



Educação e Intenção Empreendedora no Ensino Superior Brasileiro: Uma Análise Multidimensional de Formatos Curriculares, Modelos Cognitivo-Emocionais e Ecossistemas de Suporte

Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intention in Brazilian Higher Education: A Multidimensional Analysis of Curricular Formats, Cognitive-Emotional Models, and Support Ecosystems

Danielle de Cássia da Silva Malcher Lobato

Mestra em Gestão Pública (UFPA) e Professora no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA)

Libna Hayka Leandro Casais

Estudante Técnica em Administração e Bolsista de Projeto de Pesquisa no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA)

Thiago Lobato Rodrigues

Técnico Administrativo no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA)

Rita de Cássia Malcher da Silva

Mestranda em Segurança Pública na Universidade Federal do Pará (UFPA)

Resumo: A relação entre a educação empreendedora (EE) e a intenção empreendedora (IE) constitui um campo de investigação dinâmico e cercado por debates sobre sua real eficácia pedagógica. Este estudo analisa a produção científica recente e dados empíricos integrados sobre o tema no ensino superior brasileiro. Metodologicamente, adota-se uma abordagem descritiva e explicativa com base em quatro delineamentos empíricos robustos: estudos quase-experimentais com análise pré/pós, modelagem de equações estruturais, regressão múltipla multivariada e modelos de regressão Probit ordenados. Os resultados revelam que as disciplinas eletivas exercem impactos significativamente positivos sobre atitudes, competências, autoeficácia e intenções, enquanto disciplinas obrigatórias em massa registram efeitos neutros ou até negativos sobre os antecedentes da intenção. Adicionalmente, valida-se o papel mediador do desejo e da autoeficácia na tradução do aprendizado em intenção, além de delimitar as diferenças determinantes entre o empreendedorismo por necessidade (clássico) e o intraempreendedorismo. Conclui-se que a eficácia da educação empreendedora reside no alinhamento entre a motivação intrínseca do discente, abordagens práticas vivenciais (“mão na massa”) e ecossistemas universitários integrados de suporte.

Palavras-chave: educação empreendedora; intenção empreendedora; teoria do comportamento planejado; ensino superior; multidimensionalidade.

Abstract: The relationship between entrepreneurship education (EE) and entrepreneurial intention (EI) is a dynamic field of research surrounded by debates regarding its actual pedagogical effectiveness. This paper analyzes recent scientific literature and integrated empirical data on this subject within Brazilian higher education. Methodologically, a descriptive and explanatory approach is adopted based on four robust empirical designs: quasi-experimental pre/post analysis, structural equation modeling, multivariate multiple

regression, and ordered Probit regression models. The findings reveal that elective courses exert significantly positive impacts on attitudes, skills, self-efficacy, and intentions, whereas mass mandatory courses show neutral or even negative effects on the antecedents of intention. Additionally, the mediating roles of desire and self-efficacy in translating learning into intention are validated, alongside clarifying the determining differences between necessity-driven entrepreneurship and intrapreneurship. We conclude that the effectiveness of entrepreneurship education lies in the alignment of students' intrinsic motivation, practical experiential learning ("hands-on" approach), and integrated university ecosystems of support.

Keywords: entrepreneurship education; entrepreneurial intention; theory of planned behavior; higher education; multidimensionality.

INTRODUÇÃO

As transformações econômicas e sociais intensificadas a partir da década de 1980 foram marcadas, entre outros fatores, pela redução de empregos em grandes organizações e pela ampliação de oportunidades de trabalho em pequenas e médias empresas (Sanabio & David, 2006; Landström *et al.*, 2011; Vieira *et al.*, 2011; Gomes *et al.*, 2013; Baggio & Baggio, 2014; Fiates, 2014; Fiates, 2018; Silva *et al.*, 2019). Esse novo cenário contribuiu para o crescente interesse de estudantes de graduação pelo processo de criação e gestão de novos negócios. Em resposta a esse novo contexto, as universidades americanas e, a seguir, as europeias passaram a oferecer disciplinas relacionadas ao empreendedorismo.

Para responder às demandas de fomento socioeconômico, as instituições de ensino superior (IES) integraram de forma progressiva a educação empreendedora (EE) às suas matrizes curriculares (Lundström & Stevenson, 2005; Seikkula-Leino, 2011; Vieira *et al.*, 2011; Vieira *et al.*, 2012; Pereira & Machado, 2013). Historicamente inspirada no modelo norte-americano anglo-saxão, centrado em competências técnicas instrumentais e na elaboração mecânica de planos de negócios, a EE no Brasil tem passado por um amadurecimento epistemológico e pedagógico. Gradualmente, o campo tem incorporado a vertente europeia-continental de ensino, de base humanista e orientada pela teoria da motivação. Esse modelo foca no desenvolvimento amplo de atitudes, competências comportamentais de autonomia, proatividade, flexibilidade e resiliência frente aos desafios complexos da contemporaneidade.

