

Fatores preditores das finanças pessoais e da educação empreendedora na intenção de empreendedor

Predictors of personal finance and entrepreneurial education in entrepreneurial intention

Carlos Victor Andrade de Brito Bacharel em Economia. Universidade Federal do Ceará (UFC) - Brasil. carlos.brito@ufc.br
<https://orcid.org/0009-0009-3874-1481>

Antônia Marcia Rodrigues Sousa Doutora em Administração. Universidade de Fortaleza (UNIFOR) - Brasil.
pesquisadoramarciaarodrigues@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0659-9897>

Kilvia Helane Cardoso Mesquita Doutora em Economia. Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) - Brasil. kilviacardoso@ufc.br
<https://orcid.org/0000-0002-8131-302X>

Ruan Carlos dos Santos Doutorando em Administração. Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) - Brasil.
ruan_santos1984@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-7396-8774>

RESUMO

A educação seja no aspecto financeiro ou empreendedor é um mecanismo crucial para o entendimento de operações financeiras e, conseqüentemente, influencia na vida empreendedora dos sujeitos. O ímpeto da intenção ou da efetivação de uma atividade empreendedora está largamente relacionado com a disponibilidade de fontes de financiamento. Nesse sentido, esta pesquisa tem como objetivo analisar a influência das finanças pessoais e da educação empreendedora na intenção de empreender. O delineamento metodológico da pesquisa é classificado como quantitativo, quanto à abordagem do problema é descritiva. Obteve-se uma amostra probabilística de 476 estudantes de escolas profissionalizantes situadas na região Noroeste do Ceará. Para a coleta de dados considerou-se o questionário do *google docs* de finanças pessoais, educação empreendedora e de Intenção Empreendedora (QIE). As questões foram fechadas fundamentadas numa escala do tipo Likert, de cinco pontos. A análise dos dados realizadas por meio do Software *Stata* possibilitou uma correlação entre os construtos das finanças pessoais e da educação empreendedora para a intenção empreendedora, avaliando o grau de relação linear entre as variáveis. Os resultados apontaram que as finanças pessoais e a educação empreendedora influenciam diretamente a intenção empreendedora. Contudo ainda falta conhecimento técnico sobre o processo legal de criação de uma empresa por

parte dos alunos, apesar de existir a intenção de empreender. O estudo também permite identificar alguns avanços no campo da pesquisa sobre intenção empreendedora em um campo empírico que ainda apresenta lacunas, especialmente no que diz respeito à relação dos jovens com as questões financeiras, educacionais e o futuro laboral.

Palavras-chave: educação; finanças pessoais; empreender; intenção.

ABSTRACT

Financial and entrepreneurial education is a crucial mechanism for understanding financial operations and, consequently influences individuals' entrepreneurial endeavors. The impetus for intending or carrying out an entrepreneurial activity is largely related to the availability of financial resources. This research aims to analyze the influence of personal finance and entrepreneurial education on the intention to undertake entrepreneurial ventures. The methodological design is quantitative, and the approach to the problem is descriptive. A probabilistic sample of 476 students from vocational schools in the northwest region of Ceará was selected. Data collection was conducted using a Google Docs questionnaire that addressed personal finance, entrepreneurial education, and Entrepreneurial Intention (QIE). The questions were closed-ended and based on a five-point Likert scale. Data analysis, performed using Stata software, allowed for correlating the constructs of personal finance and entrepreneurial education with entrepreneurial intention, assessing the degree of linear relationship between the variables. The results indicated that personal finances and entrepreneurial education have a direct influence on entrepreneurial intention. However, the students still lack technical knowledge regarding the legal process of setting up a company, despite their intention to become entrepreneurs. The study also enables the identification of certain advancements in the field of research on entrepreneurial within an empirical domain that still exhibits gaps, particularly regarding the relationship of young people with financial, educational, and future employment issues.

Keywords: Education. Personal Finance. Entrepreneurship. Intention.

Recebido em 19/11/2023. Aprovado em 12/09/2024. Avaliado pelo sistema *double blind peer review*. Publicado conforme normas da ABNT.

<https://doi.org/10.22279/navus.v14.1819>

1 INTRODUÇÃO

A economia do conhecimento caracterizada pela ambiguidade, incerteza, globalização, geração de novos conhecimentos e abundância de informações requer indivíduos empreendedores (Julien, 2005). É possível apontar para uma das principais questões da pesquisa em empreendedorismo, a saber, por que algumas pessoas decidem se tornar empreendedoras e outras não (Mitchell et al., 2007). Essa questão pode ser abordada em termos de fatores que influenciam a decisão, com foco em finanças pessoais (Veiga et al., 2018) e educação empreendedora (Liñán; Chen, 2009).

Desta forma, torna-se relevante entender a relação entre a intenção empreendedora e o nível de conhecimento financeiro dos alunos, considerando que o insucesso empresarial pode estar relacionado à falta de educação financeira adequada (Savoia, Saito; Santana, 2007; Verdinelli; Lizote, 2014; Verdinelli et al. 2015; Gonçalves; Poncho, 2018; Vega et al., 2019).

Segundo Bronoski (2008), as instituições de ensino devem capacitar e estimular iniciativas empreendedoras para tornar a gestão de seus próprios negócios uma opção lucrativa, pois preparam os alunos para seus papéis de contribuintes sociais e criadores de riqueza.

Uma questão relevante também é investigar o nível de educação e formação dos indivíduos em atividades empreendedoras, sendo comum a ligação entre educação, formação empreendedora e desenvolvimento socioeconômico nacional (Henrique; Cunha, 2008; Steffen; Kasper, 2012). Para o Global Entrepreneurship Monitor [GEM] (2015), a disseminação da atividade empreendedora está diretamente relacionada ao nível de educação e formação.

Por décadas estudos sobre o desenvolvimento da cultura empreendedora em instituições de ensino fundamental e médio (Donckels, 1991; Gasse, 1985; Kourilsky, 1995; Peterman; Kennedy, 2003), tem apresentado resultados que indicam uma atitude positiva em relação à ação na infância e adolescência (Filion, 1994; Gasse, 1985).

Portanto, entender a intenção empreendedora é extremamente importante para prever o comportamento. A intenção é um fato preditor do comportamento planejado subsequente (Baggozi et al., 1989), uma vez que a decisão de se tornar um empreendedor pode ser considerada voluntária e consciente. Nesse contexto, a teoria do comportamento planejado estabelece a premissa de que qualquer comportamento requer algum grau de planejamento, que pode ser previsto pela intenção de adotar o comportamento (Ajzen, 1991).

Assim, o processo decisório para o desenvolvimento de uma carreira empreendedora pode ser entendido como comportamento motivado ou comportamento planejado, com forte relação entre intenção e ação. Ao buscar compreender a intenção empreendedora dos alunos, pode-se prever melhor se as instituições estão realizando ações práticas que impulsionam o estímulo à promoção da intenção empreendedora.

Para Marques, Souza e Barros (2014), as pessoas não agem racionalmente a todo o momento, sendo influenciadas pelos fatores psicológicos durante a tomada de decisões. Além disso, elas são responsáveis por cometer erros sistemáticos no processo de tomada de decisões financeiras, os quais podem ter um impacto na vida pessoal (Matsumoto et al., 2013).

Ter êxito na gestão das finanças pessoais não está relacionado unicamente ao nível de recursos financeiros acumulados pelo indivíduo durante a vida, mas à capacidade de planejar a disponibilidade destes recursos para a realização de projetos pessoais e familiares (Saito, 2014). Corroborando

essa ideia, acredita-se que as finanças pessoais são maneiras de aplicação dos recursos financeiros, que servem de referência ou base para as pessoas elaborarem seu planejamento financeiro.

Nessa ótica, esta pesquisa tem como objetivo geral analisar a influência das Finanças Pessoais e da Educação Empreendedora na Intenção de Empreender dos estudantes de escolas profissionalizantes no Ceará.

O artigo está dividido em três sessões, na primeira, os aspectos introdutórios, na segunda, a sustentação teórica, na terceira, a metodologia, na quarta, as análises, os resultados, as conclusões juntamente com propostas de pesquisas futuras e as referências bibliográficas.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 FINANÇAS PESSOAIS E FORMAÇÃO DO EMPREENDEDOR

A educação financeira é crucial para o entendimento de operações financeiras e, conseqüentemente, para influenciar na vida empreendedora dos sujeitos. A resposta para superar e prevenir o endividamento está na educação financeira. A partir da mesma, é possível adquirir conhecimentos que contribuem diretamente com a vida das pessoas e de suas comunidades, além de favorecer o crescimento econômico (Reis, 2016).

Para Chemmanur e Fulghieri (2014), a área das finanças empreendedoras é vista como a interseção entre finanças corporativas e empreendedorismo e se tornou um campo de estudos em ascensão, pois é considerada um dos pilares mais importantes para a construção de negócios sustentáveis e perenes. Isso é corroborado por outros estudos e autores, que apontam a falta de educação financeira adequada como reflexo do insucesso empresarial (Savoia; Saito; Santana, 2007; Verdinelli *et al.*, 2015). Além disso, para Rogers (2011), a pesquisa mostra que os empreendedores veem as finanças como a área funcional onde são menos capazes, mas onde investem mais tempo.

A educação financeira é imperativa, pois os empreendedores geralmente não possuem as habilidades de alfabetização financeira necessárias para as complexas decisões de negócios que enfrentam e precisam de uma melhor compreensão de suas necessidades e opções de financiamento e investimento (Banco Mundial, 2014). Para Raifur (2013), o quadro financeiro gere o conjunto de ferramentas presentes na tomada de decisão empresarial, não apenas na fase de investimento, mas também em todas as atividades operacionais do negócio. Em um estudo que objetivou identificar e analisar os fatores que indicam o sucesso de empreendedores individuais, Brito (2016) constatou que, de uma lista de 16 fatores, a maioria dos itens classificados como o grupo mais importante estava relacionado ao setor financeiro, o que é consistente com pesquisas anteriores (Unger *et al.*, 2011) e reforça a relevância do tema para o empreendedor.

Segundo Honig (2004), uma sólida alfabetização financeira é essencial para aumentar as chances de sucesso do negócio.

Em um estudo considerando instituições de ensino na América do Norte, Glacking *et al.* (2016). A constatação de que a grande maioria das disciplinas de finanças enfatiza a gestão financeira de grandes empresas e empresas públicas, enquanto pouco se conhece sobre outras formas de negócios. Isso sugere que o ensino de finanças para fins de formação empreendedora ainda é uma disciplina com pouca prática. Em pesquisa sobre os fatores relevantes para o desempenho de pequenas e médias empresas, diversos tópicos relacionados

às finanças foram considerados determinantes da sobrevivência e do desempenho dessas empresas, sugerindo que habilidades e conhecimentos neste tópico desempenham um papel importante para os empreendedores (Raifur, 2013).

