

# A influência das crenças religiosas na intenção empreendedora: uma análise sob a perspectiva da Teoria do Comportamento Planejado

EVANGELINA DA SILVA SOUSA <sup>1</sup>  
LUIS EDUARDO BRANDÃO PAIVA <sup>1</sup>  
ALEXANDRE RODRIGUES SANTOS <sup>2</sup>  
SÍLVIA MARIA DIAS PEDRO REBOUÇAS <sup>1</sup>  
RAIMUNDO EDUARDO SILVEIRA FONTENELE <sup>1</sup>

<sup>1</sup> UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC) / PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E CONTROLADORIA, FORTALEZA – CE, BRASIL

<sup>2</sup> UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB) / PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, JOÃO PESSOA – PB, BRASIL

## Resumo

O objetivo desta pesquisa foi analisar a influência das crenças religiosas e das dimensões da Teoria do Comportamento Planejado na intenção empreendedora. Utilizando uma amostra de 448 estudantes universitários, realizou-se uma pesquisa descritiva, de natureza quantitativa, em que foram utilizadas como técnicas para análise estatística dos dados: análise fatorial exploratória, estatística inferencial e regressão logística. Os resultados evidenciaram que: (i) os estudantes mais propensos à intenção empreendedora são aqueles influenciados por crenças religiosas e atitudes favoráveis ao empreendedorismo; e (ii) as normas subjetivas de reconhecimento ao empreendedorismo e o controle percebido do empreendedorismo não tiveram influências estatisticamente significantes sobre a intenção empreendedora dos estudantes. Adicionalmente, constatou-se que as variáveis idade, semestre inicial e familiares empreendedores influenciaram na intenção empreendedora dos estudantes universitários. Com esta pesquisa, buscou-se fornecer um panorama mais amplo acerca de variáveis que buscam explicar o processo de formação da intenção empreendedora.

**Palavras-chave:** Religião. Empreendedorismo. Intenção empreendedora.

## *The influence of religious beliefs on entrepreneurial intention: an analysis from the perspective of the Theory of Planned Behavior*

### Abstract

The objective of this research was to analyze the influence of religious beliefs and the dimensions of the Theory of Planned Behavior in entrepreneurial intention. Based on a sample of 448 university students, a quantitative descriptive research was carried out using statistical analysis of the data: exploratory factor analysis, inferential statistics, and logistic regression. The results showed that: (i) the students most likely to have entrepreneurial intention are those influenced by religious beliefs and attitudes favorable to entrepreneurship; and (ii) the subjective norms of recognition of entrepreneurship and the perceived control of entrepreneurship did not have statistically significant influences on the entrepreneurial intention of the students. In addition, it was found that the variables: age, initial semester, and family entrepreneurs influenced the entrepreneurial intention of university students. With this research, we sought to provide a broader picture of variables that seek to explain the process of forming the entrepreneurial intention.

**Keywords:** Religion. Entrepreneurship. Entrepreneurial intention.

## *La influencia de las creencias religiosas en la intención emprendedora: un análisis considerando la perspectiva de la Teoría del Comportamiento Planeado*

### Resumen

El objetivo de este estudio fue analizar la influencia de las creencias religiosas y de las dimensiones de la Teoría del Comportamiento Planeado en la intención emprendedora. Con base en una muestra de 448 estudiantes universitarios, se realizó una investigación descriptiva de naturaleza cuantitativa en la que se usaron como técnicas para análisis estadístico de los datos: análisis factorial exploratorio, estadística regresión logística. Los resultados evidenciaron que: (i) los estudiantes más propensos a tener intención emprendedora son aquellos influenciados por creencias religiosas y actitudes favorables al emprendedurismo y (ii) las normas subjetivas de reconocimiento al emprendedurismo y el control percibido de emprendedurismo no tuvieron influencias estadísticamente significantes sobre la intención emprendedora de los estudiantes. Adicionalmente, se constató que las variables edad, semestre inicial y familiares emprendedores influyeron en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Con esta investigación, se buscó proporcionar un panorama más amplio acerca de variables que buscan explicar el proceso de formación de la intención emprendedora.

**Palabras clave:** Religião. Empreendedorismo. Intención empreendedora.

## INTRODUÇÃO

---

O empreendedorismo é considerado um fenômeno complexo e multidisciplinar, que tem motivado o desenvolvimento de pesquisas sob as perspectivas econômica, sociocultural e comportamental, podendo contribuir para o desenvolvimento econômico e social (ACS, SZERB e LLOYD, 2017; KIRZNER, 2015). É um campo que tem sido objeto de muitas discussões acadêmicas devido ao diálogo interdisciplinar, que está em constante construção e buscando legitimidade acadêmica (SMELSER e SWEDBERG, 2010), com complexidades referentes à temática que não constituem impedimentos à construção teórica, o que possibilita a exploração de abordagens alternativas alinhadas ao empreendedorismo, a exemplo das crenças religiosas (ZELEKHA, AVNIMELECH e SHARABI, 2014).

A religião é relevante ao estudo do empreendedorismo (GRIEBEL, PARK e NEUBERT, 2014; PARBOTEEAH, WALTER e BLOCK, 2015), devido à sua interação com fatores políticos, sociais, econômicos e internacionais (HOOGENDOORN, RIETVELD e VAN STEL, 2016) e por sua influência no ambiente sociocultural (RIAZ, FARRUKH, REHMAN et al., 2016). Serafim e Andion (2010) enfatizam que as doutrinas religiosas influenciam a cosmovisão do indivíduo, interferindo nas prioridades da vida, socialização e preferências, sobretudo no âmbito econômico. A discussão teórico-empírica em relação a pesquisas que alinham a religião e o empreendedorismo considera que o nível de empreendedorismo difere entre as religiões, assim como as crenças religiosas podem influenciar a busca do indivíduo pelo empreendedorismo (DANA, 2009; HENLEY, 2017; RIETVELD e VAN BURG, 2014; TRACEY, 2012).

Em relação ao empreendedorismo, destacam-se a intenção empreendedora, que se liga a um processo intrínseco do indivíduo, por meio de seus processos mentais, e a Teoria do Comportamento Planejado (TCP), como uma referência para explicar e prever intenções comportamentais em contextos multidisciplinares relacionados ao campo do conhecimento científico, sobretudo nas Ciências Sociais Aplicadas (SCHLAEGEL e KOENIG, 2014).

Essa teoria recorre à explicação do processo de formação da intenção, pois, quando tratada no campo dos estudos da intenção empreendedora, permite identificar como se dá a formação desse fenômeno, a exemplo das pesquisas de Krueger e Carsrud (1993), Krueger (2009), Liñán e Chen (2009), Kautonen, Gelderen e Fink (2015), Ferreira, Loiola e Gondim (2017) e Galvão, Marques e Marques (2018).

A TCP é constituída pelas dimensões: crenças referentes às atitudes pessoais, normas subjetivas e controle comportamental percebido (AJZEN, 1991; KRUEGER e CARSRUD, 1993; LIÑÁN e CHEN, 2009). As crenças religiosas determinam valores e normas que podem afetar na formação do comportamento, e isto define o que é permitido realizar, influenciando o desenvolvimento de atitudes e intenções empreendedoras (AUDRETSCH, BÖNTE e TAMVADA, 2013; BALOG, BAKER e WALKER, 2014). Assim, mudanças de valores contribuem para a constituição de um novo entendimento sobre o empreendedorismo (DELGADO, CRUZ, PEDROZO et al., 2008).

Diante das abordagens que contextualizaram as temáticas em questão, bem como a relevância da TCP, proposta por Ajzen (1991), e das crenças religiosas (RIETVELD e VAN BURG, 2014), que podem contribuir para a formação da intenção empreendedora, surge o seguinte questionamento: como as crenças religiosas e as dimensões da TCP podem influenciar na intenção empreendedora? Este estudo tem como objetivo analisar a influência das crenças religiosas e das dimensões da TCP na intenção empreendedora.