A premissa fundamental que orienta as pesquisas do campo estabelece que empreender é um comportamento consciente e planejado (Krueger *et al.*, 2000). Portanto, a intenção empreendedora do estudante não é meramente uma predisposição nata, mas sim um constructo moldável pelas experiências formativas, cognitivas, emocionais e contextuais vivenciadas no âmbito universitário. Apesar da vasta literatura acumulada, persiste na comunidade acadêmica internacional o chamado "dilema da eficácia" da educação empreendedora. Os estudos empíricos apresentam resultados profundamente conflitantes: enquanto uma parte da literatura aponta impactos diretos e significativamente positivos da educação sobre as atitudes e intenções dos discentes, outras investigações demonstram efeitos estatisticamente nulos ou mesmo negativos.

Essa inconsistência decorre de três lacunas metodológicas e teóricas principais: primeiro, a escassez de desenhos de pesquisa robustos quase-experimentais com mensuração antes/depois (pré/pós), capazes de isolar o impacto pedagógico real e mitigar o viés de autosseleção; segundo, a negligência conceitual acerca do impacto diferenciado gerado por formatos curriculares distintos, especificamente na comparação entre disciplinas eletivas (escolhidas voluntariamente) e obrigatórias (impostas curricularmente); e terceiro, a necessidade de estender a tradicional Teoria do Comportamento Planejado (TCP) incorporando mediadores volitivos, emocionais e de capital humano.

A investigação sistemática dessas nuances é de extrema urgência social e científica para o Brasil. No contexto nacional de instabilidade econômica e desemprego, as taxas de empreendedorismo por necessidade (abertura de negócios por escassez de alternativas de renda) historicamente competem com o empreendedorismo por oportunidade. Compreender as variáveis que verdadeiramente transformam o desejo em uma intenção estruturada e sustentável é vital para que gestores públicos e universidades desenhem programas educacionais eficientes, maximizando o capital humano técnico e mitigando a mortalidade precoce de novos negócios. O objetivo deste trabalho é analisar de forma multidimensional a relação entre a educação empreendedora e a intenção de empreender em estudantes do ensino superior brasileiro, avaliando empiricamente a influência dos formatos curriculares (eletivas vs. obrigatórias), o papel de mediadores cognitivo-emocionais adicionais e a distinção empírica entre as intenções voltadas à criação de novos negócios e ao intraempreendedorismo.

METODOLOGIA

Esta pesquisa caracteriza-se como um estudo descritivo e explicativo, fundamentado em uma abordagem predominantemente quantitativa de dados primários coletados em diferentes contextos universitários brasileiros. Ontologicamente realista/objetivista e epistemologicamente positivista, o estudo integra e contrasta as bases de dados e estratégias analíticas de quatro pesquisas empíricas de destaque nacional:

1. Delineamento Quase-Experimental Pré/Pós (Arruda *et al.*, 2023): Avaliou-se uma amostra pareada de 398 estudantes provenientes de 10 disciplinas focadas em empreendedorismo de seis universidades brasileiras (cinco públicas e uma privada), sob a tutela de 12 professores. Os dados primários foram coletados em duas etapas (no início do semestre, pré; e no encerramento, pós) por meio de questionários eletrônicos na plataforma *SurveyMonkey*. A amostra final consistiu majoritariamente em estudantes de engenharia (72%) e administração/comércio exterior (18%). As análises estatísticas envolveram análise fatorial confirmatória (AFC) e testes *t* pareados de comparação de médias.

2. Modelagem por Regressão *Probit* Ordenada (Waltz Rocha *et al.*, 2026): Analisou-se uma amostra de 208 respostas válidas obtidas via aplicação presencial

de questionário estruturado e validado baseado no Questionário de Intenção Empreendedora (QIE) de Liñán e Chen (2009). O público-alvo compreendeu estudantes de um curso público de graduação caracterizado por uma ênfase transversal em empreendedorismo em Volta Redonda/RJ. Estimou-se o impacto de fatores demográficos, atitudes pessoais (AP), normas subjetivas (NS) e controle comportamental percebido (CCP) sobre a intenção (IE) por meio do método de regressão de *Probit* Ordenado, adequado para variáveis dependentes categóricas mensuradas em escalas Likert de 5 pontos.