O tema do ensino de finanças para empreendedores vem ganhando cada vez mais espaço, o que é evidenciado ao se analisar pesquisas realizadas ao redor do mundo. Em um estudo exploratório realizado pela *Association to Advance Collegiate Schools of Business* no Reino Unido [AACSB] (2016), que aborda o conteúdo de finanças corporativas, foram propostas cinco abordagens diferentes para o ensino de finanças voltado aos empreendedores: Educação Empreendedora em Finanças com Educação Empreendedora (EEF com EE); Educação Empreendedora em Finanças mais Educação Empreendedora (EEF mais EE); Educação Empreendedora em Finanças independente da Educação Empreendedora (EEF independente); Educação Empreendedora em Finanças mais Finanças Corporativas (EEF mais FC) e Educação Empreendedora com Finanças Corporativas (EE com FC).

Segundo o *Global Financial Development Report* (Banco Mundial, 2014), os mercados emergentes enfrentam severas restrições financeiras que reduzem sua contribuição para o emprego, produtividade, crescimento e inovação, vinculando essas limitações às ineficiências na educação financeira. Em estudo sobre o mesmo tema, Kempson, Perotti e Scott (2013), analisando uma amostra formada por empreendedores de países em desenvolvimento, constataram que, entre esses empreendedores, o desempenho ficou abaixo da média geral. Sluis, Praag e Vijverberg (2005) relataram que essa ainda é uma realidade mesmo em países desenvolvidos e que, globalmente, as escolas não estão efetivamente equipadas e comprometidas com a formação em empreendedorismo financeiro. De acordo com *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2015), por padrão, a maioria das habilidades financeiras que os empreendedores possuem atualmente deriva da experiência, e experiência com erros empreendedores cometidos pela história familiar, e não de uma base sólida de conhecimentos adquiridos durante o processo de educação formal.

Apesar de ainda se apresentar como um campo fértil, alguns estudos confirmam a importância do ensino de finanças ao vincular resultados empresariais positivos com o nível de conhecimento sobre o assunto. O ímpeto da atividade empreendedora está largamente relacionado com a disponibilidade de fontes de financiamento, sendo este um dos principais obstáculos, uma vez que as instituições de crédito comercial muitas vezes ignoram as necessidades de financiamento dos empreendedores, principalmente devido ao seu fraco elo na oferta de ativos fixos (Khan; Mohammad; Nur; 2010). William, Casey e John (2012) observaram em sua pesquisa sobre características empreendedoras e seus efeitos sobre o tipo de fontes de financiamento para empresas emergentes que empreendedores nascentes com níveis mais elevados de alfabetização financeira são mais suscetíveis ao financiamento externo. Além disso, de acordo com o mesmo estudo, empresas que contam com maior capital de terceiros para financiamento apresentam níveis mais elevados de receita, maiores taxas de crescimento e maiores taxas de sobrevivência, sugerindo que os arcabouços financeiros robustos aumentam as chances de tomar melhores decisões de financiamento.

Em um estudo com empresários e profissionais de assessoria financeira, Anderson et al. (2003) identificaram sete temas financeiros mais relevantes para a educação para o empreendedorismo: gerenciamento e projeção de fluxos de caixa; elaboração de demonstrações financeiras; análise das demonstrações e indicadores financeiros; a relação entre os investidores externos e o

empreendedor; visão geral das principais fontes e métodos de financiamento das empresas; gestão de recebíveis; e o valor do dinheiro no tempo.

Embora esses temas tenham sido considerados os mais importantes para a educação para o empreendedorismo pelos grupos participantes, eles não foram os conteúdos mais relevantes nos cursos de finanças e empreendedorismo, evidenciando uma lacuna entre as necessidades dos empreendedores e as abordagens empregadas na educação para o empreendedorismo no ambiente acadêmico.

2.2 EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Diante do crescimento da demanda social por estímulo ao desenvolvimento de projetos voltados a educação empreendedora, iniciativas do empreendedorismo emergiram nos últimos anos. Ao associar essa demanda ao ambiente de reformulação da estrutura do ensino fundamental, médio e técnico, a educação empreendedora passou a fazer parte da agenda atual como uma opção para promover temas e metodologias inovadoras em sala de aula (Marcovitch; Saes, 2020).

Observa-se que as instituições de ensino têm um papel relevante na formação do indivíduo, preparando-o para o mercado, seja como autônomo ou funcionário de uma corporação, uma vez que o ensino empreendedor é capaz estimular a criatividade, a crítico e a inovação, tornando-o capaz de utilizar os meios disponíveis e suas habilidades para contribuir para a sociedade.

Temática praticamente inexistente nos currículos e ementários das escolas e faculdades brasileiras até os anos 90, o estímulo ao empreendedorismo passou a ser visto como necessidade frente aos reflexos da globalização, que desencadeou um processo de maior competitividade e, conseqüentemente, maior sofisticação da economia e dos meios de produção (Comassetto, 2019). Estudos indicam que nos últimos anos houve uma evolução no interesse por educação empreendedora gerando um dimensionamento de novas abordagens, experimentos, práticas e métodos que apresentaram maior robustez acadêmica e assertividade para o mercado (Fayolle, 2013; Schaefer; Minello, 2020; Vilas Boas; Nascimento, 2021; Wan; Lv, 2021; Othman; Othman; Juhdi, 2022).

Visto o empreendedorismo como uma forma de desenvolvimento pessoal, social e econômico, o espírito empreendedor deve ser estimulado no indivíduo, permitindo que ele coloque em prática suas potencialidades. Neste sentido, a educação empreendedora visa contribuir para o desenvolvimento do estudante, preparando-o para o mercado de trabalho com a capacidade de inovar e se adaptar às mudanças (Souza et al., 2019).

Uma instituição de ensino superior definida como universidade empreendedora deve ir além da sala de aula e laboratórios práticos, abrangendo diferentes dimensões e complementando suas atividades em conectividade com centros de pesquisas e transferências, parcerias com empreendedores, arranjos produtivos, cooperativas, organizações do terceiro setor e atividades extracurriculares por intermédio de incubadores de empresas, parques tecnológicos, empresas juniores, células empreendedoras, clubes e centros de empreendedorismo, competições e eventos relativos às práticas empreendedoras (Schaefer; Minello, 2016; SOUZA et al., 2020).

A potencialização das características do empreendedor, novas modalidades de ensino/técnicas didático-pedagógicas e maneiras de interatividade são necessárias. O centro do processo de aprendizagem é

assumido pelo aluno e a atuação catalisadora e facilitadora é designada ao professor na educação empreendedora, cabendo aos docentes universitários a ciência de suas próprias crenças educacionais, cuja missão consiste em encorajar os discentes a explorar, articular, explicar, justificar, questionar e informar, tornando-os cidadãos cômicos e transparentes na sociedade em que vivem e deverão atuar (Schaefer; Minello, 2016; SOUZA et al., 2020).

A universidade, espaço de vida, socialização e formação dos sujeitos, surge neste contexto como instituição promotora da educação empreendedora e, inserido nela, o professor, empreendedor por natureza e agente determinante na construção dos saberes e das novas competências. Promover uma educação empreendedora impulsiona a transformação e o desenvolvimento socioeconômico (Santos, 2019). Ainda segundo autor, isso ocorre porque possibilita aos indivíduos ampliarem a capacidade de protagonizar o presente e o futuro, despertar a criatividade e a inovação para construir uma sociedade melhor.

Para Ferreira e Miguel (2020), a educação empreendedora coloca o aluno em constante movimento reflexivo, onde as atividades também motivam o desenvolvimento cognitivo, da linguagem, do pensamento e de novas habilidades, além do espírito de liderança. O melhor de tudo é que as ações podem ser apresentadas como um conteúdo leve quando inseridas nos anos iniciais, podendo ser vistas como "brincadeiras", formas lúdicas de estimular ainda mais o aluno, afinal toda criança não gosta de brincar de ser "adulta"? Uma educação empreendedora deve formar estudantes com habilidades e atitudes inovadoras, como instrumento profissional e de oportunidades de negócios, com valores coletivos, de ação em prol do desenvolvimento da sociedade (Marcovitch; Saes, 2020).

Nesse limiar, os estudos de Monico et al. (2021) e Wan e Lv (2021), defendem que a educação empreendedora influencia positivamente de forma direta e indireta nas motivações empreendedoras e na intenção empreendedora de estudantes com o despertar de identificação de nichos com potencial para criação de novos negócios.

Existe uma diferença entre a educação empreendedora e outras metodologias que visam o ensino de negócios, onde a primeira tem foco na identificação de oportunidades através de ideias criativas e como tirá-las do papel, para posteriormente virar um negócio ou não, a segunda visa ensinar ferramentas gerenciais para o negócio em si. O ensino do empreendedorismo, principalmente em tempos de crise, prepara os alunos para as mudanças e para períodos de incertezas (Castro Junior, 2019). A educação empreendedora atua como provedora de criatividade e aprendizado, capacitando os empreendedores a utilizarem o conhecimento adquirido para abordar problemas e encontrar diferentes soluções (Barbosa et al., 2020).

Para Othman, Othman e Juhdi (2022), a educação empreendedora, quando implementada nos anos iniciais e associada aos conhecimentos gerais e específicos da formação do indivíduo, pode melhorar as habilidades empreendedoras dos alunos e, por sua vez, influenciá-los a escolher uma carreira empreendedora. A principal qualidade da educação empreendedora é a capacidade de interligar o aluno entre a teoria aprendida em sala de aula e a prática desenvolvida em diversas empresas e instituições, nos mais diferentes campos de atuação (Ferreira; Miguel, 2020).

Ainda na visão dos autores, as distintas metodologias de ensino do empreendedorismo estimulam a inovação, a criatividade, e as reflexões e ações desenvolvidas nos mais diversos ambientes, causando inquietações, além de

fomentar atitudes que resultam na construção de um perfil de liderança nos estudantes e também uma maneira autêntica de promover uma educação que chegue o mais próximo possível das experiências do mundo real em que cada aluno está inserido (Ferreira; Miguel, 2020).

O entendimento de que as universidades devem contribuir mais concretamente para o desenvolvimento tecnológico e econômico do país ganha força no ambiente acadêmico. As maiores instituições brasileiras, além de enfatizarem a cultura empreendedora, têm se esforçado para promover a aproximação com o setor produtivo, o que gera benefícios para ambos os lados (Comassetto, 2019).

Considerando as necessidades desses cursos, torna-se evidente a importância de um ensino que permita ao aluno experiências mais significativas no âmbito dos negócios. Para tanto, se faz necessário enfrentar o desafio da reformulação dos currículos, para que seja inserida a disciplina de empreendedorismo como complemento (Souza et al., 2019).

2.3 INTENÇÃO EMPREENDEDORA

A intenção empreendedora é um campo de pesquisa em rápida evolução, um número crescente de estudos em distintos cenários aponta como um poderoso arcabouço teórico encontrado nos trabalhos de Shapero e Sokol (1982), Davidsson (1995), Teixeira e Devey (2010), Bae et al. (2014), Liñán e Fayolle, (2015), Nabi et al. (2017), Krüger, Bürger e Minello, (2019), Paiva et al., (2020), de Santos, Lustosa e Silveira (2021), Krüger et al. (2022), e Valencia-Arias et al. (2023). Dentre tais estudos, observa-se uma inquietação em relação à intenção de empreender na perspectiva de mapear e entender os fatores ambientais e individuais que levam o indivíduo a ter intenções empreendedoras, bem como o ambiente universitário como espaço de incentivo. Isso se deve ao fato de que o empreendedorismo vem ganhando cada vez mais espaço no cenário econômico. A intenção empreendedora é formada por uma diversidade de motivações e comportamentos inerentes às mais distintas especificidades que envolvem o cotidiano do indivíduo.

