



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E
CONTABILIDADE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E
CONTROLADORIA
MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO E CONTROLADORIA

LUIS EDUARDO BRANDÃO PAIVA

INFLUÊNCIA DA SUSTENTABILIDADE E DA INOVAÇÃO NA INTENÇÃO
EMPREENDEDORA DE UNIVERSITÁRIOS BRASILEIROS E PORTUGUESES

FORTALEZA

2017

LUIS EDUARDO BRANDÃO PAIVA

**INFLUÊNCIA DA SUSTENTABILIDADE E DA INOVAÇÃO NA INTENÇÃO
EMPREENDEDORA DE UNIVERSITÁRIOS BRASILEIROS E PORTUGUESES**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria, da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Administração e Controladoria. Área de concentração: Organizações, estratégia e sustentabilidade.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Tereza Cristina Batista de Lima

Aprovado em: 03/02/2017

FORTALEZA

2017

LUIS EDUARDO BRANDÃO PAIVA

**INFLUÊNCIA DA SUSTENTABILIDADE E DA INOVAÇÃO NA INTENÇÃO
EMPREENDEDORA DE UNIVERSITÁRIOS BRASILEIROS E PORTUGUESES**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria, da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Administração e Controladoria. Área de concentração: Organizações, estratégia e sustentabilidade.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Tereza Cristina Batista de Lima

Aprovado em: 03/02/2017

BANCA EXAMINADORA:

Prof^ª. Dr^ª. Tereza Cristina Batista de Lima (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr^ª. Sílvia Maria Dias Pedro Rebouças (Coorientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Raimundo Eduardo Silveira Fontenele
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr^ª. Eugénia Maia Ferreira
Universidade do Algarve (UAlg)

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

Universidade Federal do Ceará

Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

P169i Paiva, Luis Eduardo Brandão.
Influência da sustentabilidade e da inovação na intenção empreendedora de universitários
brasileiros e portugueses / Luis Eduardo Brandão Paiva. – 2017.
180 f. : il. color.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração,
Atuária e Contabilidade, Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria, Fortaleza,
2017.

Orientação: Profa. Dra. Tereza Cristina Batista de Lima.

Coorientação: Profa. Dra. Sílvia Maria Dias Pedro Rebouças.

1. Comportamento Sustentável. 2. Comportamento Inovador. 3. Cross-cultural. 4. Intenção
Empreendedora. I. Título.

CDD 658

À minha família: Paiva, Lúcia e Emmanuel. À
Rosane, sempre ao meu lado. Aos meus
amigos e professores.

Ao meu amigo, Boto Junior (*in memoriam*).

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a ele, Deus todo poderoso, por ter me concedido o dom da vida e por ter me dado forças para seguir sempre em frente. Estou encerrando mais um ciclo da minha vida: o mestrado. Irei tornar-me mestre em Administração e Controladoria com uma sensação de eterno aprendizado, conhecimento e amadurecimento.

Agradeço a minha professora, orientadora, incentivadora e amiga, Tereza Lima. Foram tantos anos me acolhendo e acreditando em meu potencial: dois anos como bolsista de iniciação científica; orientando na graduação e orientando no mestrado. Todo o seu apoio foi fundamental para eu conseguir ter chegado até aqui. Não tenho palavras para expressar o meu profundo e intenso agradecimento por tudo.

Agradeço à Profa. Sílvia Rebouças, toda a sua colaboração foi essencial para a realização deste trabalho, desde a coleta de dados até as valiosas contribuições. Sua humildade e serenidade são fontes de inspiração. À Profa. Eugénia Maia, a qual colaborou intensamente com sugestões enriquecedoras, além do seu imenso esforço na coleta de dados deste trabalho. Ao Prof. Eduardo Fontenele, todo o seu apoio foi essencial para o desenvolvimento desta pesquisa. Gratidão a todos vocês, integrantes da banca, suas sugestões, sem dúvidas, perpetuaram-me inspirações e valiosas contribuições acadêmicas. Não há palavras para expressar o meu profundo agradecimento, tanto por acreditarem nesta pesquisa, quanto por serem fontes de inspiração e incentivo.

Agradeço a minha família pelo apoio imensurável, aguentando-me e acalmando-me nos momentos mais difíceis. Gratidão por todo o apoio e por estarem ao meu lado, em todos os momentos. Amo todos vocês: Paiva, Lúcia, Emmanuel e Rosane. Vocês foram fundamentais para o andamento do mestrado e sempre serão essenciais, guias e incentivadores da minha vida.

Obrigado a todos os meus amigos(as) do doutorado e do mestrado, em especial à turma de mestrado 2015 - 2017; e a todos os meus amigos(as) dos colégios, da universidade, dos “rachas” e da vida, saibam que todos tiveram contribuições especiais para a realização desse sonho e que a existência de vocês me motiva e me incentiva a sempre sonhar, seguir e continuar.

Obrigado a todos os estudantes universitários, em particular aos do curso de Administração da Universidade Federal do Ceará e da Universidade do Algarve por terem colaborado ao responderem o questionário, bem como por terem acreditado nesta pesquisa.

Obrigado aos demais professores do Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria e da FEAAC, funcionários da secretaria, coordenadores da UFC e todos que me ajudaram de alguma forma, seja pelo acesso às informações ou por qualquer outro tipo de apoio. Meus sinceros agradecimentos a todos.

Por fim, obrigado à CAPES por todo o incentivo à pesquisa por meio do financiamento da bolsa auxílio.

[...]

"É saber se sentir infinito
Num universo tão vasto e bonito
É saber sonhar
E, então, fazer valer a pena cada verso
Daquele poema sobre acreditar

Não é sobre chegar no topo do mundo
E saber que venceu
É sobre escalar e sentir
Que o caminho te fortaleceu
É sobre ser abrigo
E também ter morada em outros corações
E assim ter amigos contigo
Em todas as situações."

(Ana Vilela)

"Não se concentre no problema,
procure a solução."

(Patch Adams)

RESUMO

Este estudo consiste em analisar a influência do comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários brasileiros e portugueses. Busca-se, também, desenvolver um modelo que permita prever a intenção empreendedora a partir do perfil dos estudantes universitários e do seu comportamento sustentável e inovador. O modelo proposto embasa-se, sobretudo, na teoria do comportamento planejado para a intenção empreendedora, na teoria da adaptação-inovação com o propósito de investigar o comportamento inovador, frente ao estilo cognitivo do indivíduo, e na dimensão sustentável, que se baseia em escalas comportamentais voltadas às questões ambientais. Esta pesquisa é desenvolvida mediante uma *survey* exploratória, aplicada com estudantes universitários da Universidade Federal do Ceará (Brasil) e da Universidade do Algarve (Portugal), em uma perspectiva *cross-cultural*. Para a análise dos dados, utilizam-se técnicas estatísticas de análise multivariada, como a análise fatorial, a regressão logística e as árvores de classificação e regressão (CART). Os resultados confirmam (i) há uma relação positiva entre a intenção empreendedora dos estudantes universitários e a existência de negócios próprios dos pais; (ii) há uma relação positiva entre o país de origem dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora; (iii) não há uma relação positiva entre a experiência profissional dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora; (iv) há uma relação positiva entre o comportamento sustentável dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora; (v) há uma relação positiva entre o comportamento inovador dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora. De modo geral, os resultados contribuem para suplantando a lacuna da literatura empírica que alinha fenômenos como o empreendedorismo, a inovação e a sustentabilidade, e isto confere um caráter inovador para este estudo, o que possibilita, portanto, recomendações para pesquisas futuras.

Palavras-chave: Comportamento Sustentável. Comportamento Inovador. Cross-cultural. Intenção Empreendedora.

ABSTRACT

This study consists of analyzing the influence of sustainable and innovative behavior on the entrepreneurial intention of Brazilian and Portuguese university students. It also seeks to develop a model that allows predicting entrepreneurial intent from the profile of university students and their sustainable and innovative behavior. The proposed model is based mainly on the theory of behavior planned for the entrepreneurial intention, in the theory of adaptation-innovation with the purpose of investigating the innovative behavior, in front of the cognitive style of the individual, and in the sustainable dimension, which is based on Behavioral scales focused on environmental issues. This research is developed through an exploratory survey, applied with university students from the Federal University of Ceará (Brazil) and the University of Algarve (Portugal), from a cross-cultural perspective. Statistical analysis of multivariate analysis, such as factorial analysis, logistic regression and classification and regression trees (CART), are used to analyze the data. The results confirm (i) there is a positive relation between the entrepreneurial intention of the university students and the existence of their own businesses; (ii) there is a positive relationship between the country of origin of university students and their entrepreneurial intent; (iii) there is no positive relationship between the professional experience of university students and their entrepreneurial intention; (iv) there is a positive relationship between the sustainable behavior of university students and their entrepreneurial intent; (v) there is a positive relationship between the innovative behavior of university students and their entrepreneurial intent. In general, the results contribute to overcome the gap in the empirical literature that aligns phenomena such as entrepreneurship, innovation and sustainability, and this gives an innovative character to this study, which makes possible recommendations for future research.

Keywords: Sustainable Behavior. Innovative Behavior. Cross-cultural. Entrepreneurial Intent.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Organização do estudo.....	29
Figura 2 –	Processo empreendedor segundo as definições adotadas pelo GEM.....	37
Figura 3 –	Processo empreendedor, de acordo com a TEA.....	38
Figura 4 –	Evolução das taxas de empreendedorismo segundo estágio de empreendedorismo TEA, TEE, TTE - Brasil - 2002:2015.....	38
Figura 5 –	Perfil do Brasil.....	39
Figura 6 –	Evolução da taxa de desemprego médio em Portugal.....	42
Figura 7 –	Perfil de Portugal.....	43
Figura 8 –	Características do empreendedor.....	45
Figura 9 –	Teoria da ação racional (TAR).....	49
Figura 10 –	Teoria do comportamento planejado (TCP).....	50
Figura 11 –	Teoria das intenções empreendedoras.....	53
Figura 12 –	Modelo do potencial empreendedor.....	55
Figura 13 –	Modelo econômico-psicológico de determinantes da intenção empreendedora.....	56
Figura 14 –	Variação dos resultados na escala de adaptação-inovação.....	67
Figura 15 –	Evolução do TBL no final do século XX e início do XXI.....	72
Figura 16 –	Modelo de Reconhecimento de oportunidades de desenvolvimento sustentável.....	73
Figura 17 –	Desenvolvimento e empreendedorismo sustentável.....	74
Figura 18 –	Evolução dos conceitos do empreendedorismo sustentável.....	77
Figura 19 –	Modelo de empreendedorismo sustentável.....	79
Figura 20 –	Modelo hipotético da pesquisa.....	92
Figura 21 –	Passos básicos de uma lógica hipotética-dedutiva.....	95
Figura 22 –	Modelo conceitual da pesquisa.....	104
Figura 23 –	Síntese das técnicas de análise estatística dos dados.....	107
Figura 24 –	Árvores de classificação e regressão - CART.....	143
Figura 25 –	Síntese dos resultados no modelo proposto.....	148

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 –	Conceitos do empreendedorismo e suas evoluções.....	33
Quadro 2 –	Conceitos do empreendedorismo.....	34
Quadro 3 –	Características do EMPRETEC.....	47
Quadro 4 –	Estudo sobre inovação: obras influentes.....	61
Quadro 5 –	Características de adaptadores e inovadores.....	67
Quadro 6 –	Caracterização dos diferentes tipos de sustentabilidade orientadas para o empreendedorismo.....	78
Quadro 7 –	Dimensões do comportamento sustentável.....	87
Quadro 8 –	Suporte teórico para a pesquisa e hipóteses formuladas.....	91
Quadro 9 –	Caracterização e referências do questionário.....	103

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 –	Tabulação cruzada entre gênero do respondente x intenção empreendedora (AB).....	110
Tabela 2 –	Tabulação cruzada entre estado civil x intenção empreendedora (AB).....	111
Tabela 3 –	Tabulação cruzada entre semestre x intenção empreendedora (AB).....	112
Tabela 4 –	Tabulação cruzada entre experiência profissional x intenção empreendedora (AB).....	112
Tabela 5 –	Tabulação cruzada entre experiência profissional dos pais x intenção empreendedora (AB).....	113
Tabela 6 –	Tabulação cruzada entre gênero do respondente x intenção empreendedora (AP).....	115
Tabela 7 –	Tabulação cruzada entre estado civil x intenção empreendedora (AP).....	116
Tabela 8 –	Tabulação cruzada entre semestre x intenção empreendedora (AP).....	116
Tabela 9 –	Tabulação cruzada entre experiência profissional x intenção empreendedora (AP).....	117
Tabela 10 –	Tabulação cruzada entre experiência profissional dos pais x intenção empreendedora (AP).....	118
Tabela 11 –	Tabulação cruzada entre experiência profissional dos pais x intenção empreendedora.....	119
Tabela 12 –	Intenção empreendedora da amostra total.....	120
Tabela 13 –	Tabulação cruzada entre experiência profissional x intenção empreendedora.....	121
Tabela 14 –	Comportamento sustentável na intenção empreendedora.....	123
Tabela 15 –	Comportamento sustentável de acordo com o país de origem.....	125
Tabela 16 –	Comportamento inovador na intenção empreendedora.....	127
Tabela 17 –	Comportamento inovador de acordo com o país de origem.....	129
Tabela 18 –	Análise fatorial do construto comportamento sustentável.....	131
Tabela 19 –	Análise fatorial do construto comportamento inovador (I).....	133
Tabela 20 –	Análise fatorial do construto comportamento inovador (II).....	133
Tabela 21 –	Comparação de comportamentos (sustentável e inovador), de acordo com a intenção empreendedora.....	135