3. Modelagem de Equações Estruturais com Variável Mediadora (Santos *et al.*, 2025): Investigou-se uma amostra de 148 estudantes de graduação de Sergipe, abrangendo IES públicas e privadas. A coleta de dados ocorreu por formulário digital via Google Forms. Utilizou-se o Modelo de Comportamento Direcionado a Metas (MCDM) de Perugini e Bagozzi (2001) para testar o efeito de atitudes, normas subjetivas, emoções antecipadas (positivas e negativas) e comportamento passado sobre o desejo de empreender e a intenção, inserindo a EE como variável mediadora. O tratamento estatístico envolveu análise fatorial confirmatória e Modelagem de Equações Estruturais (SEM) com auxílio dos *softwares* SPSS 22 e WarpPLS 8.0.

4. Análise de Regressão Linear Múltipla Multivariada (Zarelli *et al.*, 2021): Examinou-se uma amostra probabilística transversal de 403 acadêmicos regularmente matriculados em cursos de graduação da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) - Campus Francisco Beltrão. O modelo confirmatório, adaptado de Küttim *et al.* (2014) e Adekiya e Ibrahim (2016), utilizou análise fatorial por rotação ortogonal Varimax e regressão multivariada (método *stepwise*) para verificar o impacto de características empreendedoras e do treinamento de caráter extensionista/institucional sobre as intenções.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Dilema da Obrigatoriedade Curricular e o Efeito de Autosseleção

Ao analisarmos os dados acumulados das diferentes realidades universitárias brasileiras, o impacto pedagógico deixa de ser apenas uma questão de números frios e passa a revelar a experiência vivida pelo estudante. O primeiro grande choque de realidade surge no dilema da obrigatoriedade curricular. Quando um estudante ingressa em um curso superior, especialmente nas áreas mais exatas e técnicas como as engenharias, ele se vê imerso em uma intensa carga de disciplinas básicas pesadas (Arruda *et al.*, 2023). Inserir o empreendedorismo de forma obrigatória nesse período inicial do trajeto acadêmico, muitas vezes com uma carga horária reduzida e puramente expositiva, cria o que a literatura identifica como o chamado 'efeito rebote'.

O aluno, pressionado por avaliações técnicas e focado na aprovação imediata em matérias de exatas, passa a encarar o empreendedorismo como

apenas mais um crédito ou barreira burocrática a ser superada (Arruda *et al.*, 2023). Esse distanciamento cognitivo reflete-se na queda acentuada das suas atitudes e intenções de empreender ao final do semestre (Arruda *et al.*, 2023). Em outros termos, a obrigação sufoca a curiosidade. O estudante sente que está sendo instruído sob o molde de uma ‘educação bancária’ criticada por Paulo Freire, em que conceitos de negócios são meramente depositados em sua mente para serem repetidos em uma prova teórica, sem que aquilo faça qualquer sentido real para a sua vida imediata (Waltz Rocha *et al.*, 2026).

Em contrapartida, quando o estudante escolhe cursar uma disciplina eletiva de empreendedorismo, a dinâmica muda de figura. A motivação intrínseca atua como um solo fértil (Arruda *et al.*, 2023). Esses alunos voluntários demonstram abertura mental e desejo genuíno de aprender, o que se traduz em um engajamento ativo nas discussões e projetos práticos (Arruda *et al.*, 2023). Nas eletivas avaliadas, o tempo dedicado a atividades de experimentação prática, o chamado ‘mão na massa’ por meio da modelagem ativa de ideias e protótipos, foi significativamente superior ao das obrigatórias (Arruda *et al.*, 2023). Essa imersão prática permite que o aprendizado seja verdadeiramente significativo, resultando no desenvolvimento real da autoeficácia e de competências pessoais tangíveis (Arruda *et al.*, 2023).

Tabela 1 - Impactos Pedagógicos Pareados (Pré vs. Pós) por Tipo de Disciplina

Constructo / Indicador	Disciplinas Obrigatórias (N=349)	Disciplinas Eletivas (N=49)
Atitude Empreendedora	Decréscimo Significativo (p=0,014)	Aumento Significativo (p=0,046)
Intenção Empreendedora	Decréscimo Significativo (p=0,033)	Aumento Estável (p=0,519)
Controle Comportamental Percebido	Decréscimo Marginal (p=0,069)	Aumento Estável (p=0,359)
Autoeficácia Empreendedora	Estabilidade Neutra (p=0,369)	Aumento Altamente Significativo. (p<0,001)
Conhecimentos e Competências	Estabilidade Neutra (p=0,294)	Aumento Altamente Significativo. (p=0,000)

Fonte: Elaborado pelos autores (2026), adaptado de Arruda *et al.* (2023).