Na literatura os estudos seminais de Fishbein e Ajzen (1963, 1967), e da Teoria do Comportamento Planejado (TCP), de Ajzen (1985, 1991), apresentam fatores determinantes que predizem a intenção comportamental do indivíduo em distintas situações. Entretanto, no contexto do empreendedorismo a intenção empreendedora se efetivou no cenário acadêmico pela publicação dos trabalhos de Shapero e Sokol (1982) com a Teoria do Evento Empresarial (EMM) trazendo as variáveis de desejabilidade, viabilidade e a propensão para agir como mola propulsora para a intenção empreendedora do indivíduo.

A sequência dos estudos de Ajzen (1988, 1991, 2001, 2002) propõe que as crenças influenciam as atitudes, as normas e o controle comportamental percebido, e que esses fatores interligados geram a intenção empreendedora do indivíduo em desenvolver determinada ação empreendedora. Com uma proposta associada aos modelos iniciais, Krueger e Brazael (1994) defendem que a desejabilidade e a viabilidade percebida influenciam na credibilidade e que, integradas à propensão a agir, estimulam o potencial do indivíduo, formando a intenção empreendedora com base nos acontecimentos antecipados.

Davidsson (1995) postula que as atitudes gerais, em congruência com as atitudes empreendedoras, influenciam na intenção empreendedora. Alinhado às mesmas ideias dos estudos anteriores, Autio et al. (1997) advogam que os antecedentes pessoais influenciam as atitudes e a imagem do empreendedorismo,

que, por sua vez, influencia a convicção formada de representatividades do contexto social, promovendo a intenção empreendedora.

Carvalho (2006) propõe em seu estudo um conjunto de variáveis, formadas pelos antecedentes pessoais, conhecimentos empresariais, motivações empreendedoras, autoeficácia empreendedora e a envolvente institucional como norteamento para a formação da intenção empreendedora.

Retomando o modelo inicial de intenção empreendedora, Liñan e Chen (2009) postulam que as premissas que formam o capital humano e as variáveis demográficas influenciam a atitude pessoal, a norma subjetiva e a percepção de controle do comportamento, motivando a intenção empreendedora do indivíduo.

O estudo de Silveira *et al.* (2016) mostra que as revisões de literatura sobre intenção empreendedora analisadas nos estudos de Schlaegel e Koenig (2014), Lortie e Castogiovanni (2015), Liñán e Fayolle (2015) e de Souza (2015), realizado em uma Universidade Federal Brasileira, publicadas entre 2014 e 2015, evidenciaram a necessidade de uma releitura desse construto. Essa necessidade originou outra revisão, com uma temporalidade envolvendo os anos de 2013 a 2016, que resultou na identificação de 17 abordagens mais específicas, com direcionamentos vinculados ao comportamento, à evolução e às tendências do tema. Outros estudos mostram o avanço do construto de intenção na perspectiva do espaço universitário como ambiente favorável. Maciel *et al.* (2019), Ovallos-Gazabon *et al.* (2021), Ekemen (2020) e Ndofirepi (2020) encontraram relações significativas entre o *locus* de controle e a intenção de empreender dos estudantes universitários, com a autoeficácia desempenhando um papel fundamental para essa intenção. Além disso, a família exerce um papel de influência em empreendedores nascentes (Moreno-Gómez *et al.*, 2022).

Com base no exposto, é possível observar que a continuidade do trabalho seminal de Ajzen (1988, 1991, 2001, 2002) avançou com a publicação de outros distintos modelos evidenciando o comportamento do indivíduo na intenção de criar um negócio. Cabe destacar que, em uma análise temporal, cada modelo vivenciou uma situação da história econômica e social dos países, com perspectivas empreendedoras bem distintas do cenário atual em todo o mundo.

Estudos sobre a intenção empreendedora utilizaram a Teoria do Comportamento Planejado (TCP), mostrando que as atitudes em relação ao comportamento, norma subjetiva e o comportamento percebido, determinam as intenções do indivíduo (Kolvereid, 2016). As intenções podem ser determinadas não apenas por atitudes, normas e controle percebido, mas também por uma ou mais variáveis adicionais. Essas variáveis adicionais são capturadas, pelo menos em parte, por medidas do comportamento passado (Ajzen, 2011).

Alguns autores consideram que a intenção pode estar direcionada a uma meta a ser alcançada, ou em momentos antes da concretização da ideia ou, ainda, nunca coincidindo com o comportamento (Carvalho; González, 2006). Ainda segundo os autores, a intenção pode ser vista como um estado de espírito em que a atenção da pessoa está dirigida para uma determinada situação, com vista a alcançar uma meta. Pode-se, então, considerar que a concretização da ideia de criar uma empresa é precedida pela intenção, a qual, por sua vez, pode ser planejada durante algum tempo. No entanto, em alguns casos, a intenção é formada no momento antes de se concretizar a ideia, em outros, a intenção nunca coincide com a realização do comportamento.

Para Silveira *et al.* (2016), a intenção empreendedora se caracteriza por definir uma ação para atingir um objetivo. Quanto maior a intenção de

executar um determinado comportamento, maior é a probabilidade do seu desempenho se realizar e ser efetivo.

Marcon *et al.* (2020) afirmam que a experiência empreendedora da família exerce uma forte influência na criação de negócios e empresários. De forma geral, os resultados de sua pesquisa indicam uma relação altamente significativa entre a intenção empreendedora e a presença de um pai ou outro parente que possua uma empresa familiar (com nível decrescente de significância nessa resolução para a mãe ou irmãos).

Sousa *et al.* (2020) citam que Ferreira, Loiola e Gondim (2017) identificaram, em seus estudos, os principais preditores da intenção empreendedora entre os estudantes universitários, constatando que os preditores da TCP exerceram efeitos em todas as culturas investigadas, porém com intensidades distintas, sendo que as variações do preditor normas subjetivas foram afetadas por aspectos culturais e pelos anseios pessoais dos estudantes.

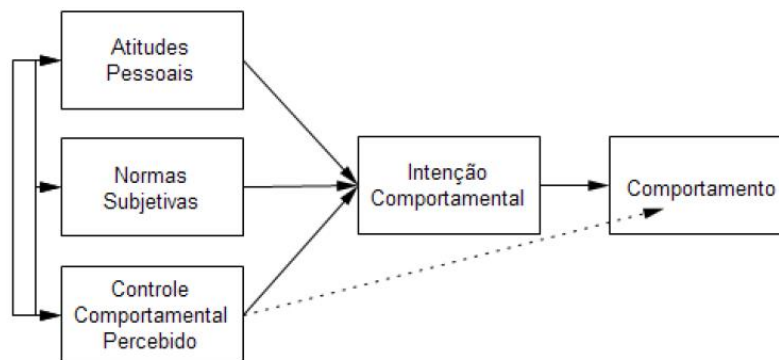
Em relação aos fatores sociodemográficos, Marcon *et al.* (2020) afirmam que Fayolle e Liñán (2014) consideram que a Educação Empreendedora pode influenciar positivamente o desenvolvimento da intenção empreendedora, pois há evidências de que as pessoas inscritas em programas de educação empreendedora apresentam níveis significativamente mais altos de intenção empreendedora.

É perceptível que a intenção empreendedora está relacionada ao comportamento de duas maneiras distintas: indiretamente, pelo impacto nas intenções, e diretamente, influenciando de forma mais direta o comportamento (Marcon; Silveira; Frizon, 2020).

2.4 TEORIA DO COMPORTAMENTO PLANEJADO

A Intenção Empreendedora está baseada na Teoria do Comportamento Planejado (Theory of Planned Behaviour) de Ajzen (1991) e afirma que as intenções influenciam o comportamento, indicando o quão intensa é a vontade de se dedicar e o quanto de empenho o indivíduo está disposto a desenvolver para externalizar esse comportamento. Tal comportamento é influenciado por crenças comportamentais, normativas e de controle. Dessa forma, o autor defende que a intenção de agir é resultado da combinação de três variáveis independentes: a atitude pessoal (AP), as normas subjetivas (NS), e o controle comportamental percebido (CP) conforme apresentado na figura 1 abaixo (Ajzen, 1991).

Figura 1 - Modelo da Teoria do Comportamento Planejado



Fonte: Adaptado do modelo Ajzen (1991, p. 25).

Atitude Pessoal (AP): refere-se à impressão positiva ou negativa que o indivíduo tem sobre ser empreendedor. Norma Subjetiva (NS): refere-se à pressão social exercida sobre o indivíduo para se tornar ou não um empreendedor, proveniente do círculo social em que vive; e o Controle Comportamental Percebido (PBC): refere-se à percepção do indivíduo sobre a facilidade ou dificuldade de se tornar um empreendedor e sua capacidade de empreender (Morais et al., 2016).

Quando combinadas as atitudes, as normas e a percepção de controle e capacidade de se realizar o comportamento, uma melhor predição da intenção de comportamento é possível (Almeida, 2013). O autor afirma que a Percepção do Controle sobre o Comportamento (PCC) pode desempenhar um papel duplo na predição dos resultados de um comportamento. Em primeiro lugar, quando a magnitude das intenções é compatível, o ânimo para se realizar um comportamento tende a ser maior quando se têm uma maior percepção do controle sobre o comportamento.

Em segundo lugar, a percepção do controle pode muitas vezes ser um *proxy*, ou seja, uma boa estimativa, do controle real sobre o comportamento que o indivíduo possui. Assim, quando alguém tem uma intenção e não consegue realizar um comportamento, esta falha pode ser atribuída à falta de controle real sobre o comportamento, conforme estimado pela PCC. Liñán e Chen (2009) empregaram os princípios da Teoria do comportamento Planejado proposto por Ajzen (1991) para prever e interpretar o comportamento empreendedor, considerando a intenção do indivíduo de abrir uma empresa. Os autores desenvolveram um instrumento - uma escala psicométrica - com condições de medir a intenção empreendedora em contextos culturais diversos, atendendo à demanda da literatura por um modelo padrão para investigar o constructo.

Este questionário (Entrepreneurial Intention Questionnaire - EIQ) foi, em 2009, originalmente aplicado na Espanha e em Taiwan, países social e culturalmente distintos. Entretanto, os autores identificaram que essa escala continha problemas de aquiescência. Em 2011, uma versão modificada do questionário foi aplicada por Liñán, Urbano e Guerrero (2011), corrigindo esse problema.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

O delineamento metodológico da pesquisa é classificado como quantitativo, e, quanto à abordagem do problema, é descritiva. O método

quantitativo torna-se compreensível apenas quando as opiniões e as informações são baseadas em números, utilizando estatísticas para estabelecer padrões e comprovar teorias, desde as mais básicas até as mais complexas (Michel, 2015). Sobre a pesquisa descritiva, Monteiro *et al.* (2020) defendem seu uso, tendo em vista as associações e descobertas entre diferentes variáveis, o que oportuniza descrever as características de uma população ou fenômeno.

