



UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL
DA LUSOFONIA AFRO-BRASILEIRA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

ALOISIO ANTONIO MACHE TAVARES

**ANÁLISE DA INTENÇÃO EMPREENDEDORA DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS
BRASILEIROS E AFRICANOS**

REDENÇÃO-CE

2025

ALOISIO ANTONIO MACHE TAVARES

**ANÁLISE DA INTENÇÃO EMPREENDEDORA DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS
BRASILEIROS E AFRICANOS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração Pública do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração Pública.

Orientador: Prof. Dr. Sergio Henrique de Oliveira Lima

REDENÇÃO – CE

2025

ALOISIO ANTONIO MACHE TAVARES

**ANÁLISE DA INTENÇÃO EMPREENDEDORA DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS
BRASILEIROS E AFRICANOS**

Artigo apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração Pública do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração Pública.

Aprovação: 25/11/2025

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Sergio Henrique de Oliveira Lima (Orientador).

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (Unilab)

Prof. Dr. Alexandre Oliveira Lima.

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (Unilab)

Prof. Dr. Luis Miguel Dias Caetano.

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (Unilab)

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira
Sistema de Bibliotecas da UNILAB
Catalogação de Publicação na Fonte.

Tavares, Aloísio António Mache.

T231a

Anânile da intenção empreendedora de jovens universitário brasileiros e africanos /

Aloísio António Mache Tavares. Redenção, 2025. –

48f: il.

Monografia - Curso de Administração Pública, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, Redenção, 2025.

Orientador: Prof. Dr. Sergio Henrique de Oliveira Lima.

1. Empreendedorismo. 2. Teoria do comportamento planejado. 3. Estudantes da comunidade dos países da língua portuguesa. I. Título

CE/UF/BSCA

CDD 658.421

RESUMO

O presente estudo analisa a intenção empreendedora entre estudantes universitários da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) na Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), com base na Teoria do Comportamento Planejado. A pesquisa, de caráter quantitativo e descritivo, aplicou o questionário *Entrepreneurial Intention Questionnaire* (EIQ-Br) a 70 estudantes, buscando identificar os níveis médios de atitude, normas subjetivas, controle comportamental percebido e intenção empreendedora entre diferentes nacionalidades. Os resultados apontaram médias elevadas de intenção empreendedora em países como Guiné-Bissau, São Tomé e Príncipe e Moçambique, onde o empreendedorismo é fortemente associado à autonomia e ao desenvolvimento comunitário. Em Angola e Cabo Verde, observou-se também valorização positiva do comportamento empreendedor, ainda que com percepções distintas quanto ao apoio social e às condições estruturais para empreender. Já no Brasil, as médias indicaram uma postura mais cautelosa, marcada por menor percepção de controle e maior valorização do emprego formal. Conclui-se que o contexto cultural e comunitário exerce papel determinante na formação da intenção empreendedora e que políticas universitárias voltadas à educação empreendedora intercultural podem fortalecer o protagonismo e a autonomia desses jovens.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Teoria do comportamento planejado; Estudantes da comunidade dos países de língua portuguesa; Comportamento empreendedor.

ABSTRACT

This study analyzes the entrepreneurial intention among university students from the Community of Portuguese-Speaking Countries (CPLP) at the University for International Integration of the Afro-Brazilian Lusophony (UNILAB), based on the Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991). The quantitative and descriptive research applied the Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ-Br) to 70 students, aiming to identify the average levels of attitude, subjective norms, perceived behavioral control, and entrepreneurial intention across different nationalities. The results revealed high levels of entrepreneurial intention in Guinea-Bissau, São Tomé and Príncipe, and Mozambique, where entrepreneurship is strongly linked to autonomy and community development. In Angola and Cape Verde, students also demonstrated positive perceptions of entrepreneurial behavior, although with different views on social support and structural conditions for entrepreneurship. In Brazil, the averages indicated a more cautious stance, characterized by lower perceived control and greater preference for formal employment. The study concludes that cultural and community contexts play a decisive role in shaping entrepreneurial intention and that university policies fostering intercultural entrepreneurial education can strengthen the autonomy and leadership of these young people.

Keywords: Entrepreneurship; Theory of planned behavior; Students from the community of portuguese-speaking countries; Entrepreneurial behavior.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	Contextualização	10
1.2	Objetivo Geral	11
1.3	Objetivo Específico	11
1.4	Justificativa e Relevância	12
1.5	Estrutura do Trabalho	12
2	REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1	Teoria Do Comportamento Planejado	14
2.2	Intenção Empreendedora	16
2.3	Atitude em Relação ao Comportamento Empreendedor	18
2.4	Normas Subjetivas	19
2.5	Controle Comportamental Percebido	21
3	METODOLOGIA	23
3.1	Natureza e Tipo de Pesquisa	23
3.2	Delineamento Metodológico	23
3.3	População e Amostra	24
3.4	Instrumento de Coleta de Dado	24
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	26
4.1	Análise do Construto: Atitude em Relação ao Comportamento Empreendedora.....	26
4.2	Análise Do Construto: Normas Subjetiva	28
4.3	Análise do Construto: Controle Comportamental Percebido	30
4.4	Análise do Construto: Intenção empreendedora	33
4.5	Síntese Integrada dos Resultados	35
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	38
	REFERÊNCIAS	40

APÊNDICE A - FORMULÁRIO: Intenção empreendedora entre jovens universitários da CPLP.....	42
---	-----------

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo, ao longo da história, tem sido compreendido como um dos principais motores de transformação social e econômica. Para Schumpeter (1982), o empreendedor é aquele que rompe com o estado de equilíbrio e promove o desenvolvimento econômico por meio da inovação, seja na criação de novos produtos, processos ou na reorganização de mercados. Nessa perspectiva, o empreendedor não se limita a explorar oportunidades já existentes, mas atua como agente de mudança, capaz de introduzir "novas combinações" que impulsionam o progresso e geram impactos diretos na sociedade.

Essa visão schumpeteriana coloca o empreendedorismo como fenômeno dinâmico, essencial para o avanço de nações e comunidades, visto que está relacionado à capacidade de mobilizar recursos, criar valor e responder a desafios complexos. No contexto contemporâneo, caracterizado por rápidas transformações tecnológicas, mudanças sociais e pressões ambientais, compreender a intenção empreendedora dos indivíduos torna-se cada vez mais relevante para a formulação de políticas públicas e para o fortalecimento do desenvolvimento sustentável.

Considerando esse cenário, a universidade desempenha papel estratégico, uma vez que constitui espaço de formação crítica e prática, onde ideias empreendedoras podem ser cultivadas e convertidas em projetos concretos. Essa discussão assume ainda maior importância, dado o encontro de diferentes trajetórias sociais, culturais e econômicas, especialmente no caso dos estudantes oriundos da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP).

Para muitos desses estudantes, o empreendedorismo surge não apenas como resposta às adversidades socioeconômicas vividas em seus países de origem, mas também como uma estratégia de futuro ancorada no desejo de contribuir com o desenvolvimento local, seja no Brasil ou em seus territórios de retorno (Cortez; Veiga, 2019). Assim, compreender os fatores que impulsionam ou inibem a intenção de empreender entre esses jovens torna-se relevante tanto para o fortalecimento e quanto para a promoção de trajetórias empreendedoras sustentáveis.

No entanto, a decisão de empreender não é determinada apenas por variáveis objetivas, como capital financeiro ou oportunidades de mercado. Ela envolve também fatores psicossociais que moldam a disposição individual para agir, entre os quais se destacam: a atitude em relação ao comportamento empreendedor, as normas subjetivas e o controle comportamental percebido. Esses três elementos compõem a base da Teoria do Comportamento

Planejado (TCP), proposta por Ajzen (1991), amplamente reconhecida como um modelo eficaz para explicar intenções comportamentais, especialmente em contextos educacionais (Cortez; Hauck-Filho; Salvador, 2019).

1.1 Contextualização

No campo do empreendedorismo, a TCP permite identificar o grau em que crenças pessoais, normas sociais e percepções de viabilidade influenciam o desejo de iniciar um negócio (Krueger; Reilly; Carsrud, 2000). Estudos realizados com estudantes universitários indicam que atitudes favoráveis ao empreendedorismo, somadas à percepção de apoio social e à crença em suas próprias capacidades, aumentam significativamente a propensão a empreender (Cortez; Hauck-Filho; Salvador, 2019).

Dessa forma, o presente estudo busca analisar a intenção empreendedora dos estudantes da CPLP na UNILAB, com base na Teoria do Comportamento Planejado, explorando as diferenças entre nacionalidades e cursos de formação. A pesquisa procura compreender como os três construtos da TCP que é a atitude, normas subjetivas e controle comportamental percebido se manifestam entre os grupos estudados, e de que maneira essas percepções se relacionam, em nível descritivo, com a intenção empreendedora.

No contexto da UNILAB, a diversidade cultural e social dos estudantes amplia a importância dessa análise, uma vez que cada grupo nacional traz consigo diferentes percepções e experiências sobre o empreendedorismo. Nesse sentido, surgem algumas questões orientadoras: Qual é o nível médio de atitude, normas subjetivas, controle comportamental percebido e intenção empreendedora entre os estudantes da CPLP na UNILAB? Como esses construtos variam entre estudantes de diferentes nacionalidades (Brasil, PALOP e demais países da CPLP)? De que forma os três componentes da Teoria do Comportamento Planejado (atitude, normas subjetivas e controle percebido) se relacionam, de maneira descritiva, com a intenção empreendedora dos estudantes?

Essas indagações permitem problematizar o fenômeno do empreendedorismo universitário sob uma perspectiva intercultural, considerando tanto os aspectos individuais (crenças, atitudes e percepções de controle) quanto os coletivos (valores sociais, apoio comunitário e oportunidades institucionais). Assim, o estudo busca compreender de que forma os fatores de atitude, normas subjetivas e controle comportamental percebido afetam a

formação da intenção empreendedora desses estudantes em ambiente universitário multicultural.