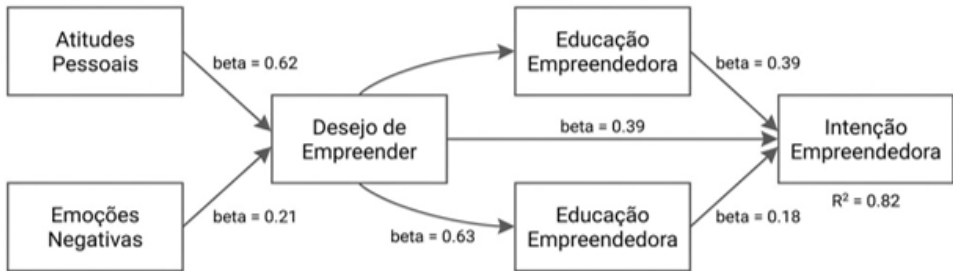
Modelo Integrado Cognitivo-Emocional (TCP vs. MCDM) e a Jornada do Estudante

Aprofundando os caminhos que levam um jovem a de fato planejar a abertura de um negócio, percebemos que o comportamento humano é impulsionado por uma complexa engrenagem emocional e social. Ao testarmos a Teoria do Comportamento Planejado expandida por meio de modelos que avaliam os aspectos afetivos e hábitos (Santos *et al.*, 2025), o ‘desejo’ consolida-se como o motor psicológico imediato que transforma uma simples atitude favorável em intenção real de agir. No

entanto, uma das descobertas mais intrigantes dessa investigação reside na força motriz das emoções negativas antecipadas (Santos *et al.*, 2025).

Diferente do que propõem muitos manuais de autoajuda ou palestras motivacionais universitárias, que frequentemente buscam incentivar os alunos apenas com histórias brilhantes de sucesso e otimismo, o otimismo ingênuo demonstrou-se estatisticamente insignificante para impulsionar o desejo de empreender (Santos *et al.*, 2025). Na realidade prática dos estudantes brasileiros, o medo do fracasso, a preocupação com a estabilidade financeira e a ansiedade frente à escassez de oportunidades no mercado formal de trabalho atuam como poderosos indutores volitivos (Santos *et al.*, 2025). O receio de uma futura vulnerabilidade socioeconômica desperta no discente a urgência de buscar o autossustento de forma independente (Santos *et al.*, 2025). Essa dinâmica do modelo teórico e a transição da racionalidade instrumental para as forças cognitivo-emocionais e comportamentais do ecossistema universitário estão mapeadas de forma holística, conforme demonstrado no modelo estrutural integrado apresentado a seguir (Figura 1).

Figura 1 – Modelo Cognitivo-Emocional de Mediação da Intenção Empreendedora



Fonte: Elaborado pelos autores (2026), adaptado de Santos, Corrêa e Bueno (2025) e Londoño *et al.* (2021).

A análise teórica e estatística da Figura 1 revela que a intenção de criar um negócio próprio futuro não é um processo meramente linear ou puramente racional. Os dados de modelagem mostram que o desejo de empreender atua como o principal canalizador volitivo, concentrando o impacto das atitudes pessoais (AP) e das emoções. Enquanto as atitudes pessoais exercem uma influência maciça no desejo ($\beta = 0,62$, $p < 0,01$), as emoções positivas antecipadas falham em motivar os estudantes ($\beta = 0,03$, $p = 0,36$). Em contrapartida, as emoções negativas antecipadas exercem papel positivo e significativo ($\beta = 0,21$, $p < 0,01$) para despertar o desejo. Isso demonstra que as preocupações reais com o mercado e o futuro financeiro despertam no discente a urgência por autonomia.

Esse sistema emocional e atitudinal é suportado pela frequência do comportamento passado (FCP), que atua como redutor de incertezas por meio do hábito ($\beta = 0,17$, $p = 0,02$ para desejo; $\beta = 0,24$, $p < 0,01$ para intenção), mostrando que quem já vivenciou práticas empreendedoras prévias possui menor resistência psicológica ao início de novos negócios. Quando a educação empreendedora é

integrada como variável mediadora entre o desejo e a intenção, observa-se que ela canaliza essas forças ($\beta = 0,39$, $p < 0,01$ de desejo para EE; $\beta = 0,18$, $p = 0,01$ de EE para intenção), alavancando a variância explicada (R^2) da intenção empreendedora para 82%. A universidade atua, portanto, como o ecossistema que refina tecnicamente e viabiliza as aspirações emocionais dos estudantes.