Tabela 22 – Comparação de comportamentos (sustentável e inovador) na intenção empreendedora, de acordo com o país de origem.....	137
Tabela 23 – Análise da regressão logística das variáveis do modelo.....	140
Tabela 24 – Árvores de classificação e regressão - CART.....	144

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AB	Amostra brasileira
AE	Ano em que Entrou na Universidade
AP	Amostra portuguesa
AT	Amostra total
BP	Barreiras Percebidas
CART	<i>Classification And Regression Trees</i>
CEI	<i>Carland Entrepreneurship Index</i>
CHA	Conhecimentos, Habilidades e Atitudes
CMMAD	Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento
CNUMAD	Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente Desenvolvimento
CR	Curso
CI	Comportamento Inovador
CS	Comportamento Sustentável
CSD	Características Sociodemográficas
DC	Distrito de Colúmbia
D.P.	Desvio padrão
EC	Estado Civil
EFA	<i>Exploratory Factor Analysis</i>
EP	Experiência Profissional
ES	Estado Civil
FE	Familiares Empreendedores.
FP	Facilidades Percebidas
GE	Gênero
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
IBQP	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade
ID	Idade
IE	Intenção Empreendedora
IES	Instituições de Ensino Superior
KAI	<i>Kirton Adaption Innovation</i>
KMO	<i>Kaiser Meyer Olkin</i>

LR	Logistic Regression
MSI	<i>Management Systems International</i>
NS	Normas Sociais
OS	Orientação à Sustentabilidade
PI	Propensão para Inovar
Ps	<i>Planet, Profit and People</i>
QIE	Questionário de Intenção Empreendedora
R	<i>A Language and Environment for Statistical Computing</i>
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SF	Semestre que Frequenta Atualmente
SPSS	<i>Statistical Package for the Social Sciences</i>
TAR	Teoria da Ação Racional
TBL	<i>Triple Bottom Line</i>
TCP	Teoria do Comportamento Planejado
TEA	Taxa de Empreendedores Iniciais
TEE	Taxa de Empreendedores Estabelecidos
TPB	<i>Theory of Planned Behaviour</i>
TRA	<i>Theory of Reasoned Action</i>
TTE	Taxa Total de Empreendedores
UAlg	Universidade do Algarve
UE	União Europeia
UFC	Universidade Federal do Ceará
UN	Universidade
USAID	<i>The United States Agency for International Development</i>

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	19
1.1	Problema de pesquisa.....	22
1.2	Justificativa.....	22
1.3	Objetivos.....	28
<i>1.3.1</i>	<i>Objetivo geral.....</i>	<i>28</i>
<i>1.3.2</i>	<i>Objetivos específicos.....</i>	<i>28</i>
1.4	Estrutura da pesquisa.....	29
2	EMPREENDEDORISMO.....	31
2.1	Conceitos e abordagens do empreendedorismo.....	31
2.2	Empreendedorismo no Brasil.....	36
2.3	Empreendedorismo em Portugal.....	41
2.4	Perfil e características comportamentais do empreendedor.....	45
2.5	Intenção empreendedora.....	48
3	INOVAÇÃO.....	59
3.1	Conceitos e abordagens da inovação.....	59
3.2	Propensão para inovar.....	63
<i>3.2.1</i>	<i>Índices que mensuram a propensão para inovar.....</i>	<i>64</i>
<i>3.2.2</i>	<i>Teoria da Adaptação-Inovação.....</i>	<i>65</i>
4	SUSTENTABILIDADE.....	70
4.1	Desenvolvimento sustentável.....	70
4.2	Empreendedorismo sustentável.....	75
4.3	Comportamento sustentável.....	80
4.4	Desenvolvimento das hipóteses.....	84
5	METODOLOGIA.....	94
5.1	Paradigma de pesquisa.....	94
5.2	Tipologia de pesquisa.....	95
5.3	População e amostra.....	97
5.4	Instrumento de coleta de dados	98
<i>5.4.1</i>	<i>Variável dependente.....</i>	<i>99</i>
<i>5.4.2</i>	<i>Variáveis independentes.....</i>	<i>100</i>
5.5	Técnicas de análise estatística dos dados.....	105

6	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	109
6.1	Caracterização das amostras: perfis sociodemográficos.....	109
<i>6.1.1</i>	<i>Amostra brasileira.....</i>	<i>110</i>
<i>6.1.2</i>	<i>Amostra portuguesa.....</i>	<i>114</i>
<i>6.1.3</i>	<i>Amostra total.....</i>	<i>118</i>
6.2	Estatística bivariada dos construtos.....	122
<i>6.2.1</i>	<i>Comportamento sustentável.....</i>	<i>122</i>
<i>6.2.2</i>	<i>Comportamento inovador.....</i>	<i>126</i>
6.3	Resultados da análise multivariada.....	130
<i>6.3.1</i>	<i>Análise fatorial para verificar os indicadores do construto - comportamento sustentável.....</i>	<i>130</i>
<i>6.3.2</i>	<i>Análise fatorial para verificar os indicadores do construto - comportamento inovador.....</i>	<i>132</i>
6.4	Comparação de comportamentos (sustentável e inovador) na intenção empreendedora, de acordo com o país de origem.....	134
6.5	Resultados do modelo da pesquisa.....	139
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	149
7.1	Discussão sobre os resultados e implicações sociais, empresariais e acadêmicas.....	150
7.2	Limitações do estudo e recomendações para pesquisas futuras.....	156
	REFERÊNCIAS.....	158
	APÊNDICES.....	177
	Apêndice A - Questionário da pesquisa.....	177

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo, nas últimas décadas, tem sido considerado preponderante para o desenvolvimento econômico de um país (GÜROL; ATSAN, 2006; HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014; MILLER et al., 2009; TEIXEIRA; DAVEY, 2010). Segundo o *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM, o empreendedorismo pode ser caracterizado como qualquer tentativa de criar um determinado negócio ou expandir um já existente, sendo realizado por uma ou várias pessoas (GEM, 2012).

O empreendedorismo voltado para o desenvolvimento sustentável tem sua base no "*triple bottom line*" (ELKINGTON, 1997), que se vale do equilíbrio nas esferas econômicas, sociais e ambientais. O empreendedorismo sustentável está associado aos conceitos mais tradicionais do empreendedorismo (KUCKERTZ; WAGNER, 2010), mas também tem o potencial aditivo tanto à sociedade quanto ao meio ambiente (PARRISH, 2008; TILLEY; YOUNG, 2009).

Ao tratar-se sobre o empreendedorismo sustentável, vale destacar o comportamento sustentável, que vem sendo estudado na Psicologia, principalmente, na Psicologia Ambiental (CORRAL-VERDUGO, 2012), com o intuito de identificar a conduta do comportamento do indivíduo em relação ao meio ambiente, com foco na proteção e conservação ambiental. Com isso, o empreendedorismo sustentável relaciona o empreendedorismo e a sustentabilidade (TILLEY; YOUNG, 2009). Ademais, podem-se ressaltar pesquisas alinhando, principalmente a psicologia com o comportamento sustentável (CORRAL-VERDUGO, 2012), e o empreendedorismo com a educação (TEIXEIRA, 2013). Diante disso, este estudo busca identificar além desses aspectos mencionados, também a inovação – mediante o aspecto cognitivo (processamento de informação).

De acordo com a Comissão Europeia (2013), os níveis de empreendedorismo são impactados pela educação, em especial pelos cursos de nível superior direcionados ao empreendedorismo, e que, conseqüentemente, formam empreendedores (HISRICH, 1990; VERHUEL et al., 2001). Nesse contexto, Binotto, Büllau e Roese (2004) evidenciam que o empreendedorismo deve ser ensinado, pois nenhuma pessoa nasce empreendedora, mas sim, torna-se.

Em relação ao contexto educacional, leva-se em consideração a premissa de que a educação emerge como aspecto relevante em vários estudos quando relacionada à intenção empreendedora, a exemplo das pesquisas de Davidsson (1995), Lüthje e Franke (2003), Wang e Wong (2004), Liñán e Chen (2009), Teixeira e Davey (2010), Paço et al. (2011), Sánchez

(2013), Lanero et al. (2011), Liñán, Rodríguez-Cohard e Rueda-Cantuche (2011), GEM (2012), Martin, McNally e Kay (2013), Teixeira (2013), Bae et al. (2014) e García (2014). Ademais, ressalta-se o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) como base de abrangência mundial para o empreendedorismo.

Com essa premissa de relevância, pode-se acentuar o GEM, iniciado em 1999 com a parceria da *London Business School of Babson College*, que aborda quase 100 países. Pode ser considerado o maior estudo sobre empreendedorismo no mundo. O Brasil participa desse projeto desde 2000, e tem sua pesquisa conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP). Além disso, conta ainda com o apoio técnico e financeiro do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (GEM, 2014).

Deve-se enaltecer que, de acordo com o GEM (2014), a Taxa de Empreendedores Iniciais (TEA), isto é, os empreendedores nascentes e novos (considerados empreendedores em estágio inicial) no Brasil, no ano de 2014, representou 17,2%, o que significa que a cada 1000 pessoas 172 poderiam estar iniciando um novo negócio.

Nesse sentido, acentua-se também que os indivíduos que apresentam experiências educacionais podem ser considerados os mais predispostos a participar de programas de implementação de negócios com foco nas questões ambientais.

No que diz respeito ao empreendedorismo com foco nas questões ambientais, vale-se ressaltar, portanto, o comportamento sustentável do indivíduo, mediante a sua consciência ambiental – referente às práticas favoráveis ou contrárias ao meio ambiente (KUCKERTZ; WAGNER, 2010; GONÇALVES-DIAS et al., 2009).

Em face disso, Straughan e Roberts (1999) e Pato e Tamayo (2006) mostram o crescimento de pesquisas acadêmicas relacionadas aos aspectos ambientais, enfatizando, contudo, o comportamento sustentável. Este trabalho, em relação ao comportamento sustentável, utiliza a base teórica e metodológica de Gonçalves-Dias et al. (2009), uma vez que esses autores procuraram mensurar o nível de comportamento sustentável (também nomeado de ecológico ou ambiental). Para tanto, relaciona-se ao comportamento sustentável, questões da consciência ambiental que dizem respeito ao cotidiano do indivíduo: uso de recursos na residência, acerca da economia de água e energia, mobilização sobre a consciência ambiental e questões sobre o tratamento dado ao lixo.

Além do mais, vale salientar o comportamento inovador do indivíduo, mediante o estilo cognitivo, que se refere ao processamento de informações para a tomada de decisão, assim como à resolução de problemas. Para tal análise, utiliza-se o suporte da Teoria da

Adaptação-Inovação, que procura descrever dois estilos cognitivos: adaptador e inovador (KIRTON, 1976; GIMENEZ, 2000; HUTCHINSON; SKINNER, 2007).

Para a mensuração do estilo cognitivo, o embasamento teórico-metodológico perpetua, sobretudo, em Kirton (1976), criador da Teoria da Adaptação-Inovação. A partir de Kirton (1976), foram abordadas inúmeras pesquisas, testadas e validadas – com a redução e o ajuste desta escala (BAGOZZI; FOXALL, 1995; FOXALL; HACKETT, 1992; GOLDSMITH, 1984; MARCATI; GUIDO; PELUSO, 2008; TAYLOR, 1989), que viabilizaram, ainda mais, a significância de mensurar o comportamento inovador.

No tocante à intenção empreendedora, leva-se em consideração a contextualização de Ajzen (1991), de que é anterior ao comportamento real do empreendedorismo, isto é, antecipa a criação ou expansão de um determinado negócio. Bird (1988), Krueger e Carsrud (1993), Thompson (2009) e Teixeira e Davey (2010) destacam inúmeros modelos que são baseados na intenção empreendedora, que se valem da previsão do comportamento empreendedor, e isto tem como foco antecipar potenciais empreendedores.

Shapiro e Sokol (1982) e Shapiro (1984) marcam o ponto inicial da literatura empírica e conceitual a respeito da intenção empreendedora. Esses estudos forneceram embasamentos teórico-metodológicos para o desenvolvimento de vários outros estudos que versam sobre a intenção empreendedora. O empreendedorismo, de acordo com Carland, Boulton e Carland (1984), está relacionado com as competências do indivíduo, enfatizando, conhecimentos, habilidade e atitudes (CHA), que impulsionam e fomentam as capacidades do indivíduo empreender e, conseqüentemente, impactar na economia e na sociedade.

Baron e Shane (2007) evidenciam a literatura sobre intenção empreendedora como crucial para compreender aspectos do empreendedorismo. Posto isso, destacam ainda a importância de conceber variáveis cognitivas (modo de perceber e interpretar o conhecimento) para o processo de intenção empreendedora. Detendo-se dessas perspectivas, acentua-se também que o empreendedorismo sustentável procura aproximar o empreendedorismo e a sustentabilidade (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012).

