, micro and small businesses are increasingly attributed with the role of job creation, giving rise, in the field of Psychology, to robust theories on entrepreneurial behavior, although there are important gaps, such as the lack of models that explain the behavior of university entrepreneurs located in innovation

¹ Instituto Federal Catarinense, IFC, Luzerna, SC, Brasil. E-mail: illyushin.saraiva@ifc.edu.br ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8818-8084>



environments such as Incubators, Accelerators and Technology Parks. This article aims to compose a simplified model to determine the entrepreneurial intention of the so-called University Entrepreneurs, taking into account the mediation of Entrepreneurial Education and the existence of Innovation Environments. The evolution of studies on entrepreneurial behavior is initially described, and then the Theory of Planned Behavior, the Entrepreneurial Event Model and the Economic-Psychological Model of the Determinants of Entrepreneurial Intention are analyzed. A bibliometric study is then carried out on the relationship between Entrepreneurial Education and Entrepreneurial Intention, from which the main result of this study is a proposal for an explanatory model of Entrepreneurial Intention for University Entrepreneurs. The model is considered applicable, and it is expected that it can serve as a basis for future empirical studies among university students and microentrepreneurs located in Incubators.

Keywords: Theory of Planned Behavior; Entrepreneurial Event Model; Entrepreneurial Intention; Innovation-Promoting Environments; Entrepreneurial Education.

Resumen: A partir de la primera crisis del petróleo y de la reestructuración productiva neoliberal implementada desde entonces, a las micro y pequeñas empresas se les atribuye cada vez más el papel de creación de empleo, originando, en el ámbito de la Psicología, teorías robustas sobre el comportamiento emprendedor, aunque existen vacíos importantes, como la falta de modelos que expliquen el comportamiento de los emprendedores universitarios ubicados en entornos de innovación como Incubadoras, Aceleradoras y Parques Tecnológicos. Este artículo tiene como objetivo componer un modelo simplificado para determinar la intención emprendedora de los denominados Emprendedores Universitarios, teniendo en cuenta la mediación de la Educación Emprendedora y la existencia de Entornos de Innovación. Se describe inicialmente la evolución de los estudios sobre el comportamiento emprendedor, para luego analizar la Teoría del Comportamiento Planificado, el Modelo del Evento Emprendedor y el Modelo Económico-Psicológico de los Determinantes de la Intención Emprendedora. Luego se realiza un estudio bibliométrico sobre la relación entre Educación Emprendedora e Intención Emprendedora, del cual se obtiene como resultado principal de este estudio, una propuesta de modelo explicativo de la Intención Emprendedora para Emprendedores Universitarios. Se considera que el modelo es aplicable, y se espera que pueda servir de base para futuros estudios empíricos entre estudiantes universitarios y microempresarios ubicados en Incubadoras.

Palabras clave: Teoría del Comportamiento Planificado; Modelo del Evento Emprendedor; Intención Emprendedora; Entornos Promotores de Innovación; Educación Emprendedora.

Segundo Fillion (1999), a disciplina acadêmica do empreendedorismo se concentra no estudo do Empreendedor como um agente econômico dotado de certas características que o distinguem dos demais, como por exemplo a capacidade de visualizar oportunidades de negócios que outros dificilmente enxergam, e também alguns traços de comportamento típicos como ser uma pessoa motivada e capaz de resistir às adversidades até que os objetivos sejam alcançados, entre diversas outras características (Fillion, 1999).

Schumpeter (1997; 1934), trouxe em perspectiva econômica a caracterização mais amplamente aceita ao conceito de Empreendedor, ao apresentar seu modelo de desenvolvimento dinâmico dentro de sua proposta de estrutura dinâmica para a economia capitalista, cenário em que o agente central é o 'empresário inovador', capaz de provocar mudanças no mercado ao trazer novos



produtos por meio de uma engenhosa combinação dos fatores de produção, a um custo menor, em um tempo menor, e de forma mais eficiente que os empresários concorrentes, inclusive com o lançamento de uma nova invenção ou inovação tecnológica que se revela mais atrativa para os consumidores (Schumpeter, 1997; 1934).

De maneira geral, é com a consolidação do processo de reestruturação produtiva ocorrido nas economias avançadas, desencadeado a partir da 1ª crise do petróleo do início dos anos 1970 (Ribeiro, 2006) e, finalmente, com a consolidação e com o surpreendente sucesso econômico global das *Startups* surgidas no Vale do Silício (Munroe; Westwind, 2008; Audy; Piquet, 2016), que o fenômeno do empreendedorismo em massa passa a ser mensurado e tratado como política de Estado dentro do conjunto de proposições do Neoliberalismo implantado na década de 1980 nos EUA e Inglaterra a partir dos Governos Reagan e Thatcher, e no Brasil a partir de 1990 no Governo Collor de Mello, havendo na atualidade vasta literatura sobre o atual '3º Papel' de Universidades e Centros de Pesquisa, ou seja, o papel de 'geradoras' de novos negócios de base tecnológica (Arocena et al., 2018).

E a partir da década de 1990, esse chamado 3º Papel das Universidades passa a ser uma proposição quase exclusivamente associada à formação de empreendimentos inovadores e de base tecnológica, com a atribuição às Universidades (no Brasil, especialmente às Universidades Públicas) do Papel de geradoras de negócios, que participam como elemento das centenas de ambientes de inovação existentes (Incubadoras, Aceleradoras e Parques), dentro dos quais se destacam no Brasil as Incubadoras, por meio da criação de novas empresas por pesquisadores e estudantes que passam a visualizar oportunidades de aumento de receitas a partir da comercialização de suas novas ideias, tecnologias e produtos, enquanto às Universidades Privadas é atribuído o papel de formação massiva de profissionais acrílicos destinados a gerar mão de obra especializada para o mercado de trabalho assalariado (Antunes, 2011; Arocena et al., 2018; Zaak Saraiva; Morejon, 2022).