Esta pesquisa foi realizada na região Noroeste do Ceará. Definiu-se como população do estudo 2.616 alunos do 1º, 2º ou 3º de quatro escolas profissionalizantes estabelecidas na serra da Ibiapiaba no ano de 2021.

A amostra selecionada deu-se por meio da probabilística. A decisão da escolha das escolas deu-se a partir da identificação do trabalho sobre educação empreendedora realizada como metodologia contínua e transversal.

Os dados foram coletados por meio do questionário com link no *google forms*, que foi compartilhado nos grupos dos estudantes das escolas através do *WhatsApp*, por meio da articulação do núcleo gestor das escolas com os professores Diretores de Turmas. Foram obtidas 476 respostas, todas consideradas aptas à análise e importadas para planilha eletrônica. Em seguida foi realizada a análise estatística no *software Stata 14.1*. Calculou-se a amostra probabilística de 476 estudantes dessa população para esta pesquisa. Segundo Cooper e Schindler (2016), a principal característica da amostragem probabilística é que o processamento estatístico pode ser realizado para compensar o erro amostral e outros aspectos relacionados à representatividade e significância da amostra.

Para a coleta de dados considerou-se o Questionário de Intenção Empreendedora (QIE), finanças pessoais (Veiga *et al.*, 2018), a educação empreendedora (Liñán; Chen, 2009) e a intenção empreendedora (Liñán; Chen, 2009; Maia *et al.*, 2023). As questões foram fechadas fundamentadas numa escala do tipo *Likert*, de cinco pontos, que variam de discordo totalmente (1) até concordo totalmente (5). A análise dos dados realizadas por meio do *software Stata* possibilitou uma correlação entre os construtos das finanças pessoais e da educação empreendedora para a intenção empreendedora, avaliando o grau de relação linear entre as variáveis.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O questionário foi composto por quatro blocos de assertivas, a saber: Dados Pessoais (DP), Finanças Pessoais (FP) de Veiga *et al.* (2018), Controle Comportamental Percebido (CC) e Intenção Empreendedora (IE), ambas de Liñán e Chen (2009). Na Tabela 1 apresentam-se os constructos e variáveis que compuseram o instrumento.

Tabela 1 - Construtos, Variáveis e Siglas do Estudo

Constructos	Variáveis	Siglas
Dados Pessoais	Série (que estudou em 2021).	DP1
	Cidade/Escola.	DP2
	Idade.	DP3
	Sexo.	DP4
	Cor/Raça.	DP5
	Ocupação atual.	DP6
	Você já participou de algum curso/disciplina sobre empreendedorismo ou inovação?	DP7
	Você já buscou, em órgãos especializados (Sebrae, CDL, etc), informações sobre empreendedorismo ou inovação?	DP8
	Grau de formação do Pai/Responsável.	DP9
	Grau de formação do Mãe/Responsável.	DP10
Finanças Pessoais	Gasto bastante tempo me preocupando com assuntos financeiros.	FP1
	A escola que estudo orienta sobre comportamento financeiro.	FP2
	Problemas financeiros frequentemente interferem nos meus estudos ou na rotina diária.	FP3
	Problemas financeiros interferem em meus relacionamentos com outras pessoas.	FP4
	Sou uma pessoa que faz compras planejadas	FP5
	Evito comprar coisas que não estão na minha lista de compras	FP6
Controle Comportamental Percebido	Minha escola oferece o conhecimento necessário sobre empreendedorismo inovador.	CC1
	Minha escola desenvolve minhas competências e habilidades empreendedoras.	CC2
	A formação na escola me incentiva a desenvolver ideias criativas para que eu possa me tornar empreendedor inovador.	CC3
	A minha instituição tem parcerias com instituições que representam a classe empresarial e as pequenas e médias empresas que fortalecem a decisão de criar uma empresa.	CC4
	As atividades práticas desenvolvidas na minha escola possibilitam-me oportunidades para ser empreendedor.	CC5
Intenção Empreendedora	Tenho a intenção de empreender.	IE1
	Sei como desenvolver um projeto empreendedor e inovador.	IE2
	Conheço os detalhes práticos necessários para abrir uma empresa.	IE3
	Estou capacitado para iniciar uma empresa viável financeiramente.	IE4
	Abrir uma empresa e mantê-la funcionando seria viável para mim.	IE5
	Após a conclusão do ensino médio, qual sua expectativa?	IE6
	Você tem intenção de se tornar empreendedor (a), nos próximos 5 anos?	IE7

Fonte: Elaborada pelos autores (2022)

As análises foram realizadas a partir do perfil da amostra dos respondentes, em seguida pela influência das finanças pessoais e da educação

empreendedora sobre a intenção empreendedora dos alunos, bem como a relação entre esses constructos.

4.1 Análise do Perfil da Amostra

Na amostra de 476 estudantes das seis escolas participantes, a maioria dos respondente é da escola de Ipu - EEEP Antônio Tarcísio Aragão, com 42,85% do total de participação de acordo com a tabela 2 abaixo.

Tabela 2 - Quantitativo de Respondentes por Cidade/Escola

Cidade/Escola	Número de Respondentes	%
Guaraciaba do Norte - EEEP Des. José Maria Melo	53	11,1345
Ipu - EEEP Antônio Tarcísio Aragão	204	42,8571
São Benedito - EEEP Isaiás Gonçalves Damasceno	84	17,6471
Tianguá - EEEP Prof. Sebastião Vasconcelos Sobrinho	53	11,1345
Ubajara - EEEP Gov. Waldemar de Alcântara	37	7,7731
Viçosa do Ceará - EEEP Juca Fontenelle	45	9,45378
Total	476	100

Fonte: Elaborada pelos autores (2022)

No caso da série que os respondentes estudaram no ano de 2021 tem-se uma participação bem equilibrada do 1º, 2º e 3º ano, o que se pode observar na Tabela 3.

Tabela 3 - Quantitativo de Respondentes por Série Estudada em 2021

Série	Número de Respondentes	%
1º ano	178	37,395
2º ano	165	34,6639
3º ano	133	27,9412
Total	476	100

Fonte: Elaborada pelos autores (2022)

Do total dos respondentes, a maioria é do sexo feminino, com 61,97% da amostra, conforme demonstrado na Tabela 4.

Tabela 4 - Quantitativo de Respondentes Segundo Sexo

Sexo	Número de Respondentes	%
Masculino	181	38,0252
Feminino	295	61,9748
Total	476	100

Fonte: Elaborada pelos autores (2022)

Tabela 5 - Quantitativo de Respondentes por Cor/Raça

Cor/Raça	Número de Respondentes	%
Branca	157	32,9832
Parda	285	59,8739
Preta	21	4,41176
Amarela	11	2,31092
Indígena	2	0,42017
Total	476	100

Fonte: Elaborada pelos autores (2022)

Ao observar a cor/raça indicada pelos respondentes tem-se que as respostas Brancas e Pardas foram a que mais se repetiram, sendo a resposta Parda a com maior participação, representando 59,87% dos estudantes, o que é possível observar na Tabela 5.

Tabela 6 - Quantitativo de Respondentes por Faixa Etária.

Faixa Etária	Número de Respondentes	%
15 anos	71	14,916
16 anos	179	37,605
17 anos	150	31,5126
18 anos	68	14,2857
19 anos	8	1,68067
Total	476	100

Fonte: Elaborada pelos autores (2022)

Os respondentes apresentaram uma idade média de 16,50 anos, variando de 15 a 19 anos, sendo a idade de 16 e 17 anos as que mais se repetiram. A Tabela 6 demonstra a distribuição das idades por faixa etária, sendo a faixa etária predominante de 16 anos, com 37,51% do total da amostra conforme tabela 6.

Tabela 7 - Quantitativo de Respondentes por Ocupação

Ocupação	Número de Respondentes	%
Bolsista	10	2,10084
Estagiário (a)	15	3,15126
Empreendedor (a)	45	9,45378
Sem atividade remunerada	406	85,2941
Total	476	100

Fonte: Elaborada pelos autores (2022).

Já a ocupação dos respondentes, apresenta um perfil predominantemente sem atividade remunerada, com 85,29% dos estudantes, provavelmente por estudarem em escolas de tempo integral. Apesar disso alguns responderam a opção bolsista e estagiário(a), provavelmente por estarem no 3º ano, na fase de estágio e conseqüentemente do recebimento de bolsa. Outro ponto importante também é a existência de empreendedores, sendo 9,45% dos estudantes.

Tabela 8 - Quantitativo de Respondentes por Formação do Pai/Responsável

Formação do Pai/Responsável	Número de Respondentes	%
Sem Escolaridade	38	7,98319
Ensino Fundamental Incompleto	217	45,5882
Ensino Fundamental Completo	51	10,7143
Ensino Médio Incompleto	37	7,77311
Ensino Médio Completo	103	21,6387
Ensino Superior Incompleto	5	1,05042
Ensino Superior Completo	20	4,20168
Especialista	3	0,63025
Mestrado	1	0,21008
Doutorado	1	0,21008
Total	476	100

Fonte: elaborado pelos autores.

Sobre o nível de escolaridade da PAI/responsável dos respondentes, descobriu-se que 4,20% dos pais possuem nível superior, e 21,63% possuem nível médio. Sendo a escolaridade predominante o ensino fundamental incompleto com 45,58 % do total da amostra, conforme a Tabela 8.

Tabela 9 - Quantitativo de Respondentes Por formação da Mãe/Responsável

Formação do Mãe/Responsável	Número de Respondentes	%
Sem Escolaridade	14	2,94118
Ensino Fundamental Incompleto	150	31,5126
Ensino Fundamental Completo	43	9,03361
Ensino Médio Incompleto	37	7,77311
Ensino Médio Completo	128	26,8908
Ensino Superior Incompleto	14	2,94118
Ensino Superior Completo	78	16,3866
Especialista	11	2,31092
Mestrado	1	0,21008
Doutorado	0	0
Total	476	100

Fonte: elaborado pelo autor.

Sobre o nível de escolaridade da mãe/responsável dos respondentes, descobriu-se que 16,38% possuem nível superior, e 26,89% possuem nível médio. Sendo a escolaridade predominante o ensino fundamental incompleto com 31,51% do total da amostra, conforme a Tabela 9.

4.2 Análise Descritiva

Os dados obtidos foram submetidos à estatística descritiva, a fim de analisar cada uma das variáveis e os constructos previstos no questionário (conforme Tabela 1), sendo elas dados pessoais (DP), finanças pessoais (FP),

controle comportamental percebido (CC) e intenção empreendedora (IE). A Tabela 10 apresenta a estatística descritiva para essas assertivas.