Ao realizar essa análise comparativa, o estudo pretende contribuir para o aprimoramento das políticas e programas de educação empreendedora na UNILAB, estimulando abordagens mais interculturais, inclusivas e contextualizadas. Assim, espera-se oferecer subsídios para fortalecer o empreendedorismo universitário como prática de autonomia, identidade e transformação social, especialmente entre jovens da CPLP que veem na formação superior uma via de impacto positivo para suas comunidades.

A partir dessa problematização, apresentam-se a seguir os objetivos que orientam esta pesquisa.

1.2 Objetivo Geral

Analisar a intenção empreendedora entre os estudantes universitários da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) , buscando compreender os fatores que influenciam essa intenção com base na Teoria do Comportamento Planejado.

1.3 Objetivos Específicos

- Identificar o nível médio de atitude em relação ao comportamento empreendedor, normas subjetivas, controle comportamental percebido e intenção empreendedora entre os estudantes da CPLP na UNILAB;
- Comparar a intenção empreendedora entre estudantes de diferentes nacionalidades, com ênfase nos países africanos de língua portuguesa (PALOP) e no Brasil;
- Analisar descritivamente como os três construtos da Teoria do Comportamento Planejado (atitude, normas subjetivas e controle comportamental percebido) se relacionam com a intenção empreendedora dos participantes;

A definição dos objetivos permite compreender o alcance da pesquisa e introduz a relevância de seu desenvolvimento, apresentada a seguir.

1.4 Justificativa e Relevância

O estudo da intenção empreendedora entre estudantes universitários tem se consolidado como campo de interesse acadêmico nas últimas décadas. Entretanto, ainda são escassas as pesquisas que abordam de maneira específica o caso dos estudantes oriundos da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) inseridos em contextos multiculturais como a UNILAB. Essa lacuna justifica a necessidade de uma investigação que considere as particularidades culturais, sociais e institucionais que permeiam a experiência desses jovens.

Além disso, os estudos existentes sobre intenção empreendedora, embora relevantes, permanecem em grande medida inconclusivos quando aplicados a públicos internacionalizados, demandando maiores aprofundamentos para compreender como fatores como adaptação cultural, redes de apoio, barreiras econômicas e institucionais influenciam a decisão de empreender. Nesse sentido, esta pesquisa se alinha a uma agenda acadêmica mais ampla, que recomenda a ampliação dos estudos sobre intenção empreendedora em contextos diversos e pouco explorados.

Do ponto de vista prático e social, a relevância do presente trabalho está em revelar o potencial transformador dos estudantes CPLP, que podem atuar como agentes de desenvolvimento econômico e social, seja no Brasil, em seus países de origem ou em outras localidades. A compreensão dos fatores que moldam sua intenção empreendedora pode subsidiar, contribuindo diretamente para o fortalecimento do desenvolvimento sustentável e inclusivo.

Dessa forma, este estudo não apenas preenche uma lacuna teórica e metodológica na literatura sobre empreendedorismo, mas também oferece contribuições concretas para a formulação de estratégias institucionais e sociais, reforçando sua relevância acadêmica, prática e social.

Diante dessa relevância teórica e prática, apresenta-se a seguir a estrutura do trabalho, que descreve o percurso metodológico adotado.

1.5 Estrutura do Trabalho

O presente Trabalho de Conclusão de Curso está organizado em cinco capítulos, que se articulam de forma lógica e progressiva, com o objetivo de conduzir o leitor desde a contextualização do tema até a análise e interpretação dos resultados alcançados.

O Capítulo 1 – Introdução apresenta o contexto geral que fundamenta a pesquisa, abordando a relevância do tema e as lacunas que justificam a realização do estudo. Neste capítulo, são explicitadas a problemática central, as questões de pesquisa e os objetivos: geral e específicos que orientam o desenvolvimento do trabalho. Também são apresentadas a justificativa, destacando a importância teórica e prática da investigação, e a estrutura geral do estudo, indicando o percurso metodológico a ser seguido.

O Capítulo 2 – Referencial Teórico reúne as principais bases conceituais e teóricas que sustentam a análise da intenção empreendedora. O capítulo aprofunda a discussão sobre o comportamento empreendedor e revisita modelos explicativos clássicos, com destaque para a Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991). São detalhados seus três construtos fundamentais: atitude em relação ao comportamento empreendedor, norma subjetiva e controle comportamental percebido, além de serem apresentadas pesquisas anteriores que aplicaram essa teoria em contextos semelhantes, especialmente entre estudantes universitários.

O Capítulo 3 – Metodologia descreve os procedimentos metodológicos empregados para a realização do estudo. São apresentados o tipo e o delineamento da pesquisa, a população e a amostra considerada, bem como o instrumento de coleta de dados utilizado, fundamentado nos construtos da Teoria do Comportamento Planejado. Além disso, o capítulo aborda as etapas de tratamento e análise dos dados, explicitando os métodos estatísticos e interpretativos adotados para assegurar a validade e a confiabilidade dos resultados.

O Capítulo 4 – Resultados e Discussão apresenta os principais achados empíricos obtidos a partir da aplicação dos instrumentos de pesquisa. Os dados são organizados e analisados em consonância com os construtos teóricos que norteiam o estudo, permitindo compreender as relações entre atitude, norma subjetiva e controle comportamental percebido na formação da intenção empreendedora dos estudantes. A discussão é conduzida de forma crítica, relacionando os resultados empíricos às evidências encontradas na literatura e às particularidades do contexto da UNILAB e dos estudantes dos CPLP.

Por fim, o Capítulo 5 – Considerações Finais sintetiza os resultados mais relevantes da pesquisa, destacando as contribuições teóricas e práticas do estudo. São apresentadas as limitações identificadas durante o processo de investigação e são sugeridas possíveis direções para pesquisas futuras, que possam aprofundar o entendimento sobre o comportamento empreendedor em contextos multiculturais e universitários.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O presente capítulo tem como objetivo apresentar o referencial teórico que fundamenta esta pesquisa, com ênfase nos modelos explicativos da intenção empreendedora. Inicialmente, será abordada a Teoria do Comportamento Planejado, de Ajzen (1991), destacando seus principais construtos e sua aplicabilidade no campo do empreendedorismo. Em seguida, discute-se o conceito de intenção empreendedora e sua relevância como determinante do comportamento de criação de novos negócios. Na sequência, são explorados de forma detalhada os três determinantes da intenção segundo a TCP, que são: atitude em relação ao comportamento empreendedor, normas subjetivas e controle comportamental percebido. Por fim, o capítulo procura articular esses referenciais teóricos ao contexto específico dos estudantes universitários, em especial aos alunos Brasileiros e Africanos, ressaltando as particularidades culturais e socioeconômicas que influenciam sua disposição para empreender.

2.1 Teoria do Comportamento Planejado

A Teoria do Comportamento Planejado (TCP), formulada por Icek Ajzen (1991), constitui um dos principais modelos explicativos da relação entre cognições e comportamentos humanos. Derivada da Teoria da Ação Racional, a TCP aprimora esse arcabouço teórico ao incluir: além da atitude em relação ao comportamento e da norma subjetiva, o controle comportamental percebido como terceiro determinante da intenção comportamental. Esses três construtos são considerados fatores determinantes diretos da intenção, que por sua vez se configura como a variável mais próxima do comportamento efetivo.

A premissa central da TCP é a de que os indivíduos são agentes racionais, capazes de processar informações disponíveis, avaliando os custos, benefícios e viabilidades de determinada ação. A teoria parte do pressuposto de que o comportamento é planejado e intencional, sendo antecedido por um processo reflexivo baseado em crenças pessoais, sociais e contextuais (Ajzen, 1991). Desse modo, conhecer a configuração das atitudes, normas subjetivas e percepções de controle de um indivíduo permite prever com maior precisão sua disposição para executar determinado comportamento, como o de iniciar um empreendimento.

No campo do empreendedorismo, a TCP tem sido amplamente adotada como modelo teórico para a compreensão da intenção empreendedora, especialmente em pesquisas que

envolvem estudantes universitários. Conforme Krueger, Reilly e Carsrud (2000), a teoria fornece um framework coerente para investigar os fatores que antecedem a decisão de empreender, sendo particularmente eficaz na predição do comportamento empreendedor em estágios iniciais, como o período de formação acadêmica. Nesse sentido, a TCP permite compreender como fatores psicológicos e sociais interagem para fomentar ou inibir a intenção de criar um negócio.

A partir da TCP, diferentes instrumentos foram desenvolvidos para mensurar a intenção empreendedora. O mais difundido internacionalmente é a Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ), elaborada por Liñán e Chen (2009), composta por 20 itens distribuídos nos quatro construtos da teoria: intenção empreendedora, normas subjetivas, controle comportamental percebido e intenção empreendedora. No Brasil, essa escala foi adaptada e validada, originando a Escala de Intenção Empreendedora Brasileira (EIQBr), que preserva os mesmos 20 itens organizados nos construtos propostos por Ajzen (Cortez; Hauck-Filho; Salvador, 2019). Paralelamente, também foi desenvolvida uma versão reduzida, a EIQBr-b, composta por apenas quatro itens relacionados à intenção empreendedora, utilizada em investigações que demandam instrumentos mais breves (Cortez; Veiga, 2019).

No contexto da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), que abriga significativa população de estudantes oriundos dos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP), a TCP oferece um instrumental teórico robusto para analisar os aspectos psicossociais que moldam a intenção empreendedora. Essa população estudantil, marcada por trajetórias migratórias, diversidade cultural e desafios socioeconômicos, apresenta especificidades que exigem uma abordagem teórica sensível às dinâmicas de influência social, percepção de controle e valoração da ação empreendedora.

Estudos conduzidos por Cortez, Hauck-Filho e Salvador (2019) demonstram a eficácia da TCP na mensuração da intenção empreendedora em contextos universitários, inclusive por meio de instrumentos adaptados ao contexto brasileiro, como a versão reduzida da Escala de Intenção Empreendedora (EIQBr-b). Essas investigações revelam que atitudes favoráveis, normas subjetivas positivas e altos níveis de controle percebido estão positivamente associados à maior propensão de estudantes em planejar e iniciar empreendimentos, mesmo em ambientes de incerteza.