No campo da Psicologia, embora tenham havido desde sempre iniciativas de pesquisas diversas sobre o comportamento empreendedor de uma forma geral, e especificamente sobre as motivações dos empreendedores, é só a partir dos anos 1980 que surgem teorias explicativas sobre tais fenômenos (Acs; Szerb, 2006), como se verá adiante. Embora existam modelos



comportamentais explicativos do fenômeno empreendedor já consolidados na literatura, verificam-se lacunas importantes, notadamente no que diz respeito ao empreendedorismo de base tecnológica ou universitário, ou seja, o empreendedorismo que ocorre principalmente em Incubadoras, Aceleradoras e Parques Tecnológicos.

Este artigo, fruto da tese de doutorado em Psicologia Social do autor, se propõe a realizar um esforço de análise teórica sobre a motivação empreendedora com enfoque no empreendedorismo de base tecnológica, em perspectiva psicossocial, utilizando alguns dos modelos comportamentais do empreendedorismo.

Atenção especial será dada aqui ao modelo de Davidsson (1995), denominado '*Modelo Econômico-Psicológico dos Determinantes da Intenção Empreendedora*', a partir do qual busca-se atingir o objetivo deste estudo: compor um modelo simplificado de determinação da intenção empreendedora que leve em consideração não apenas as características psicológicas gerais dos empreendedores, mas também características contextuais – como localização e desenvolvimento econômico do *lôcus* do empreendedor – além das atitudes, ambientes e contextos pessoais específicos em que ocorre o fenômeno do empreendedorismo, mediado pela Educação Empreendedora, e dentro da dualidade '*estar ou não situado em um ambiente de inovação*', como Incubadoras, Aceleradoras e Parques Tecnológicos.

Evolução dos Estudos Explicativos do Comportamento Empreendedor

Apesar de que os fenômenos da criação em massa de novos negócios e da abertura sistemática de empresas estejam ambos visceralmente relacionados ao âmago do sistema capitalista que prevalece sobre o planeta há pouco mais que 2 séculos, em termos de volume e profundidade de pesquisas sobre empreendedorismo, o comportamento dos empreendedores só começa a ter lugar no debate acadêmico a partir da década de 1980 (Acs; Szerb, 2006).

Após as crises de acumulação da década de 1970 que terminam por revolucionar o capital forçando a chamada reestruturação produtiva da primeira metade dos anos 1980 – *desregulamentando direitos trabalhistas, enxugando o aparato social do Estado, e estimulando novas*

formas de exploração e reprodução do trabalho assalariado como reengenharia, downsizing, pejetização, etc. – a maioria das grandes empresas ocidentais não consegue mais gerar aumento de empregos nas taxas anteriores, o que, mesmo causando altos percentuais de desemprego especialmente após a década de 1980, termina por gerar maior atenção à alta capacidade das micro e pequenas empresas como agentes criadores de atividade econômica e de novos empregos (Davidsson, 1995; Acs; Szerb, 2006).

Assim, de fato, desde então, tem aumentado o interesse científico e acadêmico pelo fenômeno psicológico do empreendedorismo – *aqui caracterizado como o ato de idealizar novos produtos e serviços e criar novas empresas* – o que desde a década de 1980 se traduz no interesse de pesquisadores do campo da psicologia especificamente pelas características psicológicas dos fundadores de novas empresas, chegando até as chamadas 'listas' – então muito difundidas – de '*características típicas do empreendedor*' (Hornaday, 1982) que, segundo Davidsson (1995), apresentavam inúmeros aspectos pessoais presentes em maior ou menor grau entre os empreendedores.

Mas o estabelecimento de tais listas de características empreendedoras, segundo Davidsson (1995), não foi capaz, ao longo do tempo, de responder adequadamente – apenas de forma muito incompleta – à questão mais importante da Psicologia sobre o fenômeno do empreendedorismo, que segundo o autor seria exatamente "*O que faz as pessoas criarem novas empresas?*", e argumenta que certas características do ambiente pessoal e do trato socioeconômico teriam uma influência muito maior na decisão de abrir o próprio negócio do que apenas listar características psicológicas simples (Davidsson, 1995).

Em resposta a esta oportunidade de investigação, propõem-se novas perspectivas que tratem do fenômeno da criação de empresas de um ponto de vista contextual, e tenham em conta, sempre que possível, variáveis de nível regional que possam explicar, por exemplo, as elevadas variações nas taxas percentuais de criação de novas empresas entre diferentes países e regiões, mesmo dentro de diferentes bairros dos grandes centros urbanos, e tais perspectivas, segundo Davidsson (1995), são finalmente coroadas de sucesso, com o estabelecimento de correlações fortes e generalizáveis.



O ato de criar uma empresa é, sem dúvida, uma ação racional, um comportamento previamente concebido, ponderado e planejado pelo indivíduo, de modo que sua natureza é necessariamente reconhecida como distinta de outras ações que podem ser motivadas simplesmente como reação a uma situação momentânea ou mesmo imprevista. A partir da década de 1980, esse fato levou alguns psicólogos, como Shapero (1982), a iniciar o esforço de descrever o fenômeno empreendedor como um 'evento' que ocorre durante um determinado período e sob o qual atuam tanto variáveis contextuais quanto fatores psicológicos e valores individuais – o chamado '*Modelo de Evento Empreendedor*' por Shapero – e para isso, foram decisivos os estudos que levaram à formulação de uma teoria comportamental mais ampla, a chamada Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen; Fishbein 1980; Ajzen 1987, 1991).

Teoria do Comportamento Planejado

Central para a Teoria do Comportamento Planejado é o conceito de intenção, que de acordo com os proponentes da Teoria, (Ajzen; Fishbein 1980; Ajzen 1987, 1991), pode ser definida como um construto que capta os fatores motivacionais que influenciam um determinado comportamento, ou seja, as intenções são indícios de quanto os indivíduos estão dispostos a fazer um esforço para agir de determinada forma, de quanto esforço planejam exercer para realizar determinado comportamento que se apresenta como possível ou provável (Ajzen, 1991).