Tabela 10 - Estatística Descritiva

VARIÁVEL	OBS	MEAN	STD. DEV.	MIN.	MAX.
Variáveis Pessoais					
DP1	476	1.905462	.8036048	1	3
DP2	476	4.10084	1.463.348	1	6
DP3	476	16.5084	.9678695	15	19
DP4	476	1.380252	.4859594	1	2
DP5	476	1.871849	1.147.246	1	5
DP6	476	1.304622	.7689088	1	4
DP7	476	1.157563	.3647141	1	2
DP8	476	1.710084	.4542005	1	2
DP9	476	3.153361	1.674.455	1	10
DP10	476	4.113445	1.973.442	1	9
Finanças Pessoais					
FP1	476	3.205882	1.192.806	1	5
FP2	476	3.768908	1.207.503	1	5
FP3	476	2.60084	1.449.617	1	5
FP4	476	2.077731	1.256.666	1	5
FP5	476	3.567227	1.363.315	1	5
FP6	476	3.548319	1.420.073	1	5
Educação Empreendedora					
CC1	476	3.922269	1.093.641	1	5
CC2	476	4.033613	1.045.756	1	5
CC3	476	4.086134	1.031.574	1	5
CC4	476	3.590336	1.143.508	1	5
CC5	476	4.117647	1.008.816	1	5
Intenção Empreendedora					
IE1	476	3.779412	121.034	1	5
IE2	476	3.201681	1.131.965	1	5
IE3	476	3.308824	1.249.508	1	5
IE4	476	2.703782	1.206.328	1	5
IE5	476	3.239496	1.278.731	1	5
IE6	476	1.533613	.9824376	1	4
IE7	476	1.420168	.5466961	1	3

Fonte: Elaborada pelos autores (2022)

Para as variáveis FP, CC e IE (com exceção de IE6 e IE7, que serão analisadas mais à frente), o valor mínimo aceito por assertiva foi de 1 e o valor máximo de 5. Dessa maneira, observou-se que as três maiores médias foram obtidas nas assertivas CC2, CC3 e CC5, demonstrando que as escolas desenvolvem as competências e habilidades empreendedoras dos respondentes, incentivando-os a desenvolverem ideias criativas para que possam se tornar empreendedores inovadores, além de atividades prática que possibilitam

oportunidades para os estudantes serem empreendedores. Essas assertivas apresentaram média acima de 4 e desvio padrão superior a 1 (considerado alto).

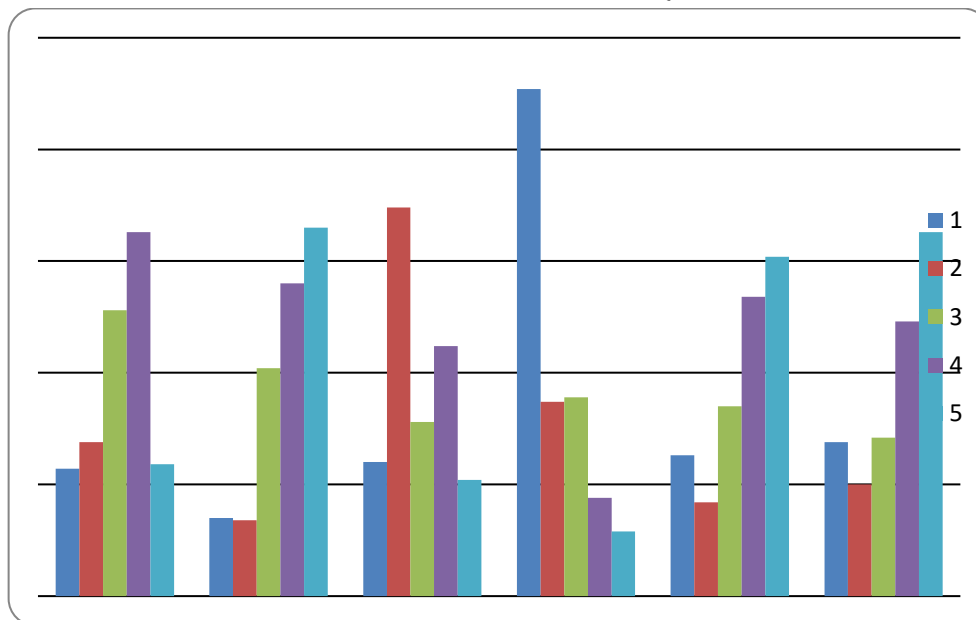
Por outro lado, os menores valores foram encontrados nas assertivas FP4 (Problemas financeiros interferem em meus relacionamentos com outras pessoas), FP3 (Problemas financeiros frequentemente interferem nos meus estudos ou na rotina diária) e IE4 (Estou capacitado para iniciar uma empresa viável financeiramente), com médias pouco superiores a 2,7 e desvio padrão de 1.25, 1.44 e 1.20, respectivamente.

Destaca-se, ainda, os valores de Desvio Padrão, que representam o grau de dispersão do conjunto de dados, indicando o quão homogêneo ele é ao se aproximar de zero (Oliveira; Silva; Soares, 2019; Barbosa et al., 2020). Diante disso, o menor desvio padrão foi identificado em IE1 (Tenho a intenção de empreender) demonstrando maior uniformidade nas respostas a essa assertiva e o maior desvio ocorreu em FP3 (Problemas financeiros frequentemente interferem nos meus estudos ou na rotina diária), sugerindo que os problemas financeiros impactam de maneiras distintas a rotina dos estudantes analisados.

4.3 Análise da Influências das Finanças Pessoais e da Educação Empreendedora sobre a Intenção de Empreender.

A relação entre constructos de finanças pessoais, educação empreendedora e intenção empreendedora foi analisada por meio das respostas aos questionários. Os gráficos 1 2 e 3 demonstram esses resultados.

Gráfico 1 - Constructos de Finanças Pessoais



Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

Com base nas respostas dos estudantes apresentadas no Gráfico 1, sobre os constructos de finanças pessoais, destaca-se o constructo FP4 (Problemas financeiros interferem nos meus relacionamentos com outras pessoas), onde 227 alunos indicaram que seus problemas financeiros não interferem nos relacionamentos interpessoais. Esse resultado pode ser consequência do que indica o constructo FP2 (A escola que estudo orienta sobre comportamentos

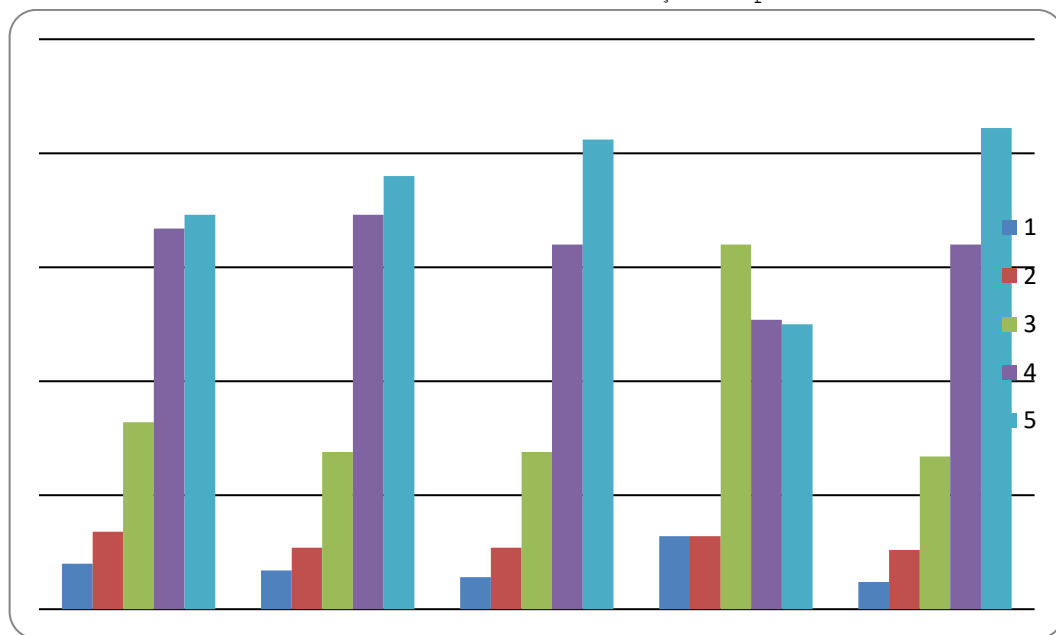
financeiros), em que 165 alunos indicaram que, sim, a escola proporciona pedagogicamente as devidas orientações sobre comportamentos financeiros.

Nos constructos FP5 (Sou uma pessoa que faz compras planejadas) e FP6 (Evito comprar coisas que não estão na minha lista de compras), 152 alunos indicaram que fazem compras planejadas e 163 apontaram que evitam comprar itens que estejam fora de suas listas de compras. Esse resultado dialoga com o que a literatura defende: que pessoas com maior nível de conhecimento financeiro tendem a ter comportamentos financeiros mais responsáveis (Hilgert; Hogarth; Beverly, 2003; Lopes et al., 2023).

Já no constructo FP1 (Gasto bastante tempo me preocupando com assuntos financeiros), 163 estudantes responderam que na maioria das vezes se preocupam com assuntos financeiros, confirmando o que diz a literatura, onde consumidores com maior nível de conhecimento financeiro têm maior capacidade de realizar um planejamento para o futuro, o que evidencia a importância de existir uma educação financeira (Lusardi; Mitchell, 2010; Pereira Junior; Lacerda; Melo, 2023).

Sendo assim, diante das respostas positivas nos constructos de finanças pessoais, pode-se afirmar que a maioria dos respondentes têm mais chances de obter sucesso se optar por empreender. O que corrobora com o estudo de Savoia, Saito e Santana (2007), que afirma que o insucesso empresarial pode estar relacionado à falta de educação financeira adequada.

Gráfico 2 - Constructos de Educação Empreendedora



Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

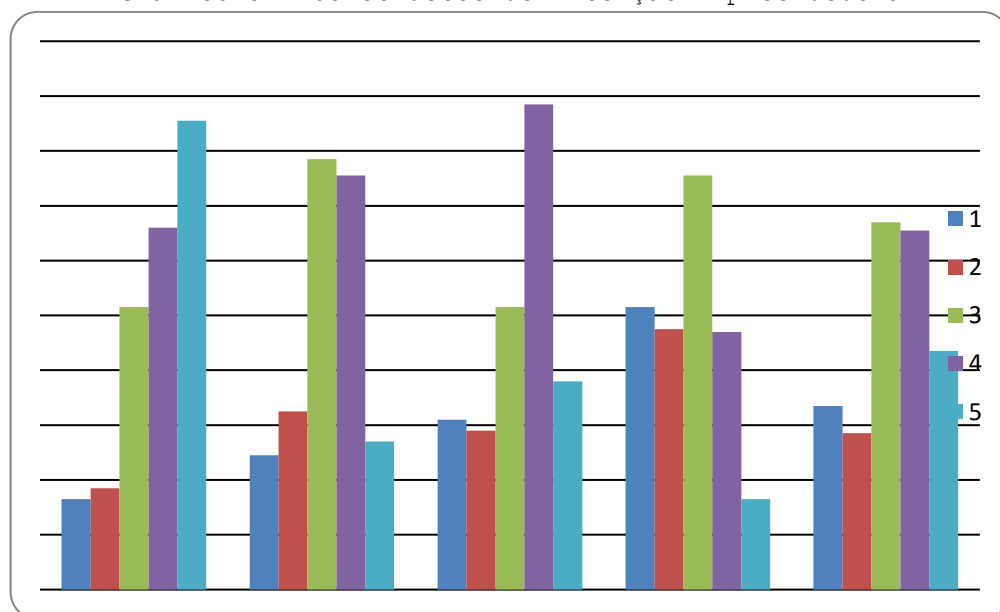
Sobre os constructos de educação empreendedora, o Gráfico 2 apresenta as respostas dos estudantes, destacando-se o constructo CC4 (A minha instituição tem parcerias com instituições que representam a classe empresarial e as pequenas e médias empresas que fortalecem a decisão de criar uma empresa) devido à distribuição equilibrada das respostas, que não são majoritariamente positivas, ao contrário dos outros constructos. Neste contexto, 125 alunos afirmam que a instituição tem parcerias com instituições que representam a classe empresarial, enquanto 127 concordam parcialmente.