Existe um campo a ser explorado, em especial no contexto brasileiro, visto que a compreensão científica envolvendo pesquisas que alinham o empreendedorismo e a religião ainda é escassa. Estudos que utilizam a TCP para compreender a intenção empreendedora são amplos na literatura; todavia, ao alinhar a TCP às crenças religiosas, existe um *gap* na literatura brasileira que possibilita o desenvolvimento desta pesquisa, e isto mostra o diferencial deste estudo com relação a outros. Esta pesquisa contribui, portanto, para o enriquecimento da temática do empreendedorismo, especificamente da intenção empreendedora, podendo-se esperar que os resultados desta pesquisa ampliem a compreensão acerca da influência das crenças religiosas e da TCP na intenção empreendedora.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### Intenção empreendedora e Teoria do Comportamento Planejado

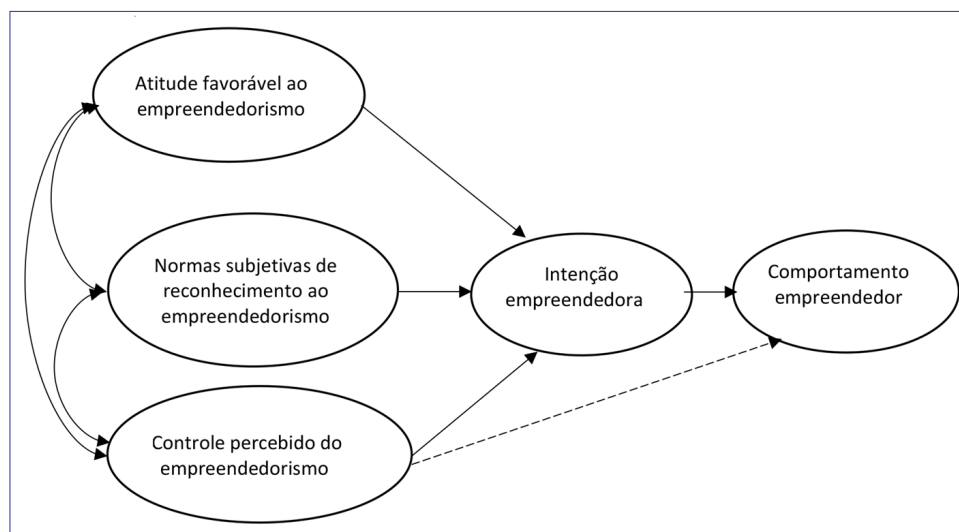
Dentre as teorias que contribuem com a literatura sobre a intenção empreendedora, destaca-se a Teoria da Ação Racional de Ajzen e Fishbein (1977), que incentivou a Teoria das Intenções Empreendedoras, de Shapero e Sokol (1982), e a TCP, proposta por Ajzen (1991). Essas teorias caracterizam-se como modelos dominantes e procuram explicar a intenção empreendedora do indivíduo sob a ótica da psicologia comportamental.

Schlaegel e Koenig (2014) realizaram uma meta-análise sobre intenção empreendedora e constataram que a TCP é o modelo dominante na literatura empírica sobre intenção empreendedora, sendo a maioria das pesquisas publicadas em periódicos que envolvem amostras com estudantes, a exemplo dos estudos de Liñán e Chen (2009), Autio, Kenney, Mustar et al. (2014) e Galvão, Marques e Marques (2018).

A TCP apresenta um enquadramento teórico congruente e aplicável em diferentes cenários, possibilitando compreender e prever a intenção empreendedora (FAYOLLE e LIÑÁN, 2014; FAYOLLE e GAILLY, 2015; LIÑÁN e CHEN, 2009) ao considerar que o comportamento do indivíduo é determinado por seu controle volitivo, por meio da seleção de alternativas disponíveis para realizar ou não comportamento específico (VINOGRADOV, KOLVEREID e TIMOSHENKO, 2013).

Ao aplicar a TCP no campo do empreendedorismo, tem-se que a intenção empreendedora denota o empenho da pessoa para efetivar o comportamento empreendedor, sendo alicerçada por três antecedentes motivacionais que influenciam o comportamento empreendedor (LIÑÁN e CHEN, 2009). Diante disso, adaptou-se o modelo de Ajzen (1991) com os três antecedentes da intenção empreendedora, os quais foram denominados: atitude favorável ao empreendedorismo, normas subjetivas de reconhecimento ao empreendedorismo e controle percebido do empreendedorismo (Figura 1).

Figura 1  
Teoria do Comportamento Planejado



Fonte: Adaptada de Ajzen (1991).

A atitude favorável ao empreendedorismo refere-se ao grau de avaliação que o indivíduo tem para ser realmente um empreendedor, em que são considerados, ainda, vantagens e avaliações por meio da pressão social sobre a decisão de se tornar empreendedor (AJZEN, 1991). Assim, o comportamento coaduna-se com crenças e costumes, com a adoção de uma posição favorável (AJZEN, 1991; AUTIO, KENNEY, MUSTAR et al., 2014; LIÑÁN e CHEN, 2009), e uma atitude favorável está associada a uma maior intenção empreendedora (LIÑÁN e CHEN, 2009).

Por meio das normas subjetivas de reconhecimento ao empreendedorismo é mensurada a pressão social percebida quanto a realizar ou não um comportamento, tendo ênfase a preocupação do indivíduo quanto às consequências de seu comportamento

para as outras pessoas – por meio da interpretação dessas pessoas (AJZEN, 1991). A norma subjetiva fundamenta-se na influência de pessoas significativas no tocante à carreira do indivíduo para o empreendedorismo (LIÑÁN e CHEN, 2009).

O controle percebido do empreendedorismo refere-se à percepção da facilidade ou dificuldade em se tornar um empreendedor, presumindo a reflexão de experiências anteriores, impedimentos e obstáculos antecipados (AJZEN, 1991). É semelhante ao conceito de auto-eficácia (BANDURA, 1982) e da viabilidade percebida (SHAPERÓ e SOKOL, 1982), que se associam à capacidade percebida para manifestar o comportamento assim que a oportunidade surgir.

Liñán e Chen (2009), Ferreira, Loiola e Gondim (2017), Galvão, Marques e Marques (2018) utilizaram os fatores da TCP para explicar a formação da intenção empreendedora. Os resultados da pesquisa de Liñán e Chen (2009) indicaram que a intenção empreendedora é formada pelos três antecedentes motivacionais, assim como pelas particularidades sociais e culturais, as quais influenciam a maneira como os indivíduos apreendem a realidade e percebem o empreendedorismo.

Por meio de revisão de literatura de estudos empíricos, Ferreira, Loiola e Gondim (2017) identificaram os principais preditores da intenção empreendedora entre os estudantes universitários, constatando que os preditores da TCP exerceram efeitos em todas as culturas investigadas, mas com intensidades distintas; sendo as variações do preditor normas subjetivas afetadas pelos aspectos culturais e pelos anseios pessoais dos estudantes universitários.

Diante dessas abordagens, verifica-se que a intenção empreendedora é a principal preditora do comportamento (AJZEN, 1991; DAVIDSSON, 1995; TEIXEIRA e DAVEY, 2010), fato indicativo para destacar que, à medida que a intenção de se envolver em um comportamento for maior, mais provavelmente manifesta-se o comportamento (AJZEN e FISHBEIN, 1977; AJZEN, 1991, 2011; PAIVA, LIMA, REBOUÇAS et al., 2018).

## Religião e crenças religiosas

A religião exerce influência na construção dos conceitos que as pessoas têm sobre o mundo (DENEULIN e RAKODI, 2011), de forma que pode afetar o comportamento (AUDRETSCH, BÖNTE e TAMVADA, 2013), refletindo na escolha do parceiro conjugal, no casamento, fertilidade, educação (LEHRER, 2004, 2008), e se estendendo até o trabalho e as práticas comerciais (TRACEY, 2012). A religião é um conjunto de práticas sociais do indivíduo e, portanto, pode estar alinhada ao empreendedorismo, considerando os aspectos econômicos, sociais e culturais (SERAFIM e FEUERSCHÜTTE, 2015).