Nas palavras de Ajzen (1991), como regra geral no que diz respeito sobre as intenções, infere-se que

[...] Quanto mais forte a intenção de se envolver em um comportamento, maior a probabilidade de desempenhá-lo. Deve ficar claro, no entanto, que uma intenção comportamental só pode encontrar expressão no comportamento se o comportamento em questão estiver sob controle volitivo, ou seja, se a pessoa pode decidir à vontade realizar ou não realizar o comportamento. Embora alguns comportamentos possam, de fato, atender muito bem a esse requisito, o desempenho da maioria depende, pelo menos até certo ponto, de fatores não motivadores, como a disponibilidade das oportunidades e recursos

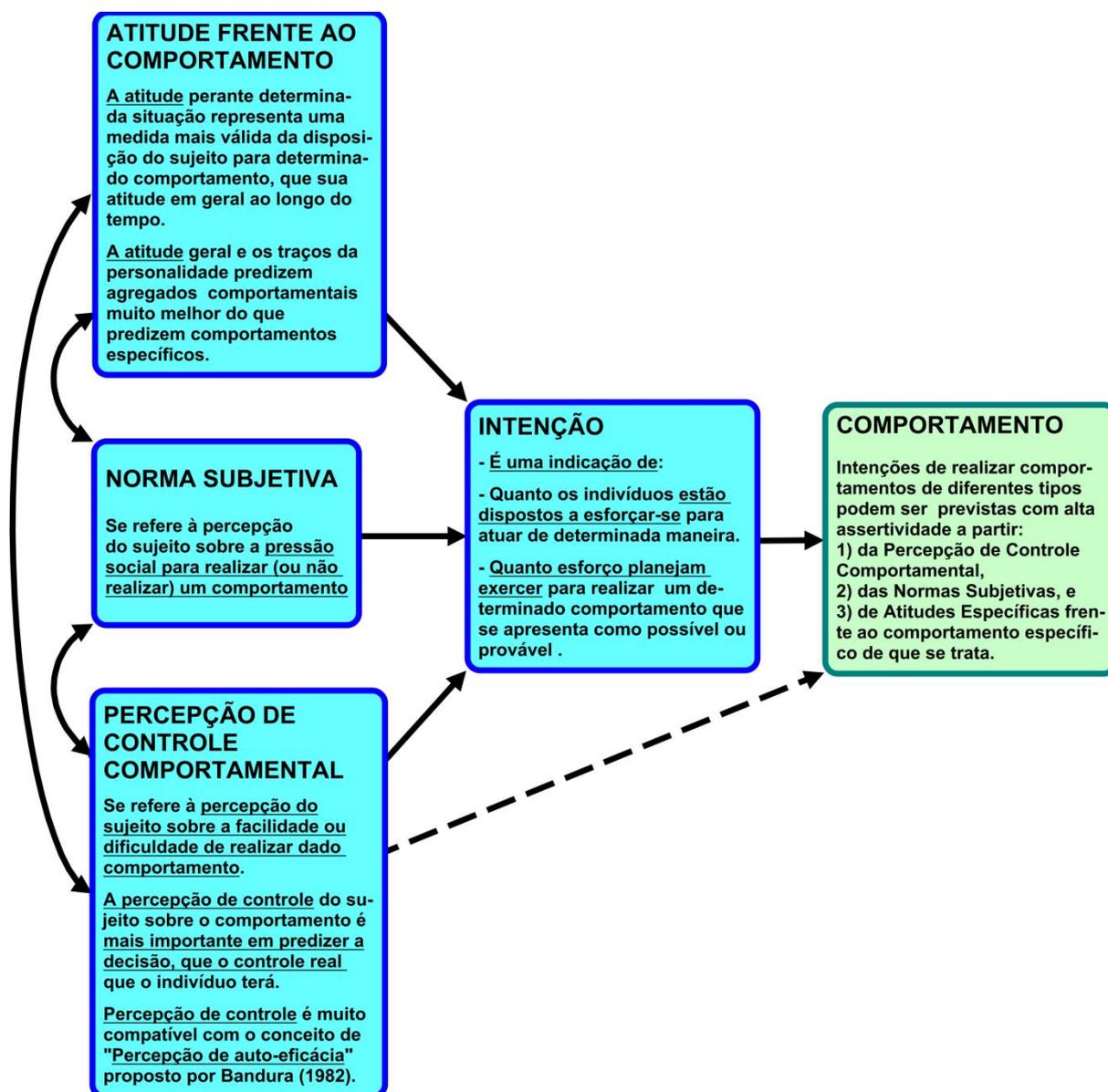
necessários (por exemplo, tempo, dinheiro, habilidades, cooperação de outros) [...]. Coletivamente, esses fatores representam o controle real das pessoas sobre o comportamento. Na medida em que uma pessoa tem as oportunidades e recursos necessários e pretende realizar o comportamento, ela deve ser bem-sucedida em fazê-lo. (Ajzen, 1991, pp. 181-182, tradução própria).

Ainda conforme estabelecido por Ajzen (1991), de acordo com a Teoria do Comportamento Planejado, o desempenho do indivíduo em um determinado comportamento é o resultado conjunto das *Intenções* e de sua *Percepção de Controle Comportamental*, e essa teoria serve de base para previsões assertivas do comportamento do sujeito, o que indica a necessidade de que durante a mensuração das variáveis relacionadas à percepção de controle comportamental, elas correspondam o máximo possível ao comportamento real que é esperado do que é previsto.

A Figura 1 fornece uma representação gráfica do modelo de determinação da Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen (1991).

Figura 1.

Modelo do Comportamento Planejado.



Fonte: Elaborado pelo autor, com adaptação do modelo de Ajzen (1991).

Outra necessidade para que o modelo, apresentado na Figura 1, gere previsões comportamentais assertivas, segundo Ajzen (1991), é que tanto as intenções quanto a percepção de controle comportamental devem permanecer estáveis durante o intervalo entre a pesquisa e a observação do comportamento previsto. Mais do que uma necessidade, segundo Ajzen (1991), tem a

ver com a precisão com que a percepção de controle comportamental é medida, pois quando uma previsão comportamental é assertiva, a percepção do indivíduo sobre seu controle precisa corresponder de forma realista ao verdadeiro controle que ele tem quando começa a realizar tal comportamento.