Nesse sentido, considera-se que o empreendedorismo sustentável emerge a partir dos conceitos mais tradicionais do empreendedorismo, detendo perspectivas econômicas e sociais; em que se busca ampliar sua contextualização para aspectos relacionados às questões ambientais, impactando, principalmente no desenvolvimento sustentável (KUCKERTZ; WAGNER, 2010; PARRISH, 2008; SCHALTEGGER; WAGNER, 2011; SHEPHERD; PATZELT, 2011). Além disso, um indivíduo ao ter intenção empreendedora (DAVIDSSON, 1995), pode estar propenso a ter consciência ambiental positiva (KARP, 1996), com o intuito

de perpetuá-la na criação ou expansão de uma empresa, ressaltando o empreendedorismo com foco sustentável (TILLEY; YOUNG, 2009).

Baseado nesta perspectiva, são acentuados o comportamento sustentável e o comportamento inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários das cidades de Fortaleza – Ceará – (Brasil) e Faro – Algarve – (Portugal). Destacam-se, além das variáveis sociodemográficas, construtos comportamentais (sustentáveis e inovadores) denominados no modelo hipotético a ser testado nesta pesquisa, uma vez que está embasado fortemente na literatura, e isto é essencial para o desenvolvimento das hipóteses (COHEN; WINN, 2007; DEAN; MCMULLEN, 2007; FOXALL; HACKETT, 1992; GONÇALVES-DIAS et al., 2009; KUCKERTZ; WAGNER, 2010).

É importante salientar que esta pesquisa aborda, por sua vez, a influência da sustentabilidade e da inovação na intenção empreendedora dos estudantes universitários, por meio de aspectos comportamentais relacionados a esses temas. Ademais, ressalta-se a comparação entre esses aspectos diante de duas culturas (Brasil e Portugal). Desse modo, será mostrada, em seguida, a pergunta de pesquisa que norteia este trabalho.

1.1 Problema de pesquisa

Diante do comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários brasileiros e portugueses, detendo-se da perspectiva que todo comportamento requer intenção, emerge o seguinte questionamento:

"Qual a relação do comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários?"

1.2 Justificativa

Esta pesquisa justifica-se, primordialmente, pela pouca evidência de modelos comportamentais das preocupações com a sustentabilidade, mediante o comportamento sustentável (BEDANTE; SLONGO, 2004; CORRAL-VERDUGO; PINHEIRO, 2004; CORRAL-VERDUGO, 2012; GONÇALVES-DIAS et al., 2009), como também do comportamento inovador, por meio dos estilos cognitivos – processamento de informações – (FOXALL; HACKETT, 1992), na intenção empreendedora (THOMPSON, 2009) dos estudantes universitários (TEIXEIRA; DAVEY, 2010), em especial levando estas análises para a comparação de diferentes países (HOFSTEDE, 2011).

Observa-se que alguns estudos alinham-se para explicar modelos comportamentais referentes à intenção empreendedora, como o de Autio et al. (2001), Krueger e Brazeal (1994), Krueger (2009) e Liñán e Chen (2009). No entanto, estudos que abordam comportamentos pertinentes à inovação e à consciência ambiental na intenção empreendedora ainda são escassos na literatura empírica e conceitual sobre os temas em questão (KUCKERTZ; WAGNER, 2010; PARRISH, 2008; TILLEY; YOUNG, 2009).

A intenção pode ser considerada precursora da realização de comportamentos (FAYOLLE; LIÑÁN, 2014). Vale ressaltar ainda a importância de avaliar a forma de como as pessoas que têm intenção em abrir um negócio são inovadoras e originais na tomada de decisão e geração de ideias (KIRTON, 1976; MARCATI; GUIDO; PELUSO, 2008). Pois, indivíduos inovadores são essenciais para fazer coisas diferentes, contribuindo no desenvolvimento de ideias para a criação de empresas e geração de empregos que, consequentemente, impactam na economia, na sociedade e no meio ambiente (SHINNAR; GIACOMIN; JANSSEN, 2012).

Considera-se que quanto maior for a intenção empreendedora do indivíduo, mais provável que esse comportamento seja realizado (AJZEN, 1991). Com isso, este estudo procura vincular o comportamento sustentável (consciência ecológica) e inovador (estilos cognitivos) na intenção empreendedora dos estudantes universitários brasileiros e portugueses, ressaltando a influência dessas culturas (HOFSTEDE, 2011) no empreendedorismo (GEM, 2015).

Na perspectiva de Cohen (2005), Dean e Mamulle (2007), Parrish (2008), Kuckertz e Wagner (2010) e Boszczowski e Teixeira (2012), o empreendedorismo, com foco nas práticas sustentáveis, destaca a criação ou expansão de uma empresa/negócio, envolvendo o desenvolvimento econômico, social e ambiental em prol do fomento da importância da proteção ambiental, bem como das vantagens da sustentabilidade. Desse modo, o empreendedorismo com foco sustentável impacta todos os aspectos do "*triple bottom line*" (econômico, social e ambiental) propostos por Elkington (1997).

As questões ambientais vêm sendo discutidas em programas educacionais, principalmente nos que estão relacionados à gestão (SCHMIDT et al., 2011). Portanto, a fim de contribuir para o campo dos estudos relacionados ao empreendedorismo, à sustentabilidade e à inovação, esta pesquisa amplia, por sua vez, a literatura empírica ao alinhar aspectos comportamentais das preocupações com a sustentabilidade – por meio da consciência ambiental – e do comportamento inovador – por meio dos estilos cognitivos – na intenção empreendedora.

Múltiplos estudos comparativos dizem respeito ao empreendedorismo, relacionando-o na perspectiva dos estudantes universitários, a exemplo das pesquisas de Ali et al. (2010) com estudantes paquistaneses; Van Der Zwan, Thurik e Grilo (2010) que realizou um estudo sobre empreendedorismo em diferentes países, dos quais 32 são europeus, três asiáticos e os Estados Unidos da América (EUA). Pode-se destacar, também, estudos feitos para mensurar o empreendedorismo dos estudantes portugueses, realizados por Teixeira e Davey (2010) e Teixeira e Forte (2011).

No tocante à cultura, Hofstede (2011) considera a definição de "cultura", em sua essência, conforme uma programação mental coletiva, uma vez que é parte do condicionamento compartilhado pelos indivíduos de uma mesma nação, região ou grupo. Nesse caso, pode-se destacar também a significância da cultura para tentar explicar padrões, preferências e diferenças de determinadas intenções e atitudes (HELLER, 1987). Além do mais, a cultura pode não ser considerada somente como um conjunto de valores e crenças de uma visão considerada como normal do mundo.

Em torno disso, a cultura é apontada como um fenômeno coletivo, podendo ser perpetuada na mente das pessoas e/ou grupos os quais são definidos. Por isso, refere-se a um fenômeno complexo, ligado ao contexto da coletividade. Ademais, Hofstede (2011) apresenta comumente o termo "cultura" relacionado a grupos étnicos, nações e organizações.

Ao tratar-se sobre cultura, vale enaltecer atitude, intenção e comportamento conforme aspectos intrínsecos que podem ser influenciados pelas diferenças culturais de cada país. No entanto, a revisão da literatura sobre pesquisas *cross-cultural* considera os campos da psicologia e sociologia, em que são abordadas várias pesquisas adaptativas com o intuito de realizar um estudo *cross-cultural*. Destaca-se que, em um paradigma *cross-cultural* (transcultural ou intercultural), uma cultura não é superior à outra (GUILLEMIN; BOMBARDIER; BEATON, 1993).

Em tal caso, no que diz respeito à pesquisa *cross-cultural*, definir-se-á significância de conceitos e abordagens da "cultura" para uma determinada nação (HOFSTEDE, 2011). A cultura pode ser caracterizada como fundamental para compreender as diferenças entre países (STEENKAMP, 2001), e com isso, vale-se ressaltar o paradigma *cross-cultural*, uma vez que se refere a observações e universalismo nos estudos relacionados às culturas das nações que são abordadas (EMBER; EMBER, 2009), inclusive no campo dos estudos concernentes ao empreendedorismo.

Dessa maneira, compreende-se que uma cultura pode influenciar aspectos relacionados a valores e normas, impactando, conseqüentemente, nas atitudes e intenções

(AJZEN, 1991). A cultura é determinada como necessidades e hábitos que impactam os empreendedores (FILLION, 1999), pelas suas atitudes, intenções e comportamentos (FISHBEIN; AJZEN, 1975; LÍÑAN; CHEN, 2009), podendo-se apontá-la para o contexto *cross-cultural* (HOFSTEDE, 2011).

Existem várias pesquisas que associam as questões culturais ao empreendedorismo. A ideia que perpetua sobre a criação ou expansão de determinada empresa (GEM, 2015), bem como as questões culturais que influenciam os empreendedores, elucidam a discussão da cultura empreendedora. É fundamental ressaltar os contextos culturais referentes ao empreendedorismo (THOMAS; MUELLER, 2000), no caso desta pesquisa Brasil e Portugal, que apresentam características culturais similares, tal como a língua (idioma).

A cultura de Brasil e Portugal demonstraram maior distância do poder, aversão à incerteza, coletivismo e feminilidade (HOFSTEDE, 1980). Além disso, aspectos relacionados à cultura perpetuam na disseminação do comportamento do indivíduo (AUDRETSCH; FELDMAN, 2004), alinhando, desta forma, à sustentabilidade (GONÇALVES-DIAS et al. 2009) e à inovação (TAYLOR, 1989).

Nesse contexto, evidencia-se que pesquisas comparativas buscam, essencialmente, enriquecer estudos e analisar contextos culturais distintos. Dessa maneira, esta pesquisa tem como foco relacionar comportamentos sustentáveis e inovadores na intenção empreendedora dos estudantes universitários brasileiros (de Fortaleza) e portugueses (de Faro).

O paradigma *cross-cultural* é considerado um caminho para contextualização de conceitos e teorias em prol de estudos que versam sobre contextos internacionais e multiculturais. Diante dessa perspectiva, infere-se que a cultura pode enaltecer uma possível comparação das diferenças inerentes a cada país (HOFSTEDE, 2011).

Levando em consideração estudos comparativos entre países que procuram identificar a intenção empreendedora, são evidenciadas as pesquisas comparativas entre diferentes países dos autores: Malhotra e McCort (2001) (Hong Kong e Estados Unidos); Liñán e Chen (2009) (Espanha e Taiwan); Franco, Haase e Lautenschläger (2010) (Alemanha e Portugal); Packham et al. (2010) (Alemanha, França e Polônia); Klapper e Tegtmeier (2010) (França e Alemanha); Mueller e Dato-on (2013) (EUA e Espanha); Engle, Schlaegel e Dimitriadi (2011) (Alemanha, Rússia e Estados Unidos); Liñán, Nabi e Krueger (2013) (Espanha e Reino Unido); e Mayhew et al. (2016) (EUA e Alemanha).

No que corresponde à comparação entre Brasil (país emergente localizado no hemisfério Sul) e Portugal (país desenvolvido localizado no hemisfério Norte), Aktouf (2004)

exprime as diferentes realidades existentes entre esses dois hemisférios, se valendo por revelar a existência de diferentes formas de pensar, sentir e agir dos indivíduos. Para tanto, fundamentam-se os aspectos econômicos, sociais e políticos de cada cultura, que podem influenciar a intenção empreendedora do indivíduo. Ademais, vale-se frisar De Holanda (2006), que expõe as características culturais específicas do Brasil, formadas como consequência de Portugal. Tiessen (1997) evidencia a relevância de pesquisas *cross-cultural* para explicar o empreendedorismo.

As investigações entre culturas proporcionam a universalidade de teorias, uma vez que abordam populações com características culturais distintas (MALHOTRA, 2011). Outrossim, utiliza-se para as investigações desta pesquisa, além das variáveis sociodemográficas, o comportamento sustentável (GONÇALVES-DIAS et al., 2009) e o comportamento inovador (FOXALL; HACKETT, 1992) na intenção empreendedora (THOMPSON, 2009).

Os estudantes universitários com experiências educacionais podem ser considerados os mais predispostos a criar determinado negócio, impactando a economia e a sociedade. Além disto, devido a essa experiência, os aspectos referentes ao comportamento sustentável na intenção empreendedora podem ser mais evidenciados a quem tem experiências educacionais, como por exemplo os estudantes, e isto permite prever a relevância dos cursos relacionados à gestão, notadamente o de administração (GONÇALVES-DIAS et al., 2009; PARRISH, 2008; KUCKERTZ; WAGNER, 2010; TEIXEIRA, 2013).

Complementando essa ideia, Dolabela (2008) afirma que a universidade pode ser considerada uma forte influenciadora do empreendedorismo para os estudantes, visto que o conhecimento pode impulsionar a intenção empreendedora do estudante universitário (THOMPSON, 2009).

Diante de tais ensejos, ao se verificar a educação, principalmente no contexto de universitários, são notados vários estudos que procuram integrar a educação com a intenção empreendedora. Nesse sentido, podem ser ressaltados estudos relevantes que serviram de bases teóricas para pesquisas sobre intenção empreendedora, considerando aspectos educacionais, a exemplo de Davidsson (1995), Lüthje e Franke (2003), Wang e Wong (2004), Teixeira e Davey (2010), Paço et al. (2011), Lanero et al. (2011), GEM (2012), Martin, McNally e Kay (2013), Sánchez (2013), Teixeira (2013), Bae et al. (2014), García (2014) e Karimi et al. (2016).