Os constructos CC2 (Minha escola desenvolve minhas competências e habilidades empreendedoras) e CC5 (As atividades práticas desenvolvidas na minha escola possibilitam-me oportunidades para ser empreendedor) tiveram maiorias das respostas positivas, sendo que 190 alunos indicaram que as suas escolas desenvolvem suas competências e habilidades empreendedoras e 211 que as atividades práticas desenvolvidas nas suas escolas possibilitam oportunidades para ser empreendedor. Estes resultados vão ao encontro do que diz a literatura de Ribas (2011), que aponta que o processo de aprendizagem e sua aplicação aos empreendedores não pode ser postergado - aprender antes da aplicação - mas sim interativo.

Já no constructo CC3 (A formação na escola me incentiva a desenvolver ideias criativas para que eu possa me tornar empreendedor inovador) 206 alunos afirmaram que se sentem motivados a se tornarem empreendedores inovadores a partir da formação que recebem nas suas escolas, o que dialoga com a literatura de Lopes (2014), quando afirma que dentro das escolas, a educação empreendedora vem representando uma grande forma de promover o empreendedorismo, e desse modo, formam-se empreendedores para o mercado e para a vida (Dubey, 2022; Silva et al. 2023).

De maneira geral, as respostas do constructo de educação empreendedora foram majoritariamente positivas, o que impacta diretamente a intenção de empreender, pois indica que os alunos estão recebendo uma formação adequada, aumentando as chances de sucesso caso optem por se tornar empreendedores.

Gráfico 3 - Constructos de Intenção Empreendedora



Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

Dessa maneira, o Gráfico 3 apresenta os constructos de Intenção Empreendedora, destacando-se o constructo IE1 (Tenho a intenção de empreender), que traz o ponto-chave dessa análise: se, de fato, o aluno tem intenção de empreender. Também se destaca por ser o único constructo que recebeu respostas majoritariamente positivas, com 171 alunos indicando que têm intenção de empreender, reflexo das respostas positivas nos constructos de finanças pessoais e educação empreendedora.

Sobre os constructos IE2 (Sei como desenvolver um projeto empreendedor e inovador), IE3 (Conheço dos detalhes práticos para abrir uma empresa) e

IE4 (Estou capacitado para iniciar uma empresa viável financeiramente), destacam-se por possuírem respostas bem distribuídas e não serem majoritariamente positivas, diferentes do constructo IE1. O que aponta para um certo nível de conhecimento técnico intermediário por parte dos respondentes sobre abrir uma empresa.

No constructo IE5 (Abrir uma empresa e mantê-la funcionando seria viável para mim), 87 afirmaram concordar totalmente que se sentem preparados para abrir uma empresa e mantê-la funcionando, outros 131 concordaram parcialmente, de fato mesmo não sendo o maior número dos respondentes concordando majoritariamente, ainda é um número relevante, considerando o exposto nos outros constructos, afinal, a literatura aponta que um maior conhecimento dos diferentes aspectos do empreendedorismo pode contribuir para percepções mais realistas sobre a atividade empreendedora, influenciando indiretamente as intenções (Liñán; Chen, 2009; Krüger et al., 2021; Pereira Junior; Lacerda; Melo, 2023).

Tabela 11 - Expectativa dos Respondentes Após a Conclusão do Ensino Médio

Expectativa	Número de Respondentes	%
Atuar em empresa privada	40	8,40336
Atuar no serviço público	44	9,2437
Empreender	42	8,82353
Ingressar no curso superior	350	73,5294
Total	476	100

Fonte: Elaborada pelos autores (2022)

Na Tabela 11, apresentam-se as expectativas dos alunos sobre o que fazer no momento em que concluírem o ensino médio. A maioria, totalizando 350 pessoas, o que equivale a 73,52%, pretende focar em ingressar no ensino superior, o que não exclui a intenção de empreender mencionada anteriormente, pois essas atividades podem ser conciliadas. Do total, 42 alunos manifestam a intenção de empreender em relação às outras variáveis, o que equivale a 8,82%.

Tabela 12 - Intenção de Empreender dos respondentes nos próximos 5 Anos

Intenção de Empreender	Número de Respondentes	%
Sim	289	60,7143
Não	174	36,5546
Já sou empreendedor (a)	13	2,73109
Total	476	100

Fonte: Elaborada pelos autores (2022)

A Tabela 12 considera a intenção dos respondentes ao longo do tempo, especificamente em um período de 5 anos. Dessa maneira, constatamos que a maioria dos alunos, totalizando 289, tem a intenção de empreender nos próximos 5 anos, o que equivale a 60% do total. Um dos resultados que chamou a atenção foi a identificação de 13 empreendedores em uma escola de tempo integral, o

que permite compreender que existe uma conciliação entre os estudos e a atividade empreendedora.

Dessa maneira, os resultados demonstraram que existe uma avaliação positiva por parte dos estudantes em relação à intenção de se tornarem empreendedores, embora essa não seja a principal expectativa ao saírem do ensino médio, bem como uma convicção em relação à realização desse comportamento no futuro. Os constructos de finanças pessoais e educação empreendedora foram considerados fortemente determinantes para a intenção de empreender.

5 CONCLUSÃO

O estudo objetivou analisar a relação entre os construtos de finanças pessoais, educação empreendedora e intenção empreendedora, tendo como premissa que as finanças pessoais e a educação empreendedora influenciam na intenção empreendedora. Isso ocorre porque uma formação em finanças pessoais e em educação empreendedora é considerada um requisito para êxito na atividade empreendedora. Inicialmente, descreveu-se o perfil dos alunos das seis escolas participantes da pesquisa, destacando que a grande maioria não exerce atividade remunerada, dedicando-se integralmente aos estudos.

Em seguida, apresentaram-se os construtos relacionados às finanças pessoais. De modo geral, observou-se uma predominância de respostas positivas dos estudantes em relação a atitudes como planejamento e controle, bem como aos conhecimentos transmitidos pelas escolas aos alunos. Assim, pode-se afirmar que, em sua maioria, os respondentes têm mais chances de obter sucesso se optarem por empreender. Esse resultado confirma o que a literatura aponta.

Ainda, foram apresentados os construtos relacionados à educação empreendedora. No geral, as respostas foram, em sua maioria, positivas, o que afetou diretamente a intenção empreendedora, pois indicou que os alunos possuíam uma formação adequada, aumentando suas chances de sucesso caso optassem por se tornar empreendedores. Esse resultado corrobora com a literatura.

Adiante, verificaram-se os construtos de intenção empreendedora. Os resultados evidenciaram que a grande maioria dos respondentes tem intenção de empreender, mas não exatamente ao concluir o ensino médio. Em geral, a intenção manifesta-se em um prazo de até 5 anos. Também foi identificado um desconhecimento técnico por parte dos alunos sobre como abrir uma empresa e sobre demais trâmites.

Com base nisso, conclui-se que as finanças pessoais e a educação empreendedora influenciam diretamente a intenção empreendedora. Contudo, identifica-se que ainda falta conhecimento técnico sobre o processo legal de criação de uma empresa por parte dos alunos, apesar de existir a intenção de empreender.

Como contribuição deste estudo, destaca-se a compreensão de aspectos das finanças pessoais, da educação empreendedora e da intenção empreendedora, oportunizando e incentivando um maior entendimento sobre essa relação e influência. Além disso, os achados auxiliam no avanço da literatura, pois, mesmo que estes sejam conceitos amplamente discutidos na literatura, ainda existe uma carência de estudos futuros que inter-relacionem esses constructos em amostras de diferentes regiões.

Salienta-se a importância da participação dos alunos na pesquisa, que alcançou a amostra mínima estipulada. Dessa forma, espera-se que os resultados

reflitam adequadamente as características da população. Dentre os facilitadores para se atingir a amostra mínima, destaca-se o apoio dos núcleos gestores das escolas, pois a coleta foi realizada de modo on-line, a partir de formulário eletrônico, e os mesmos tinham mais facilidade de acesso aos alunos.

Para pesquisas futuras apresenta-se como sugestão a replicação com uma amostra representativa. A presente metodologia pode também ser replicada ou aplicada a outras populações, como em outra região, a fim de realizar um estudo comparativo. Ainda, recomenda-se a adoção de uma abordagem qualitativa para aprofundamento da coleta e análise dos dados. Outras técnicas estatísticas para análise podem ser adotadas, complementando e comparando os resultados aqui obtidos, como, por exemplo, a regressão linear.

6 REFERÊNCIAS

AACSB INTERNATIONAL - The Association to Advance Collegiate Schools of Business. AACSB International, 2016. Disponível em: http://www.aacsb.edu/accreditation/accredited-members/global-listing?F_Country=United+Kingdom. Acesso em: 24 jan 2024.

AJZEN, I. Residual Effects of Past on Later Behavior: Habitual and Reasoned Action Perspectives. **Personality and Social Psychology Review**, v. 6, n. 2, p. 107-122, 2002.

AJZEN, I. The theory of planned behaviour. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 50, p. 179-211, 1991.

ANDERSON, R.; ENVICK, B.; ROTH, G. Understanding the financial educational needs of entrepreneurs: A survey of entrepreneurs and financial advisors. **Academy of Entrepreneurship Journal**, v.9, n.1, p. 111-118, 2003.

ANK BANKING GROUP. **ANZ survey of adult financial literacy in Australia: final report.** ANZ Banking Group and Roy Morgan Research. Melbourne: ANZ Bank, 2003. Disponível em: <https://www.anz.com/australia/support/library/mediarelease/MR20030502a.pdf>
Acesso em: 24 fev 2024.

BAGGOZI, R.; BAUMGARTNER, J.; YI, Y. An investigation into the role of intentions as mediators of the attitude-behavior relationship. **Journal of Economic Psychology**, v. 10, n. 1, p. 35-62, 1989.

BANCO MUNDIAL. **Financial Education Programs and Strategies: Approaches and Available Resources.** Washington: World Bank Group, 2014.