Como pode ser visto no modelo da Figura 1, uma dimensão muito importante é a Atitude de alguém em relação a uma determinada situação, objetivo, contexto ou comportamento específico (Atitude frente ao Comportamento), o que contribui para a definição de intenções comportamentais muito mais do que a Atitude em Geral.

No que diz respeito à atitude, a literatura tem consolidado que a atitude de um indivíduo em relação a uma determinada situação é, do ponto de vista psicológico, um fator central no que diz respeito às decisões e comportamentos posteriormente adotados por ele, de modo que para Petty et al. (1997) o conceito de atitude é um construto fundamental para entender como a experiência individual vem a dar origem à predisposição de qualquer atitude.

Uma atitude pode ser descrita, do ponto de vista comportamental, como um sistema de avaliações (negativas ou positivas) que o indivíduo carrega durante um determinado período diante de um determinado objeto e, segundo Hoyer e MacInis (2004), representa a forma como um indivíduo avalia e faz comparações sobre um fato, com base em sua cognição ou racionalidade, seus valores e crenças pessoais, e também suas emoções e afetos.

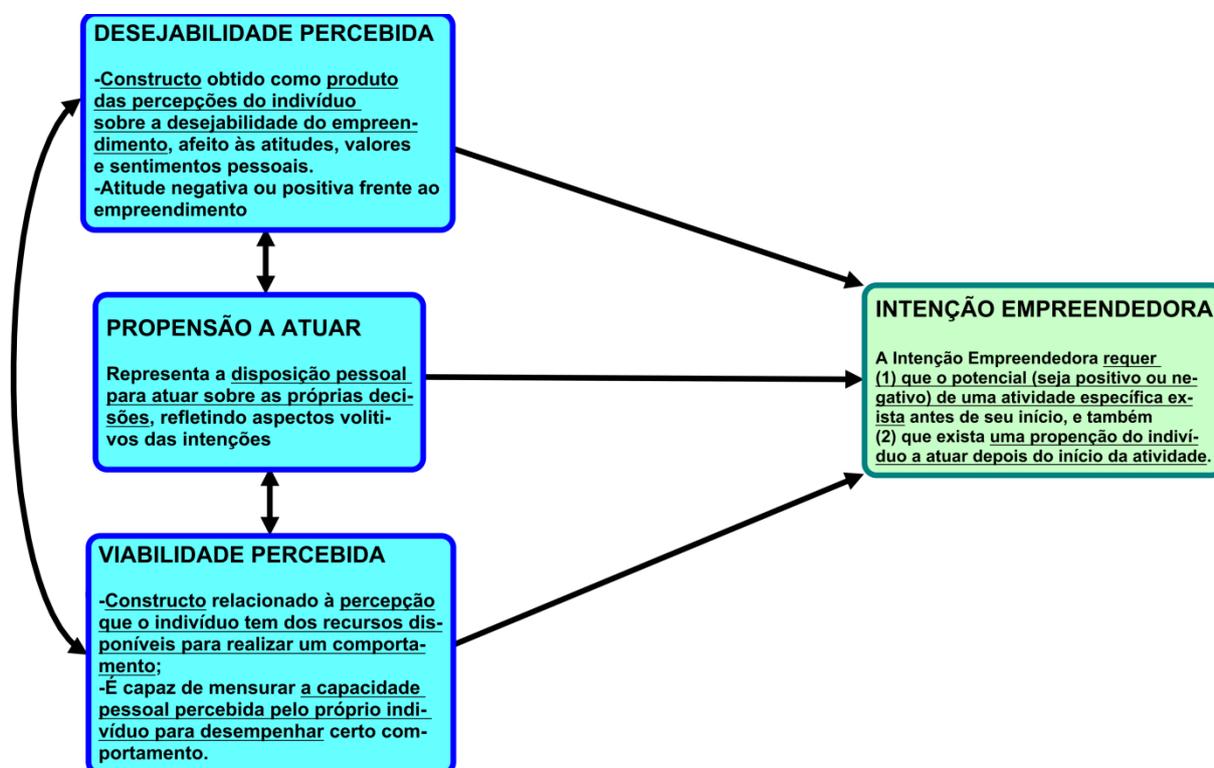
Com a influência da Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen (Ajzen; Fishbein 1980; Ajzen 1987, 1991), em 1982, Shapero e Sokol publicaram o primeiro modelo de comportamento empreendedor a considerar o ato de empreender não apenas como resultado de características pessoais dos indivíduos, mas como um 'evento' que ocorre durante um determinado tempo, a partir do momento em que a pessoa percebe a viabilidade de colocar em prática seus desejos de criar um negócio, até o momento em que este finalmente começa.

O Modelo do Evento Empreendedor

A proposição de Shapero e Sokol (1982) é basicamente um modelo explicativo do comportamento empreendedor que toma da Teoria do Comportamento Planejado os pressupostos de que todo comportamento complexo requer uma certa quantidade de planejamento. A Figura 2 apresenta o modelo do evento empreendedor.

Figura 2

Modelo do evento empreendedor.



Fonte: Elaborado pelo autor, com adaptação do modelo de Shapero e Sokol (1982).

Mas, como pode ser visto no modelo, a teoria incorpora na previsibilidade de que o sujeito quer se tornar um empreendedor duas necessidades que interagem entre si: desejabilidade e viabilidade, de modo que se a pessoa considera que é viável empreender um projeto, a desejabilidade cresce proporcionalmente e, por outro lado, se a pessoa não está motivada para iniciar o projeto, nem sequer considera sua viabilidade.



De acordo com Shapero e Sokol (1982) a Intenção Empreendedora sempre exige que o potencial resultante do equilíbrio entre viabilidade e deseabilidade (que pode ser um potencial positivo ou negativo) diante de uma determinada atividade, gere a chamada 'Propensão a Agir', que nada mais é do que uma propensão do indivíduo a agir após o desdobramento, e reflete os aspectos volitivos da intenção.