Além disso, a versatilidade da TCP tem sido confirmada por sua aplicação bem-sucedida em áreas diversas, como consumo colaborativo, práticas sustentáveis e educação para a inovação, evidenciando seu caráter multifacetado e a robustez de sua estrutura conceitual (Cortez; Hauck-Filho, 2020). Tal aplicabilidade amplia a validade da teoria para contextos

educacionais, especialmente aqueles que visam promover o empreendedorismo como alternativa ocupacional e estratégia de desenvolvimento local e internacional.

Em suma, a Teoria do Comportamento Planejado oferece um modelo explicativo abrangente, válido e sensível para analisar a formação da intenção empreendedora entre estudantes universitários de CPLP na UNILAB. Sua aplicação permite compreender as crenças que sustentam a intenção, mapear barreiras e alavancas comportamentais, e orientar intervenções educativas e políticas institucionais mais eficazes no incentivo ao empreendedorismo juvenil e intercultural.

Com base nesse modelo teórico, o próximo tópico aprofunda o conceito de intenção empreendedora, situando-o como variável central para a compreensão do comportamento empreendedor entre universitários.

2.2 Intenção Empreendedora

A intenção empreendedora pode ser compreendida como a disposição subjetiva de um indivíduo em direcionar seus esforços e planos para a criação de um novo empreendimento em determinado momento no futuro. Segundo Bird (1988 apud Liñán; Chen, 2009, p. 596), a intenção é um “estado de espírito que direciona a atenção, a experiência e a ação do indivíduo para a criação de um novo negócio”. Essa intenção configura-se como o estágio cognitivo mais próximo da ação empreendedora e, conforme postula a Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991), é determinada por três fatores centrais: a atitude em relação ao comportamento, a norma subjetiva e o controle comportamental percebido.

Segundo Krueger, Reilly e Carsrud (2000), a intenção empreendedora é o melhor preditor do comportamento empreendedor futuro, especialmente entre jovens adultos e estudantes universitários. Isso ocorre porque a decisão de empreender, diferentemente de comportamentos impulsivos ou imediatos, tende a ser antecedida por um período de reflexão, planejamento e internalização de objetivos, tornando a intenção uma variável estratégica para compreender e promover o empreendedorismo em nível educacional e institucional.

Ao considerar estudantes dos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP) na Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), a análise da intenção empreendedora ganha contornos específicos. Esses discentes não apenas enfrentam os desafios típicos do empreendedorismo, como também lidam com aspectos identitários, interculturais e socioeconômicos que impactam profundamente sua percepção de viabilidade e

desejabilidade da ação empreendedora. Em muitos casos, a intenção de empreender surge como alternativa não apenas econômica, mas também como forma de inclusão social e fortalecimento das comunidades de origem, tanto no Brasil quanto nos países africanos de retorno ou influência (Cortez; Veiga, 2019).

Cortez, Hauck-Filho e Salvador (2019) enfatizam que a intenção empreendedora entre universitários, sobretudo os de grupos étnico-culturais minorizados, deve ser analisada considerando não apenas as variáveis psicológicas, mas também os elementos contextuais que moldam suas crenças, como o acesso desigual a políticas de fomento, redes de apoio e capital social. Nesse sentido, o uso da TCP permite decompor os elementos que sustentam (ou inibem) a formação da intenção e, portanto, oferece um caminho metodológico robusto para compreender o comportamento empreendedor em grupos historicamente sub-representados.

Além disso, a avaliação da intenção empreendedora não se limita a identificar tendências comportamentais futuras; ela permite o delineamento de estratégias pedagógicas e institucionais mais eficazes. Conforme demonstram estudos de revisão sistemática (Cortez; Hauck-Filho, 2020), instrumentos psicométricos baseados na TCP têm apresentado alta consistência interna e validade estrutural, sendo eficazes para mensurar intenções empreendedoras em contextos educacionais diversos.

A análise desse construto torna-se ainda mais pertinente em instituições que visam à inclusão e ao desenvolvimento regional, como a UNILAB. A identificação dos níveis e perfis de intenção empreendedora entre estudantes dos PALOP pode subsidiar políticas acadêmicas orientadas ao desenvolvimento de competências empreendedoras, acesso a incubadoras e articulação com ecossistemas locais de inovação, aumentando as chances de sucesso de empreendimentos futuros.

Em suma, a intenção empreendedora, como construto psicológico e social, é central para a promoção do empreendedorismo entre estudantes universitários. No contexto específico da UNILAB e dos estudantes dos PALOP, ela permite visualizar a interseção entre motivação individual, influências culturais e oportunidades institucionais. Sua mensuração, análise e promoção devem ser vistas como etapas-chave para o fortalecimento de trajetórias empreendedoras consistentes e socialmente comprometidas.

Considerando que a intenção empreendedora é composta por dimensões cognitivas e sociais, o tópico seguinte aborda mais detalhadamente o primeiro de seus determinantes: a atitude em relação ao comportamento empreendedor.

2.3 Atitude em Relação ao Comportamento Empreendedor

A atitude em relação ao comportamento, conforme proposta na Teoria do Comportamento Planejado (TCP), refere-se à avaliação geral, positiva ou negativa, que um indivíduo faz sobre realizar determinado comportamento (Ajzen, 1991). No contexto da intenção empreendedora, essa atitude representa o julgamento individual do estudante sobre o ato de empreender, ou seja, se ele o considera desejável, vantajoso, gratificante ou, ao contrário, arriscado, inviável e incerto.

Segundo Ajzen (1991), a atitude decorre de crenças comportamentais, que consistem nas expectativas sobre as consequências da ação e na avaliação pessoal dessas consequências. Por exemplo, se um estudante universitário acredita que empreender pode proporcionar autonomia financeira, prestígio social, impacto positivo na comunidade e auto realização, e atribui valor positivo a esses resultados, sua atitude tenderá a ser favorável ao empreendedorismo. Essa relação entre crenças e avaliação é central na determinação do grau de favorabilidade da atitude.

Estudos empíricos corroboram essa visão. Cortez e Veiga (2019) identificam que estudantes universitários expressam diferentes níveis de intenção empreendedora dependendo da área do conhecimento, sendo as atitudes positivas mais pronunciadas entre os estudantes das Ciências Sociais Aplicadas, o que pode estar associado à familiaridade com conteúdos de gestão e mercado. Já nas Ciências Humanas e da Saúde, a atitude em relação ao empreendedorismo tende a ser menos positiva, refletindo a valorização de carreiras voltadas ao cuidado e ao serviço social (Cortez; Veiga, 2019).

Ainda nessa perspectiva, Lima et al. (2016) destacam que a percepção que os estudantes têm sobre o empreendedorismo, muitas vezes influenciada por experiências anteriores e pela imagem pública do empreendedor de sucesso, impacta diretamente suas atitudes e intenções. A influência da imagem social do empreendedor, somada à percepção de sucesso ou fracasso veiculada pela mídia e pelas redes de contato, molda crenças sobre os benefícios ou riscos de empreender (Reynolds et al., 1999 apud Verheul et al., 2001; Lima et al., 2016).

Outro fator relevante é a experiência empreendedora prévia, que se mostra um preditor significativo da atitude favorável. A familiaridade com o processo de empreender, mesmo que de forma indireta (por meio de familiares ou estágios), permite uma avaliação mais realista e positiva do comportamento empreendedor (Del Mar; Davidsson, 2000; Teixeira; Davey, 2010; Cortez; Veiga, 2019). Essa evidência é especialmente relevante no contexto dos estudantes dos

Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP) na UNILAB, onde trajetórias marcadas por adversidade e busca de ascensão social tornam a figura do empreendedor um agente de transformação pessoal e comunitária (Martins et al., 2014; Cortez; Veiga, 2019).

Além disso, a literatura ressalta a importância da formação acadêmica na construção de atitudes positivas em relação ao empreendedorismo. A educação empreendedora, quando bem estruturada, contribui para ampliar o repertório cognitivo dos estudantes, desmistificando o processo de empreender e reforçando crenças positivas quanto à sua viabilidade e desejabilidade (Sánchez, 2011; Bae et al., 2014; Choi; Park, 2015). Neste sentido, a atitude favorável se fortalece quando os estudantes se sentem capazes e informados, integrando os aspectos emocionais, cognitivos e pragmáticos do ato de empreender.

Portanto, a atitude dos estudantes universitários em relação ao comportamento empreendedor é moldada por um conjunto de fatores interligados: crenças individuais, experiências anteriores, representações sociais do empreendedor, estímulos educacionais e contexto socioeconômico. Essa complexidade exige abordagens educacionais e institucionais que levem em conta as especificidades dos grupos estudantis e dos ambientes em que estão inseridos, para que o empreendedorismo seja percebido não apenas como uma alternativa viável, mas também desejável.

Após compreender a influência da atitude, o próximo tópico discute o papel das normas subjetivas, isto é, as pressões e expectativas sociais que cercam o comportamento de empreender.

2.4 Normas Subjetivas

A norma subjetiva é um dos três pilares centrais da Teoria do Comportamento Planejado (TCP), sendo definida como a percepção do indivíduo quanto à aprovação ou desaprovação social de um comportamento específico, como o ato de empreender (Ajzen, 1991). Refere-se, portanto, à influência percebida de pessoas significativas, familiares, amigos, professores, colegas e líderes comunitários sobre a decisão de iniciar um novo negócio. Trata-se de um componente essencialmente social da formação da intenção empreendedora, ligado à internalização de expectativas sociais e à motivação para atendê-las.

Segundo Ajzen (1991), a norma subjetiva deriva de crenças normativas, que envolvem a percepção de que certos grupos esperam que o indivíduo adote determinado comportamento,

associadas à motivação do indivíduo para corresponder a essas expectativas. Assim, quando um estudante universitário percebe que figuras de referência em seu círculo social valorizam o empreendedorismo e esperam que ele venha a empreender, sua intenção tende a ser reforçada, sobretudo se ele se sente motivado a atender a essas expectativas.