BANDURA, A. Self-efficacy mechanism in human agency. **American Psychology**, v. 37, p. 122-147, 1982.

BARBOSA, R. A. P. et al. O Impacto da Educação Empreendedora na Intenção de Empreender: análise dos traços de personalidade. **REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal**, São Paulo, SP, v. 9, n. 1, p. 124-158, 2020. DOI: 10.14211/regepe.v9i1.1589.

BARON, R. OB and entrepreneurship: The reciprocal benefits of closer conceptual links. In: STAW, B. M.; KRAMER, R. M. (Eds.). **Research in Organizational Behavior: An Annual Series of Analytical Essays and Critical Reviews.** Oxford: Elsevier Science, 2002. v. 24, p. 225-270.

BERNHEIM, D.; GARRETT, D. The effects of financial education in the workplace: evidence from a survey of households. **Journal of Public Economics**, v. 87, 2003.

BRAIDO, G. M. Planejamento Financeiro Pessoal dos Alunos de Cursos da Área de Gestão: estudo em uma instituição de ensino superior do Rio Grande do Sul. **Revista Estudo & Debate**, v. 21, n. 1, 2014.

BRAUNSTEIN, Sandra; WELCH, Carolyn. Financial literacy: an overview of practice, research, and policy. **Federal Reserve Bulletin**, 2002.

BRITO, N. D. **Sucesso do microempreendedor individual no Brasil**. 2016. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

BRONOSKI, M. A. Intenção empreendedora no ambiente universitário: o caso da UNICENTRO. **Revista Capital Científico**, v. 6, n. 1, p. 223-238, 2008.

CHEMMANUR, T.; FULGHIERI, P. Entrepreneurial finance and innovation: an introduction and agenda for future research. **Review of Financial Studies**, v. 27, n. 1, p. 1-19, 2014.

CHEROBIM, A. P. M. S.; ESPEJO, M. M. dos S. **Finanças Pessoais: conhecer para enriquecer**. São Paulo: Atlas, 2010.

COHEN, M. Sustainable consumption American style: nutrition education, active living, and financial literacy. In: **Workshop Sustainable Consumption: the contribution of research**, 2005, Oslo. Proceedings.. Gabels Hus, Oslo: Workshop, Oslo, Norwegian University of Science and Technology (NTNU), Industrial Ecology Programme (IndEcol), 2005. p. 123.

DA SILVA, R.; TEIXEIRA, A.; BEIRUTH, A. X. Finanças pessoais e educação financeira: o perfil dos servidores públicos de um município do Centro-Oeste brasileiro. **Revista Unemat de contabilidade**, v. 5, n. 10, 2016.

SILVA, G. D. de Oliveira et al. Intenção Empreendedora: um estudo com estudantes de Administração na cidade de Vitória da Conquista. **REMIPE - Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec**, v. 9, n. 1, p. 95-117, 2023. DOI: 10.21574/remipe.v9i1.395.

DUBEY, P. The effect of entrepreneurial characteristics on attitude and intention: an empirical study among technical undergraduates. **Journal of Business and Socio-economic Development**, ahead-of-print, 2022. DOI: 10.1108/JBSED-09-2021-0117.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DOLABELA, F.; FILION, L. J. Fazendo revolução no Brasil: a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, n. 3, p. 134-181, 2013.

DONCKELS, R. Education and entrepreneurship experiences from secondary and university education in Belgium. **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, v. 9, n. 1, p. 35-42, 1991.

DREYER, B. M. Relações públicas e influenciadores digitais: abordagens para a gestão do relacionamento na contemporaneidade. **Communicare: Edição especial de 70 anos da Faculdade Cásper Líbero**, São Paulo, v. 17, n. 2, p. 57-75, jun. 2017.

HONIG, B. (2004). Entrepreneurship education: Toward a model of contingency-based business planning. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 258-273. <https://doi.org/10.5465/amle.2004.14242112>

ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO FAZENDÁRIA - ESAF. **Apresenta informação sobre o programa de educação fiscal.** Disponível em: <<http://www.esaf.fazenda.gov.br/parcerias/educacao-fiscal2/home-educacao-fiscal.html> > Acesso em: 31 jan. 2022.

European Commission. Entrepreneurship education in Europe: Fostering entrepreneurial mindsets through education and learning. In: **Final proceedings of the conference on entrepreneurship education**, Oslo, 2006.

FARIAS, L. A. Opinião pública, mídia e organizações. In: KUNSCH, M. M. K. (org). **Comunicação organizacional estratégica**. São Paulo: Summus, 2016.

FAYOLLE, A.; LINAN, F. The future of research on entrepreneurial intentions. **Journal of Business Research**, v. 67, p. 663-666, 2014. DOI: DOI: 10.1016/j.jbusres.2013.11.024.

FILION, L. Ten steps to entrepreneurial teaching. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, v. 11, n. 3, p. 68-78, 1994. DOI: 10.1590/S0034-75901999000400002.

FIORI, D.; BARBOSA FILHO, J.; MAFRA, R. Z.; FERNANDES, T. A.; NASCIMENTO, L. R. C. O Efeito Da Educação Financeira Sobre A Relação Entre Adimplência E Trabalhadores Na Cidade De Manaus. **Revista do Instituto de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis (Iceac)**, [S.L.], v. 21, n. 2, p. 31-45, fev. 2018. Semestral.

FOX, J.; BARTHOLOMAE, S.; LEE, J. **Building the case for financial education**. *The Journal of Consumer Affairs*, v.39, n.1, p. 195-214, 2005.

FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

GASSE, Y. **A strategy for the promotion and identification of potencial entrepreneurs at the secondary school level**. Paper presented at the Frontiers of Entrepreneurship Research. Babson College: Wellesley, 1985.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Global report 2015-2016**. Disponível: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2015-2016>. Montevideo: Global Entrepreneurship Research Association (GERA). Acesso: 15 Mar 2024.

GIOSA, L. A. **Terceirização: uma abordagem estratégica**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

GONÇALVES, V.; PONCHIO, M. Quem pensa no futuro poupa mais? O papel mediador do conhecimento financeiro na relação entre orientação para o futuro e segurança financeira pessoal. **Revista Brasileira de Marketing - ReMark**, 17(4), p. 472-486, 2018.

GUERRA, M. J.; GRAZZIOTIN, Z. J. **Educação empreendedora nas universidades brasileiras**. In: LOPES, R. M. A. (Org.). *Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas*. Rio de Janeiro: Elsevier: São Paulo: SEBRAE, 2010.

HALFELD, M.; TORRES, F. de F. L. Finanças comportamentais: a aplicações no contexto brasileiro. **Revista de administração de empresas**, v. 41, n. 2, p. 64-71, 2001.

HELLMANN, G. **O que é mídia social? Web artigos, 2008.** Disponível em: <<http://www.webartigos.com/artigos/o-que-e-midia-social/5560/>>. Acesso em: 31 jan. 2022.

HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. da. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, p. 112-136, 2008.

HILGERT, M. A.; HOGARTH, J.M.; BEVERLY, S.G. Household financial management: the connection between knowledge and behavior. **Federal Reserve Bulletin**, v. 89, n.7, p. 309-322, 2003.

HOFMANN, R. M.; MORO, M. L. F. **Educação matemática e educação financeira: perspectivas para a ENEF.** Zetetike, Campinas, v. 20, n. 2, p. 37-54, mai. 2013.

JACOB, K.; HUDSON, S.; BUSH, M. **Tools for survival: an analysis of financial literacy programs for lower-income families.** Chicago: Woodstock Institute, Jan. 2000.

JULIEN, P. A. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento. Uma metáfora de novelas policiais.** Cali: Selo Editorial Javeriano, 2005.

KARHAWI, I. Influenciadores digitais: o Eu como mercadoria. In: CORRÊA, E. S.; SILVEIRA, S.C. (Orgs.). **Tendências em Comunicação Digital.** São Paulo: ECA-USP, 2016a

KEMPSON, E.; PEROTTI, V.; SCOTT, K. (2013). **Measuring Financial Capability : A New Instrument and Results from Low- and Middle-Income Countries.** Retrieved from <http://hdl.handle.net/10986/16296>

KHAN, E. A.; MOHAMMAD, S.; ALAM NUR, M. (2010). **Factors Affecting the Growth of Entrepreneurship in Small-Scale Business.** Business Review, 5(1), pp. 33-37.

KOURILSKY, M. (1995). **Entrepreneurship education: Opportunity in search of curriculum.** Business Education Forum. October.

KRUEGER, N. F.; REILLY, M. D.; CARSRUD, A. L. Competing models of entrepreneurial. **Journal of Business Venturing**, Volume 15, Issues 5-6, September-November, Pages 411-432, 2000.

KRUEGER, N.F.; CARSRUD, A.L. **Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour.** Entrep. Reg. Dev. 10, 315-330, 1993.

KRÜGER, C., MEDIANEIRA CAVALHEIRO, G., COSTA DA SILVA ZONATTO, V., KACZAM, F. (2021). Intenção Empreendedora e Motivação para Aprender de Estudantes do Curso de Ciências Contábeis. **Revista De Educação E Pesquisa Em Contabilidade (REPeC)**, 15(4). <https://doi.org/10.17524/repec.v15i4.2795>

LAVIERI, C. Educação...empreendedora? In: LOPES, R. M. A. (Org.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas.** Rio de Janeiro: Elsevier: São Paulo: SEBRAE, 2010.

LEAL, C. P.; NASCIMENTO, J. A. R. **Planejamento Financeiro Pessoal. Brasília, 2008.** Disponível em: <<https://revista.pgsskroton.com/index.php/rcger/article/view/2101>>. Acesso em 31 jan. 2022.

LIMA, E., NASSIF, V. M. J., LOPES, R. M. A., SILVA, D. **Educação Superior em Empreendedorismo e Intenções Empreendedoras dos Estudantes – Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2013-2014**. Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PPGA-UNINOVE. Caderno de pesquisa, n. 2014-03. São Paulo: Grupo APOE. 2014b.

LIMA, E.; HASHIMOTO, M.; MELHADO, J.; ROCHA, R. **Brasil: em busca de uma educação superior em empreendedorismo de qualidade**. In: In: GIMENEZ, F. A. P. et. al. (org.) Educação para o empreendedorismo. Curitiba: Agência de Inovação da UFPR, 2014a.

LIMA, E.; LOPES, R. M. A.; NASSIF, V. M. J.; SILVA, D. Ser seu Próprio Patrão? Aperfeiçoando-se a educação superior em empreendedorismo. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 4, art. 1, pp. 419-439, Jul./Ago. 2015b

LIMA, R. S. et al. O estudo das finanças pessoais no âmbito universitário. **Research, Society and Development**, v. 8, n. 2, p. e1982656-e1982656, 2019.

LIÑÁN, F.; CHEN, Y. W. Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. **Entrepreneurship theory and practice**, 33(3), 593-617, 2009.

LIZOTE, S. A.; SIMAS, J. de; LANA, J. Finanças Pessoais: um Estudo Envolvendo os Alunos de Ciências Contábeis de uma Instituição de Ensino Superior de Santa Catarina. In: **Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. IX SEGET**. Anais... Resende, 2012.