A Dupla Perspectiva da Intenção: Empreendedorismo Clássico vs. Intraempreendedorismo

Essa dinâmica emocional ganha contornos sociais ainda mais nítidos quando separamos as intenções voltadas à criação de um novo negócio próprio daquelas direcionadas ao intraempreendedorismo. Para estudantes provenientes de famílias com menor renda familiar e em que os pais possuem menor nível de escolaridade formal, a abertura de uma empresa própria representa uma necessidade de inserção econômica imediata, uma alternativa concreta para garantir a sobrevivência e a ascensão social em ambientes de alta volatilidade profissional (Waltz Rocha *et al.*, 2026). Trata-se do empreendedorismo por necessidade que historicamente caracteriza o mercado nacional de micro e pequenos negócios.

Em contrapartida, as aspirações voltadas à inovação corporativa (intraempreendedorismo), caracterizadas pela capacidade de liderar melhorias internas, mobilizar pessoas e reorganizar fluxos de trabalho sem que isso implique na abertura de uma nova pessoa jurídica, mostram-se positivamente associadas a estudantes de segmentos socioeconômicos de maior estabilidade financeira (Waltz Rocha *et al.*, 2026). Esse perfil intraempreendedor apoia-se fortemente em uma rede de socialização estável de amigos e pares acadêmicos que encorajam e validam suas iniciativas de liderança (Waltz Rocha *et al.*, 2026). Nesse sentido, o treinamento empreendedor oferecido pela universidade, sobretudo de cunho transversal e prático por meio de atividades extensionistas (Hotéis Tecnológicos, Incubadoras e Empresas Juniores), assume um valioso papel inclusivo e de fomento de competências que expandem significativamente o capital humano e a empregabilidade desses discentes.

Abaixo, apresentamos uma síntese comparativa multidimensional confrontando os dois principais eixos teóricos e práticos explorados nesta discussão (Tabela 2).

Tabela 2 - Síntese de Comparações e Perfis Acadêmico-Socioeconômicos

Dimensão de Comparação	Formatos Curriculares	Perfis de Intenção
Foco de Atuação e Escopo	Eletivas: autônoma, voluntária, prática “mão na massa”. Obrigatórias: ensino em massa focado em instrumentação e planejamento técnico.	Empreendedorismo Clássico: abertura de nova empresa e assunção direta de riscos. Intraempreendedorismo: inovação corporativa e mobilização de recursos internos.
Antecedentes e Determinantes	Eletivas: dependem de motivação intrínseca (pós-maturação acadêmica). Obrigatórias: registram “efeito rebote” negativo devido à baixa maturidade de calouros.	Clássico: fortemente determinado por Atitudes Pessoais (AP5: preferência pelo próprio negócio, $p=0,000$). Intraempreendedorismo: guiado por amigos (NS2, $p<0,05$) e controle (CCP3, $p=0,006$).
Fatores Socioeconômicos	Eletivas: atraem alunos de períodos avançados (pós-3º período). Obrigatórias: aplicadas de forma generalizada nos primeiros períodos da graduação.	Clássico: correlaciona-se negativamente com a renda familiar ($p=0,002$), sugerindo necessidade. Intraempreendedorismo: associa-se positivamente à renda familiar ($p=0,069$).
Impacto Principal Estimado	Eletivas: consolidação expressiva de competências ($p=0,000$) e autoeficácia ($p<0,001$). Obrigatórias: declínio em atitudes ($p=0,014$) e intenção ($p=0,033$).	Clássico: impulsiona novas frentes de sobrevivência financeira diante da escassez. Intraempreendedorismo: alavanca a empregabilidade e o protagonismo discente no mercado.

Fonte: Elaborada pelos autores (2026), com base em Arruda et al. (2023) e Waltz Rocha et al. (2026).

Ao cruzar os achados das diferentes investigações empíricas, fica evidente que o impacto da formação empreendedora na graduação não segue uma fórmula única, estando condicionado ao nível de escolha e de prontidão do próprio estudante. O contraste trazido pelo delineamento quase-experimental mostra que impor o empreendedorismo de forma obrigatória em grades curriculares rígidas e voltadas a calouros pode gerar repulsa cognitiva nos discentes de fases iniciais, resultando em quedas de suas atitudes e intenções ao fim do período letivo. Esse fenômeno, que expõe as limitações de uma transmissão puramente teórica e instrumental, a chamada “educação bancária” de depósito técnico, ganha um contraponto transformador quando observamos as disciplinas eletivas. Nelas, amparados por uma autosseleção voluntária e por uma motivação intrínseca, os alunos encontram um espaço fértil para assimilar de maneira profunda novas competências de mercado, elevando consistentemente sua percepção de controle, habilidades práticas e autoeficácia.