Em contextos multiculturais como o da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), onde convivem estudantes de diferentes países de língua oficial portuguesa (CPLP), a norma subjetiva adquire aspectos específicos. Nessas realidades, as redes familiares, os vínculos comunitários e os valores coletivos possuem um peso significativo na tomada de decisões profissionais. Conforme apontam Cortez e Veiga (2019), o apoio social proveniente da comunidade de origem pode compensar a ausência de políticas institucionais eficazes de fomento ao empreendedorismo, funcionando como catalisador das intenções empreendedoras entre estudantes em condições socioeconômicas adversas.

Essa influência social é especialmente relevante para indivíduos de culturas coletivistas, nas quais a validação social e o sentimento de pertencimento ao grupo desempenham papel decisivo nas escolhas pessoais e profissionais (Hofstede, 2001). Os estudantes dos PALOP, frequentemente marcados por trajetórias migratórias, comunitárias e de mobilização identitária, tendem a valorizar fortemente a opinião de suas redes sociais, conforme demonstrado também por estudos sobre intenção empreendedora entre minorias e grupos em diáspora (Gürol; Atsan, 2006; Teixeira; Davey, 2010).

Lima et al. (2016), ao modelar a intenção empreendedora de estudantes brasileiros por meio de equações estruturais, confirmaram empiricamente que a influência da imagem social do empreendedor e o suporte das instituições (família, universidade, redes informais) impactam de forma significativa a formação dessa intenção. Assim, a norma subjetiva não apenas atua como vetor social de conformidade, mas também como fator de validação simbólica do empreendedorismo como um caminho legítimo e admirável.

Além disso, a literatura ressalta que a pressão social pode atuar tanto positivamente quanto negativamente. Em contextos nos quais empreender é visto como uma atividade incerta, arriscada ou mesmo indesejável, a norma subjetiva pode desencorajar a intenção, mesmo que o indivíduo apresente atitude favorável e perceba-se capaz (Krueger; Carsrud, 1993). Por isso, programas de educação empreendedora que incorporem não apenas os estudantes, mas também suas comunidades e redes de apoio, tendem a ter maior sucesso na consolidação de trajetórias empreendedoras (Chói; Park, 2015; Liñán Et Al., 2011).

Em suma, a norma subjetiva exerce influência relevante sobre a intenção empreendedora ao refletir o grau de apoio (ou oposição) percebido no entorno social do

indivíduo. Em ambientes multiculturais e coletivistas, como o da UNILAB, essa dimensão pode inclusive assumir protagonismo na estrutura motivacional que conduz à decisão de empreender. Sua valorização, portanto, é indispensável em ações educacionais, políticas públicas e estratégias institucionais voltadas à promoção do empreendedorismo entre jovens universitários de países em desenvolvimento.

Encerrando os três componentes principais da teoria, a próxima seção aborda o controle comportamental percebido, que se relaciona à autoconfiança e à percepção de capacidade de empreender.

2.5 Controle Comportamental Percebido

O controle comportamental percebido é um componente fundamental da Teoria do Comportamento Planejado (TCP), sendo definido como a percepção que o indivíduo tem sobre sua capacidade de realizar determinado comportamento, levando em consideração os recursos disponíveis, as habilidades pessoais e os possíveis obstáculos (Ajzen, 1991). Essa variável aproxima-se conceitualmente da noção de autoeficácia proposta por Bandura (1982), embora se distinga por focar especificamente no comportamento-alvo e nas condições contextuais para sua execução.

No contexto do empreendedorismo, o controle percebido diz respeito ao grau em que o estudante acredita possuir competência para identificar oportunidades de negócio, reunir os recursos necessários, lidar com aspectos legais e burocráticos, administrar riscos e gerir as etapas iniciais da criação de uma empresa. A percepção de controle elevado favorece a formação da intenção empreendedora, mas também contribui para a conversão dessa intenção em ação efetiva, configurando-se como um elemento de transição entre a cognição e o comportamento empreendedor (Krueger et al., 2000).

Pesquisas recentes indicam que o controle comportamental percebido é um dos preditores mais robustos da intenção empreendedora em diferentes culturas e grupos universitários. Um estudo conduzido por Cortez, Veiga e Sousa (2019) verificou que estudantes com maior familiaridade com práticas de inovação, participação em programas de iniciação científica e envolvimento em atividades extracurriculares apresentaram níveis mais elevados de controle percebido. Esses resultados apontam que o desenvolvimento de habilidades técnicas e gerenciais, ainda que em ambientes acadêmicos, pode contribuir para fortalecer a percepção de autossuficiência diante do desafio de empreender.

Para estudantes de contextos historicamente vulnerabilizados, como os oriundos dos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP) na UNILAB, essa percepção pode ser afetada negativamente por fatores estruturais. Entre os principais obstáculos destacam-se: dificuldades econômicas, barreiras linguísticas, limitações de acesso a crédito, escassez de redes locais de apoio e insegurança institucional. Tais desafios podem minar a autoconfiança e reduzir a crença dos estudantes em sua própria capacidade de empreender, conforme analisado por Hernández-López, Moncada-Toro e Henao-Colorado (2018), ao estudarem estudantes internacionais em universidades da América Latina.

Apesar dessas adversidades, a literatura aponta que ações institucionais de suporte como: mentorias, incubadoras universitárias, capacitações empreendedoras e orientação personalizada são capazes de reverter quadros de controle percebido reduzido (García, 2014; Canever et al., 2013). Essas iniciativas não apenas transmitem conhecimento técnico, mas também promovem experiências de sucesso simbólico, que ampliam a percepção de viabilidade pessoal e o domínio sobre o processo empreendedor.

Adicionalmente, programas educacionais que incentivam o protagonismo estudantil e o desenvolvimento de projetos práticos funcionam como dispositivos estratégicos para aumentar o controle comportamental percebido, pois permitem ao estudante simular situações reais de empreendedorismo e construir autoconfiança de maneira progressiva (Paço et al., 2011; Lanero et al., 2011). A aplicação de metodologias ativas de aprendizagem como estudos de caso, desafios de inovação e hackathons, também demonstrou eficácia nesse sentido, conforme sugerem Choi e Park (2015), ao destacarem a relevância da aprendizagem experiencial na formação empreendedora.

Em síntese, o controle comportamental percebido é influenciado por uma combinação de fatores pessoais, educacionais e contextuais. Sua promoção exige o fortalecimento de competências práticas, o suporte institucional consistente e o enfrentamento das barreiras estruturais que limitam o acesso equitativo ao empreendedorismo. No caso dos estudantes PALOP na UNILAB, esse apoio torna-se ainda mais relevante para transformar intenções em ações concretas e sustentáveis.

Com o referencial teórico estabelecido, o capítulo seguinte descreve os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa, detalhando o delineamento, a amostra e o instrumento de coleta de dados.

3 METODOLOGIA

A pesquisa é definida por Gil (2010) como um processo racional e sistemático, orientado pelo uso de métodos e técnicas científicas de investigação, a fim de responder a problemas propostos. Dessa forma, este capítulo descreve o percurso metodológico adotado para atingir os objetivos do estudo sobre a intenção empreendedora entre estudantes universitários da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) na UNILAB, com base na Teoria do Comportamento Planejado (TCP).

A seguir, são apresentadas a natureza e o tipo de pesquisa, que servem de base para a definição do delineamento metodológico.

3.1 Natureza e Tipo De Pesquisa

O estudo caracteriza-se como uma pesquisa quantitativa, de caráter descritivo e exploratório. É quantitativa porque busca mensurar variáveis psicológicas e sociais associadas à intenção empreendedora por meio de escalas padronizadas, é descritiva, por apresentar o perfil e as percepções dos estudantes participantes, e exploratória, por buscar identificar tendências e possíveis relações entre os fatores preditores da TCP (atitude, norma subjetiva e controle comportamental percebido) e a intenção empreendedora, sem pretensão de estabelecer relações causais ou estatisticamente significativas.

Definida a natureza da pesquisa, o próximo tópico descreve como o estudo foi delineado e operacionalizado.

3.2 Delineamento Metodológico

Adotou-se um delineamento transversal (survey), aplicado em um único momento no tempo, o que se mostra adequado para captar percepções, crenças e intenções de um grupo de respondentes. Esse tipo de delineamento possibilita compreender como os construtos da Teoria do Comportamento Planejado se manifestam entre os estudantes da UNILAB, especialmente considerando o contexto multicultural dos países de origem, permitindo análises comparativas por médias entre os diferentes grupos nacionais.

Por se tratar de estudo descritivo e contextual, os resultados devem ser interpretados como representativos do caso específico analisado, e não como parâmetros universais.

Na sequência, apresenta-se a caracterização da população e da amostra que compuseram o estudo.

3.3 População e Amostra

A população da pesquisa compreende os estudantes de graduação da UNILAB, regularmente matriculados nos cursos do Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas (ICSA) e em outros institutos.

A amostra foi não probabilística e obtida pelo método “bola de neve” (snowball sampling), no qual os primeiros participantes indicam novos respondentes que atendem aos critérios do estudo. Essa técnica é apropriada quando não há uma lista completa dos elementos da população e quando se busca alcançar grupos específicos neste caso, os estudantes PALOP na UNILAB.

No total, foram obtidas 70 respostas válidas, o que, embora represente uma amostra reduzida, é considerado adequado para estudos exploratórios, permitindo identificar padrões gerais e tendências relevantes sobre o fenômeno investigado.

Com a amostra delimitada, o tópico seguinte apresenta o instrumento utilizado na coleta dos dados, com base na Teoria do Comportamento Planejado.

3.4 Instrumento de Coleta de Dados

Para a coleta de dados, foi utilizado o Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ-Br), adaptado ao contexto brasileiro por Cortez, Hauck-Filho e Salvador (2019). O instrumento foi aplicado por meio de formulário eletrônico do Google Forms, entre os meses de setembro e outubro de 2025.

O questionário foi composto por 20 afirmações organizadas nos quatro construtos da Teoria do Comportamento Planejado: atitude, normas subjetivas, controle comportamental percebido e intenção empreendedora.

Os itens foram avaliados em escala Likert de 10 pontos, variando de “discordo totalmente” (1) a “concordo totalmente” (10), o que permite captar nuances nas percepções e intenções dos participantes em relação ao comportamento empreendedor.