O Modelo de Shapero e Sokol (1982), presente na Teoria da Intenção Empreendedora, é fundamentalmente a base para que as pesquisas sobre intenções empreendedoras tenham dado um salto e, de fato, até 2023 tal proposta já havia sido citada em nada menos que 6.289 artigos científicos.

O Modelo Econômico-Psicológico dos Determinantes da Intenção Empreendedora

Durante a década de 1980, dezenas de novos modelos explicativos para o comportamento empreendedor foram propostos, sempre considerando a Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen e Fishbein (1980) e o Modelo de Intenção Empreendedora de Sokol e Shapero (1982), ou Modelo do Evento Empreendedor, e incorporando em cada um deles outros aspectos presentes no fenômeno do empreendedorismo.

Apesar de as análises contextualizadas contribuírem para a compreensão do fenômeno empreendedor, segundo Davidsson (1995) ainda há necessidade de análise do processo que leva à criação de novas empresas em um nível desagregado, o que finalmente leva ao desenvolvimento dos primeiros modelos explicativos integrados do empreendedorismo considerando não apenas as características psicológicas gerais dos (possíveis) empreendedores, mas também considerando atitudes específicas, ambientes e contextos pessoais e variáveis situacionais (Davidsson, 1995).

De acordo com Davidsson (1995), um dos ramos particulares dessa perspectiva é aquele que enfoca o estágio anterior à decisão empreendedora, presente em muitos estudos sobre o interesse, ou a preferência por uma carreira empreendedora, muito comuns na década de 1980 e início da década de 1990 (Davidsson, 1995).

Dado que a decisão de criar uma empresa pode ser razoavelmente entendida como uma ação racional ou um comportamento planejado, para Davidsson (1995) é, portanto, possível inferir que a correlação entre as intenções de alguém e o comportamento real deve ser muito forte e, se assim for, o estudo da intenção empreendedora tem vantagens sobre meras comparações entre 'empreendedores e não empreendedores', uma vez que, em primeiro lugar, a criação de empresas é sempre um fenômeno minoritário em qualquer sociedade, e os fatores que influenciam essa escolha podem se manifestar em outros comportamentos psicologicamente relacionados (Davidsson, 1995).

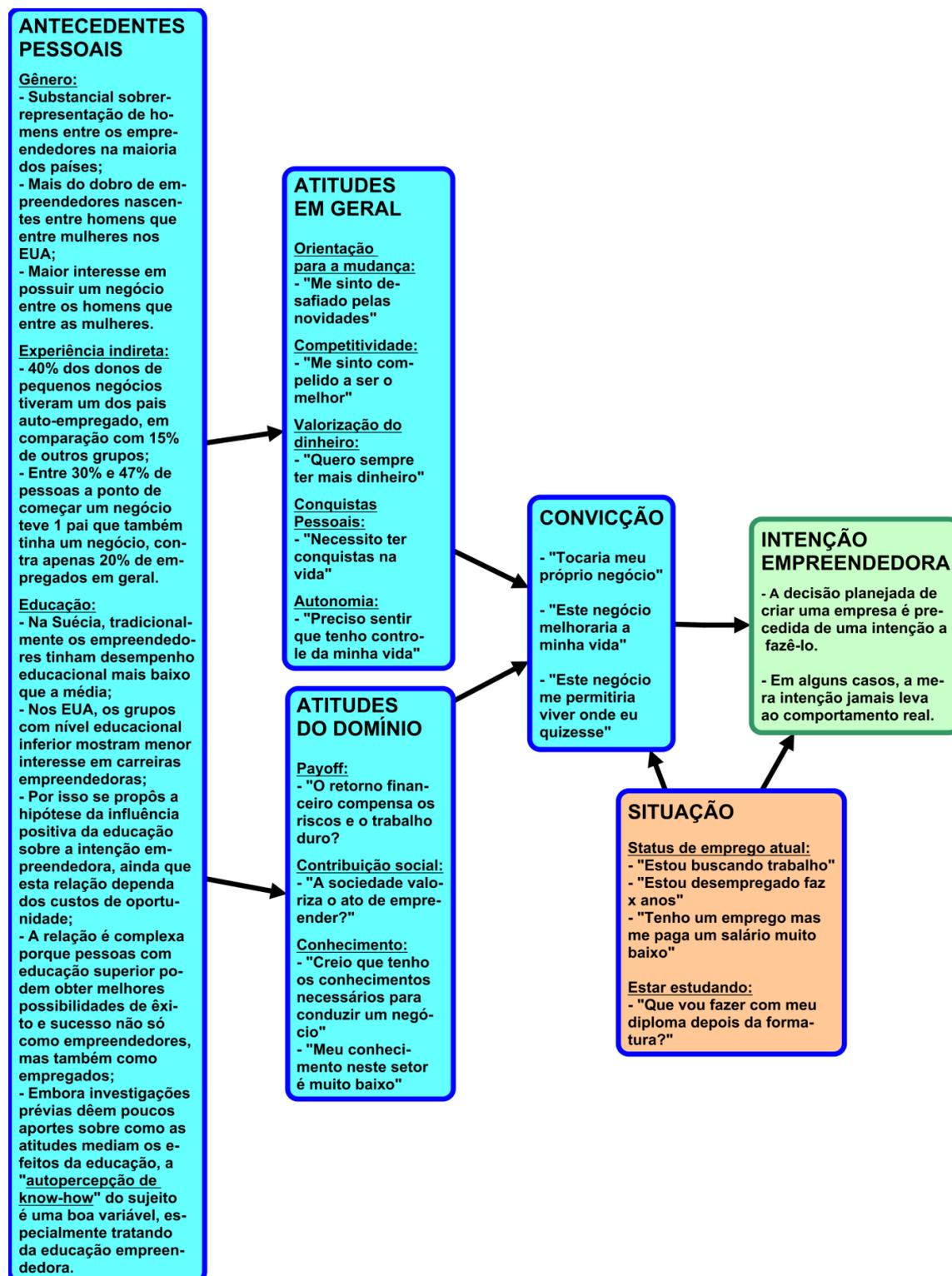
A análise da intenção empreendedora é ainda mais assertiva do que a elaboração de meras listas de características psicológicas do empreendedor, ainda segundo Davidsson (1995), principalmente porque evita o erro de identificar como determinantes do comportamento empreendedor determinadas características individuais que, na verdade, se desenvolvem mais como consequência de já terem ou gerenciarem seu próprio negócio (Davidsson, 1995).