De modo geral, a contribuição teórica deste estudo fundamenta-se nas seguintes questões, conforme propõe Whetten (1989): (i) "o quê"; (ii) "como"; (iii) "por quê"; (iv)

"quem, onde e quando". Esse autor embasa-se nas seguintes perspectivas: "o quê" são os fatores que devem ser considerados para explicar os fenômenos da pesquisa; "como" visa conectar os fatores da; "por quê" refere-se a justificativa do tema; e "quem, onde e quando" relacionam as condições que limitam as proposições do modelo teórico. Logo, na tentativa de suplantar a lacuna teórica de pesquisas científicas alinhando o empreendedorismo, a inovação e a sustentabilidade, ressalta-se a efetivação do preenchimento dos critérios propostos por Whetten (1989).

No que concerne ao "o quê", esta pesquisa pretende, portanto, analisar a influência do comportamento sustentável – por meio da consciência ecológica – e inovador – por meio do estilo cognitivo do indivíduo (processamento de informações) na intenção empreendedora, dos estudantes universitários, detendo-se, sobretudo, da comparação de brasileiros e portugueses.

Em relação ao "como", propõe-se identificar se o estudante universitário tem intenção empreendedora (LIÑÁN; CHEN, 2009; THOMPSON, 2009); além disso, busca-se analisar a influência do comportamento sustentável – utilizando a ótica teórica-metodológica de Straughan e Roberts (1999) e Gonçalves-Dias et al. (2009); assim como fundamenta-se o comportamento inovador na Teoria da Adaptação-Inovação (FOXALL; HACKETT, 1992; KIRTON, 1976), com o intuito de analisar a influência do comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários brasileiros e portugueses.

No que diz respeito ao “por quê”, este estudo pretende identificar se os estudantes universitários têm intenção empreendedora, visto que, possivelmente, serão os futuros empreendedores – àqueles que podem impactar na economia, na sociedade e no meio ambiente; se estes estudantes têm comportamentos inovadores, voltados para a originalidade e criatividade; e se têm comportamentos sustentáveis, diante de suas consciências ambientais – por meio de suas práticas e ações em relação ao meio ambiente.

Ademais, por meio de buscas nos grandes portais de pesquisas científicas como o *Spell* e o *Scielo*, percebe-se a escassez de estudos que alinham inovação-empendedorismo-sustentabilidade. Esses fenômenos individualmente são amplamente fundamentados na literatura empírica e conceitual; no entanto, tratando-se do alinhamento desses fenômenos, considera-se a literatura escassa ou quase inexistente.

No que representa o conjunto "quem, onde e quando", destacam-se as limitações nas proposições das explicações na pesquisa científica, onde os fatores contextuais se limitam e quando podem ser compreendidos como a extensão de determinada teoria. Logo, no caso deste estudo, procura-se analisar a influência do comportamento sustentável e inovador na

intenção empreendedora, especificamente no contexto dos estudantes universitários. A pesquisa será em uma realidade específica, em um momento específico, em que serão analisados os estudantes universitários brasileiros e portugueses dos cursos relacionados à gestão, como o curso de administração.

Outrossim, leva-se em conta o enquadramento desta pesquisa de investigação a decorrer na Universidade Federal do Ceará – UFC (Brasil) e na Universidade de Algarve – UAlg (Portugal), que são consideradas universidades preponderantes para o empreendedorismo, ambas com cursos de nível superior relacionados à gestão. Além de que, são cidades relevantes para o turismo nacional e internacional. Vê-se como oportunidade, então, identificar o conhecimento acerca de aspectos relacionados à sustentabilidade e à inovação na intenção empreendedora dos estudantes universitários.

Além de tentar suplantiar a lacuna na pesquisa acadêmica brasileira no campo, os resultados poderão contribuir para o estabelecimento de políticas nas IES, para que possam incentivar os universitários a terem consciência ambiental na criação de novos negócios, a fim de proporcionar benefícios econômicos, sociais e ambientais para o empreendedorismo como um todo. Além de identificar se esses universitários com intenção empreendedora são inovadores e criativos para o mercado.

1.3 Objetivos

Para responder ao problema de pesquisa proposto, do mesmo modo que evidenciar o modelo hipotético deste estudo, foram estabelecidos os seguintes objetivos geral e específicos.

1.3.1 Objetivo geral

Analisar a influência do comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários brasileiros e portugueses.

1.3.2 Objetivos específicos

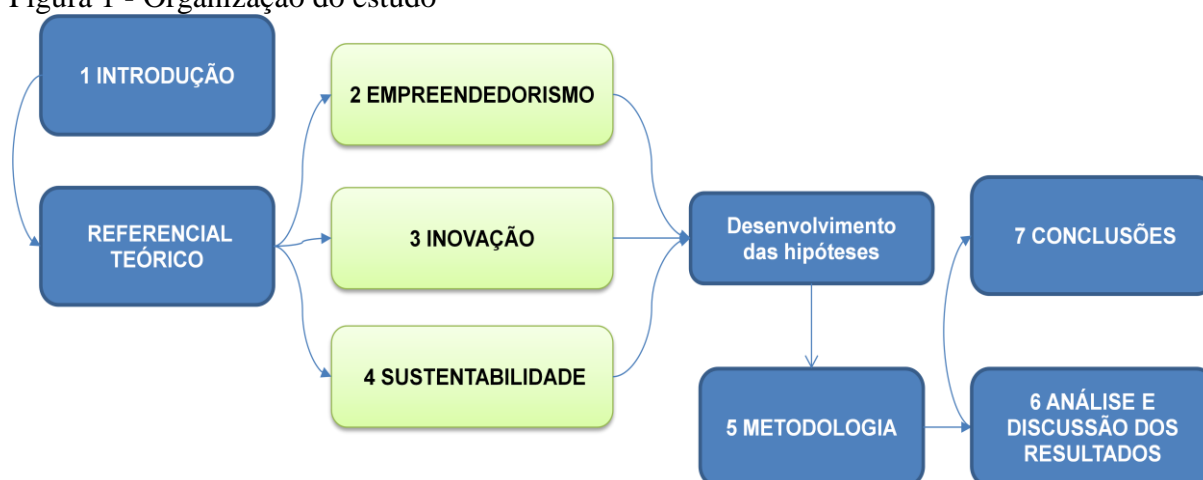
Desta forma, em contexto de Brasil e Portugal, busca-se:

- i) identificar as relações entre o perfil dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora;
- ii) analisar o comportamento sustentável na intenção empreendedora dos estudantes universitários;
- iii) investigar o comportamento inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários;
- iv) desenvolver um modelo que permita prever a intenção empreendedora a partir do perfil dos estudantes universitários e do seu comportamento sustentável e inovador.

1.4 Estrutura da pesquisa

Com o intuito de realizar os objetivos propostos, esta pesquisa exhibe a seguinte estruturação, a ser delineada na sequência, destacando, primeiramente a organização do estudo, conforme Figura 1.

Figura 1 - Organização do estudo



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

O primeiro capítulo trouxe à tona a proposta do estudo, delineando a definição do problema de pesquisa, a justificativa, a relevância do estudo, bem como os objetivos (geral e específicos) que direcionam esta pesquisa.

O segundo capítulo, relativo à primeira parte do referencial teórico, destaca o empreendedorismo, relacionando conceitos e abordagens deste tema. Ademais, fundamenta-se o empreendedorismo com foco no Brasil e Portugal. Logo após, será enaltecido o perfil e as características comportamentais do empreendedor, direcionando-o para a intenção empreendedora, com foco em modelos comportamentais que pretendem explicar essa

intenção.

O terceiro capítulo, direcionado à segunda parte do referencial teórico, busca ressaltar conceitos e abordagens da inovação, salientando modelos que mensuram a propensão para inovar do indivíduo, em especial, enfatiza-se a Teoria da Adaptação-Inovação, com base em Kirton (1976), Taylor (1989) e Foxall e Hackett (1992), os quais mensuram o comportamento inovador do indivíduo.

O quarto, inerente à terceira parte do referencial teórico, acentua o desenvolvimento sustentável como propulsor do empreendedorismo com foco sustentável. Em seguida, destaca o empreendedorismo sustentável – com foco na orientação à sustentabilidade, proteção ambiental e vantagens da sustentabilidade. Logo após, evidencia-se, mediante a Psicologia Ambiental, o comportamento sustentável, enfatizando a consciência ambiental do indivíduo. Ao final deste segmento, será abordado o modelo hipotético adotado nesta pesquisa, com suporte de aspectos comportamentais sustentáveis e inovadores, bem como das variáveis sociodemográficas que podem influenciar na intenção empreendedora, embasando-se fortemente em Kirton (1976), Taylor (1989), Foxall e Hackett (1992), Carvalho e González (2006), Thompson (2009), Dias et al. (2009) e Kuckertz e Wagner (2010).

O quinto capítulo, reservado à metodologia, discute questões referentes ao paradigma de pesquisa, tipologia de pesquisa, bem como a população e amostra utilizada. Em seguida, ressalta-se o instrumento de coleta de dados, evidenciando as variáveis (dependente e independentes), tal como suas relações. Por fim, são sobressaídas as técnicas de análise estatística dos dados, com foco na árvore de classificação e regressão – *Classification and Regression Trees* (CART).

O sexto, evidencia a análise e discussão dos resultados da pesquisa, acentuando as articulações entre a pesquisa bibliográfica e empírica, que têm, por sua vez, o direcionamento para responder os objetivos propostos deste estudo. Além de que busca evidenciar o modelo hipotético que dá suporte teórico à pesquisa, confirmando ou rejeitando as hipóteses levantadas para este trabalho.

Finalmente, o sétimo e último capítulo apresenta as conclusões da pesquisa, o qual está seguido das referências bibliográficas. Ademais, têm-se os apêndices com o questionário utilizado neste estudo.

2 EMPREENDEDORISMO

Este capítulo exprime, inicialmente, o empreendedorismo, destacando seus conceitos e abordagens ao longo do tempo. Em seguida, evidencia o perfil e as características comportamentais do perfil dos empreendedores. Posto isso, este capítulo finaliza enaltecendo a intenção empreendedora, com ênfase em modelos comportamentais que buscam explicar essa intenção.

2.1 Conceitos e abordagens do empreendedorismo

O conceito de "*Entrepreneurship*" empreendedorismo tem sua origem do francês *entrepreneur*, o que se pode destacar como um neologismo direcionado para caracterizar o perfil, a prática e as percepções mediante as atividades empresariais relacionadas ao indivíduo, nomeadamente de empreendedor (DOLABELA, 1999; DORNELAS, 2008; HISRICH; PETERS, 2004). Ademais, os primeiros conceitos referentes ao empreendedorismo relacionavam-se à economia, em síntese, por meio das teorias do desenvolvimento econômico.

As pesquisas acadêmicas em prol do empreendedorismo têm aumentado e diversificado, o que se vale por destacar, ainda mais, a multiplicidade de termos e discordâncias sobre "empreendedorismo" (GARTNER, 2001; HISRICH; PETERS, 2004). Por isso, o campo de estudos relacionados ao empreendedorismo, no que tange a pesquisadores da área, deve ser cauteloso para não ampliar a fragmentação do termo empreendedorismo, visto que já é considerado bastante complexo e com múltiplas discordâncias entre pesquisadores (BUSENITZ et al., 2003).

O termo empreendedorismo obteve sua utilização, primordialmente no extremo oriente por Marco Pólo, uma pessoa considerada empreendedora na época; além de ter dinheiro, vendia suas mercadorias para ganhar ainda mais dinheiro (DORNELAS, 2008; HISRICH; PETERS, 2014). Vale ressaltar a assunção de riscos de Marco Pólo para a realização de suas atividades comerciais, que já eram denominadas de empreendedoras.

Dornelas (2008) mostra que os empreendedores, no final do século XIX e início do século XX, foram confundidos com gerentes ou administradores, o que acentua que ainda nos dias de hoje, isto ocorra com frequência. Posto isso, os empreendedores, muitas vezes, são avaliados como pessoas que organizam como um todo a empresa, pagam os empresários,

planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas pela organização, resumindo, estão a serviço do capitalismo.

Em face disso, Dornelas (2008) também caracteriza algumas diferenças e similaridades entre um administrador e um empreendedor, podendo-se revelar que um empreendedor precisa ser um bom administrador, entretanto um administrador não é, necessariamente, um empreendedor. O empreendedor precisa ter algo a mais do que ser apenas ser um administrador, deve ter características adicionais que o façam ser um empreendedor e que, conseqüentemente, lhe possibilitem a assunção de riscos. Gartner (2001) reforça que o foco deve ser no que o empreendedor faz, e não no que ele é ou parece ser.

Alguns conceitos administrativos no século XX, decorrentes de aspectos sociais, políticos, legais e culturais, foram determinantes para o empreendedorismo, a saber: início do século XX, o movimento da racionalização do trabalho; década de 1930, o movimento das relações humanas; entre 1940 e 1950, o movimento do funcionalismo estrutural; 1960, o movimento dos sistemas abertos; década de 1970, movimento das contingências ambientais (DORNELAS, 2008). No momento atual, não se evidenciam movimentos administrativos que impactam o empreendedorismo, porém o empreendedorismo ainda tende a modificar constantemente os negócios no mundo.

O empreendedorismo emerge a partir da década de 1930, por meio do economista Schumpeter (1982), tendo seu vínculo com a inovação e com o desenvolvimento para a criação de novos negócios (TEIXEIRA; DAVEY, 2010; TEIXEIRA, 2013). Schumpeter (1942), em seu livro *Capitalismo, Socialismo e Democracia*, publicado em 1942, acentua a inovação como um processo que fomenta a economia e evidencia o capitalismo e o espírito inovador do indivíduo. Nesse contexto, infere-se que o importante papel do empreendedor influencia o desenvolvimento econômico e social de um país.