Esse processo de maturação da mentalidade de carreira, contudo, afasta-se de um cálculo puramente racional de viabilidade para mergulhar nos afetos e

vivências subjetivas do corpo discente. A modelagem estrutural elucida que o desejo é o verdadeiro canalizador psicológico que traduz atitudes em intenção real de agir. Surpreendentemente, não são as narrativas românticas de triunfo e otimismo ingênuo que acionam esse desejo, mas sim a projeção das emoções negativas antecipadas e angústias reais frente à escassez laboral contemporânea. O temor da instabilidade financeira e a ansiedade relacionada ao futuro socioeconômico atuam como potentes propulsores volitivos, forçando o estudante a enxergar no ato de planejar o próprio negócio um escudo indispensável de proteção e emancipação, que é grandemente facilitado e mitigado quando o jovem possui experiências práticas já vivenciadas no passado.

Esse tecido emocional ganha contornos sociais específicos à medida que descemos às estruturas socioeconômicas e demográficas da juventude acadêmica. A inclinação para o empreendedorismo clássico, focado no esforço obstinado de criar e sustentar o próprio negócio, manifesta-se de maneira muito mais intensa entre discentes de menor renda familiar e cujos pais possuem menor instrução formal. Nessas realidades, as variáveis atitudinais de preferência pelo negócio próprio sobrecarregam as intenções, revelando que o empreendedorismo ainda se desenha prioritariamente como uma tática de sobrevivência econômica imediata e mobilidade social, o histórico empreendedorismo por necessidade.

Por outro lado, quando o foco se desloca para a inovação e liderança corporativa em organizações existentes, o cenário muda radicalmente, desenhando o perfil do intraempreendedor universitário. Esse caminho é percorrido de forma mais consolidada por estudantes de extratos socioeconômicos mais estáveis financeiramente, os quais encontram forte respaldo social e encorajamento em seus círculos de amigos e pares acadêmicos. No intraempreendedorismo, o suporte das redes próximas sobrepõe-se à atração atitudinal isolada do indivíduo, mostrando que a confiança para mobilizar recursos e liderar transformações necessita de validação coletiva e de um ecossistema seguro de socialização para se consolidar.

Nesse panorama de trajetórias tão heterogêneas, as instituições de ensino superior desempenham um papel muito mais amplo do que o de simples instrutoras de técnicas comerciais de planejamento. Os dados confirmam que a educação empreendedora atua como um elo mediador crucial, que captura os anseios e desejos difusos do aluno e os viabiliza tecnicamente, expandindo drasticamente o poder explicativo das intenções nascentes. Seja através da consolidação de características de liderança latentes ou do impacto positivo de programas de treinamento complementares estruturados, como empresas juniores, hotéis tecnológicos e incubadoras, a universidade consagra-se como o ecossistema integrador capaz de acolher a diversidade de perfis, unindo o rigor científico à prática emancipatória para projetar profissionais verdadeiramente autônomos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta síntese analítica multidimensional do ecossistema educacional e da intenção empreendedora no ensino superior brasileiro consolida evidências cruciais

para o campo das ciências de gestão. A educação empreendedora não deve ser interpretada de forma simplista ou mecânica como um gatilho direto e determinístico para a fundação imediata de empresas (Arruda *et al.*, 2023; Santos *et al.*, 2025). Seus efeitos atuam prioritariamente de forma indireta, por meio do estímulo à motivação, do refinamento do desejo, do aprimoramento do controle comportamental percebido e da consolidação de competências e de autoeficácia discentes (Arruda *et al.*, 2023; Santos *et al.*, 2025).

As maiores contribuições teóricas e práticas deste estudo residem na indicação de que o formato de entrega pedagógica é um elemento crucial. Programas de educação empreendedora obrigatórios ofertados em massa para turmas iniciais geram resistência cognitiva e retrocesso nas intenções dos estudantes, demonstrando baixa eficácia prática (Arruda *et al.*, 2023). Em contrapartida, disciplinas eletivas, que se apoiam na motivação intrínseca, caracterizadas por cargas horárias robustas, foco na modelagem ativa de negócios e sólida interação de orientação com docentes inseridos nos ecossistemas regionais de inovação, confirmam impactos amplamente positivos e eficientes de aprendizado (Arruda *et al.*, 2023).