Antes de apresentar seu modelo econômico-psicológico de intenção empreendedora, Davidsson (1995) se esforça para esclarecer o principal argumento em defesa do modelo, na medida em que, segundo o autor, para fins de políticas públicas voltadas para o estímulo à criação de novas empresas, faz mais sentido saber que tipos de pessoas consideram (ou não consideram) entrar no mundo dos negócios, do que simplesmente descobrir quais são as características daqueles que já possuem suas empresas (Davidsson, 1995).

A Figura 3 apresenta o modelo proposto por Davidsson (1995).

Figura 3

Modelo Econômico-Psicológico dos Determinantes da Intenção Empreendedora.



Fonte: Elaborado pelo autor, adaptado do modelo proposto por Davidsson (1995).



O modelo de Davidsson (1995) inaugura dentro da Psicologia uma nova perspectiva para o campo de estudos sobre empreendedorismo, trazendo como vantagem o fato de ter considerado pela primeira vez tanto características relacionadas à trajetória pessoal do indivíduo, como gênero, experiência indireta (*vicarious experience*) e educação, quanto as suas atitudes face a vários fatores gerais – e também face a fatores exclusivos do domínio do empreendedorismo, como a percepção de ganhos e riscos financeiros – bem como a sua convicção sobre o negócio e a sua intenção final de empreender, sempre mediada pela sua situação pessoal de emprego, ou seja, o facto de estar (ou não) desempregado, ou mesmo o fato de estudar ou não (Davidsson, 1995).

Com base no teste empírico do modelo realizado pelo próprio Davidsson (1995) em uma amostra com 1.066 respondentes, as inter-relações sugeridas pelo modelo são amplamente apoiadas, uma vez que o mesmo apresenta um poder explicativo comparativamente alto, de 35% para a convicção empreendedora e de 50% para a intenção empreendedora, em vista da criação do próprio negócio, o que também confirma os supostos efeitos dos fatores de fundo e da situação atual dos sujeitos, como originalmente previsto na concepção do modelo, sob resultados anteriores de inúmeras investigações específicas sobre esses fatores.

Modelo de Determinantes da Intenção Empreendedora entre Estudantes Universitários

A partir da proposta do Modelo Econômico-Psicológico de Davidsson (1995), o campo de estudos sobre o comportamento empreendedor e, especificamente, sobre os determinantes da intenção empreendedora, ganha uma importante ferramenta de análise, uma vez que pela primeira vez o modelo proposto sintetiza e integra claramente a maior parte do conhecimento construído pelos estudos empíricos e teóricos realizados nas décadas anteriores sobre os fatores que influenciam as inclinações empreendedoras dos indivíduos, além de ter agregado certas descobertas inovadoras.

Assim, não demora muito para que se iniciem esforços científicos em vários países com o objetivo de determinar tanto a adequação do modelo proposto quanto, principalmente, a própria investigação empírica da influência dos determinantes em cada contexto específico, a depender do público que está sendo analisado – pois fatores como o desenvolvimento da economia, o nível de



educação e as taxas de emprego dos indivíduos analisados, etc., variam de país a país, e de região a região – então tem-se observado cada vez mais e mais estudos semelhantes sendo realizados.

Como o foco da pesquisa deste trabalho é o fenômeno do Empreendedorismo de Base Universitária, ou Empreendedorismo Universitário – que ocorre sob os chamados 'Ambientes de Inovação' ou 'Entornos de Inovação' e que tem como principais sujeitos estudantes de graduação e professores universitários – faz-se necessário realizar um levantamento específico dentro da literatura sobre o fenômeno específico do Empreendedorismo Universitário. Uma pesquisa na base de dados *Google Scholar* em outubro de 2023 mostrou a existência de nada menos que 2,8 milhões de artigos sobre o tema '*University Based Entrepreneurship*', o que demonstra a importância cada vez mais incontestável do tema na atualidade, mas também demonstra uma abundância de artigos sobre aspectos muito diferentes do Empreendedorismo Universitário.

Assim, já que aquilo aqui se busca analisar são exatamente os determinantes da Motivação Empreendedora entre estudantes universitários, uma nova pesquisa foi feita na ferramenta *Scholar Google* utilizando os termos '*determinants*' + '*entrepreneurial intention*' + '*university students*' retornando 12.330 artigos, mostrando o crescimento desse campo específico de estudos nas últimas décadas.

No entanto, com o intuito de focar ainda mais precisamente a influência da Educação Empreendedora na Intenção Empreendedora entre estudantes universitários, foi realizada uma busca com os termos '*impacts*' + '*entrepreneurship education*' + '*entrepreneurial intention*', obtendo-se 6.350 artigos, a partir dos quais se compõe uma pesquisa mais detalhada ou 'Estado da Arte', mostrando exclusivamente a existência de estudos de meta-análises recentes especificamente sobre a relação entre educação a empreendedora e intenções empreendedoras.

A Tabela 1, a seguir, apresenta os estudos analisados.

Tabela 1.

Estado da Arte: Estudos de Meta-análise sobre a influência da Educação Empreendedora sobre a Intenção Empreendedora.

Autor	Ano Publicação	Nº de Publicações	Amostra Total	Países	Proposição principal
Zhang et al.	2022	36	29.736 alunos	Alemanha; DEO EUA; Malásia; China; Espanha; Holanda; Reino Unido; Ucrânia.	A correlação foi de 0,394, um nível significativo, indicando que a Educação Empreendedora tem um papel positivo na promoção da Intenção Empreendedora.
Yoon e Kim	2022	52	Não informado	Obras publicadas apenas na Coreia.	Em alguns estudos analisados, a Educação Empreendedora teve impacto na Intenção Empreendedora, conclui-se que as iniciativas devem ser substituídas por modelo de Educação Empreendedora que combine teoria e prática.
Nájera-Sánchez et al.	2022	60	-	Artigos de Revisão de Literatura, Estudos Bibliométricos e Meta-análises de múltiplos países.	Embora a Educação Empreendedora seja um método eficaz para construir conhecimentos e habilidades, ela não é suficiente por si só para gerar a Intenção Empreendedora.