Estudos relacionados ao empreendedorismo afloram nas ciências humanas a partir da década de 1980, associando-se com a psicologia, sociologia, antropologia, economia, entre outras áreas (FILION, 1999). Hisrich, Peters e Shepherd (2014) abordam que uma das definições mais dedicadas ao empreendedorismo refere-se a um processo de criar algo de valor, que demanda tempo e esforço pela assunção de riscos financeiros, psicológicos e sociais, e que, conseqüentemente, resultam na satisfação pessoal e no desenvolvimento econômico. O GEM (2015) mostra ainda que o empreendedorismo afeta diretamente na criação de empregos, proporcionando, portanto, uma opção de carreira para muitas pessoas.

O conceito de empreendedorismo foi difundido no Brasil, a partir da década de 1990, devido à criação de novos empreendimentos; à questão da redução da mortalidade das

empresas; assim como à globalização. Nesse sentido, Low e MacMillan (1988) ressaltam que o empreendedorismo pode ser definido como a criação de uma nova empresa. Com isso, é válido complementar que em virtude do grande aumento do desemprego, muitos ex-funcionários começaram seus próprios negócios, ampliando assim as atividades empreendedoras (DORNELAS, 2008; GEM, 2015).

O empreendedorismo pode ser considerado uma forma de explorar oportunidades e transformar o aprendizado em resultado, em razão de que impulsiona a economia, desenvolve pessoas e, portanto, proporciona a inovação. Entende-se que uma pessoa cria ou expande algum negócio por meio de seu potencial empreendedor (SCHUMPETER, 1984; TIMMONS; SPINELLI, 1994; DRUCKER, 2005). O empreendedorismo passa então a ser abordado em várias pesquisas científicas por impactar a economia, a inovação e a introdução de novos produtos e serviços (GARTNER, 2001).

De acordo com o GEM (2012), o empreendedorismo é um processo que compreende várias fases, o que se pode considerar desde a intenção em iniciar um determinado negócio até mesmo à interrupção deste. Destaca-se que o empreendedorismo afeta a economia em múltiplos e diferentes níveis, sociais, culturais, legais e ambientais.

Diante do exposto, evidenciam-se, a seguir, alguns conceitos do empreendedorismo, considerando suas evoluções ao longo do tempo. Por isso, parte-se de um conceito polissêmico – com vários significados que foram evoluindo e se ajustando no decorrer dos anos; e multifacetário, com características distintas (QUADRO 1).

Quadro 1 - Conceitos do empreendedorismo e suas evoluções

Idade Média	Era um grupo de guerreiros em ação e um indivíduo que administrava projeto de produção em larga escala. O empreendedor começa a gerenciar grandes projetos de produção com ajuda governamental, deixando de assumir os riscos.
Século XVII	Indivíduo voltado para ter lucro na fixação de um preço num contrato com o governo.
1725	Richard Cantillon - escritor e economista francês, define empreendedor como o indivíduo que assumia riscos, planejando, supervisionando e organizando.
1803	Jean-Baptist Say - separa os lucros do empreendedor do capitalista.
1876	Francis Wlater - estabelece distinção entre os que fornecem fundos e recebem lucros gerados por sua capacidade gerencial.
1934	Joseph Schumpeter - entende que empreendedor é um inovador e estabelece tecnologia inédita.
1961	David McClelland - visualiza o empreendedor como um tomador de risco moderado.
1964	Peter Drucker – vislumbra-o como alguém que maximiza oportunidades.
1975	Albert Shapero - o empreendedor toma iniciativa, organiza mecanismos socioeconômicos e aceita riscos de fracasso.
1976	Karl Vesper - enxerga os empreendedores como diversos economistas, engenheiros, gestores e políticos.
1983	Gifford Pinchot - alude ao <i>entrepreneur</i> como um empreendedor dentro de uma organização já estabelecida.
1985	Robert Hisrich - o empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, para o qual o empreendedor dedica o tempo e os esforços necessários, assume

	os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebe as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.
2015	GEM - o empreendedorismo consiste em qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente.

Fonte: Adaptado de Hisrich e Peters (2004) e GEM (2015).

Revela-se, também, que o empreendedorismo está associado a diversos conceitos, a saber: inovação, risco, oportunidade, atitude, inserção e motivação. Ademais, nota-se a associação desses conceitos incorporados ao empreendedorismo ao longo do tempo (GASPAR, 2009; MCCLELLAND, 1972; SCHUMPETER, 1934; TEIXEIRA; DAVEY, 2010; VENKATARAMAN, 1997).

Em virtude do exposto, percebe-se pelo Quadro 2 que houve um aumento da relação de conceitos associados ao empreendedorismo, podendo-se inferir à multidisciplinaridade deste tema.

Quadro 2 - Conceitos do empreendedorismo

	Definição	Estudo
Inovação	O empreendedor é o inovador que provoca mudanças no mercado por meio do conhecimento	Schumpeter (1934)
	Um processo dinâmico que cria valor no mercado por meio de explorações econômicas	Virtanen (1997)
	A inovação como a capacidade empreendedora, responsável pelo crescimento econômico.	Hung e Mondejar (2005)
	O empreendedorismo é: a) uma importante fonte de criação de emprego; b) desempenha um papel fundamental na introdução de inovações na economia constituem como o mecanismo que leva a economia a própria sociedade a evoluir e a progredir	Gaspar (2009)
Risco	Processo gerador de riqueza resultante do assumir de riscos inerentes às obrigações das carreiras dos indivíduos, (...).	Ronsdalt (1984)
	Adiciona ao conceito de empreendedorismo fatores como a incerteza e o risco, as competências de gestão e o oportunismo criativo.	Brockhaus (1987)
Oportunidade	Todas as funções e atividades relacionadas com a detecção de oportunidades e a criação de empreendimentos capazes de realizar estas oportunidades compõem o empreendedorismo. (...)	Bygrave e Hofer (1991); Bygrave (1993)
	O empreendedorismo depende da relação entre a existência de oportunidades lucrativas (...).	Venkataraman (1997)
	(...) O empreendedorismo depende da vontade e aptidão dos indivíduos de, individualmente ou em conjunto, dentro ou fora das organizações existentes, detectarem e explorarem novas oportunidades econômicas, desenvolvendo as suas ideias e difundindo-as no mercado.	Wennekers e Thurik (1999)
	(...) O empreendedorismo concorre, de forma determinante, para a união entre sistemas tecnológicos e para a exploração de oportunidades de negócio latentes no mercado.	Grebel et al. (2003)

	Definir empreendedorismo implica considerar dois critérios: o primeiro, traduz-se no estado do conhecimento e na capacidade dos indivíduos reconhecerem as oportunidades econômicas existentes no mercado, que podem ser concretizadas com a criação de uma nova empresa; (...).	Andrestsch e Keilbach (2004)
Atitude	A principal força motivadora da atitude empreendedora a “necessidade de realização do indivíduo” ou a vontade humana de se superar e tornar-se diferente, envolvendo características psicológicas e atitudinais como tendência ao risco, iniciativa e desejo de reconhecimento.	McClelland (1972)
	(...) Para este autor o elemento empresa engloba a orientação estratégica, a atitude competitiva, o nível de tecnologia disponível e o recurso a redes de informação. A envolvente, por sua vez, exerce influência em quatro aspectos: a turbulência, a complexidade, a hostilidade e a liberalidade. (...).	Hisrich (2000)
	características demográficas tenham certas atitudes nas intenções empreendedoras, aspectos psicológicos, motivacionais, bem como criatividade e propensão ao risco, somados aos contextos de experiência familiar e profissional, oportunidades de mercado e contato com outros empreendedores se mostram bem mais relevantes na explicação dessas intenções.	Teixeira e Davey (2010)
	A sociedade tem atitudes negativas em relação à criação de novas empresas, e para construir atitudes positivas é preciso que sejam alteradas as percepções de desejabilidade e viabilidade quanto à criação de um novo negócio.	Sánchez (2010).
	A principal força motivadora da atitude empreendedora a “necessidade de realização do indivíduo” ou a vontade humana de se superar e tornar-se diferente, envolvendo características psicológicas e atitudinais como tendência ao risco, iniciativa e desejo de reconhecimento.	McClelland (1972)
Inserção	O empreendedorismo não é uma nova profissão, mas é a construção de um novo significado para a inserção profissional (...).	Castillo et al. (2008)
	Relaciona-se ao indivíduo inovador com ideias, fatos, necessidades e demandas de mercado de forma criativa.	Schmidt e Bohnenberger (2009)
Motivação	Outros também se referem ao pensamento, motivação e capacidade necessários "para entrar e competir num mercado já existente, para alterar ou mesmo criar um novo mercado".	European Commission (2003, p. 5)
Criatividade	"Mistura de assunção de riscos, da criatividade e / ou inovação, com uma boa gestão".	European Commission (2003, p. 6)

Fonte: Adaptado de Teixeira (2013).

Posto isso, Castillo et al. (2008) evidenciam que o empreendedorismo refere-se à construção de um significado com aspectos relacionados à prática e à teoria, em que detém definições mediante diferentes contextualizações a abordagens. Outrossim, advém de uma multiplicidade de conceitos em áreas e sentidos distintos, desde a figura do empreendedor concernente às teorias econômicas até ao conceito de empreendedorismo, primordialmente, evidenciado por Schumpeter (1934), relacionando-o com a figura de uma pessoa inovadora.

Desse modo, o empreendedorismo pode ser definido como a criação ou a expansão de determinado negócio, destacando o impacto que o empreendedorismo detém na

economia, na sociedade e no meio ambiente. Nesta pesquisa, a definição do empreendedorismo refere-se à criação de novas empresas/negócios com o adicional do perfil inovador (DAVIDSSON, 1995; FAYOLLE; LIÑÁN, 2014; GARTNER, 1988; GEM, 2015).

Nesse sentido, em relação aos conceitos e as abordagens do empreendedorismo, com foco na construção e na contextualização desse termo, será abordado o empreendedorismo com destaque no Brasil.

2.2 Empreendedorismo no Brasil

A partir do século XVII, os portugueses, diante da ampla exploração no território brasileiro, começaram a distribuir as terras conquistadas e disseminar para os cidadãos portugueses. Em face disso, é fundamental destacar Irineu Evangelista de Sousa, conhecido como Barão de Mauá, descendente de português, e que, primordialmente, foi responsável pela fabricação de caldeiras de máquinas a vapor, engenhos de açúcar, guindastes, prensas, armas e tubos para encanamentos de água (ALFREDO, 2009).

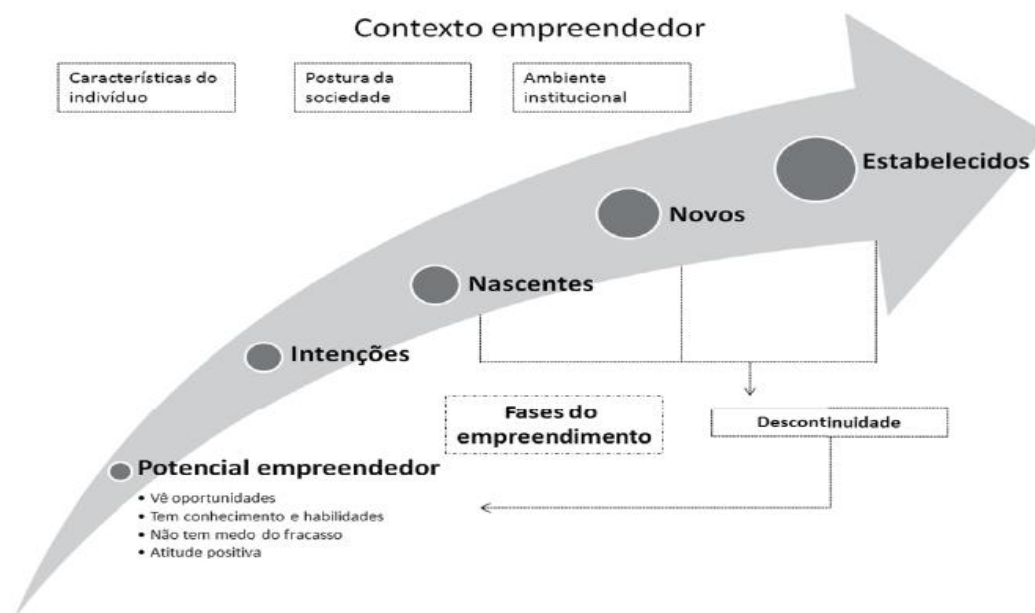
Nessa sequência, Barão de Mauá foi responsável por alguns empreendimentos, a saber: organização de companhias de navegação a vapor no Rio Grande do Sul e no Amazonas; implantação, da primeira ferrovia brasileira, entre Petrópolis e Rio de Janeiro, em 1852; implantação de uma companhia de gás para a iluminação pública do Rio de Janeiro, em 1854; e inauguração do trecho inicial da União e Indústria, primeira rodovia pavimentada do país, entre Petrópolis e Juiz de Fora, em 1856 (ALFREDO, 2009). Sendo assim, são realçados aspectos do empreendedorismo desde a época do Barão de Mauá, ressaltando, contudo, a colonização de Brasil por Portugal.