As limitações identificadas nos estudos concentram-se na natureza transversal dos dados colhidos, avaliando as aspirações dos respondentes em momentos específicos de seu trajeto acadêmico, o que dificulta o acompanhamento a longo prazo das trajetórias e da conversão definitiva das intenções mentais em ação e comportamento real de abertura de empresas (Arruda *et al.*, 2023; Waltz Rocha *et al.*, 2026). Recomenda-se, para pesquisas futuras, o investimento em desenhos metodológicos longitudinais que rastreiem os discentes após a sua colação de grau e inserção definitiva no mercado laboroso.

Sugerem-se investigações aprofundadas no contexto específico das instituições públicas de Educação Profissional e Tecnológica (EPT), como a Rede Federal de Institutos Federais, onde a preparação para o mundo do trabalho articula de modo ímpar o ensino básico, a formação técnica profissional e as realidades sociais locais. Por fim, aponta-se para a urgência de alinhar as novas práticas de ensino empreendedor às agendas tecnológicas e ambientais vigentes, incorporando tópicos e dinâmicas ligados à transformação digital, inteligência artificial, sustentabilidade socioambiental e economia verde.

REFERÊNCIAS

- ADEKIYA, A. A.; IBRAHIM, F. Entrepreneurship intention among students. The antecedent role of culture and entrepreneurship training and development. **The International Journal of Management Education**, v. 14, n. 2, p. 116-132, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2016.03.001>
- AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 50, n. 2, p. 179-211, 1991. DOI: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

- ANWAR, I.; THOUDAM, P.; SALEEM, I. Role of entrepreneurial education in shaping entrepreneurial intention among university students: Testing the hypotheses using a mediation and moderation approach. **Journal of Education for Business**, v. 97, n. 8, p. 531-541, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1080/08832323.2021.1883502>
- ARRUA, K.; ARMIJOS, J. C.; VOITOVA, V.; JUJUMAYA, J.; ROJAS, G. Entrepreneurial Intention of University Students in Paraguay. e3 - **Revista de Economia, Empresas e Empreendedores na CPLP**, v. 12, n. 1, p. 175-188, 2026. DOI: <https://doi.org/10.29073/e3.v12i1.1185>
- ARRUDA, C.; BURCHARTH, A.; BARCELLOS, E. P.; LOURENCINI, S. P. Impactos da educação empreendedora em alunos brasileiros do ensino superior: Um estudo empírico comparando disciplinas obrigatórias e eletivas. **REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal**, v. 12, n. 3, e2071, 2023. DOI: <https://doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2071>
- 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, Mar. 2014. DOI: <https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014.
- BEGHNI, S.; GOURARI, M. How Entrepreneurial Learning Shapes Entrepreneurial Intentions: Evidence from the Theory of Planned Behavior in Higher Education. **Science Portal**, v. 7, n. 3, p. 421-446, 2026. DOI: <https://doi.org/10.51247/pdlc.v7i3.826>
- DAR, A. A. *et al.* Entrepreneurial intention of university students: A moderated approach using entrepreneurship education. **Industry and Higher Education**, v. 38, n. 4, p. 245-257, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1177/09504222231208436>
- FIATES, J. E. A. **Ecossistemas de empreendedorismo e inovação: um caminho natural para a competitividade e o crescimento de pequenos negócios.** Universidade Corporativa Sebrae. 2018.
- FIATES, J. E. A. **Influência dos ecossistemas de empreendedorismo inovador na indústria de venture capital: Estratégias de apoio às Empresas Inovadoras.** Tese de doutorado. Florianópolis, 2014.
- GOMES, M. V. P.; ALVES, M. A.; FERNANDES, R. J. R. **Políticas Públicas de Fomento ao Empreendedorismo e às Micro e Pequenas Empresas.** São Paulo: Programa Gestão Pública e Cidadania, 2013.
- KRUEGER, N. F.; REILLY, M. D.; CARSRUD, A. L. Competing models of entrepreneurial intentions. **Journal of Business Venturing**, v. 15, n. 5-6, p. 411-432, 2000. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)

KÜTTIM, M.; KALLASTE, M.; VENESAAR, U.; KIIS, A. Entrepreneurship education at university level and students' entrepreneurial intentions. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, v. 110, p. 658-668, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.910>

LACKÉUS, M. Comparing the different three different experiential approaches to entrepreneurship in education. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 26, n. 5, p. 937-971, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJEBr-04-2018-0236>

LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ÅSTRÖM, F. Entrepreneurship: exploring the knowledge base. **Papers in Innovation Studies**, n. 2011/8, 2011.