As crenças e os valores podem ser delineados pela religião, bem como o comportamento econômico e a tomada de decisão dos empreendedores, conforme estudos que apresentam a existência do vínculo entre a religião e o desenvolvimento econômico (JOHNMARK, SOEMUNTI, LAURA et al., 2016; LEHRER, 2004; RIETVELD e VAN BURG, 2014). Para Rietveld e Van Burg (2014), uma das crenças religiosas é a vocação religiosa, referindo-se ao chamado divino que evidencia as ligações consistentes entre a percepção de uma vocação e os níveis elevados de maturidade profissional, o comprometimento de carreira, o significado e a satisfação no trabalho. Duffy e Dik (2013) argumentam que a vocação é um senso de propósito ou direção, que leva o indivíduo ao engajamento pessoal e social no trabalho, tendo como referência o divino ou um sentimento de paixão.

Rietveld e Van Burg (2014) reforçam que pesquisas que alinham crenças religiosas e empreendedorismo não investigam, de fato, o papel da vocação, uma vez que um chamado pode ser uma motivação para fazer escolhas de carreiras distintas. Diante disso, o empreendedor tem a capacidade de tomar suas próprias decisões, seguir a sua vocação e servir os desígnios considerados divinos. As crenças religiosas podem influenciar no empreendedorismo por meio das motivações pró-sociais, que resultam na prestação de serviços sociais, uma vez que o indivíduo é estimulado a desenvolver ações que proporcionem bem-estar a outras pessoas (JOHNMARK, SOEMUNTI, LAURA et al., 2016).

Na concepção de Preston, Ritter e Hernandez (2010), as crenças religiosas podem ampliar as ações pró-sociais em alguns contextos e inibir em outros. À medida que as crenças religiosas são proeminentes, motivam a proteção dos valores de grupos internos, facilitando a cooperação entre os membros do grupo com a sociedade. Dessa forma, empreendedores orientados por suas crenças religiosas tendem a desenvolver um comportamento mais pró-social e altruísta, buscando cumprir o dever moral de servir e agregar valor à sociedade por meio de suas atividades empresariais (RIETVELD e VAN BURG, 2014).

## Desenvolvimento das hipóteses

A religião pode ser considerada uma característica individual que motiva a escolha do indivíduo para o empreendedorismo (AUDRETSCH, BÖNTE e TAMVADA, 2013) ou um elemento que exerce influência cultural e institucional na atividade empreendedora (HENLEY, 2017). Assim, indivíduos praticantes de determinadas religiões, cujas crenças religiosas influenciam nas atitudes pessoais, normas subjetivas e controle comportamental percebido, podem apresentar mais intenção empreendedora do que indivíduos cujas crenças religiosas sejam menos percebidas.

A pesquisa empírica de Rietveld e Van Burg (2014), realizada com empreendedores e empregados holandeses, revelou que os empreendedores protestantes têm convicções mais fortalecidas do que os empregados protestantes e creem que seu trabalho é um chamado divino, – isto os faz demonstrar mais propensão para agregar valor à sociedade. Riaz, Farrukh, Rehman et al. (2016) pesquisaram, em institutos privados de ensino superior do Paquistão, o impacto da religião sobre as intenções empreendedoras dos estudantes de negócios, identificando que a religião exerce impacto na intenção empreendedora, fato que confirmou que quanto mais religioso é o indivíduo, maior a probabilidade de se tornar empreendedor. Johnmark, Soemunti, Laura et al. (2016) elucidaram que as crenças religiosas exercem influência positiva no comportamento empreendedor dos estudantes.

Diante da literatura relacionada ao empreendedorismo, bem como das discussões abordadas, considerando as investigações sobre a intenção empreendedora e as crenças religiosas, emerge a hipótese  $H_1$ : as crenças religiosas exercem influência positiva sobre a intenção empreendedora de estudantes universitários.

A relação entre o sistema de crenças religiosas, a atitude e a intenção em utilizar produtos financeiros islâmicos por líderes de pequenas empresas, em consonância com a Teoria da Ação Racional, foi evidenciada por El Ouafy e Chakir (2015), que mostraram que o sistema de crenças religiosas influencia positivamente na atitude dos líderes de pequenas empresas em utilizar produtos financeiros islâmicos.

Henley (2017) analisou a influência da religião no comportamento empreendedor, sob a perspectiva da TCP (TCP), identificando que a religião é um transmissor de valores e normas sociais e que as influências sociais auxiliam na formação de crenças normativas, assim como o controle comportamental é influenciado pelo impacto da religião nos grupos sociais. Wibowo (2017), baseando-se na TCP, pesquisou se a religiosidade individual afetava a formação da intenção empreendedora. Os achados evidenciaram que a religiosidade influencia a atitude pessoal e o controle comportamental percebido dos universitários.

Ademais, Carvalho e González (2006), Liñán e Chen (2009), Kautonen, Gelderen e Fink (2015), Costa e Mares (2016) e Ferreira, Loiola e Gondim (2017) reforçam a relevância da TCP para mensurar a intenção empreendedora por meio das atitudes, normas subjetivas e controle comportamental percebido. Desse modo, alinhando-se a TCP ao empreendedorismo, surgem as seguintes hipóteses:

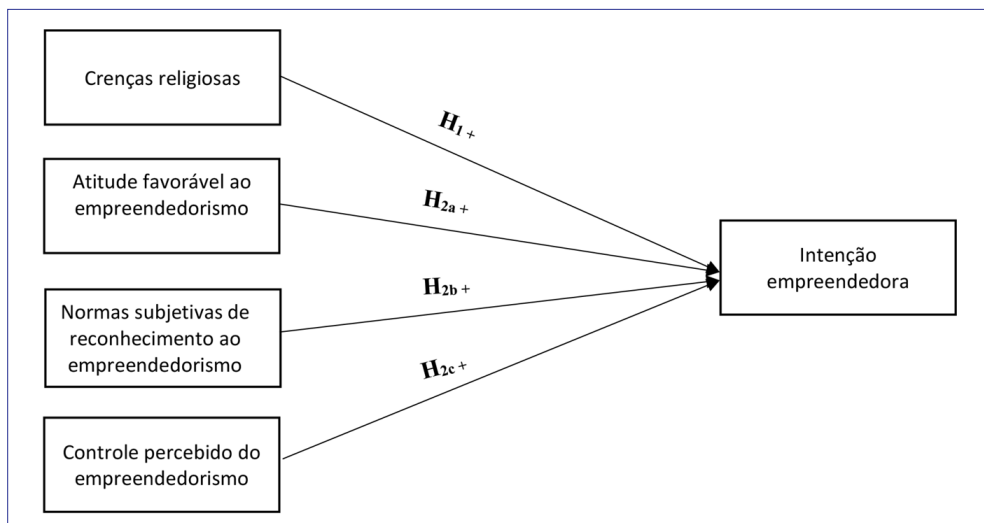
$H_{2a}$ : a atitude favorável ao empreendedorismo exerce influência positiva sobre a intenção empreendedora de estudantes universitários;

$H_{2b}$ : as normas subjetivas de reconhecimento ao empreendedorismo exercem influências positivas sobre a intenção empreendedora de estudantes universitários;

$H_{2c}$ : o controle percebido do empreendedorismo exerce influência positiva sobre a intenção empreendedora de estudantes universitários.

Com base nas abordagens expostas, assim como no surgimento das hipóteses, apresenta-se o modelo da pesquisa que analisa a influência das crenças religiosas e das dimensões da TCP na intenção empreendedora (Figura 2).

Figura 2  
Modelo da pesquisa



Fonte: Elaborada pelos autores.

Diante das discussões que levaram ao desenvolvimento das hipóteses, que sugerem interconexões entre as dimensões adotadas no modelo hipotético, mostram-se, a seguir, os procedimentos metodológicos que levaram ao desenvolvimento da pesquisa.

## PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Trata-se de uma pesquisa quantitativa, de natureza descritiva, com utilização de dados transversais (sem comparações entre períodos) e método *survey* para a coleta dos dados (HAIR JUNIOR, BLACK, BABIN et al., 2009). A população compreende estudantes universitários de programas de graduação, do curso de Administração de duas Universidades do Nordeste, uma localizada no Ceará e a outra no Piauí, ambos com disciplinas relacionadas ao empreendedorismo.