Diante dessa contextualização, é válido apontar o projeto GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*, detendo seu foco na compreensão e no desenvolvimento econômico e social dos países. Esse projeto está presente em torno de 100 países, e pode ser considerado o maior estudo sobre empreendedorismo no mundo. Esta pesquisa no Brasil é dirigida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), contando com o apoio técnico e financeiro do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Desde 2011, o Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas tornou-se parceiro acadêmico do projeto (GEM, 2015).

De acordo com o GEM (2015), o crescente desemprego, juntamente com a recessão global ampliam as atividades empreendedoras no mundo. Diante disso, o ambiente apresenta, com isso, vários desafios que permeiam oportunidades para despertar o potencial

empreendedor e, conseqüentemente, resolver os problemas, de forma a impactar positivamente a economia. Por isso, mostra-se, a seguir, o contexto do empreendedor na perspectiva das definições adotadas pelo GEM (2013).

Figura 2 - Processo empreendedor segundo as definições adotadas pelo GEM



Fonte: GEM (2013).

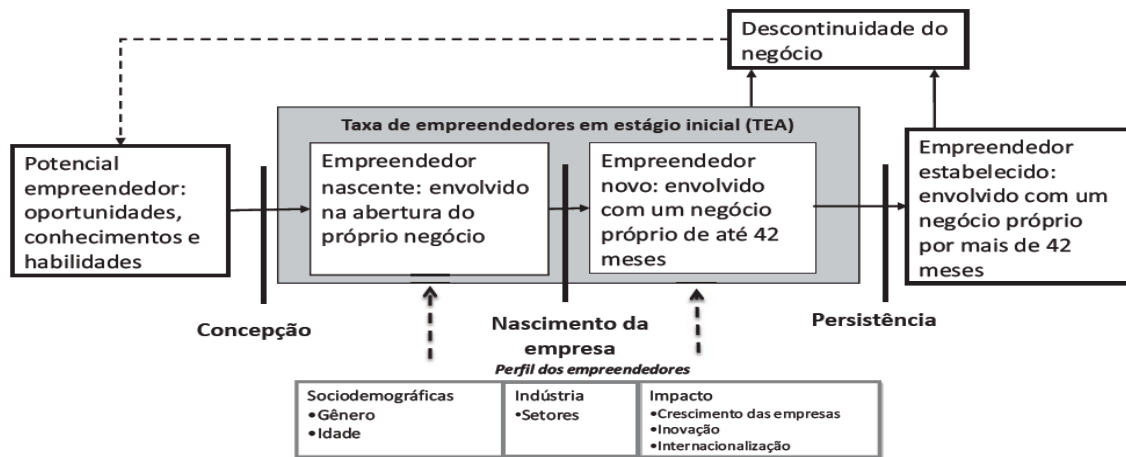
Pela Figura 2 nota-se que o potencial empreendedor é alguém que vê oportunidades, tem habilidades e conhecimentos e, além disso, encoraja outras pessoas proporcionando, portanto, atitudes positivas. Logo em seguida, surgem as intenções, que na perspectiva de Thompson (2009), é o auto reconhecimento do indivíduo para a criação de um determinado negócio. A partir daí, dado que por essa intenção ocorra o empreendedorismo, surgem os empreendedores iniciais (nascentes e novos), que, conseqüentemente, tendem a originar os empreendedores estabelecidos no mercado (GEM, 2013).

Pode-se concatenar o empreendedor a um processo de concepção, de acordo com o potencial empreendedor, dando continuidade ao nascimento da empresa, em que espera-se, portanto, esta continuidade, e não o seu fechamento. Ademais, é válido salientar os impactos que o processo do empreendedorismo pode gerar à economia, tal como às características sociodemográficas confirmadas no perfil da figura dos empreendedores (GEM, 2013).

Nesse contexto, verifica-se pela Figura 3 o processo empreendedor, de acordo com a taxa de empreendedores iniciais (TEA), o que permite um efeito positivo para os estudos relacionados ao empreendedorismo, podendo-se prever características de empreendedores nascentes e novos, e isto é fundamental para compreender como se dá o

processo do empreendedorismo, bem como dos aspectos essenciais para o nascimento de uma empresa, o que se confere na perspectiva do GEM 2013.

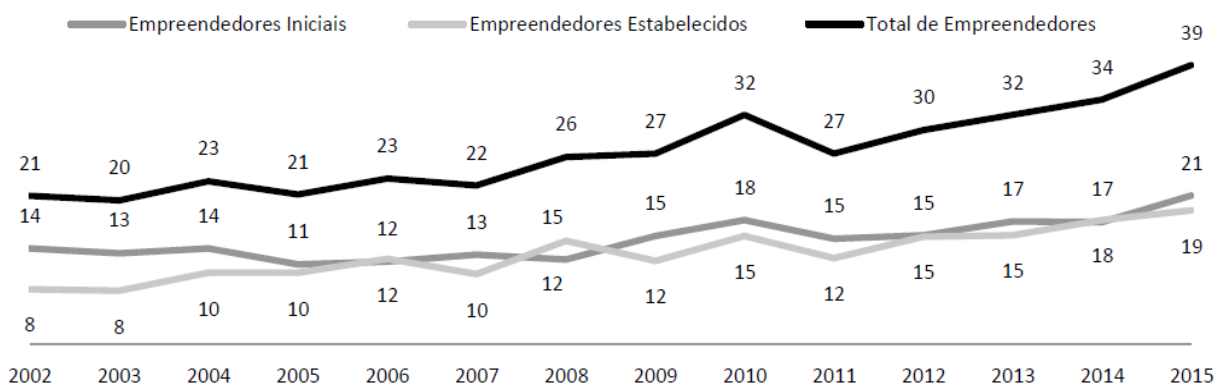
Figura 3 - Processo empreendedor, de acordo com a TEA



Fonte: GEM (2013).

O empreendedorismo está se tornando cada vez mais presente no Brasil e no mundo (GEM, 2013). Por isso, considera-se a contextualização de empreendedorismo pelo GEM (2015), qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente. Os empreendedores podem ser considerados como iniciais (nascentes e novos) - taxa de empreendedores iniciais (TEA); e estabelecidos - taxa de empreendedores estabelecidos (TEE). Os nascentes e novos são considerados empreendedores iniciais ou em estágio inicial; os estabelecidos já estão consolidados no mercado (FIGURA 4).

Figura 4 - Evolução das taxas de empreendedorismo segundo estágio de empreendedorismo TEA, TEE, TTE - Brasil - 2002:2015



Fonte: GEM Brasil (2015).

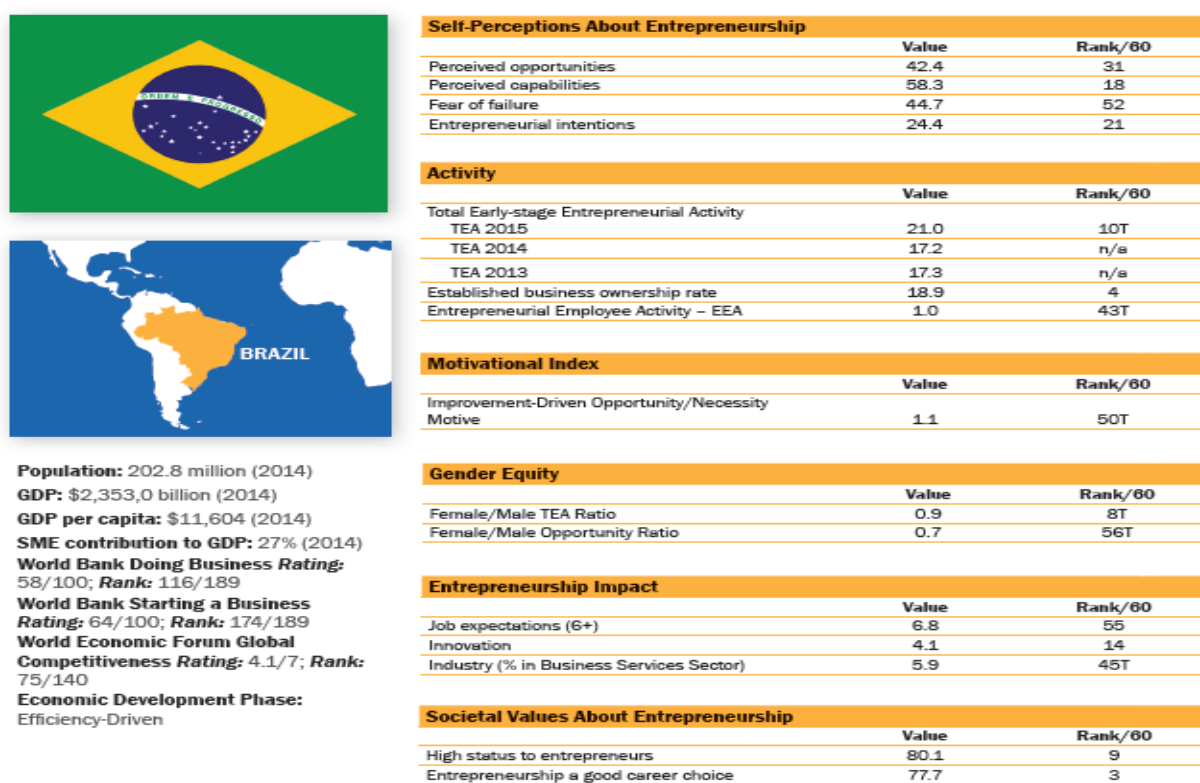
¹ Percentual da população de 18 à 64 anos

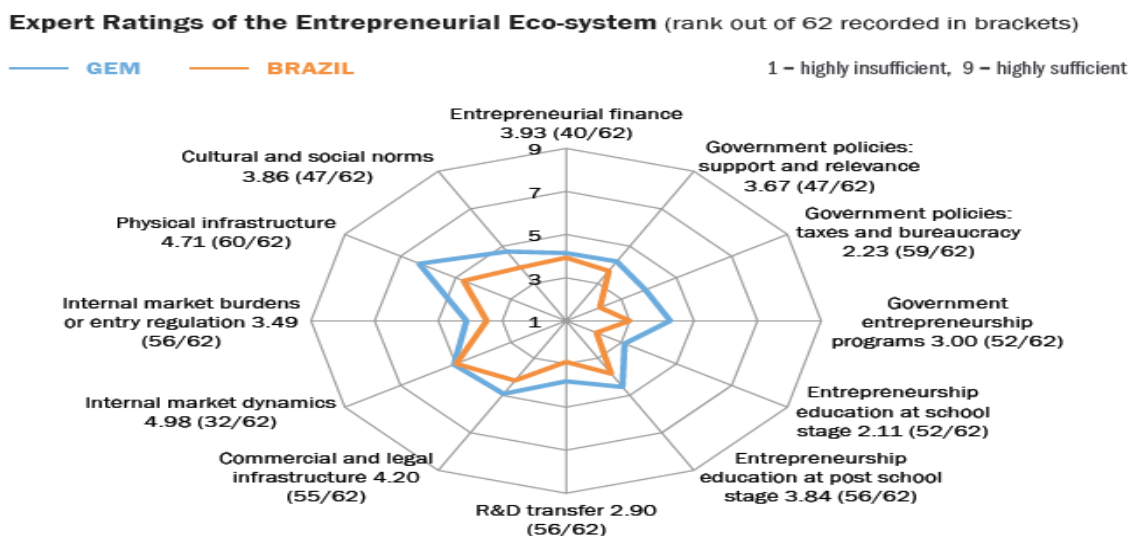
No que tange à taxa de empreendedores iniciais no Brasil (TEA), esta se manteve estável nos anos de 2013 e 2014, com 17,3%, e 17,2% respectivamente. Enquanto isso, o ano de 2015 obteve uma TEA de 21% (GEM, 2015). A taxa total de empreendedorismo (TTE) refere-se taxa de empreendedores iniciais (TEA) mais a taxa de empreendedores estabelecidos (TEE). O que significa que a cada 1000 brasileiros, 210 estão iniciando novos negócios, os quais podem impactar positivamente a sociedade em contextos econômico, social, político e ambiental.

De modo geral, os brasileiros são favoráveis à abertura de novos negócios (empreendedorismo), levando-se em conta que no ano de 2015 entre 70% e 80% dos brasileiros acreditavam que abrir um determinado negócio é uma opção desejável para sua carreira. Isso pode ter sido consequência das carreiras empreendedoras bem sucedidas ressaltadas pelas mídias, como televisão, rádio e internet (GEM, 2015).

Considerando a população de 18 a 64 anos, observou-se, no ano de 2014, que 31% tinham o sonho de ter um negócio próprio, enquanto em 2015 esse percentual aumentou para 34%. Em consonância com o GEM (2016), traça-se o perfil do Brasil de acordo com alguns aspectos do empreendedorismo (FIGURA 5).

Figura 5 - Perfil do Brasil





Fonte: GEM (2016).

¹"T" - indica um laço com outro país no ranking

²"nba" - indica que os dados não estão disponíveis

Observa-se pela Figura 5 aspectos do perfil do Brasil como: valores (*value*) e classificação (*rank*) dos seguintes determinantes: i) auto percepção sobre empreendedorismo (*self perceptions about entrepreneurship*): oportunidades percebidas (*perceived opportunities*); capacidades percebidos (*perceived capabilities*); medo de falhar (*fear of failure*); intenções empreendedoras (*entrepreneurial intentions*).