O formulário esteve disponível exclusivamente para discentes da UNILAB, com acesso restrito ao link: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfFd0bgA3y17aNmXhn9kpt-osId3hE6ymwzBgfjueLt7PBAA/viewform?usp=sharing&ouid=114286586058120268055> (atualmente encerrado para novas respostas).

A seguir, são apresentados e analisados os resultados obtidos a partir da aplicação do instrumento, em consonância com os construtos teóricos da pesquisa.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Este capítulo apresenta e interpreta os resultados obtidos a partir da aplicação do questionário *Entrepreneurial Intention Questionnaire* (EIQ-Br) junto aos estudantes da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) na UNILAB. A análise baseia-se nos quatro construtos da Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991): Atitude em relação ao comportamento empreendedor, Normas subjetivas, Controle comportamental percebido e Intenção empreendedora.

Os dados foram agrupados por nacionalidade e expressos em médias aritméticas, permitindo observar as tendências gerais de cada grupo. Em seguida, os resultados são discutidos à luz da literatura revisada, buscando compreender os fatores culturais, institucionais e psicossociais que influenciam o comportamento empreendedor dos estudantes.

Inicialmente, é analisado o construto referente à atitude em relação ao comportamento empreendedor

4.1 Análise do Construto: Atitude em Relação ao Comportamento Empreendedora

A atitude corresponde à avaliação geral, positiva ou negativa, que o indivíduo faz sobre a possibilidade de adotar determinado comportamento (Ajzen, 1991). No caso do empreendedorismo, representa o quanto o estudante considera desejável, viável e relevante o ato de empreender. Esse construto reflete crenças pessoais, experiências anteriores e percepções de valor social sobre o empreendedorismo, sendo considerado um dos principais preditores da intenção empreendedora. A Tabela 1 sintetiza as médias observadas por nacionalidade.

Tabela 1 – Médias do construto “Atitude em relação ao comportamento empreendedor”

País	Média Geral
Angola	7.55
Brasil	5.16
Cabo Verde	7.5
Guiné-Bissau	7.67
Moçambique	8
São Tomé e Príncipe	8.62

Fonte: Elaboração Própria (2025)

Os resultados revelam uma tendência positiva geral em relação ao empreendedorismo, com destaque para São Tomé e Príncipe (8.62), Moçambique (8,0), Guiné-Bissau (7,67) e Angola (7,55), que apresentaram médias superiores à média total de 7,18. Esses dados indicam que os estudantes africanos, em sua maioria, valorizam o empreendedorismo como instrumento de autonomia e desenvolvimento social, reforçando a visão de Schumpeter (1982), segundo a qual o empreendedor é agente de mudança social e inovação, sendo capaz de transformar contextos adversos em oportunidades de desenvolvimento

Entre os estudantes africanos, a atitude favorável pode ser interpretada como reflexo de realidades socioeconômicas que tornam o empreendedorismo uma via estratégica de ascensão e de contribuição comunitária. Cortez e Veiga (2019) argumentam que, em contextos marcados por restrições econômicas e oportunidades limitadas, a figura do empreendedor tende a ser socialmente valorizada como símbolo de autonomia e progresso coletivo. Essa visão é reforçada pelos valores culturais predominantes em sociedades de orientação comunitária, nas quais o sucesso individual é frequentemente associado ao benefício social mais amplo (Hofstede, 2001).

Em contraste, o grupo brasileiro (5,16) apresentou médias mais baixas, demonstrando atitudes mais moderadas e ambíguas em relação ao empreendedorismo. Tal resultado pode estar vinculado a fatores estruturais e culturais específicos, como a maior valorização do emprego público e formal e a percepção de riscos e incertezas associadas ao ato de empreender (Lima et al., 2016). Além disso, conforme observam Krueger, Reilly e Carsrud (2000), o contexto institucional e o suporte percebido exercem influência significativa sobre a formação de crenças positivas acerca da viabilidade empreendedora.

Outro aspecto relevante diz respeito à influência da formação acadêmica e da experiência prévia sobre a atitude empreendedora. Estudos apontam que a exposição a conteúdos de educação empreendedora e a vivências práticas de inovação contribuem para atitudes mais positivas, ampliando a percepção de utilidade e atratividade do comportamento empreendedor (Sánchez, 2011; Bae et al., 2014; Chói; Park, 2015). Nesse sentido, o ambiente multicultural da UNILAB, que reúne estudantes de diferentes nacionalidades e trajetórias, pode potencializar o intercâmbio de experiências e fortalecer a compreensão do empreendedorismo como prática de transformação social e intercultural.

Portanto, os resultados do construto “Atitude” confirmam que a avaliação positiva do ato de empreender é influenciada por fatores socioculturais, educacionais e institucionais. Enquanto os estudantes africanos tendem a valorizar o empreendedorismo como alternativa viável e socialmente significativa, os brasileiros revelam maior prudência, possivelmente em função de contextos econômicos mais estáveis e de expectativas profissionais distintas. Esses achados reforçam a proposição de Ajzen (1991) de que atitudes favoráveis são construídas a partir das crenças e percepções individuais sobre os resultados esperados do comportamento, constituindo o primeiro passo na formação da intenção empreendedora

Após examinar as atitudes empreendedoras, o próximo tópico aborda as normas subjetivas, que indicam a influência social percebida sobre o ato de empreender.

4.2 Análise do Construto: Normas Subjetivas

As normas subjetivas, conforme a Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991), representam a percepção do indivíduo sobre o quanto pessoas significativas em seu círculo social como familiares, amigos, professores ou colegas que aprovam ou desaprovam determinado comportamento. No caso do empreendedorismo, essa dimensão expressa o grau de influência social sobre a decisão de empreender, refletindo valores culturais, expectativas comunitárias e redes de apoio. A Tabela 2 apresenta as médias desse construto.

Tabela 2 – Médias do construto “Normas Subjetivas”

País	Média Geral
Angola	7.8
Brasil	7.32
Cabo Verde	9.5
Guiné-Bissau	9.44
Moçambique	9.0
São Tomé e Príncipe	8.37

Fonte: Elaboração Própria (2025)

Os resultados revelam médias elevadas para todos os grupos, demonstrando que os estudantes da CPLP percebem forte apoio social e incentivo ao comportamento empreendedor. As médias mais altas foram observadas em Cabo Verde (9,50) e Guiné-Bissau (9,44), seguidas de Moçambique (9,00). Esses valores indicam que, para a maioria dos estudantes africanos, o empreendedorismo é socialmente reconhecido e validado como um caminho legítimo de realização pessoal e contribuição coletiva.

Esse padrão corrobora os estudos de Hofstede (2001), que associam sociedades de orientação coletivista a níveis mais altos de influência social sobre decisões individuais. Em tais contextos, a aprovação da comunidade e da família exerce papel determinante na formação de intenções e comportamentos, especialmente quando o sucesso pessoal é interpretado como expressão de prestígio e pertencimento ao grupo. Assim, os resultados obtidos refletem não apenas crenças pessoais, mas também valores culturais compartilhados entre os estudantes dos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP).

Os achados também convergem com as análises de Cortez e Veiga (2019), que destacam o papel das redes de apoio e da identidade comunitária como elementos propulsores da intenção empreendedora entre jovens africanos e latino-americanos. Segundo os autores, o reconhecimento simbólico da figura do empreendedor, aliado ao suporte emocional da comunidade, reforça a autoconfiança e a motivação para empreender, mesmo diante de contextos econômicos desafiadores. Dessa forma, a norma subjetiva atua como um mediador social positivo, compensando limitações materiais e estruturais.

No caso brasileiro, a média de 7,32 também demonstra percepção de apoio social, embora em grau inferior aos países africanos. Essa diferença pode estar associada a aspectos

culturais mais individualistas, nos quais o empreendedorismo é interpretado como uma escolha pessoal e não como expectativa coletiva (Teixeira; Davey, 2010). Além disso, Lima et al. (2016) apontam que, em contextos onde prevalecem a instabilidade econômica e a incerteza de mercado, as redes sociais tendem a oferecer apoio mais simbólico do que prático, o que pode limitar o impacto das normas subjetivas sobre a intenção de empreender.

A importância desse construto é amplamente reconhecida pela literatura internacional. Krueger e Carsrud (1993) destacam que a norma subjetiva atua como vetor de legitimação do comportamento empreendedor, enquanto Liñán et al. (2011) demonstram que a presença de modelos de referência como familiares ou líderes locais empreendedores, fortalece a predisposição a empreender. Essa influência é particularmente marcante em grupos socialmente coesos, como as comunidades dos PALOP representadas na UNILAB, nas quais o empreendedorismo se configura também como expressão de identidade e pertencimento cultural.

Diante disso, os resultados sugerem que as normas subjetivas exercem papel central na formação da intenção empreendedora dos estudantes da CPLP. O elevado apoio percebido nos grupos africanos reforça a relevância das redes de sociabilidade, dos vínculos familiares e das expectativas comunitárias como fatores motivadores do comportamento empreendedor. Assim, políticas universitárias e programas de educação empreendedora que incorporem e fortaleçam essas redes por meio de parcerias com associações estudantis, comunidades de origem e iniciativas coletivas, tendem a potencializar o impacto positivo das normas subjetivas e a consolidar o empreendedorismo como prática social e intercultural legítima.

Em continuidade, a análise seguinte discute o controle comportamental percebido, ou seja, o nível de confiança e de capacidade percebida para empreender.

4.3 Análise do Construto: Controle Comportamental Percebido

O controle comportamental percebido, segundo Ajzen (1991), refere-se à percepção do indivíduo sobre sua capacidade de executar um comportamento específico, considerando os recursos, habilidades e oportunidades disponíveis. No contexto do empreendedorismo, esse construto indica o nível de autoconfiança e percepção de domínio que o estudante possui sobre o processo de criação e gestão de um negócio. Trata-se, portanto, de um fator determinante não apenas para a formação da intenção empreendedora, mas também para a conversão dessa intenção em ação efetiva. A Tabela 3 mostra as médias obtidas por nacionalidade.