Pesquisas que analisam intenção empreendedora entre universitários focam na área de negócios, como o Curso de Administração, devido à oferta de projetos de empreendedorismo, e isto justifica a escolha do público-alvo (LIÑÁN e CHEN, 2006; NABI, LIÑAN, FAYOLLE et al., 2017; TEIXEIRA e DAVEY, 2010). Liñán e Chen (2006) reforçam três motivos para realização de pesquisas com universitários da área de negócios: (a) há facilidade em encontrar pesquisas empíricas com este público; (b) pertencem ao grupo etário (25 a 34 anos) com maior tendência a empreender; e (c) respondem a pesquisa de forma mais consciente, pois estão prestes a escolher a sua carreira profissional.

Dentro do universo da pesquisa, com base em uma população de 1280 discentes, em ambas as universidades (867 no Ceará e 413 no Piauí) alcançou-se uma amostra de 448 respondentes, 249 e 199, respectivamente no Ceará e no Piauí. Ao considerar um nível de confiança de 99% e margem de erro de 5%, de acordo com o cálculo amostral, a amostra mínima exigida – corrigida pelo tamanho da população – é de 438 indivíduos. Assim, a amostra investigada é significativa para representar a população.

O instrumento para a coleta dos dados foi elaborado por meio da adaptação de escalas previamente validadas e estabelecidas na literatura: crenças religiosas, de Rietveld e Van Burg (2014); e intenção empreendedora, proposta por Liñán e Chen (2009), baseando-se na TCP (AJZEN, 1991) – ou seja, mensurando atitude favorável ao empreendedorismo, normas subjetivas de reconhecimento ao empreendedorismo e controle percebido do empreendedorismo. Foram realizados pré-testes (com 72 indivíduos) que possibilitaram indicar com maior precisão o entendimento dos itens, bem como a verificação de possíveis inconsistências.

Em relação à coleta dos dados, utilizou-se a versão final do instrumento, baseando-se em uma escala *Likert* de cinco pontos, variando de 1 “discordo totalmente” a 5 “concordo totalmente”, contendo 29 itens, nos quais buscam, além de mensurar as dimensões do modelo, conforme se vê pelo Quadro 1, caracterizar a amostra.

**Quadro 1**  
**Itens do instrumento da pesquisa**

| Dimensão  | Item | Assertiva   |
|---|------|---|
| Intenção empreendedora                                  | IE   | Tenho a intenção em me tornar empreendedor nos próximos cinco anos.   |
| Atitude favorável ao empreendedorismo                   | AT1  | Para mim, ser um empreendedor traz mais vantagens do que desvantagens.  |
|   | AT2  | Uma carreira como empreendedor me parece atrativa.  |
|   | AT3  | Se eu tivesse uma oportunidade e recursos necessários, eu gostaria de abrir uma empresa.                      |
|   | AT4  | Ser empreendedor me traria grande satisfação.   |
|   | AT5  | Mesmo considerando outras opções, eu preferiria me tornar um empreendedor.                                    |
| Normas subjetivas de reconhecimento ao empreendedorismo | NS1  | Meus amigos aprovariam minha decisão de me tornar um empreendedor.  |
|   | NS2  | Minha família aprovaria minha decisão de me tornar um empreendedor.   |
|   | NS3  | Meus colegas da faculdade aprovariam minha decisão de me tornar um empreendedor.                              |
| Controle percebido do empreendedorismo                  | CP1  | Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim.  |
|   | CP2  | Estou preparado para iniciar uma empresa que seja viável financeiramente.                                     |
|   | CP3  | O processo de criação de uma empresa é algo que eu posso fazer.   |
|   | CP4  | Sei como preparar um projeto para criação de uma empresa (plano de negócios, por exemplo).                    |
|   | CP5  | Conheço os detalhes práticos necessários para se iniciar uma empresa.   |
|   | CP6  | Se eu tentasse abrir uma empresa, eu teria grande chance de sucesso.  |
| Crenças religiosas                                      | CR1  | Minha fé influenciou minha escolha profissional.  |
|   | CR2  | Vejo a minha escolha profissional como uma vocação divina.  |
|   | CR3  | Meu trabalho como vocação fará com que as pessoas amem Deus.  |
|   | CR4  | No meu trabalho, serei conduzido pelas tarefas que Deus me dá.  |
|   | CR5  | Estou disposto a criar meu próprio negócio porque vai agradar a Deus.   |
|   | CR6  | Minha atividade econômica tem uma influência positiva na sociedade.   |
|   | CR7  | Eu percebo como minhas crenças religiosas são úteis para a sociedade, por meio do meu trabalho/da minha vida. |
|   | CR8  | É sempre benéfico fazer negócios temendo a Deus.  |

Fonte: Elaborado pelos autores.

A coleta de dados foi realizada no período de 28 de março a 05 de abril de 2018, por meio de aplicação do questionário aos estudantes de todos os semestres nas salas de aula dos cursos de Administração.

As técnicas estatísticas utilizadas foram: (i) análise descritiva; (ii) análise fatorial exploratória para a redução do número de variáveis; (iii) estatística inferencial; e (iv) regressão logística. Para a análise dos dados coletados, utilizou-se o *software* estatístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) (versão 22).

## ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

### Perfil da amostra

Dos 448 indivíduos, 54,2% se declararam homens; 45,1%, mulheres; e 0,7%, de outro gênero. Em relação a idade, 41,5% da amostra têm entre 16 e 20 anos, 39,1% enquadram-se na faixa entre 21 e 25 anos, 10,7% entre 26 e 30 anos e 8,7% acima de 31 anos. Tem-se 398 respondentes solteiros (88,8%); 47 casados (10,5%) e 3 divorciados (0,7%). Quanto a filiação religiosa, 49% consideram-se católicos, 23,7% não são afiliados, 19,4% são evangélicos, 5,1% seguem outras religiões e 2,9% são espíritas.

Em termos de prática da religião, 246 respondentes se declararam como não praticantes da religião que seguem (54,9%), enquanto 202 consideram-se praticantes de suas religiões (45,1%).

Observou-se que dos 243 estudantes homens (54,2%), 143 têm intenção empreendedora, 90 não têm e 10 já são empreendedores. Das 201 estudantes mulheres (45,1%), 117 têm intenção empreendedora, 78 não têm e 7 já são empreendedoras. Na amostra caracterizada por 448 estudantes universitários, 260 têm intenção empreendedora, predominando os homens.

Considerando a associação dos pais empreendedores e da intenção empreendedora dos estudantes universitários, 156 têm pais empreendedores. Destes, 104 têm intenção empreendedora (66,7%), 44 não têm (28,2%) e 8 já são empreendedores (5,1%). No tocante aos estudantes que não têm pais empreendedores, dos 209 estudantes, 96 não têm intenção empreendedora (45,9%). Em relação aos estudantes que têm pais que foram empreendedores, porém não mais, destacam-se 83 estudantes; e destes, 52 têm intenção empreendedora (62,7%). A relação de dependência entre essas variáveis foi verificada por meio do valor p do qui-quadrado = 0,002 (valor aceitável na literatura), dado que o patamar mínimo recomendado é inferior a 0,05 (HAIR JUNIOR, BLACK, BABIN et al., 2009). Diante dessa associação significativa, existem indícios para inferir que os familiares empreendedores contribuem na formação da intenção empreendedora.

## Identificação das dimensões da pesquisa

Com a finalidade de identificar crenças religiosas, atitude favorável ao empreendedorismo, normas subjetivas de reconhecimento ao empreendedorismo e controle percebido do empreendedorismo capazes de influenciar na intenção empreendedora, realizou-se a análise fatorial exploratória.

O método de extração de fatores empregado foi o da análise de componentes principais. Para definir o número de fatores, utilizou-se o critério de *eigenvalue* (ou seja, acima de 1,0), com o método de rotação Varimax. A adequação da análise foi verificada pela aplicação dos testes de esfericidade de Bartlett e do Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), que avaliam adequação da amostra quanto à correlação parcial entre as variáveis (FÁVERO, BELFIORE, SILVA et al., 2009).