Em seguida, tem-se ii) atividades (*activity*): TEA 2013; 2014 e 2015; taxa de propriedade de empresas estabelecidas (*established business ownership rate*); e Empreendedora Atividade Employee - EEA (*Entrepreneurial Employee Activity – EEA*). Logo após, iii) índice de motivação (*motivational index*): impulsionada-aperfeiçoamento (*improvement-driven*); oportunidade/necessidade (*opportunity/necessity*); e motivo (*motive*).

Adiante, iv) equidade de gênero (*gender equity*): o qual destaca a TEA da população masculina e feminina; v) empreendedorismo de impacto (*entrepreneurship impact*): expectativas de trabalho (*job expectations*); inovação (*innovation*); indústria - % no setor de serviços de negócios (*industry - % in business services sector*). Por fim, vi) Valores sociais sobre empreendedorismo (*societal values about entrepreneurship*): status elevado para os empresários (*high status to entrepreneurs*); e espírito empresarial uma boa escolha de carreira (*entrepreneurship a good career choice*).

Pela segunda parte da Figura 5 são evidenciados aspectos do empreendedorismo no Brasil, comparando-o com o GEM, em que são destacadas as avaliações de especialistas do ecossistema empresarial (*expert ratings of the entrepreneurial eco-system*), por aspectos

como normas sociais e culturas; mercado; comércio; infraestrutura; planejamento e desenvolvimento; educação empreendedora; programas governamentais; e finanças empresariais.

De acordo com o que foi exposto, com foco no empreendedorismo no Brasil, será abordado, a seguir, o empreendedorismo em Portugal, em razão de que esses dois países (Brasil e Portugal) estão fundamentados neste trabalho. Nesse contexto, retrata-se que foi fundamental compreender o empreendedorismo no Brasil, tendo em vista que esse país insere-se na população deste estudo, mensurado pela intenção empreendedora dos estudantes universitários.

2.3 Empreendedorismo em Portugal

O empreendedorismo está presente em Portugal, uma vez que é um país com necessidade constante de se firmar no mercado global e competitivo, em que o empreendedorismo pode ser considerado um fomentador de empregos, que, conseqüentemente, desenvolve o país em uma escala global (RIBEIRO; FERNANDES; CABO, 2011; GEM, 2015). Diante disso, Gaspar (2009) afirma que o desenvolvimento econômico de Portugal está diretamente relacionado à criação de novos negócios - empreendedorismo.

A partir da década de 1980, o empreendedorismo tem sido amplamente discutido e difundido em Portugal (DORNELAS, 2005; GONÇALVES, 2009). Mesmo que, na perspectiva de Reynolds et al. (2002), o empreendedorismo em Portugal não seja tão evidente quando comparado com outros países capitalistas, a exemplo dos Estados Unidos (DORNELAS, 2005), salienta-se a importância de estudos sobre o empreendedorismo em Portugal, já que é um fomentador para a economia do país (REYNOLDS et al., 2002).

Sarmiento e Nunes (2011) notabilizam que, em 2001, diante de um contexto isolado de outros países europeus, Portugal teve poucos novos empreendedores. Com isso, destaca-se o relatório GEM (2004), o qual considerou Portugal com uma das mais baixas taxas de atividades empreendedoras da União Europeia (UE). O que vale refutar que, comparando com o ano de 2001, pode-se destacar a redução da taxa de atividades empreendedoras para o ano de 2004.

Diante disso, o ano de 2007 registrou um maior índice de empreendedorismo em Portugal, com a TEA de 8,8%, isto é, a cada 100 indivíduos, aproximadamente 9 estão iniciando atividades empreendedoras. Considerando o ano de 2011, a TEA representou 7,5%;

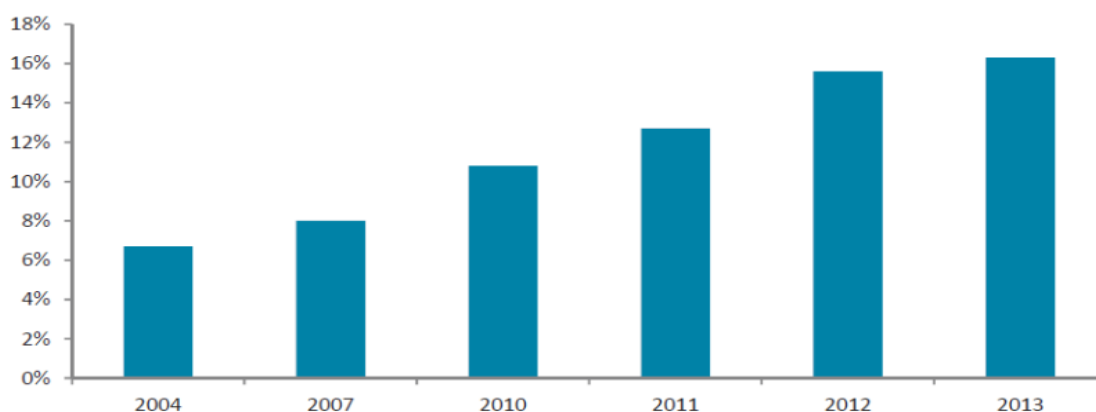
e em 2012 este índice baixou para 7,7%, ou seja, entre 7 e 8 indivíduos, a cada 100 estavam iniciando atividades empreendedoras (GEM, 2012).

Em referência à intenção empreendedora, pode-se enaltecer que, no ano de 2013, último relatório publicado em Portugal, 16% dos indivíduos pretendem iniciar um novo negócio ou uma atividade empreendedora nos próximos três anos (GEM, 2013). Diante dessa abordagem, Portugal teve uma TEA de 8,2% com cerca de 8 empreendedores a cada 100. Esta análise posicionou Portugal no 47º lugar (entre 69 países) do universo GEM 2013.

O GEM expressa que o empreendedorismo é ascendente para a economia de uma país, principalmente naqueles que têm baixo Produto Interno Bruto (PIB) e elevada taxa de desemprego, como é o caso de Portugal, que nos últimos anos ampliou iniciativas que alavancassem o comportamento empreendedor (GEM, 2013).

Dessa forma, salientam-se alguns aspectos que ampliaram esse incentivo ao comportamento empreendedor como: crise econômica; desilusão familiar; perda de reputação diante dos amigos; aversão ao risco; e medo de falhar (AMWAY EUROPE, 2014). Diante da economia de Portugal não ter empregos suficientes para todos os jovens que atingem a idade adulta (entre 16 e 64 anos), a taxa de desemprego é elevada, o que faz com que este país busque crescimento nas atividades empreendedoras a fim de gerar empregos (FIGURA 6).

Figura 6 - Evolução da taxa de desemprego médio em Portugal



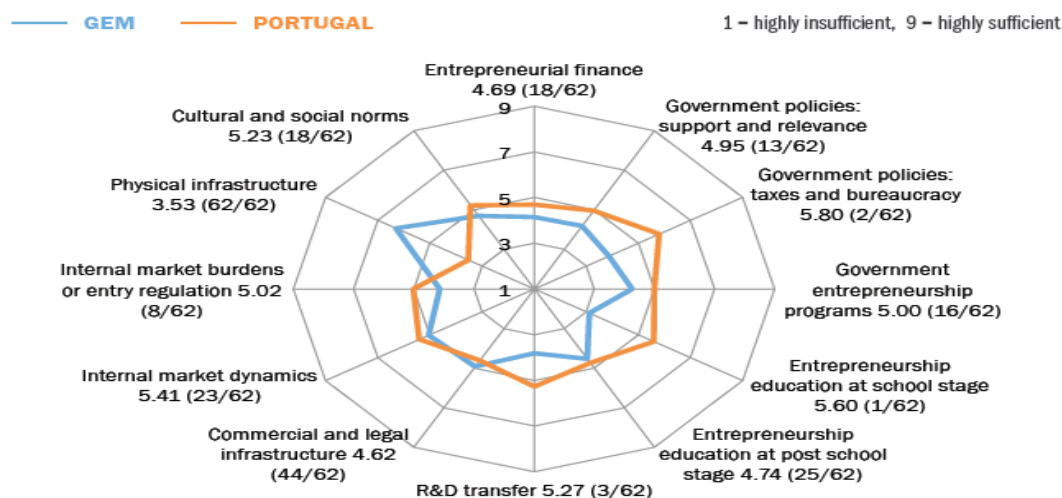
Fonte: GEM (2013).

Neste mesmo ano, em 2013, foram criadas em torno de 33 mil empresas, sendo a maioria de forma jurídica unipessoal, ou seja, um único empreendedor (RACIUS, 2013). Duarte e Esperança (2012) ressaltam que a economia de muitos países, incluindo Portugal, não têm empregos suficientes, e assim registram assim altas taxas de desemprego. O GEM (2016) traça o perfil de Portugal (FIGURA 7).

Figura 7 - Perfil de Portugal



Expert Ratings of the Entrepreneurial Eco-system (rank out of 62 recorded in brackets)



Fonte: GEM (2016).

¹"T" - indica um laço com outro país no ranking

²"nba" - indica que os dados não estão disponíveis

Pela Figura 7 são destacados os valores (*value*) e classificação (*rank*) dos seguintes determinantes em relação à Portugal: i) auto percepção sobre empreendedorismo (*self-perceptions about entrepreneurship*): oportunidades percebidas (*perceived opportunities*); capacidades percebidos (*perceived capabilities*); medo de falhar (*fear of failure*); intenções empreendedoras (*entrepreneurial intentions*).

ii) atividades (*activity*): TEA 2013; 2014 e 2015; taxa de propriedade de empresas estabelecidas (*established business ownership rate*); e Empreendedora Atividade Employee - EEA (*Entrepreneurial Employee Activity – EEA*). Logo após, são evidenciados iii) índice de motivação (*motivational index*): impulsionada-aperfeiçoamento (*improvement-driven*); oportunidade/necessidade (*Opportunity/Necessity*); e motivo (*motive*).

iv) Seguidamente: equidade de gênero (*gender equity*): o qual destaca a TEA da população masculina e feminina; v) empreendedorismo de impacto (*Entrepreneurship Impact*): expectativas de trabalho (*job expectations*); inovação (*innovation*); Indústria - % no setor de serviços de negócios (*industry - % in business services sector*). Por fim, vi) valores sociais sobre empreendedorismo (*societal values about entrepreneurship*): status elevado para os empresários (*high status to entrepreneurs*); e espírito empresarial uma boa escolha de carreira (*entrepreneurship a good career choice*).

Levando em conta a segunda parte da Figura 7, compara-se o empreendedorismo em Portugal com o GEM, em que são evidenciadas as avaliações de especialistas do ecossistema empresarial (*expert ratings of the entrepreneurial Eco-system*), por meio de aspectos como normas sociais e culturas; mercado; comércio; infraestrutura; planejamento e desenvolvimento; educação empreendedora; programas governamentais e políticos; e finanças empresariais.

De outro modo, a população torna-se refém desta não oferta de muitos empregos, o que proporciona maior empobrecimento da população em geral, e conseqüentemente, as pessoas buscam para o empreendedorismo (GEM, 2013). A *Amway Europe* (2014) reforça que a alta taxa de desemprego amplia a intenção empreendedora, porém com altas taxas de descontinuidade, isto é, encerramento em um prazo curto de seus negócios.

Comparando Brasil e Portugal, exprimi-se que ambos apresentam grandes desigualdades sociais. No que tange ao Brasil, este, por sua vez, apresenta concentração de renda, ou seja, poucas pessoas com muito dinheiro; já Portugal com seu ingresso na União Europeia, bem como a valorização do euro, encontrou certa estabilidade em sua economia. Isto evidencia ampliação da distância do poder no Brasil e a redução do poder em Portugal (SILVA et al., 2008; GEM, 2016).

Os dados do GEM (2016) ainda mostram que o Brasil está em 21º na classificação de 60; e Portugal está em 33º em relação às intenções empreendedoras (*Entrepreneurial Intentions*). Em face do que foi exposto neste capítulo, contextualizando a pesquisa cross-cultural, assim como o empreendedorismo com ênfase no Brasil e em Portugal.

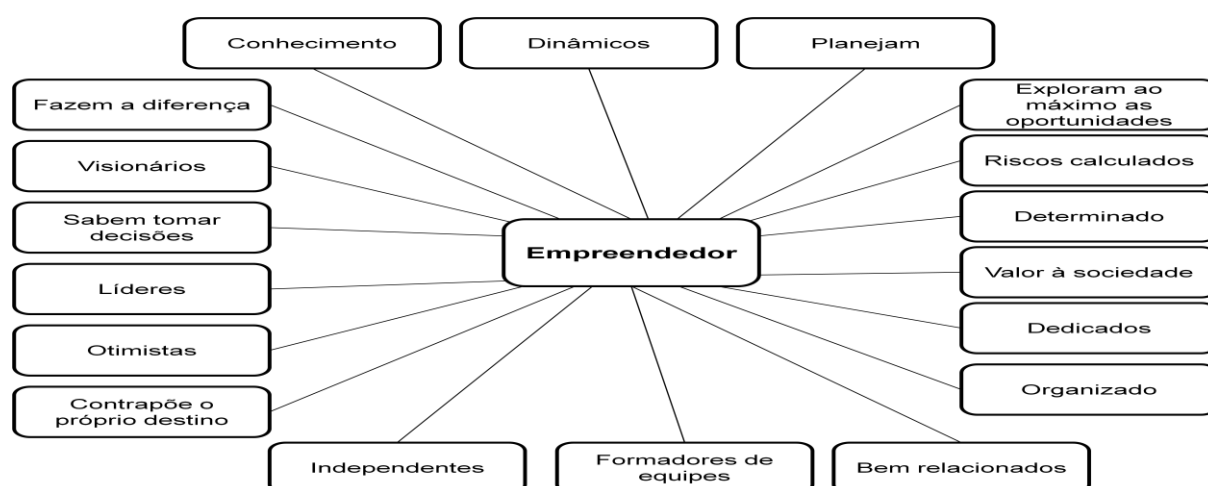
Diante do pretendido sobre conceitos e abordagens do empreendedorismo, com foco na construção e na contextualização desse termo, evidencia-se o perfil e as características comportamentais do empreendedor.