Tabela 3 – Médias do construto “Controle Comportamental Percebido”

País	Média Geral
Angola	5.55
Brasil	2.26
Cabo Verde	4.0
Guiné-Bissau	4.22
Moçambique	5.25
São Tomé e Príncipe	5.63

Fonte: Elaboração Própria (2025)

Os resultados demonstram que o controle comportamental percebido foi o construto com menor desempenho geral entre os avaliados, revelando limitações na percepção de capacidade para empreender. As médias mais altas foram observadas em São Tomé e Príncipe (5,63), Angola (5,55) e Moçambique (5,25), o que indica uma autoconfiança moderada quanto à habilidade de iniciar e administrar um negócio. Em contrapartida, o grupo brasileiro (2,26) apresentou a média mais baixa, evidenciando baixa percepção de controle e autossuficiência em relação à atividade empreendedora.

Esses achados dialogam com a concepção de autoeficácia proposta por Bandura (1977), que descreve a crença do indivíduo em sua própria capacidade de organizar e executar ações necessárias para alcançar determinados objetivos. Na perspectiva da Teoria do Comportamento Planejado (AJZEN, 1991), quanto maior o controle percebido, maior é a probabilidade de que a intenção se transforme em comportamento efetivo. Dessa forma, médias reduzidas indicam que, ainda que os estudantes reconheçam o valor do empreendedorismo, muitos duvidam de sua própria competência para implementá-lo na prática.

Entre os estudantes africanos, as médias intermediárias podem refletir tanto a falta de experiência prévia quanto as barreiras estruturais enfrentadas como limitações de acesso a crédito, burocracia e escassez de oportunidades formais (Hernández-López; Moncada-Toro; Henao-Colorado, 2018). Tais fatores impactam negativamente o sentimento de controle e podem gerar insegurança quanto à viabilidade de empreender, especialmente em contextos de vulnerabilidade socioeconômica. Ainda assim, a presença de redes comunitárias e o reconhecimento social do empreendedorismo, conforme discutido no construto anterior,

parecem atenuar parte dessas dificuldades, funcionando como fontes de encorajamento simbólico.

No caso dos estudantes brasileiros, o baixo controle percebido pode estar relacionado à ausência de vivências práticas de empreendedorismo durante a formação acadêmica e à percepção de instabilidade econômica nacional. Conforme Cortez, Veiga e Sousa (2019), estudantes com maior envolvimento em atividades extracurriculares, como programas de extensão, feiras de inovação e projetos de iniciação científica, apresentam índices mais elevados de controle percebido, justamente por associarem a prática à experiência concreta de superação de desafios. Assim, a falta dessas oportunidades no ambiente universitário pode limitar o desenvolvimento de competências empreendedoras e reduzir a autoconfiança.

Os resultados também corroboram a análise de Krueger et al. (2000), segundo a qual o controle comportamental percebido é um mediador essencial entre a intenção e o comportamento. Mesmo diante de atitudes positivas e normas subjetivas favoráveis, a ausência de autoconfiança e de percepção de domínio tende a dificultar a implementação de intenções empreendedoras. Dessa forma, o controle percebido constitui o elo crítico que transforma o desejo de empreender em ação concreta.

Para Canever et al. (2013) e García (2014), o fortalecimento dessa percepção depende diretamente de ações institucionais e pedagógicas, como programas de mentoria, incubadoras universitárias e oficinas de capacitação. Essas estratégias não apenas transmitem conhecimento técnico, mas também promovem experiências de sucesso simbólico, essenciais para ampliar a percepção de viabilidade e o senso de autossuficiência. Nesse sentido, a UNILAB possui papel estratégico ao oferecer um ambiente de aprendizagem multicultural capaz de estimular a prática empreendedora em condições diversas e desafiadoras.

Em síntese, os resultados do construto “Controle Comportamental Percebido” indicam que, embora os estudantes reconheçam a importância do empreendedorismo, a percepção de competência pessoal ainda é limitada, especialmente entre os brasileiros. Isso evidencia a necessidade de fortalecer políticas de educação empreendedora que aliem teoria e prática, promovendo vivências reais, orientação continuada e suporte institucional. Ao desenvolver o controle percebido, a universidade contribui não apenas para elevar a intenção empreendedora, mas também para torná-la executável e sustentável, conforme defendem Ajzen (1991) e Bandura (1977).

Com base nesses resultados, passa-se à análise da intenção empreendedora, que integra os três construtos anteriores e representa a predisposição efetiva para empreender.

4.4 Análise do Construto: Intenção Empreendedora

A intenção empreendedora é definida como a disposição consciente do indivíduo em direcionar esforços e recursos para iniciar um novo negócio no futuro. De acordo com Ajzen (1991), a intenção representa o elo direto entre os fatores cognitivos e o comportamento efetivo, sendo moldada pelos três determinantes da Teoria do Comportamento Planejado (TCP): atitude, normas subjetivas e controle comportamental percebido. No campo do empreendedorismo, a intenção é reconhecida como o melhor preditor do comportamento empreendedor (Krueger; Reilly; Carsrud, 2000), uma vez que a decisão de empreender é precedida por planejamento e reflexão. A Tabela 4 mostra as médias obtidas por nacionalidade.

Tabela 4 –Médias do construto “Intenção empreendedora”

País	Média Geral
Angola	7.10
Brasil	4.62
Cabo Verde	6.00
Guiné-Bissau	7.64
Moçambique	7.13
São Tomé e Príncipe	7.47

Fonte: Elaboração Própria (2025)

Os resultados revelam que os estudantes dos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP) apresentaram médias mais elevadas de intenção empreendedora, com destaque para Guiné-Bissau (7,64), São Tomé e Príncipe (7,47) e Moçambique (7,13). Esses dados sugerem uma forte disposição para empreender, refletindo não apenas crenças pessoais de autossuperação, mas também o papel das redes sociais e comunitárias que incentivam o empreendedorismo como meio de mobilidade social e transformação coletiva (Cortez; Veiga, 2019).

Os resultados também indicam coerência com os construtos anteriores: países que apresentaram altas médias de atitude e normas subjetivas tendem igualmente a apresentar altos níveis de intenção empreendedora, o que confirma os pressupostos de Ajzen (1991). Essa

relação entre crenças positivas, apoio social e intenção reflete o funcionamento integrado da TCP, conforme demonstrado empiricamente por Liñán e Chen (2009) em estudos transculturais.

A elevada intenção empreendedora entre os estudantes africanos pode ser compreendida à luz das condições socioeconômicas e culturais que marcam suas trajetórias. Conforme observam Cortez e Veiga (2019), em contextos onde o emprego formal é escasso e as redes de apoio têm caráter comunitário, o empreendedorismo tende a ser valorizado como instrumento de autonomia e resiliência. Além disso, as comunidades africanas, geralmente mais coletivistas (Hofstede, 2001), promovem o sentimento de corresponsabilidade e legitimação social, o que contribui para sustentar a intenção de empreender, mesmo diante de recursos limitados.

No caso dos estudantes brasileiros (4,62), a intenção empreendedora apresentou-se significativamente menor. Esse resultado pode refletir a influência de um ambiente cultural mais individualista e institucionalizado, no qual o empreendedorismo é percebido como uma alternativa de risco em comparação a carreiras formais (Teixeira; Davey, 2010). Segundo Lima et al. (2016), as intenções empreendedoras de universitários brasileiros estão frequentemente condicionadas à estabilidade financeira e à percepção de segurança ocupacional, o que reduz a disposição de assumir riscos.

É importante ressaltar que, embora o grupo brasileiro tenha apresentado médias inferiores, o valor médio (4,62) ainda representa uma intenção positiva, o que demonstra potencial de engajamento quando apoiado por iniciativas educacionais. Conforme Sánchez (2011) e Chói e Park (2015), programas de educação empreendedora aumentam significativamente a intenção de empreender ao estimular o autoconhecimento, o pensamento crítico e a confiança na própria capacidade. Portanto, políticas universitárias voltadas para a aprendizagem experiencial e o desenvolvimento de competências práticas podem ampliar o controle percebido e fortalecer as intenções empreendedoras também entre os brasileiros.

Os dados apresentados convergem ainda com os achados de Krueger et al. (2000) e Cortez; Hauck-Filho; Salvador (2019), que verificaram a forte influência dos fatores cognitivos e sociais sobre a intenção de empreender em estudantes universitários. Esses autores ressaltam que a intenção empreendedora não surge de forma espontânea, mas é construída gradualmente, à medida que o indivíduo reconhece oportunidades, internaliza valores empreendedores e desenvolve confiança para agir.

Em síntese, os resultados do construto “Intenção Empreendedora” evidenciam que o empreendedorismo é percebido de forma mais intensa e positiva pelos estudantes africanos, nos quais a intenção reflete tanto uma motivação individual quanto uma expectativa social. Já entre

os estudantes brasileiros, a intenção aparece mais moderada, condicionada por fatores econômicos e institucionais. Essa diferença reafirma o papel da cultura, das crenças e do contexto educativo como determinantes da intenção empreendedora, conforme defendido por Ajzen (1991), Liñán e Chen (2009) e Cortez e Veiga (2019).