LIZOTE, S. A. et al. Finanças pessoais: um estudo envolvendo os alunos de ciências contábeis de uma Instituição de Ensino Superior. **Revista da UNIFEPE**, v. 1, n. 19, p. 71-85, 2017.

LOPES, C. L. J. Educação Empreendedora: Um estudo do projeto de empreendedorismo 10.0 aplicado aos alunos do curso técnico em informática. **Revista de Empreendedorismo, inovação e tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 39-44, 2015.

LOPES, J. M., LAURETT, R., FERREIRA, J. J., SILVEIRA, P., OLIVEIRA, J., FARINHA, L. (2023). Modeling the predictors of students' entrepreneurial intentions: The case of a peripheral European region. **Industry and Higher Education**, 37(2), 208-221. <https://doi.org/10.1177/09504222221117055>

LUCCI, C. et al. A influência da educação financeira nas decisões de consumo e investimento dos indivíduos. In: **SEMEAD – SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO DA FEA/USP**, 9., São Paulo, 2006. Anais..., São Paulo, FEA/USP: 2006.

MAIA, G. V.; SILVA ALVES, A. C. da; SILVA, C. A. B.; GOMES, M. R.; SILVIA, L. N. A influência do ambiente universitário na intenção empreendedora dos Estudantes. **REVISTA OBSERVATORIO DE LA ECONOMIA LATINOAMERICANA**, Curitiba, v.21, n.8, p. 8251-8278. 2023.

MARANGONI, T. V. B. **O USO DA CONTABILIDADE NA EDUCAÇÃO FINANCEIRA: Uma ferramenta útil para à gestão financeira pessoal**. 2017. 48 f. TCC (Graduação) – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2017.

MARQUES, E. V.; SOUZA, A. de; PESSOA, Y. B. Análise da Gestão Financeira Pessoal de Gestores e Micro Empreendedores do Município de Fortaleza-Ceará- A Luz Das Finanças Comportamentais. In: **SIMPÓSIO DE ADMINISTRAÇÃO DA PRODUÇÃO, LOGÍSTICA E OPERAÇÕES INTERNACIONAIS**, v. 17, 2014

MATSUMOTO, A. S. et al. **Finanças Pessoais: Um estudo sobre a importância do planejamento financeiro pessoal.** In: Encontro Nacional dos cursos de graduação em Administração. XXIV ENANGRAD. Anais... Florianópolis, 2013.

MATSUMOTO, A. S. et al. **Finanças Pessoais: um estudo sobre a importância do planejamento financeiro pessoal.** In: **Encontro Nacional dos cursos de graduação em Administração. XXIV ENANGRAD. Anais... Florianópolis, 2013.**

MEIER, S.; SPRENGER, C. D. Discounting financial literacy: Time preferences and participation in financial education programs. **Journal of Economic Behavior & Organization**, Article in Press, 2012.

MENDES, M. T. T. **Educação Empreendedora: uma visão holística do empreendedorismo na educação.** Dissertação de Mestrado em Ciências da Educação - Universidade Católica Portuguesa - Faculdade de Educação e Psicologia. Lisboa, 2011. 288 p.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO - MEC. **Parâmetros Curriculares Nacionais: ensino médio.** 2000a.

MITCHELL, R., BUSENITZ, L., BIRD, B., GAGLIO, C., MCMULLEN, J. et al. **The central question in entrepreneurial cognition research.** **Entrepreneurship Theory and Practice**, 31 (1), 1-27, 2007

MORALES, J. F.; REBOLLOSO, E.; MOYA, M. **Actitudes.** Em J. F. Morales (Ed.), **Psicología Social.** Madrid, España: McGraw- Hill, pp. 495-621, 1994.

MOREIRA, R.; DE CARVALHO, H. L. F. S. **As Finanças Pessoais Dos Professores Da Rede Municipal De Ensino De Campo Formoso-Bahia: Um Estudo Na Escola José De Anchieta.** **Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade**, v. 3, n. 1, p. 122-137, 2013.

MORIANO, J. A.; PALACÍ, F. J.; MORALES, J. F. **The psychosocial profile of the university entrepreneur.** **Psychology in Spain**, 11(1), 72-84, 2007.

MUNIZ, I. Jr. **Econs Ou Humanos? Um Estudo Sobre a Tomada de decisão em Ambientes de Educação Financeira Escolar.** Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

NOVAES, S. F.; GREGPRES, E. de M. **Da internet ao Grid: a globalização do processamento.** São Paulo: Editora UNESP, 2007.

OEHLER, A.; WERNER, C. **Saving for retirement - a case for financial education in germany and uk? an economic perspective.** **Journal of Consumer Policy**, v.31, n.3, 2008.

OLIVEIRA, B. M. D. F.; VIEIRA, D. A.; LAGUÍA, A.; MORIANO, J. A.; SALAZAR SOARES, V. J. **Intenção empreendedora em estudantes universitários: adaptação e validação de uma escala (QIE).** **Avaliação Psicológica**, 15(2), 187-196, 2016.

PEREIRA JUNIOR, E. F. Z.; LACERDA, R. T. de O.; MELO, P. A. de. **Impactos da Educação Empreendedora na Intenção Empreendedora: análise pelo método Pro Know-C.** **Revista da Micro E Pequena Empresa - RMPE**, [S.l.], v. 16, n. 3, p. 41-55, mar. 2023. Doi: <https://doi.org/10.6034/rmpe.v16i3.1777>.

PETERMAN, N.; KENNEDY, J. **Enterprise education: Influencing students perceptions of entrepreneurship.** **Entrepreneurship Theory and Practice**, 17, 129-144, 2003.

RAIFUR, L. **Fatores determinantes do desempenho de pequenas e médias empresas da região Centro-Sul do estado do Paraná (Tese de Doutorado)**. Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. São Paulo, São Paulo, Brasil, 2013.

REBELLO, A. P.; HARRES, J. B. S.; ROCHA FILHO, J. B. da. EDUCAÇÃO FINANCEIRA: uma proposta pedagógica para alunos do ensino médio politécnico. **Holos**, [S.L.], v. 6, p. 308, 11 dez. 2015.

REIS, A. Educação financeira: uma estratégia para o desenvolvimento do empreendedorismo. **Uma Nova Pedagogia para a Sociedade Futura**, p. 452-458, 2016.

ROCHA, E. L. C., FREITAS, A. A. F. Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. **RAC**, Rio de Janeiro, v.18, n. 4, art. 5, pp. 465-486, Jul. /Ago. 2014.

ROSS, S.; WESTERFIELD, R.; JAFFE, J.F. **Administração financeira**. São Paulo: Atlas, 1995.

SAITO, A.; SAVOIA J.; PETRONI, L. **A educação financeira no Brasil sob a ótica da Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico-OCDE**. In: SEMEAD -

SAITO, A. T. **Uma contribuição ao desenvolvimento da educação em finanças pessoais no Brasil**. 2007. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

SAVOIA, J. R. F.; SAITO, A. T.; SANTANA, F. de A. Paradigmas da educação financeira no Brasil. **Revista de Administração pública**, v. 41, p. 1121-1141, 2007.

SCHAEFER, R.; MINELLO, I. F. Educação empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. **Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 3, pp. 60-81, jul./set. 2016.

SCHAGEN, S.; LINES, A. **Financial Literacy in adult life: a report to the Natwest Group Charitable Trust**. Slough, Berkshire: National Foundation for Educational Research, 1996.

SCHLAEGEL, C.; KOENIG, M. Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models. **Enterp. Theory Pract.** 38, 291-332, 2014.

SILVA, A. L. P. et al. Finanças pessoais: análise do nível de educação financeira de jovens estudantes do IFPB. **Revista Principia-Divulgação científica e tecnológica do IFPB**, v. 41, p. 215-224, 2018.

SILVA, C. R. M. da; TESSAROLO, F. M. Influenciadores Digitais e as Redes Sociais Enquanto Plataformas de Mídia. In: **XXXIX Congresso brasileiro de ciências da comunicação**, São Paulo, p.1-14, set. 2016. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2104-1.pdf>>. Acesso em: 31 jan. 2022.

THOMPSON, E. R. Individual entrepreneurial intention: construct clarification and development of an internationally reliable metric. **Enterp. Theory Pract.** 33, 669-694, 2009.

TREVISAN, R. et al. A importância da aprendizagem de noções de finanças no ensino médio das escolas de Santa Maria-RS. **Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ**, v. 12, n. 1, 2007.

TSCHÁ, E. R.; CRUZ NETO, G.G. Empreendendo colaborativamente ideias, sonhos, vidas, e carreiras: o caso das células empreendedoras. In: GIMENEZ, F. A. P. et. al. (org.) **Educação para o empreendedorismo**. Curitiba: Agência de Inovação da UFPR, 2014.

TUBBS, M; EKERBERG, S. The role of intentions of work motivations: Implications for goal-setting theory and research. **Academy of Management Review**, 16(1), 180-199, 1991.

UNGER, J. M.; RAUCH, A.; FRESE, M.; ROSENBUSCH, N. Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review. **Journal of Business Venturing**, 26(3), pp. 341-358, 2011.

VEIGA, R. T., et al. Validação de escalas para investigar a gestão financeira pessoal. **Rev. Bras. Gest. Neg.** 21(2), p. 332-348, 2019.

VERDINELLI, M. A., LIZOTE, S. A. (2014). **Relações entre as características dos alunos de**

VERDINELLI, M. A., et al. Relationship between personal finance and characteristics of Brazilian accounting university students. In: **Proceeding of Congress of European Academy of Management EURAM**, 2015.

VIEIRA, E. **Influenciadores, a fronteira final da publicidade**. Meio e Mensagem, 2016. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/opinio/influenciadores-a-fronteira-final-da-publicidade.html>>. Acesso em: 31 jan. 2022.

VITT, L. A. **Consumers' Financial Decisions and the Psychology of Values**. Journal of Financial Service Professionals, Nov/2004.

WILLIAM, B. G.; CASEY, J. F.; JOHN, C. A. Financing the emerging firm. **Small Business Economics**, 39 (3), pp. 745-761, 2012

WILLIS, L. Evidence and Ideology in Assessing the Effectiveness of Financial Literacy Education. **San Diego Law Review**, v. 46, p. 415-447, 2009.

WOHLEMBERG, T. R.; BRAUM, L. M. S. B.; ROJO, C. A. Finanças pessoais: uma pesquisa com os acadêmicos da Unioeste Campus de Marechal Cândido Rondon. **Ciências Sociais Aplicadas em Revista**, v. 11, n. 21, p. 133-152, 2011.

WORTHINGTON, A. C. Predicting financial literacy in Australia. **Financial Services Review**, v. 15, n. 1, p. 59-79, Spring 2006.

YAMAMOTO, R. G. **Educação empreendedora: uma proposta de conteúdos de finanças em cursos de graduação**. 2018.

ZANETTE, M. **Influência digital: O papel dos novos influentes no consumo**. 1 ed. Curitiba: Appris, 2015.