LIÑÁN, F.; CHEN, Y. W. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 33, n. 3, p. 593-617, 2009. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>

LONDOÑO, J. C.; WILSON, B.; OSÓRIO-TINOCO, F. Understanding the entrepreneurial intentions of youth: A PLS multi-group and FIMIX analysis using the model of goal-directed behavior. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, v. 13, n. 3, p. 301-326, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1108/JEEE-07-2020-0255>

LUNDSTRÖM, A.; STEVENSON, L. A. **Entrepreneurship policy: theory and practice**. New York: Springer, 2005. DOI: <https://doi.org/10.1007/b104813>.

MELCHOR-DURAN, I. L. *et al.* University entrepreneurial education and entrepreneurial intention: Research themes and gaps. **RAE - Revista de Administração de Empresas (FGV)**, v. 65, n. 3, e2024-0213, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0034-759020250307>

NAM, H. N.; MAI, T. T. Entrepreneurial intention and innovation among students: A bibliometric analysis 2014-2024. **Problems and Perspectives in Management**, v. 22, n. 4, p. 635-648, 2024. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.22\(4\).2024.48](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.22(4).2024.48)

PEREIRA, J. A.; MACHADO, V. S. A mulher empreendedora como parte da disseminação da educação empreendedora: um estudo nos colégios particulares da cidade de Jandaia do Sul, PR. **Caderno de Administração**, v. 21, n. 01, 2013.

PERUGINI, M.; BAGOZZI, R. P. The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour. **British Journal of Social Psychology**, v. 40, n. 1, p. 79-98, 2001. DOI: <https://doi.org/10.1348/014466601164704>

RANI, J. U. *et al.* Unveiling student intention towards entrepreneurship development: a bibliometric investigation. **Journal of Education for Business**, v. 99, n. 5, p. 323-332, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1080/08832323.2024.2372503>

SANABIO, M. T.; DAVID, M. V. **Globalização e seus impactos nas Micro e Pequenas Empresas (MPES)**. III SEGeT - Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, Juiz de Fora, 2006.

SANTOS, M. J. S.; CORRÊA, R. O.; BUENO, E. V. Efeitos da educação empreendedora na relação entre o desejo e a intenção empreendedora no ensino superior. **Revista Tempos e Espaços em Educação**, v. 18, n. 37, e19798, 2025. DOI: <https://doi.org/10.20952/revtee.v18i37.19798>

SEIKKULA-LEINO, J. The implementation of entrepreneurship education through curriculum reform in Finnish comprehensive schools. **Journal of Curriculum Studies**, v. 43, n. 1, p. 69-85, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1080/00220270903544685>.

SILVA, M. A. O. M.; GOMES, L. F. A. M.; CORREIA, M. F. Cultura e orientação empreendedora: uma pesquisa comparativa entre empreendedores em incubadoras no Brasil e em Portugal. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 13, n. 1, p. 50-74, 2019.

VIEIRA, D. M.; OLIVEIRA, D. A. F. B.; PEREIRA, B. A. O programa de incubadoras da Universidade Estadual de Goiás PROIN/UEG: a capilaridade da UEG e sua importância na promoção do empreendedorismo em Goiás. **Revista de Administração da UEG**, v. 3, n. 1, 2012.

VIEIRA, S. F. A.; MELATTI, G. A.; RIBEIRO, P. R. O ensino de empreendedorismo nos cursos de graduação em administração: um estudo comparativo entre as universidades estaduais de Londrina e Maringá. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 4, n. 2, p. 299-301, 2011.

WALTZ ROCHA, V. M.; MORAES, J.; COSTA JÚNIOR, G. A educação para o empreendedorismo e a intenção de empreender entre universitários. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 20, n. 1, p. 118-140, 2026. DOI: <https://doi.org/10.12712/rpca.v.194.71152>

ZAAK SARAIVA, I. Determinantes da Intenção Empreendedora entre Estudantes, Microempreendedores Tradicionais e Empreendedores Universitários, no Entorno de uma Incubadora Tecnológica. **Revista PsiPorã**, v. 2, n. 1, p. 50-74, 2025. DOI: <https://doi.org/10.30612/revpsi.v2i1.19969>

ZAMBONI, I. C.; PAVAN, N. I. V. F.; TOSTA, K. C. B. T. O desenvolvimento de competências empreendedoras no ensino superior: uma análise comparativa de discentes e docentes. REUNIR: **Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade**, v. 15, n. 1, p. 16-31, 2025. DOI: <https://doi.org/10.18696/reunir.v15i1.1585>

ZARELLI, P. R.; OTTO, E. M.; LABIAK JUNIOR, S. Intenção empreendedora entre estudantes universitários: Influência das características e do treinamento empreendedor. **RGO - Revista Gestão Organizacional**, v. 14, n. 3, p. 298-319, 2021. DOI: <https://doi.org/10.22277/rgo.v14i3.5249>