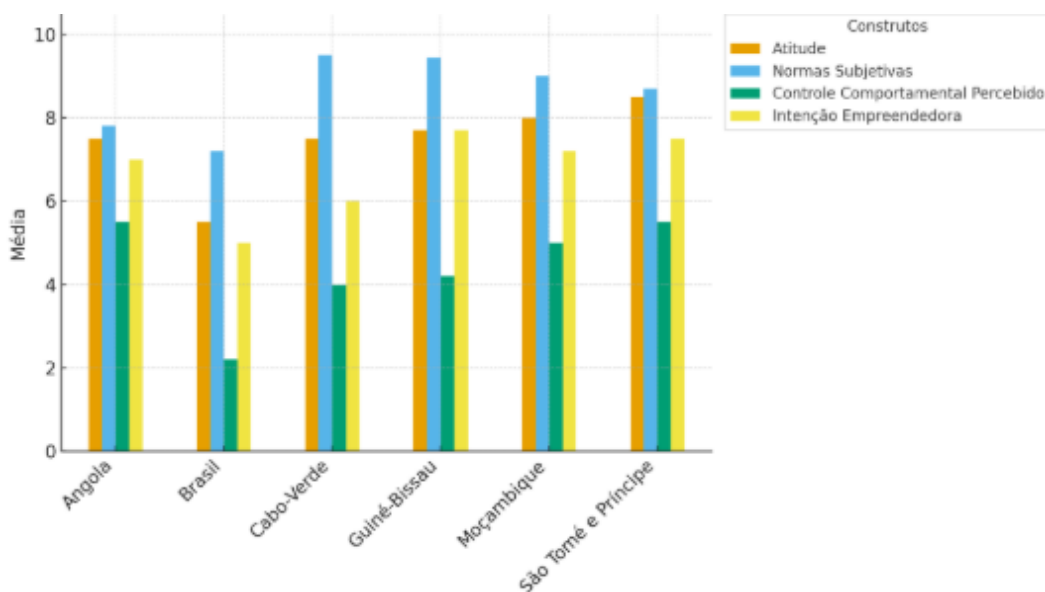
Após a apresentação individual de cada construto, a seção seguinte sintetiza os resultados de forma integrada, destacando os padrões gerais observados.

4.5 Síntese Integrada dos Resultados

A análise conjunta dos resultados evidencia a consistência do modelo teórico proposto por Ajzen (1991) na explicação da intenção empreendedora entre os estudantes da UNILAB. Os três construtos antecedentes que são a atitude, normas subjetivas e controle comportamental percebido, mostraram-se positivamente associados à intenção empreendedora, ainda que com intensidades distintas conforme o contexto sociocultural de cada grupo.

A análise integrada dos quatro construtos permite uma visão comparativa das percepções empreendedoras entre os estudantes da CPLP na UNILAB.

Gráfico 1 - Comparativo dos Construtos da TCP e a Intenção Empreendedora por País



Fonte: Elaboração Própria (2025)

De modo geral, as médias elevadas nos construtos Atitude e Normas Subjetivas confirmam a predominância de crenças favoráveis ao empreendedorismo e de apoio social percebido, especialmente entre os estudantes africanos. Esses resultados sugerem que o empreendedorismo é visto não apenas como alternativa econômica, mas também como estratégia de emancipação social, um meio de transformar adversidades estruturais em oportunidades de desenvolvimento pessoal e coletivo. Tal perspectiva encontra respaldo em Schumpeter (1982), que define o empreendedor como agente de mudança e inovação, e em Cortez e Veiga (2019), para quem o empreendedorismo nos países africanos assume também função social e comunitária.

O destaque dos países africanos em Normas Subjetivas com médias acima de 9 em Cabo Verde, Guiné-Bissau e Moçambique, confirma a influência de valores coletivistas, nos quais o reconhecimento e o encorajamento social são determinantes para a formação de intenções comportamentais. Segundo Hofstede (2001), culturas coletivistas priorizam o pertencimento e a aprovação do grupo, o que explica a força do apoio comunitário como motivador da intenção empreendedora. Nesse sentido, o ambiente social dos estudantes africanos parece oferecer reforço simbólico e emocional ao ato de empreender, fortalecendo o vínculo entre motivação individual e compromisso social.

Por outro lado, o construto Controle Comportamental Percebido apresentou as médias mais baixas do conjunto, evidenciando uma lacuna entre intenção e ação empreendedora. Esse resultado é coerente com o conceito de autoeficácia de Bandura (1977), segundo o qual a percepção de capacidade pessoal é crucial para transformar intenções em comportamentos efetivos. Conforme Krueger e Carsrud (1993) e Liñán e Chen (2009), o controle percebido funciona como um mecanismo de mediação que define se a intenção resultará, de fato, em comportamento empreendedor. Assim, mesmo diante de atitudes e normas favoráveis, a ausência de autoconfiança e de percepção de viabilidade pode impedir a concretização do ato de empreender.

A diferença entre os grupos nacionais é igualmente significativa. Os estudantes africanos apresentaram resultados superiores em quase todos os construtos, sugerindo que fatores culturais e contextuais influenciam fortemente o processo cognitivo de formação da intenção empreendedora. As elevadas atitudes positivas e o apoio social percebido nos países africanos indicam uma maior predisposição ao empreendedorismo como meio de superação de limitações estruturais, conforme apontam Cortez e Veiga (2019) e Lima et al. (2016). Já entre os estudantes brasileiros, as médias mais baixas nos construtos de atitude (5,16) e controle percebido (2,26) refletem a influência de um contexto econômico e institucional distinto, no

qual prevalecem valores de estabilidade profissional e percepção de risco em relação à atividade empreendedora (Teixeira; Davey, 2010).

Essas diferenças também ressaltam o papel da educação empreendedora como instrumento de equidade e empoderamento. Estudos de Sánchez (2011), Chói e Park (2015) e Canever et al. (2013) apontam que metodologias baseadas em práticas de inovação, projetos reais e mentorias contribuem para o desenvolvimento de competências empreendedoras e para o fortalecimento do controle percebido. No contexto da UNILAB, cuja missão institucional envolve a cooperação solidária entre o Brasil e os países africanos, essas iniciativas adquirem significado ainda mais amplo, pois possibilitam a troca intercultural de saberes e a construção coletiva de experiências de empreendedorismo social e sustentável.

A integração dos construtos analisados permite confirmar a validade da Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991) como modelo explicativo do fenômeno estudado. As atitudes positivas refletem o reconhecimento do valor social e econômico do empreendedorismo. As normas subjetivas demonstram o papel do contexto social e cultural no estímulo à ação e o controle comportamental percebido revela a importância da confiança pessoal e das condições objetivas para a realização da intenção. A interação desses fatores confirma que a intenção empreendedora é um processo multifacetado, no qual aspectos cognitivos, culturais e institucionais se entrelaçam para moldar o comportamento do indivíduo.

Portanto, os resultados apontam para a necessidade de políticas educacionais e institucionais voltadas ao fortalecimento das competências empreendedoras entre os estudantes, especialmente no eixo do controle percebido. Tais políticas devem incluir ações práticas de capacitação, estímulo à autoconfiança, promoção de redes colaborativas e valorização da diversidade cultural. Ao fomentar o empreendedorismo em um contexto multicultural como o da UNILAB, contribui-se não apenas para o desenvolvimento econômico, mas também para a formação de sujeitos autônomos, críticos e socialmente comprometidos, capazes de transformar o conhecimento em prática transformadora e solidária.

Com base nas evidências obtidas, o capítulo seguinte apresenta as considerações finais, refletindo sobre as contribuições teóricas, práticas e limitações do estudo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como objetivo analisar a intenção empreendedora entre estudantes universitários da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) na UNILAB, à luz da Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991). Os resultados permitiram compreender de forma descritiva como os três construtos da teoria que são a atitude, norma subjetiva e controle comportamental percebido, se manifestam entre os diferentes grupos e como se relacionam com a intenção de empreender.

De modo geral, observou-se que as médias mais elevadas de atitude e controle comportamental percebido estiveram associadas aos níveis mais altos de intenção empreendedora, em consonância com os pressupostos da Teoria do Comportamento Planejado. Essa tendência sugere que quanto mais positiva é a percepção dos estudantes sobre o ato de empreender e quanto maior é o sentimento de autoconfiança e capacidade percebida, mais fortes se tornam suas intenções de abrir um negócio. No entanto, como a análise foi de natureza descritiva, tais relações devem ser interpretadas com cautela e vistas como indicativas, não conclusivas.

Constatou-se ainda que os estudantes dos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP) demonstraram atitudes mais favoráveis e perceberam maior apoio social para empreender do que os estudantes brasileiros. Esse resultado evidencia uma dimensão cultural e comunitária mais presente nos contextos africanos, em que o empreendedorismo é frequentemente compreendido como instrumento de progresso coletivo e superação de vulnerabilidades socioeconômicas. Por outro lado, o controle comportamental percebido foi o construto com menor média em quase todos os grupos, indicando a presença de barreiras práticas, estruturais e institucionais que dificultam a conversão das intenções em ações empreendedoras concretas.

Esses achados reforçam a importância de políticas universitárias que incentivem uma formação empreendedora intercultural e inclusiva, capaz de integrar capacitação técnica, desenvolvimento pessoal e apoio institucional. Iniciativas como programas de mentoria, acesso a financiamento, incubadoras, laboratórios de inovação e eventos de integração internacional podem fortalecer a confiança e a percepção de controle dos estudantes diante do desafio de empreender.

Limitações do estudo: deve-se reconhecer que a amostra utilizada, composta por 70 participantes obtidos por conveniência e pelo método de amostragem “bola de neve”

(snowball), não permite a generalização estatística dos resultados. Além disso, a ausência de análises inferenciais limita a capacidade de testar a significância das relações entre os construtos da TCP. Ainda assim, os resultados descritivos oferecem indícios relevantes e coerentes com a literatura, servindo como ponto de partida para investigações futuras.

Por fim, recomenda-se que pesquisas subsequentes ampliem a amostra, incluam análises estatísticas mais robustas e incorporem abordagens qualitativas, de modo a compreender mais profundamente como fatores migratórios, redes de apoio e experiências de vida moldam as intenções e comportamentos empreendedores entre os jovens da CPLP. Assim, este estudo contribui para o avanço teórico e prático do campo do empreendedorismo universitário, fornecendo subsídios à promoção de uma educação empreendedora globalmente sensível, culturalmente diversa e socialmente transformadora.