Os resultados para cada dimensão foram evidenciados por meio da extração da maior carga fatorial – o autovalor de cada fator, levando em consideração o critério da variável substituta, que é a variável que apresenta maior poder de explicação (HAIR JUNIOR, BLACK, BABIN et al., 2009).

## Análise fatorial da dimensão referente às crenças religiosas

A análise fatorial exploratória para o conjunto de itens referentes às crenças religiosas apresentou o valor do KMO de 0,915, considerado como excelente, consoante Fávero, Belfiore, Silva et al. (2009), esfericidade de Bartlett, *sig.* de 0,000 (< 0,1) e variância explicada de 66,035%. Estes valores permitem a utilização da análise fatorial para esta dimensão, uma vez que se mostraram estatisticamente significantes. Um item foi excluído por apresentar comunalidade abaixo de 0,4 (patamar mínimo utilizado).

**Tabela 1**  
**Análise fatorial da dimensão crenças religiosas**

| Item       | Dimensão           | Comunalidades |
|------------|--------------------|---------------|
|            | Crenças religiosas |               |
| CR1        | 0,720              | 0,519         |
| CR2        | 0,815              | 0,664         |
| CR3        | 0,859              | 0,738         |
| <b>CR4</b> | <b>0,872</b>       | <b>0,760</b>  |
| CR5        | 0,859              | 0,738         |
| CR7        | 0,790              | 0,624         |
| CR8        | 0,761              | 0,580         |

Fonte: Dados da pesquisa.



Ao utilizar o critério da variável substituta, adota-se a variável com maior carga fatorial para representar a dimensão, fato indicativo para inferir a variável com maior poder de explicação na dimensão crenças religiosas: CR4 – “No meu trabalho, serei conduzido pelas tarefas que Deus me dá” (carga fatorial de 0,872).

### Análise fatorial das dimensões da Teoria do Comportamento Planejado

A análise fatorial para os preditores da intenção empreendedora apresentou KMO de 0,829, considerado bom segundo Fávero, Belfiore, Silva et al. (2009); com esfericidade de Bartlett, sig. de 0,000 (< 0,1) e variância explicada de 66,56%. Dois itens foram excluídos dessa análise por apresentarem comunalidades abaixo de 0,4.

**Tabela 2**  
**Análise fatorial das dimensões da Teoria do Comportamento Planejado**

| Item       | Dimensões                             |  |   | Comunalidades |
|------------|---------------------------------------|--|---|---------------|
|            | Atitude favorável ao empreendedorismo | Controle percebido do empreendedorismo | Normas subjetivas de reconhecimento ao empreendedorismo |               |
| AT2        | 0,833                                 |  |   | 0,713         |
| AT3        | 0,826                                 |  |   | 0,707         |
| <b>AT4</b> | <b>0,862</b>                          |  |   | <b>0,786</b>  |
| AT5        | 0,819                                 |  |   | 0,734         |
| CP2        |                                       | 0,626                                  |   | 0,547         |
| CP3        |                                       | 0,707                                  |   | 0,528         |
| <b>CP4</b> |                                       | <b>0,855</b>                           |   | <b>0,733</b>  |
| CP5        |                                       | 0,833                                  |   | 0,694         |
| CP6        |                                       | 0,640                                  |   | 0,537         |
| <b>NS3</b> |                                       |  | <b>0,836</b>  | <b>0,727</b>  |
| NS1        |                                       |  | 0,832   | 0,694         |
| NS2        |                                       |  | 0,730   | 0,588         |

Fonte: Dados da pesquisa.

Com base na análise fatorial para as dimensões da TCP, que antecedem a intenção, formaram-se três dimensões: atitude favorável ao empreendedorismo – “Ser empreendedor me traria grande satisfação” (AT4, carga fatorial de 0,862) –; controle percebido do empreendedorismo – “Sei como preparar um projeto para criação de uma empresa (plano de negócios, por exemplo)” (CP4, carga fatorial de 0,855) –; e normas subjetivas de reconhecimento ao empreendedorismo “Meus amigos aprovariam minha decisão em me tornar um empreendedor” (NS3, carga fatorial de 0,836).

Então, baseando-se nas estruturas fatoriais da análise fatorial, as quais propiciaram quatro dimensões, consegue-se, com o critério da variável substituta, retratar as dimensões adotadas na pesquisa.

### Análise da intenção empreendedora com base nas dimensões da pesquisa

Realizou-se o teste de hipótese para comparar o nível de concordância entre os alunos que têm e os que não têm intenção empreendedora, considerando IE a variável dependente – “tenho intenção de tornar-me empreendedor nos próximos cinco anos” –, com base nas variáveis independentes extraídas de cada fator. Ademais, tem-se a análise da comparação entre os grupos, colocando em destaque o teste T e o teste de Mann-Whitney, ambos apontando diferenças significativas para valores menores do que 0,05.

**Tabela 3**  
**Comparação das médias nas dimensões diante dos estudantes com e sem intenção empreendedora**

| Variáveis independentes                                 | Intenção Empreendedora | N   | Média         | Desvio Padrão | Valor p do Teste T | Valor p do Teste de Mann-Whitney |
|---|------------------------|-----|---------------|---------------|--------------------|----------------------------------|
| Crenças religiosas                                      | Não                    | 169 | 1,9586        | 1,2265        | <b>0,000</b>       | <b>0,000</b>                     |
|   | <b>Sim</b>             | 279 | <b>2,5269</b> | <b>1,4111</b> |                    |                                  |
| Atitude favorável ao empreendedorismo                   | Não                    | 169 | 3,4438        | 1,11728       | <b>0,000</b>       | <b>0,000</b>                     |
|   | <b>Sim</b>             | 279 | <b>4,5197</b> | <b>0,6669</b> |                    |                                  |
| Normas subjetivas de reconhecimento ao empreendedorismo | Não                    | 169 | 3,9704        | 0,9091        | <b>0,000</b>       | <b>0,000</b>                     |
|   | <b>Sim</b>             | 279 | <b>4,3047</b> | <b>0,7936</b> |                    |                                  |
| Controle percebido do empreendedorismo                  | Não                    | 169 | 2,7633        | 1,3196        | <b>0,003</b>       | <b>0,004</b>                     |
|   | <b>Sim</b>             | 279 | <b>3,1326</b> | <b>1,2322</b> |                    |                                  |

Fonte: Dados da pesquisa.

Considerando as crenças religiosas, constata-se que o teste t e o de Mann-Whitney apresentam um valor p inferior a 0,001, registrando-se diferença estatisticamente significativa entre as crenças religiosas dos estudantes universitários com e sem intenção empreendedora, com médias de 2,5269 e 1,9586 respectivamente, o que se coaduna com as pesquisas de Johnmark, Soemunti, Laura et al. (2016) e Riaz, Farrukh, Rehman et al. (2016).

Os estudantes universitários com intenção empreendedora têm uma média mais elevada (4,5197) nas atitudes favoráveis ao empreendedorismo, sendo a diferença entre os dois grupos estatisticamente significativa ( $p < 0,001$ , para ambos os testes). Essa verificação alinha-se com os estudos de Schaefer, Nishi, Grohmann et al. (2017) e Oliveira, Vieira, Laguía et al. (2016).

Em relação às normas subjetivas de reconhecimento ao empreendedorismo, os aspectos relacionados à pessoa considerar a opinião de terceiros sobre a ação empreendedora apresentam médias mais elevadas nos estudantes universitários com intenção empreendedora (4,3047), registrando-se diferença estatisticamente significativa entre os dois grupos ( $p < 0,001$  para ambos os testes). Este resultado está de acordo com o de Oliveira, Vieira, Laguía et al. (2016).

No que concerne ao controle percebido do empreendedorismo, registrou-se uma média mais elevada para os estudantes universitários com intenção empreendedora (3,1326), sendo a diferença entre grupos estatisticamente significativa ( $p = 0,003$  para o teste t e  $p = 0,004$  para o de Mann-Whitney), o que corrobora as pesquisas de Liñán, Nabi e Krueger (2013), Costa e Mares (2016) e Oliveira, Vieira, Laguía et al. (2016).