Os resultados revelaram um

Martínez - Gregório et al.	202 1	23	Não informado	22 artigos publicados na Europa (3 sobre os EUA; 5 sobre a Ásia; 3 sobre a África e 2 sobre Austrália).	efeito estatisticamente significativo da Educação Empreendedora para a Intenção Empreendedora e a Autoeficácia.
Indudewi et al.	202 1	14	Não informado	Trabalhos publicados no contexto da Universitas Ciputra Surabaya, na Indonésia.	A Educação Empreendedora tem uma influência muito forte na Intenção Empreendedora
Bernardus et al.	201 9	12	Não informado	Trabalhos publicados na Indonésia.	A Educação Empreendedora aparece como prognosticadora da Intenção Empreendedora em 5 dos trabalhos analisados.
Alferaih	201 7	123	180.474 indivíduos	Trabalhos de meta-análise de vários países que combinam a Teoria do Evento Empreendedor e a Teoria do Comportamento Planejado.	Não houve conclusão sobre o efeito direto da Educação Empreendedora sobre a Intenção Empreendedora.
Bae et al.	201 4	73	37.285 alunos	China; EUA; Paquistão; Reino Unido; Arábia S.; Irã; Alemanha; Uganda; Canadá, Espanha, Nigéria; França; Etiópia; Alemanha; Suécia; Holanda; Malásia; Coréia; Noruega; Portugal; Austrália.	Em geral, a Educação Empreendedora tem uma correlação fraca, mas positiva, com a Intenção Empreendedora.
Martin et al.	201 3	42	16.657 alunos	Reino Unido; Tanzânia; EUA; Escócia; Espanha; França;	Desempenho empreendedor em termos de capital humano

África do Sul; Canadá; Equador; é influenciado pela Educação
Polônia; Noruega; Paquistão; Empreendedora.
Peru; Alemanha; Holanda;
Austrália; Coréia.

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos estudos citados.

Como pode ser visto nos estudos analisados, todos publicados na última década, há uma busca na literatura pela formulação de um novo modelo explicativo para a Intenção Empreendedora junto aos estudantes de graduação, que permita mensurar adequadamente os efeitos da Educação Empreendedora sobre as mudanças necessárias para que o empreendedorismo se difunda e prospere nos ambientes universitários.

De fato, quase todos os estudos apontados mostram que a Educação Empreendedora, para trazer os efeitos desejados em termos de aumento da Intenção Empreendedora entre os estudantes, precisa, por parte das instituições universitárias, que elas proporcionem aos seus alunos mais do que apenas conhecimentos teóricos – *o que ainda acontece em boa parte dos cursos de graduação* – mas também trazer aprendizagem experiencial através de atividades de visualização de oportunidades de negócio e simulação e geração de planos e ideias de negócios viáveis, e que promova a atitude empreendedora ao aceitar falhas, proporcionando o contato dos alunos com mentores e facilitadores – *verdadeiros empreendedores* – como um sistema de apoio para que o aluno possa compartilhar com eles observações e lições assertivas da realidade, ou seja, uma proposta pedagógica para o empreendedorismo que se integre a um ecossistema completo de Educação Empreendedora.

Com base nas análises presentes nos meta-estudos analisados, trata-se, então, de propor um modelo conceitual de determinantes da Intenção Empreendedora que, com base na Teoria do Comportamento Planejado e no Modelo do Evento Empreendedor, consiga estabelecer de forma adequada e assertiva os efeitos da Educação Empreendedora sobre a Intenção Empreendedora entre estudantes de graduação. A Figura 4 apresenta o modelo.

Figura 4.

Modelo econômico-psicológico do empreendedor universitário em ambientes de inovação.



Fonte: Elaborado pelo autor com base no modelo de Davidsson (1995).

De fato, além das características, constructos e determinantes do comportamento empreendedor, sistematizados por Davidsson (1995), o modelo aqui proposto pode ser visto como atribuindo sobre a convicção de empreender a influência da Educação Empreendedora, como apontado pelos autores apresentados na Tabela 1, mas, sobretudo, é aqui proposta a determinação do próprio ambiente de inovação sobre a convicção de empreender— *expressa pela existência de Incubadoras de Empresas ou Parques Tecnológicos, além da existência de programas de acolhimento voltados para estudantes em processo de educação empreendedora, com visitas a Startups incubadas e encontros frequentes com alunos já incubados* – como fator capaz de levar os alunos a consolidarem sua convicção em iniciar seu próprio negócio na Incubadora ou Parque Tecnológico próximo à sua Universidade.



Considerações Finais

Este artigo discutiu as principais teorias psicossociais formuladas para explicar o comportamento empreendedor desde a década de 1970, a partir da observação de que a maioria das grandes empresas não conseguia mais aumentar os empregos nos índices apresentados anteriormente, o que gerou grande atenção para a maior capacidade das micro e pequenas empresas como criadoras de atividade econômica e novos empregos.

Com efeito, partindo do entendimento de que o fato de criar um negócio – *no qual o indivíduo investe muitos recursos pessoais e que pode levar ao fracasso pessoal* – é uma tarefa complexa e cheia de riscos e, portanto, que exige decisão e planejamento racionais, a Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen (Ajzen; Fishbein 1980; Ajzen 1987, 1991) é incorporada por psicólogos que investigam o fenômeno do empreendedorismo, e por fim permite a criação de teorias do comportamento empreendedor capazes de integrar todos os aspectos desse fenômeno complexo, como o Modelo do Evento Empreendedor de Shapero e Sokol (1982), ou Teoria da Intenção Empreendedora, que inova a partir do entendimento de que o ato de empreender incorpora vários momentos desde a visualização de uma oportunidade viável de abertura de empresa até a decisão final de iniciar o negócio, chegando ao Modelo Econômico-Psicológico de Davidsson (1995), que integra aos determinantes da Intenção Empreendedora fatores anteriormente ignorados, como a Situação Atual do indivíduo: se ele está ou não desempregado, por exemplo.