REFERÊNCIAS

- AJZEN, I. **The theory of planned behavior.** *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, v. 50, n. 2, p. 179–211, 1991. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/074959789190020T?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 2 out 2025.
- BAE, T. J. *et al.* **The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review.** *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 38, n. 2, p. 217–254, 2014. Disponível em: https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/etap.12095?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 2 out 2025.
- BANDURA, A. **Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change.** *Psychological Review*, v. 84, n. 2, p. 191–215, 1977. Disponível em: https://educational-innovation.sydney.edu.au/news/pdfs/Bandura%201977.pdf?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 2 out 2025.
- CANTENER, M. D. *et al.* **O papel das universidades no desenvolvimento da intenção empreendedora: evidências de uma IES pública.** *Revista de Administração Pública*, v. 47, n. 6, p. 1473–1496, 2013.
- CHÓI, D.; PARK, J. **A study on the influence of university education on entrepreneurial intention.** *Journal of Entrepreneurship Education*, v. 18, n. 1, p. 29–44, 2015.
- CORTEZ, P. A.; HAUCK-FILHO, N. **Instrumentos de avaliação de intenção empreendedora: uma revisão de literatura.** *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, v. 16, n. 30, p. 17–35, 2020. DOI: 10.18270/cuaderlam.v16i30.3023.
- CORTEZ, P. A.; HAUCK-FILHO, N.; SALVADOR, J. F. **Teoria do Comportamento Planejado e intenção empreendedora entre universitários: uma análise psicométrica da EIQBr.** *Revista Avaliação Psicológica*, v. 18, n. 1, p. 54–63, 2019.
- CORTEZ, P. A.; VEIGA, H. M. S. **Intenção empreendedora na universidade.** *Ciencias Psicológicas*, v. 13, n. 1, p. 134–149, 2019. DOI: 10.22235/cp.v13i1.1815. Disponível em: https://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S168842212019000100134&script=sci_arttext&utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 4 out 2025.
- CORTEZ, P. A.; VEIGA, H. M. S.; SOUSA, D. G. **Intenção empreendedora entre universitários brasileiros: análise a partir da Teoria do Comportamento Planejado.** *Revista Psicologia: Teoria e Prática*, v. 21, n. 3, p. 70–86, 2019.
- DEL MAR, F.; DAVIDSSON, P. **Arriving at the high-growth firm.** *Journal of Business Venturing*, v. 18, n. 2, p. 189–216, 2000.
- GARCÍA, M. C. **Impacto de la educación empreendedora en las competencias de los estudiantes universitarios.** *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, v. 23, n. 2, p. 75–81, 2014.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GÜROL, Y.; ATSAN, N. **Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey.** *Education + Training*, v. 48, n. 1, p. 25–38, 2006. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/240959653_Entrepreneurial_characteristics_amongs

t_university_students_Some_insights_for_entrepreneurship_education_and_training_in_Turkey?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 5 out 2025.

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

HERNÁNDEZ-LÓPEZ, A. M.; MONCADA-TORO, I.; HENAO-COLORADO, A. **Emprendimiento universitario en contextos latinoamericanos: barreras y oportunidades**. *Revista Estudios Gerenciales*, v. 34, n. 147, p. 367–377, 2018.

HOFSTEDE, G. **Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations**. 2. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2001. Disponível em:

https://us.sagepub.com/enus/nam/culturesconsequences/book9710?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 5 out 2025.

KRUEGER, N. F.; CARSRUD, A. L. **Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour**. *Entrepreneurship & Regional Development*, v. 5, n. 4, p. 315–330, 1993.

KRUEGER, N. F. *et al.* **Competing models of entrepreneurial intentions**. *Journal of Business Venturing*, v. 15, n. 5–6, p. 411–432, 2000.

LANERO, A. *et al.* **The impact of entrepreneurship education in European universities: An intention-based approach**. *Education + Training*, v. 53, n. 8/9, p. 733–751, 2011.

LIMA, S. H. O. *et al.* **Modelagem de intenção empreendedora de estudantes universitários usando equações estruturais**. *Pretexto*, v. 17, n. 2, p. 42–65, 2016. DOI: 10.21714/pretexto.v17i2.2772. Disponível em:

https://revista.fumec.br/index.php/pretexto/article/view/2772?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 7 out 2025.

LIÑÁN, F.; CHEN, Y. W. **Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions**. *International Entrepreneurship and Management Journal*, v. 5, n. 3, p. 593–617, 2009.

LIÑÁN, F. *et al.* **Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education**. *International Entrepreneurship and Management Journal*, v. 7, n. 2, p. 195–218, 2011.

Disponível em: https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-010-0154-z?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 10 out 2025.

MARTINS, A. M. *et al.* **Intenção empreendedora em estudantes de administração: uma análise baseada na Teoria do Comportamento Planejado**. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v. 3, n. 2, p. 40–63, 2014.

PAÇO, A. *et al.* **Entrepreneurship education and the intentions of Portuguese secondary students**. *Education + Training*, v. 53, n. 5, p. 450–462, 2011.

SÁNCHEZ, J. **The impact of an entrepreneurship education program on entrepreneurial competencies and intention**. *Journal of Small Business Management*, v. 49, n. 3, p. 408–428, 2011.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1982. (Os Economistas).

TEIXEIRA, A. A. C.; DAVEY, T. **Attitudes of higher education students to new venture creation: a preliminary approach to the Portuguese case**. *Industry and Higher Education*, v. 24, n. 5, p. 323–332, 2010.

APÊNDICE A – FORMULÁRIO:

Intenção empreendedora entre jovens universitários da CPLP

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa “Intenção Empreendedora entre Jovens Universitários da CPLP”, conduzida por **Aloísio Antônio Mache Tavares**, estudante do Curso de Administração Pública da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (Unilab), sob orientação do professor **Dr. Sérgio Lima**. O objetivo da pesquisa é avaliar a intenção empreendedora entre jovens estudantes universitários da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP) e os fatores que a influenciam.

Participação na pesquisa:

- Sua participação é voluntária e consiste em responder a um questionário online.
- Você pode desistir de participar a qualquer momento, sem qualquer prejuízo.

Confidencialidade e privacidade:

- As respostas serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos e analisadas de forma anônima.
- Nenhuma informação pessoal será revelada ou associada à identidade do participante.

Riscos e benefícios:

- Não há riscos associados à participação.
- Nenhum benefício financeiro será oferecido, entretanto, sua colaboração é essencial para o desenvolvimento de pesquisas sobre empreendedorismo universitário.

Caso tenha dúvidas, você pode entrar em contato com o pesquisador responsável: **aloisiomachetavares@gmail.com**.

1. Você leu e compreendeu as informações acima e concorda em participar da pesquisa?

☐ Sim

☐ Não

SEÇÃO 2

Nos itens que se seguem, indique na escala o seu grau de concordância/discordância, sendo 0 = “discordo totalmente” e 10 = “concordo totalmente”.

2. Ser empreendedor implicaria mais vantagens que desvantagens para mim.

[0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10]

3. Ser empreendedor está totalmente sob meu controle.

[0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10]

4. Estou pronto para fazer qualquer coisa para ser empreendedor.

[0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10]

5. Ser empreendedor é uma escolha de carreira desejável para mim.

[0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10]

6. Meus amigos apoiariam a decisão de eu me tornar empreendedor.

[0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10]

7. Tenho as habilidades necessárias para iniciar um negócio.

[0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10]

8. Minha meta profissional é tornar-me empreendedor.

[0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10]

SEÇÃO 3

Nos itens que se seguem, indique o seu grau de concordância/discordância, sendo 0 = “discordo totalmente” e 10 = “concordo totalmente”.

9. Sei como desenvolver um negócio com sucesso.

[0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10]

10. Estou determinado a criar uma empresa no futuro.

[0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10]

11. Para mim, ser empreendedor seria fácil.

[0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10]

12. Sei como transformar ideias em negócios reais.

[0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10]

13. Ser empreendedor me traria grande satisfação pessoal.

[0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10]

14. Pessoas importantes para mim apoiariam a decisão de eu me tornar empreendedor.

[0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10]

15. Se eu tentasse iniciar uma empresa, teria uma grande probabilidade de sucesso.

[0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10]

SEÇÃO 4

16. Se tivesse oportunidade e recursos, adoraria iniciar uma empresa.

[0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10]

17. Sei como desenvolver um projeto criativo.

[0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10]

18. Sei identificar novas oportunidades de negócio.

[0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10]

19. Minha família apoiaria a decisão de eu me tornar empreendedor.

[0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10]

20. Uma carreira como empreendedor é atraente para mim.

[0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10]

21. Tenho intenção de iniciar uma empresa em algum dia.

[0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10]

SEÇÃO 5 – DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS

22. Idade (apenas números): _____

23. Gênero:

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino
- ☐ Prefiro não informar

24. País de origem:

- ☐ Brasil
- ☐ Portugal
- ☐ Cabo Verde
- ☐ Angola
- ☐ Guiné-Bissau
- ☐ Moçambique
- ☐ São Tomé e Príncipe
- ☐ Timor-Leste
- ☐ Outro: _____

25. Curso:

- ☐ Administração Pública
- ☐ Agronomia
- ☐ Antropologia
- ☐ Bacharelado em Humanidades (BHU)
- ☐ Ciências Biológicas – Licenciatura
- ☐ Ciências da Natureza e Matemática
- ☐ Enfermagem
- ☐ Engenharia de Alimentos
- ☐ Engenharia da Computação
- ☐ Engenharia de Energias
- ☐ Farmácia
- ☐ Física
- ☐ História
- ☐ Letras – Língua Portuguesa
- ☐ Letras – Língua Inglesa

- ☐ Licenciatura em Educação Escolar Quilombola
- ☐ Licenciatura Intercultural Indígena
- ☐ Matemática – Licenciatura
- ☐ Medicina
- ☐ Pedagogia – Licenciatura
- ☐ Química – Licenciatura
- ☐ Serviço Social
- ☐ Sociologia – Licenciatura

26. Semestre que está cursando (se estiver cursando mais de um, considere aquele com mais disciplinas):

- ☐ 1º ☐ 2º ☐ 3º ☐ 4º ☐ 5º
- ☐ 6º ☐ 7º ☐ 8º ☐ 9º ☐ 10º

27. Renda familiar: escolha a faixa que mais se aproxima da realidade da sua família, convertida para reais (R\$):

- ☐ Até R\$ 1.500,00
- ☐ De R\$ 1.501,00 a R\$ 3.000,00
- ☐ De R\$ 3.001,00 a R\$ 4.500,00
- ☐ De R\$ 4.501,00 a R\$ 7.500,00
- ☐ De R\$ 7.501,00 a R\$ 12.000,00
- ☐ Acima de R\$ 12.000,00