Percebe-se que há diferenças estatisticamente significantes em todas as dimensões ao comparar os universitários com intenção empreendedora *versus* os sem intenção, com médias superiores em relação aos estudantes com intenção empreendedora.

## Resultados do modelo da pesquisa

O modelo de regressão logística foi ajustado tendo como variáveis independentes as crenças religiosas, as atitudes favoráveis ao empreendedorismo, as normas subjetivas de reconhecimento ao empreendedorismo, o controle percebido do empreendedorismo e as variáveis sociodemográficas, com o intuito de prever a variável dependente – “tenho intenção em tornar-me empreendedor nos próximos cinco anos”. Vale ressaltar que os indivíduos que já são empreendedores, para fins de análise dos dados, foram incorporados aos indivíduos com intenção empreendedora, podendo-se considerar a variável dependente (intenção empreendedora) dicotômica (“sim” ou “não”), pois quanto maior a intenção, mais provável é o comportamento (AJZEN, 1991).

No que diz respeito ao desempenho do modelo, o pseudocoefficiente de determinação de Cox & Snell apresentou um valor de 0,307 e o de Nagelkerke foi de 0,418. O teste de Hosmer e Lemeshow, tendo em vista o valor da estatística de 5,688 e o p de 0,682, permite concluir boa capacidade preditiva do modelo.

**Tabela 4**  
**Resultados do modelo de regressão logística**

| Variável independente                                   | B            | Sig.           | Exp(B)       |
|---|--------------|----------------|--------------|
| <b>Crenças religiosas</b>                               | <b>,293</b>  | <b>,007***</b> | <b>1,341</b> |
| <b>Atitude favorável ao empreendedorismo</b>            | <b>1,289</b> | <b>,000***</b> | <b>3,630</b> |
| Normas subjetivas de reconhecimento ao empreendedorismo | ,156         | ,263           | 1,169        |
| Controle percebido do empreendedorismo                  | ,135         | ,210           | 1,145        |
| Católica  | ,054         | ,932           | 1,056        |
| Evangélica  | ,013         | ,985           | 1,013        |
| Espírita  | -,287        | ,759           | ,750         |
| Sem religião  | ,382         | ,566           | 1,466        |
| Praticante da religião                                  | -,292        | ,460           | ,747         |
| <b>Familiares empreendedores</b>                        | <b>,921</b>  | <b>,001***</b> | <b>2,511</b> |
| Homem   | -,561        | ,692           | ,570         |
| Mulher  | -,589        | ,678           | ,555         |
| <b>Idade</b>  | <b>,339</b>  | <b>,055*</b>   | <b>1,403</b> |
| Solteiro  | -1,309       | ,533           | ,270         |
| Casado  | -1,753       | ,410           | ,173         |
| <b>Semestre letivo</b>                                  | <b>-,120</b> | <b>,056*</b>   | <b>,887</b>  |
| Constante   | -5,395       | ,054           | ,005         |

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota: Nível de significância de 1% \*\*\*

Nível de significância de 10% \*

As crenças religiosas apresentaram influências positivas na intenção empreendedora dos estudantes universitários, com os seguintes valores: B de 0,293; p de 0,007; e Exp (B) de 1,341. O que possibilita inferir que os estudantes que percebem suas crenças religiosas e se consideram conduzidos pelas tarefas que Deus dá têm mais possibilidades de intenção empreendedora quando comparados com os que não percebem essas crenças. Diante disso, há indícios suficientes para confirmar  $H_1$ : as crenças religiosas exercem influência positiva sobre a intenção empreendedora de estudantes universitários. Esse achado alinha-se com Johnmark, Soemuntj, Laura et al. (2016) e Riaz, Farrukh, Rehman et al. (2016), segundo os quais as crenças religiosas influenciaram também de forma significativa e positiva a intenção empreendedora de universitários.

A atitude favorável ao empreendedorismo teve influência positiva e estatisticamente significativa na intenção empreendedora, com valores B de 1,289, p de 0,000 e Exp (B) de 3,630. Isso mostra que os indivíduos com atitudes mais favoráveis ao empreendedorismo têm três vezes mais chances de possuírem intenção empreendedora do que os indivíduos que não têm essas atitudes. Nesse sentido, pode-se corroborar a  $H_{2a}$ : a atitude favorável ao empreendedorismo exerce influência positiva sobre a intenção empreendedora de estudantes universitários, o que se coaduna com as pesquisas de Schaefer, Nishi, Grohmann et al. (2017) e Oliveira, Vieira, Laguía et al. (2016), quando evidenciam que a atitude de estudantes influenciou na formação da intenção empreendedora.

As normas subjetivas de reconhecimento ao empreendedorismo (valores B de 0,156 e p de 0,263) e o controle percebido do empreendedorismo (valores p de 0,135 e p de 0,210) não apresentaram coeficientes estatisticamente significantes no modelo da pesquisa. Diante desse resultado, elucida-se a perspectiva de Ajzen (1991, 2011) de que a relevância dos preditores varia em decorrência de determinadas situações e comportamentos, destacando-se que apenas a atitude pode exercer impacto significativo na intenção. Os achados das pesquisas de Krueger, Reilly e Carsrud (2000) e de Liñán, Nabi e Krueger (2013) indicaram que a norma subjetiva é a variável preditora menos influente na formação da intenção empreendedora, com

efeito indireto na atitude e no controle percebido, e ainda tem ampla influência do contexto cultural. Entretanto, o resultado referente ao controle percebido diverge do encontrado nas pesquisas de Costa e Mares (2016) e Oliveira, Vieira, Laguía et al. (2016), pois essa dimensão exerceu influência positiva na intenção empreendedora.

Desse modo, não tiveram indícios para serem aceitas no modelo da pesquisa as hipóteses  $H_{2b}$ : as normas subjetivas de reconhecimento ao empreendedorismo exercem influências positivas sobre a intenção empreendedora de estudantes universitários e  $H_{2c}$ : o controle percebido do empreendedorismo exerce influência positiva sobre a intenção empreendedora de estudantes.

Em relação à variável familiares empreendedores, evidencia-se que existe influência dos pais empreendedores na intenção empreendedora dos estudantes universitários, com valores B de 0,921, p de 0,001 e Exp (B) de 2,511. Isso mostra que os indivíduos com pais empreendedores têm duas vezes mais chances de apresentarem intenção empreendedora, quando comparados com os que não têm pais empreendedores. Segundo Toni, Mioranza, Milan et al. (2014), a vocação para empreender é estimulada pela atuação do grupo familiar, uma vez que valores presentes nos pais empreendedores influenciam na escolha do tipo de trabalho futuro dos membros da família, corroborando as pesquisas de Carvalho e González (2006), Teixeira e Davey (2010), Sieger e Minola (2017) e Paiva, Lima, Rebouças et al. (2018). Estes autores enfatizaram que os estudantes com pais empreendedores têm maiores chances de se tornarem empreendedores no futuro.

Ademais, a idade teve influência positiva na intenção empreendedora, com valores B de 0,339 e p de 0,055, apontando que os indivíduos mais velhos tiveram mais intenção empreendedora, em alinhamento com o exposto por Lima Filho e Bruni (2017), os quais consideram a idade uma variável que exerce influência no perfil metacognitivo dos empreendedores; e também com Costa e Mares (2016), os quais destacaram que a idade detém certa influência na intenção empreendedora, e os estudantes mais velhos têm mais propensão ao empreendedorismo do que os mais jovens. O semestre teve influência negativa na intenção empreendedora, com valores B de -0,120 e p de 0,056, apontando que os indivíduos nos semestres iniciais demonstraram mais intenção empreendedora.

De modo geral, os resultados desta pesquisa permitiram concluir que, além das crenças religiosas e da atitude favorável ao empreendedorismo, os familiares empreendedores, os semestres iniciais e a idade tiveram influências na intenção empreendedora. Consoante esses achados, mostram-se os valores esperados e observados do modelo do estudo (Quadro 2).