A partir dos anos 2000, iniciaram-se várias investigações sobre os efeitos da Educação Empreendedora na Intenção Empreendedora, com centenas de estudos realizados até 2023 sobre este tema, que têm como resultado geral a confirmação de uma influência fraca, mas praticamente universal, dos processos de Educação Empreendedora na mudança de pensamento dos estudantes universitários em respeito a abrir seu próprio negócio, e também a constatação geral de que as metodologias de Educação Empreendedora atualmente em execução necessitam ser melhoradas e, sobretudo, que é vital em tais metodologias educativas incluir atividades práticas de simulação e criação de negócios viáveis, para além de visitas a *Startups* criadas por alunos e contato frequente com estudantes que se encontram atualmente a administrar os seus negócios, o que é mais provável



de acontecer em universidades próximas a ambientes de inovação, como Incubadoras Tecnológicas, Aceleradoras de Negócios e Parques Tecnológicos.

Por fim, o artigo apresenta uma proposta de modelo de determinação para o comportamento empreendedor aqui denominado '*Modelo Econômico-Psicológico do Empreendedor Universitário em Ambientes de Inovação*' que, ao incorporar o Modelo de Davidsson (1995), incrementa como determinantes dos construtos da Intenção Empreendedora, fatores como a Educação Empreendedora, consolidada na literatura, e a existência de Ambientes de Apoio à Inovação.

Referências

- Acs, Z., & Szerb, L. (2006). Entrepreneurship, Economic Growth and Public Policy In: *Small Business Economics*, 28, 109-122.
- Ajzen, I. (1987) Attitudes, Traits and Actions: Dispositional Prediction of Behavior in Social Psychology. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 1-63.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. In: *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall.
- Alferaih, A. (2017). Weight and meta-analysis of empirical literature on entrepreneurship: Towards a conceptualization of entrepreneurial intention and behavior. In: *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 18(3).
- Antunes, R. (2011). Os modos de ser da informalidade: rumo a uma nova era da precarização estrutural do trabalho? *Serviço Social & Sociedade*, 107.
- Arocena, R.; Göransson, B., & Sutz, J. (2018) Challenged Universities. In: *Developmental Universities in Inclusive Innovation Systems: Alternatives for Knowledge Democratization in the Global South*. 141-158.
- Audy, J., & Piquet, J. (2016). *Dos Parques Científicos e Tecnológicos aos Ecossistemas de Inovação: Desenvolvimento social e econômico na sociedade do conhecimento*. Anprotec.



- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. (2014). The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2).
- Bernardus, D., Murwani, F. N., Satrya, D. G., & Aji, I. D. K. (2019). Determining Factors of Student's Entrepreneurial Intention in Indonesia: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Management (JAM)*, 17(3).
- Davidsson, P. (1995). Determinants of entrepreneurial intentions. *Rent IX Workshop*, 23-24.
- Fillion, L. J. (1999). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, 34 (2), 05-28.
- Hornaday, J. A. (1982). Research about living entrepreneurs. In C. Kent, D. L. Sexton, K. H. Vesper (Eds.). *The encyclopedia of entrepreneurship*. Prentice-Hall.
- Hoyer, W. D., & Macinnis, D. J. (2004). *Consumer Behavior*. Houghton Mifflin.
- Indudewi, Y. R., Teofilus, A. D. F., & Nuradhi, L. M. (2021). A Meta Analytic Review: The Impact of Entrepreneurship Education to Entrepreneurial Intention of Universitas Ciputra Surabaya. *The 5th International Conference on Family Business and Entrepreneurship*.
- Martin, B. C., McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28, 211-224.
- Martínez-Gregorio, S.; Badenes-Ribera, L., & Oliver, A. (2021). Effect of entrepreneurship education on entrepreneurship intention and related outcomes in educational contexts: a meta-analysis. *The International Journal of Management Education*, 19.
- Munroe, T., & Westwind, M. (2008). *Silicon Valley: The ecology of innovation*. Asociación de Parques Científicos y Tecnológicos.
- Nájera-Sánchez, J. J., Pérez-Pérez, C., & González-Torre, T. (2022). Exploring the knowledge structure of entrepreneurship education and entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 19, 563-597.
- Petty, R. E., Wegener, D. T., Fabrigar, L. R. (1997). Attitudes and Attitude Change. *Annual Review of Psychology*, 48, 609-647.



Ribeiro, E. C. (2006). *Reestruturação Produtiva, Reengenharia e Educação no Trabalho: Universidade Corporativa para a Nova Fase do Capitalismo*. (Tese de doutorado). Fortaleza: Universidade Federal do Ceará.

Schumpeter, J. A. (1949). *Economic Theory and Entrepreneurial History. Explorations in Enterprise*. Harvard.

Schumpeter, J. A. (1997). *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre capital, crédito, juro e ciclo econômico*. Editora Nova Cultural.

Shapero, A. (1982). Some social dimensions of entrepreneurship. In: C. Kent, D. L. Sexton, K. H. Vesper (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Prentice-Hall.

Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In: C. Kent, D. L. Sexton, K. H. Vesper (Eds.), *The encyclopedia of entrepreneurship*. Prentice-Hall.

Yoon, B. S., & Kim, C. K. (2022). A Meta-Analysis on the Effect of Entrepreneurship on the Entrepreneurial Intention: Mediating Effect of Entrepreneur Education. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 15 (3), 207-221.

Zaak Saraiva, I., & Morejon, C. F. M. (2022). Una Empresa para Llamarla Propia: Startups, Emprendimiento de Base Universitaria y el 3er Rol de la Universidad como síntomas de reestructuración productiva y formación de mano de obra en el Capitalismo Dependiente. *XXXIII Congreso Latinoamericano de Sociología*.

Zhang, W., Li, Y., Zeng, Q.; Zhang, M., & Lu, X. (2022). Relationship between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intention among College Students: A Meta-Analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19, (19).