**Quadro 2**  
**Síntese das hipóteses**

| Hipótese | Dimensão  | Valor Esperado da Hipótese                    | Valor Observado da Hipótese |
|----------|---|---|-----------------------------|
| $H_1$    | Crenças religiosas                                      | Influência positiva na intenção empreendedora | Influência positiva         |
| $H_{2a}$ | Atitude favorável ao empreendedorismo                   | Influência positiva na intenção empreendedora | Influência positiva         |
| $H_{2b}$ | Normas Subjetivas de reconhecimento ao empreendedorismo | Influência positiva na intenção empreendedora | Sem influência              |
| $H_{2c}$ | Controle percebido do empreendedorismo                  | Influência positiva na intenção empreendedora | Sem influência              |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Esta pesquisa torna-se pertinente por possibilitar um panorama acerca da influência dos preditores da intenção empreendedora, levando-se em conta a TCP, proposta por Ajzen (1991). Adicionalmente, verificou-se a influência das crenças religiosas na intenção empreendedora dos estudantes universitários, e isto amplia pesquisas que alinham a intenção empreendedora às crenças religiosas – o que confere uma contribuição para o campo dos estudos relacionados ao empreendedorismo.

## CONCLUSÕES

---

Este estudo teve como principal diretriz analisar a influência das crenças religiosas e das dimensões da TCP na intenção empreendedora. Como bases metodológicas, utilizaram-se os modelos das crenças religiosas, de Rietveld e Van Burg (2014); e da intenção empreendedora, proposto por Liñán e Chen (2009), sendo possível obter resultados com conclusões pertinentes para o campo dos estudos referentes ao empreendedorismo.

Os achados indicaram que as crenças religiosas influenciaram de forma positiva e significativa a intenção empreendedora, e isto mostra a predominância de estudantes universitários com crenças religiosas, sobretudo pela condução das tarefas dadas por Deus, com mais intenção empreendedora do que os que não demonstraram essa crença.

Em relação aos preditores da intenção empreendedora, baseando-se na TCP, proposta por Ajzen (1991), verificou-se que apenas a atitude favorável ao empreendedorismo teve influência significativa na intenção empreendedora, no que se refere à avaliação dos resultados de determinados comportamentos, pois provocam atitudes, favoráveis ou desfavoráveis, à sua realização (BAMBERG, AJZEN e SCHMIDT, 2003). Contudo, as normas subjetivas de reconhecimento ao empreendedorismo e o controle percebido do empreendedorismo não exerceram influência na intenção empreendedora. Ajzen e Fishbein (1977) ressaltaram que as variáveis externas, como as normas subjetivas, impactam de forma indireta, não exercendo efeitos consolidados no comportamento. Devido ao controle comportamental ser volitivo, infere-se que os universitários podem não estar dispostos a despendar esforços para o empreendedorismo.

As principais contribuições da pesquisa referem-se às influências das crenças religiosas na intenção empreendedora. Buscou-se fornecer um panorama mais amplo acerca das dimensões e variáveis que visam explicar o processo de formação da intenção empreendedora. Ademais, fomenta-se a literatura empírica no campo do empreendedorismo, sobretudo ao adaptar o modelo de Ajzen (1991) para prever a intenção empreendedora. Tem-se, ainda, o adicional das crenças religiosas.

Este estudo mostrou algumas limitações que não foram suplantadas, podendo-se apontar a investigação em somente um curso relacionado à gestão, em universidades localizadas apenas no Nordeste e sem a realização de entrevistas com os estudantes universitários.

Diante dessas limitações, sugere-se, para pesquisas futuras, utilizar o mesmo instrumento em outras universidades brasileiras, e em outros países, de modo a comparar os resultados desta pesquisa com os de outras realidades (brasileiras e internacionais). Ademais, poderiam ser realizadas entrevistas em profundidade sobre as crenças religiosas e as dimensões da intenção empreendedora, baseando-se na TCP, o que ampliaria, ainda mais, o campo dos estudos que alinham as crenças religiosas à intenção empreendedora.

## REFERÊNCIAS

- ACS, Z. J.; SZERB, L.; LLOYD, A. **Global entrepreneurship and development – Index 2017**. Cham: Springer, 2017.
- AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational behavior and human decision processes**, v. 50, n. 2, p. 179-211, 1991.
- AJZEN, I. Design and evaluation guided by the theory of planned behavior. In: MARK, M. M.; DONALDSON, S. I.; CAMPBELL, B. (Eds.). **Social psychological and Evaluation**. Nova York; Londres: Guilford Publications, 2011. p. 74-100.
- AJZEN, I.; FISHBEIN, M. Attitude-behavior relations: a theoretical analysis and review of empirical research. **Psychological Bulletin**, v. 84, n. 5, p. 888-918, 1977.
- AUDRETSCH, D. B.; BÖNTE, W.; TAMVADA, J. P. Religion, social class, and entrepreneurial choice. **Journal of Business Venturing**, v. 28, n. 6, p. 774-789, 2013.
- AUTIO, E. et al. Entrepreneurial innovation: the importance of context. **Research Policy**, v. 43, n. 7, p. 1097-1108, 2014.
- BALOG, A. M.; BAKER, L. T.; WALKER, A. G. Religiosity and spirituality in entrepreneurship: a review and research agenda. **Journal of Management, Spirituality & Religion**, v. 11, n. 2, p. 159-186, 2014.
- BAMBERG, S.; AJZEN, I.; SCHMIDT, P. Choice of travel mode in the theory of planned behavior: the roles of past behavior, habit, and reasoned action. **Basic and Applied Social Psychology**, v. 25, n. 3, p. 175-187, 2003.
- BANDURA, A. Self-efficacy mechanism in human agency. **American Psychologist**, v. 37, n. 2, p. 122-147, 1982.
- CARVALHO, P. M. R. D.; GONZÁLEZ, L. Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. **Comportamento Organizacional e Gestão**, v. 12, n. 1, p. 43-65, 2006.
- COSTA, T. G.; MARES, P. Factors affecting students' entrepreneurial intentions of Polytechnic Institute of Setubal: a cognitive approach. **Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace**, v. 7, n. 1, p. 102-117, 2016.
- DANA, L. P. Religion as an explanatory variable for entrepreneurship. **The international Journal of Entrepreneurship and Innovation**, v. 10, n. 2, p. 87-99, 2009.
- DAVIDSSON, P. Culture, structure and regional levels of entrepreneurship. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 7, n. 1, p. 41-62, 1995.
- DELGADO, N. A. et al. Empreendedorismo orientado para a sustentabilidade: as inovações no caso da Volkmann. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 3, p. 1-21, 2008.
- DENEULIN, S.; RAKODI, C. Revisiting religion: development studies thirty years on. **World Development**, v. 39, n. 1, p. 45-54, 2011.
- DUFFY, R. D.; DIK, B. J. Research on calling: what have we learned and where are we going? **Journal of Vocational Behavior**, v. 83, n. 3, p. 428-436, 2013.
- EL OUAFFY, S.; CHAKIR, A. The impact of religiosity in explanation of moroccan very small businesses behaviour toward islamic financial products. **Journal of Business and Management**, v. 17, n. 7, p. 71-76, 2015.
- FAYOLLE, A.; LIÑÁN, F. The future of research on entrepreneurial intentions. **Journal of Business Research**, v. 67, n. 5, p. 663-666, 2014.
- FAYOLLE, A.; GAILLY, B. The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: hysteresis and persistence. **Journal of Small Business Management**, v. 53, n. 1, p. 75-93, 2015.
- FÁVERO, L. P. et al. **Análise de dados: modelagem multivariada para tomada de decisões**. Rio de Janeiro: Campus, 2009.
- FERREIRA, A. S. M.; LOIOLA, E.; GONDIM, S. M. G. Preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora entre universitários: revisão de literatura. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 2, p. 292-308, 2017.
- GALVÃO, A.; MARQUES, C. S.; MARQUES, C. P. Antecedents of entrepreneurial intentions among students in vocational training programmes. **Education + Training**, v. 60, n. 7, p. 719-734, 2018.
- GRIEBEL, J. M.; PARK, J. Z.; NEUBERT, M. J. Faith and work: an exploratory study of religious entrepreneurs. **Religions**, v. 5, n. 3, p. 780-800, 2014.
- HAIR JUNIOR, J. F. et al. **Análise multivariada de dados**. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- HENLEY, A. Does religion influence entrepreneurial behaviour? **International Small Business Journal**, v. 35, n. 5, p. 597-617, 2017.
- HOOGENDOORN, B.; RIETVELD, C. A.; VAN STEL, A. Belonging, believing, bonding, and behaving: the relationship between religion and business ownership at the country level. **Journal of Evolutionary Economics**, v. 26, n. 3, p. 519-550, 2016.
- JOHNMARK, D. R. et al. Disabled students' entrepreneurial action: the role of religious beliefs. **Cogent Business & Management**, v. 3, n. 1, p. 1-13, 2016.
- KAUTONEN, T.; GELDEREN, M.; FINK, M. Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 39, n. 3, p. 655-674, 2015.
- KIRZNER, I. M. **Competition and entrepreneurship**. Chicago: University of Chicago Press, 2015.
- KRUEGER, N. F.; CARSRUD, A. L. Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 5, n. 4, p. 315-330, 1993.
- KRUEGER, N. Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. In: CARSRUD, A.; BRÄNNBACK, M. **Understanding the entrepreneurial mind: opening the black box**. Nova York: Springer, 2009. p. 51-72.
- 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.
- LEHRER, E. L. Religion as a determinant of economic and demographic behavior in the United States. **Population and Development Review**, v. 30, n. 4, p. 707-726, 2004.
- LEHRER, E. L. **The role of religion in economic and demographic behavior in the United States: a review of the recent literature**. Bonn: Institute for the Study of Labor, 2008. (IZA Discussion Paper, n. 3541)

- LIMA FILHO, R. N.; BRUNI, A. L. Metacognition in entrepreneurs: psychometric diagnostic associated to age and sex. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 23, n. esp., p. 345-370, 2017.
- LIÑÁN, F.; CHEN, Y. W. **Testing the entrepreneurial intention model on a two-country sample**. 2006. Disponível em: <http://www.uab.cat/servlet/BlobServer?blobtable=Document&blobcol=urldocument&blobheader=application/pdf&blobkey=id&blobwhere=1345650548706&blobnocache=true>. Acesso em: 19 maio 2019.
- 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.
- LIÑÁN, F.; NABI, G.; KRUEGER, N. British and Spanish entrepreneurial intentions: a comparative study. **Revista de Economía Mundial**, n. 33, p. 703-103, 2013.
- NABI, G. et al. The impact of entrepreneurship education in higher education: a systematic review and research agenda. **Academy of Management Learning & Education**, v. 16, n. 2, p. 277-299, 2017.
- OLIVEIRA, B. M. F. et al. Intenção empreendedora em estudantes universitários: adaptação e validação de uma escala (QIE). **Avaliação Psicológica**, v. 15, n. 2, p. 187-196, 2016.
- PAIVA, L. E. B. et al. Influência da sustentabilidade e da inovação na intenção empreendedora de universitários brasileiros e portugueses. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 4, p. 732-747, 2018.
- PARBOTEEAH, K. P.; WALTER, S. G.; BLOCK, J. H. When does Christian religion matter for entrepreneurial activity? The contingent effect of a country's investments into knowledge. **Journal of Business Ethics**, v. 130, n. 2, p. 447-465, 2015.
- PRESTON, J. L.; RITTER, R. S.; HERNANDEZ, J. I. Principles of religious prosociality: a review and reformulation. **Social and Personality Psychology Compass**, v. 4, n. 8, p. 574-590, 2010.
- RIAZ, Q. et al. Religion and entrepreneurial intentions: an empirical investigation. **International Journal of Advanced and Applied Sciences**, v. 3, n. 9, p. 31-36, 2016.
- RIETVELD, C. A.; VAN BURG, E. Religious beliefs and entrepreneurship among dutch protestants. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 23, n. 3, p. 279-295, 2014.
- SCHAEFER, R. et al. Valores pessoais, atitudes e intenção empreendedora: um estudo com estudantes de graduação em administração. **Revista Economia & Gestão**, v. 17, n. 47, p. 123-143, 2017.
- SCHLAEGEL, C.; KOENIG, M. Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 38, n. 2, p. 291-332, 2014.
- SERAFIM, M. C.; ANDION, C. Capital espiritual e as relações econômicas: empreendedorismo em organizações religiosas. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 3, p. 564-579, 2010.
- SERAFIM, M. C.; FEUERSCHÜTTE, S. G. Movido pelo transcendente: a religiosidade como estímulo ao "espírito empreendedor". **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 1, p. 165-182, 2015.
- SHAPERO, A.; SOKOL, L. The social dimensions of entrepreneurship. In: KENT, C. A.; SEXTON, D. L.; VESPER, K. H. **Encyclopedia of entrepreneurship**. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1982. p. 72-90.
- SIEGER, P.; MINOLA, T. The family's financial support as a "Poisoned gift": a family embeddedness perspective on entrepreneurial intentions. **Journal of Small Business Management**, v. 55, n. S1, p. 179-204, 2017.
- SMELSER, N. J.; SWEDBERG, R. (Eds.). **The handbook of economic sociology**. Princeton: Princeton University Press, 2010.
- TEIXEIRA, A. A. C.; DAVEY, T. Attitudes of higher education students to new venture creation: the relevance of competencies and contextual factors. **Industry and Higher Education**, v. 24, n. 5, p. 323-341, 2010.
- TONI, D. et al. As dimensões dos modelos mentais dos empreendedores e seus impactos sobre o desempenho organizacional. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 20, n. 3, p. 713-739, 2014.
- TRACEY, P. Religion and organization: a critical review of current trends and future directions. **Academy of Management Annals**, v. 6, n. 1, p. 87-134, 2012.
- VINOGRADOV, E.; KOLVEREID, L.; TIMOSHENKO, K. Predicting entrepreneurial intentions when satisfactory employment opportunities are scarce. **Education+ Training**, v. 55, n. 7, p. 719-737, 2013.
- WIBOWO, B. Religiosity and entrepreneurial intention. **Etikonomi**, v. 16, n. 2, p. 187-206, 2017.
- ZELEKHA, Y.; AVNIMELECH, G.; SHARABI, E. Religious institutions and entrepreneurship. **Small Business Economics**, v. 42, n. 4, p. 747-767, 2014.

**Evangelina da Silva Sousa**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8455-1824>

Doutora em Administração e Controladoria pela Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade da Universidade Federal do Ceará (FEAAC/UFC); Administradora da Universidade Federal do Piauí (UFPI), Teresina – PI, Brasil. E-mail: [evangelinasousa@gmail.com](mailto:evangelinasousa@gmail.com)

**Luis Eduardo Brandão Paiva**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5036-6823>

Doutorando em Administração e Controladoria pela Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade da Universidade Federal do Ceará (FEAAC/UFC), Fortaleza – CE, Brasil. E-mail: [edubrandas@gmail.com](mailto:edubrandas@gmail.com)

**Alexandre Rodrigues Santos**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8564-0258>

Doutorando em Administração pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB); Administrador da Universidade Federal do Piauí (UFPI), Teresina – PI, Brasil. E-mail: [arsantospi@hotmail.com](mailto:arsantospi@hotmail.com)

**Sílvia Maria Dias Pedro Rebouças**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8475-9748>

Doutora em Estatística e Investigação Operacional pela Universidade de Lisboa (ULisboa); Professora Adjunta na Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade da Universidade Federal do Ceará (FEAAC/UFC), Fortaleza – CE, Brasil. E-mail: [smdpdro@gmail.com](mailto:smdpdro@gmail.com)

**Raimundo Eduardo Silveira Fontenele**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3683-6961>

Doutor em Ciências Econômicas pela Universidade de Paris XIII (Paris-Nord); Professor Titular no Departamento de Economia Aplicada da Universidade Federal do Ceará (UFC), Fortaleza – CE, Brasil. E-mail: [eduardo@ufc.br](mailto:eduardo@ufc.br)