2.4 Perfil e características comportamentais do empreendedor

Schumpeter (1934) enfatiza o empreendedorismo como uma forma de transformação social, que de fato impacta o desenvolvimento da economia. Enquanto isso, Drucker (2014) aponta que o trabalho do empreendedor é pertinente tanto à sociedade, como à economia. O empreendedorismo impacta positivamente na construção de um futuro melhor, por meio do crescimento e desenvolvimento de novos negócios. O empreendedorismo está relacionado à geração de empregos, tal como a novas oportunidades para as pessoas.

Na perspectiva de Filion (1999), um indivíduo empreendedor é criativo e capaz de se adaptar ao ambiente, aproveitando-se de todas as possíveis oportunidades que possam gerar o crescimento econômico e social. Hisrich, Peters e Shepherd (2014) denotam que um indivíduo empreendedor tem que estar em sinergia com a empresa e todos os envolventes desta, que, por sua vez, impactam direta ou indiretamente no empreendedorismo. Dornelas (2005) evidenciam algumas características relacionadas à figura do empreendedor (FIGURA 8).

Figura 8 - Características do empreendedor



Fonte: Dornelas (2005).

Diante dessa abordagem, para a identificação do perfil empreendedor, vale evidenciar, primordialmente, estudos nas áreas da Psicologia e da Sociologia. Dessa forma, o

comportamento do empreendedor tem suas pesquisas iniciais sistematizadas por McClelland em 1961, e em seguida, o economista Schumpeter (1982) identifica a figura do empreendedor a partir da associação do indivíduo ao risco, à inovação e ao lucro. Enquanto isso, Mintzberg (2001) relaciona o empreendedorismo aos aspectos da estratégia de produto e de negócio.

McClelland (1961) destacou a teoria das necessidades básicas que motivam os indivíduos, sendo: necessidade de realização, os indivíduos estão orientados por tarefas com intuito de realizar um trabalho da melhor maneira possível, vislumbram também superar obstáculos, os quais são totalmente motivados pelo êxito de determinada tarefa; necessidade de poder, que destaca a influência do indivíduo por querer autoridade, tendo assim influência nas decisões; e necessidade de afiliação, evidencia o quanto o indivíduo está próximo e pertencente aos grupos que os rodeiam, com foco nas relações interpessoais e no pertencimento ao grupo.

McClelland (1961) procurou traçar o comportamento do empreendedor, em que teve um dos primeiros estudos sobre como determinar traços do perfil comportamental do empreendedor no início da segunda metade do século XX. Buscou também desenvolver um instrumento capaz de mensurar a relação entre motivação empreendedora e necessidade de realização.

Em face do exposto, o instrumento utilizado por McClelland (1961) foi o EMPRETEC - *Management Systems International* (MSI) - Gestão de Sistemas Internacional. Nos anos de 1980, a Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional "*The United States Agency for International Development*" (USAID), envolveu duas empresas de consultoria McBer & Company (que era a empresa de consultoria de David C. McClelland) e Sistemas de Gestão Internacional - MSI (localizado em Washington, DC), nas quais estas apoiaram esforços para a realização de estudos englobando a identificação de características comportamentais empreendedoras em países emergentes (LOPES, 1999).

Desde 1988, o EMPRETEC já estava implantado em cerca de 30 países. O Brasil adentrou neste estudo em 1989, expandindo-se em 1993, em companhia do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). O EMPRETEC tornou-se uma oficina de avaliação e formação para empreendedores, bem como avaliou seu impacto no Brasil (LOPES, 1999).

No EMPRETEC são abordados três construtos que foram destacados por McClelland (1961) (Necessidade de Realização, Planejamento e Poder). Destes construtos, são derivadas 10 características a serem respondidas por meio de uma escala *Likert* composta

por 5 pontos. Sendo assim, essas características que foram denominadas no EMPRETEC podem ser observadas no Quadro 3:

Quadro 3 - Características do EMPRETEC

1. Busca de Oportunidades e Iniciativa	Desenvolve a capacidade de se antecipar aos fatos e de criar oportunidades de negócios com novos produtos e serviços.
2. Persistência	Desenvolve a habilidade de enfrentar obstáculos para alcançar o sucesso.
3. Correr Riscos Calculados	Envolve a disposição de assumir desafios e responder por eles.
4. Exigência de Qualidade e Eficiência	Relaciona-se com a disposição e a inclinação para fazer sempre mais e melhor.
5. Comprometimento	Característica que envolve sacrifício pessoal, colaboração com os funcionários e esmero com os clientes.
6. Busca de Informações	Característica que envolve a atualização constante de dados e informações sobre clientes, fornecedores, concorrentes e sobre o próprio negócio.
7. Estabelecimento de Metas	Compreende saber estabelecer objetivos que sejam claros para a empresa, tanto em longo como em curto prazo.
8. Planejamento e Monitoramento Sistemáticos	Desenvolve a organização de tarefas de maneira objetiva, com prazos definidos, a fim de que possam ter os resultados medidos e avaliados.
9. Persuasão e Rede de Contatos	Engloba o uso de estratégia para influenciar e persuadir pessoas e se relacionar com pessoas chave que possam ajudar a atingir os objetivos do seu negócio.
10. Independência e Autoconfiança	Desenvolve a autonomia para agir e manter sempre a confiança no sucesso.

Fonte: SEBRAE (2016).

Nesse sentido, Schumpeter (1982) conceitua o empreendedorismo relacionando-o com uma nova visão para o desenvolvimento econômico e à inovação, destacando as transformações que a inovação perpetua na economia. Com isso, Schumpeter (1982) reforça fundamentando que o desenvolvimento econômico ocorre devido às inovações existentes no mercado, por meio de produtos e serviços. Por isso, é evidenciado amplamente na visão Schumpeteriana o processo de inovação na figura do empreendedor, a qual está associada ao risco e às incertezas.

Mintzberg (2001) relaciona o empreendedorismo aos aspectos da estratégia, abordando como o processo de formulação de estratégia é direcionado ao líder, ou seja, ao empreendedor, o qual relaciona esses aspectos com intuição, julgamento, experiência e sabedoria. Dessa forma, evidencia-se uma visão estratégica com perspectiva de imagem e senso. Na organização empreendedora, permeia o conceito de inovação e criação, de tal forma que se consiga obter uma configuração voltada para as diferentes especialidades de áreas para que assim, o empreendimento criado pelo indivíduo funcione eficientemente.

Nesse contexto, o comportamento do empreendedor é direcionado a uma pessoa com características inovadoras, motivadoras e propensas a riscos e incertezas, que diretamente

impactam a economia e a sociedade de um país. Compreendendo os aspectos do comportamento do empreendedor, são destacados, a seguir, estudos que emergem de teorias comportamentais, com intuito de evidenciar modelos teóricos que expliquem a intenção empreendedora. Diante disso, expõe-se a intenção empreendedora, fator determinante e preditor do empreendedorismo.

2.5 Intenção empreendedora

Estudos e discussões sobre a intenção empreendedora vêm ganhando visibilidade e relevância a partir, principalmente, das duas últimas décadas do Século XX, como por exemplo os trabalhos de Shapero e Sokol (1982), Krueger (1993), Davidsson (1995), Carvalho e González (2006) e Teixeira e Davey (2010).

As obras seminais de Shapero marcam o ponto crucial de pesquisas referentes à intenção empreendedora (SHAPERO; SOKOL, 1982). Após isso, pesquisadores do campo de estudos do empreendedorismo reconheceram o valor da intenção empreendedora como peça chave para compreender o processo de criação de uma empresa (BIRD, 1988). Assim, com a evolução da literatura sobre a intenção empreendedora, algumas teorias foram consideradas cruciais para explicar esse fenômeno (AUTIO et al., 2001).

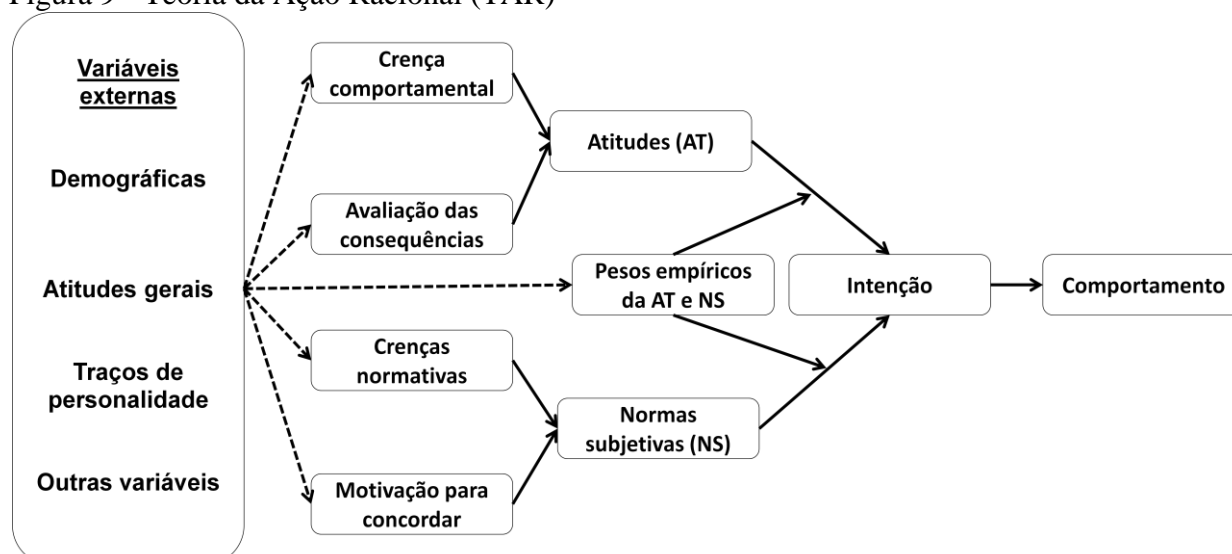
Em referência aos aspectos comportamentais do empreendedorismo, parte-se, inicialmente, da Teoria da Ação Racional de Ajzen e Fishbein (1977), que incentivou a Teoria das Intenções Empreendedora de Shapero e Sokol (1982) e a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) de Ajzen (1991). Essas teorias caracterizam-se por serem modelos teóricos dominantes que buscam explicar a intenção empreendedora do indivíduo à luz da psicologia comportamental.

Existem diversos modelos teóricos comportamentais que procuram elucidar a relação entre atitude e comportamento do indivíduo. Um dos estudos com mais ênfase nesta análise, refere-se à *Theory of Reasoned Action* (TRA) ou Teoria da Ação Racional (TAR) de Ajzen e Fishbein (1977), os quais procuram investigar atitudes-comportamentos e aspectos subjetivos, com o intuito de explicar características determinantes da intenção empreendedora.

A TAR busca destacar que a atitude do comportamento do indivíduo é apenas um dos aspectos da intenção desse comportamento, o que se vale por evidenciar que a intenção é a preditora do comportamento. Diante disso, quanto maior a relação entre atitude-comportamento, maior será a intenção deste comportamento (FISHBEIN; AJZEN, 1975).

Baseando-se nessa perspectiva, Fishbein e Ajzen (1975) e Ajzen e Fishbein (1980) caracterizam, mediante a Teoria da Ação Racional (TAR), cinco construtos comportamentais que procuram prever e explicar o comportamento do indivíduo: (i) as variáveis externas, as quais relacionam-se com as variáveis demográficas, atitudes em geral, traços de personalidade e outras variáveis; (ii) crença comportamental (avaliação das consequências) - atitudes (iii) crenças normativas (motivação para concordar) - normas subjetivas; (iv) intenção; e (v) comportamento (FIGURA 9).

Figura 9 - Teoria da Ação Racional (TAR)



Fonte: Adaptado de Ajzen e Fishbein (1980).

—> Relações entre variáveis internas e comportamento

.....> Relações entre variáveis externas e comportamento

Fishbein e Ajzen (1975) revelam que, para que o comportamento seja mensurado deve-se, defini-lo bem, pois o comportamento pode ser impactado por influências e situações distintas que não podem ser mensuradas, o que com isso, pode-se considerar que quanto mais características versam sobre determinado comportamento, maior a predição e o entendimento que se tem a despeito desse comportamento.

No que tange às intenções, consideram-nas como uma antecedente, isto é, preditora do comportamento, valendo por enaltecer que a intenção e o comportamento dependem de vários outros fatores, como conhecimentos, habilidades e atitudes. A intenção mensura a preferência do indivíduo, que, por sua vez, é demandada no comportamento, em que pode ou não existir correspondência perfeita entre a intenção e o comportamento (AJZEN; FISHBEIN, 1980; FISHBEIN; AJZEN, 1975).

A atitude diz respeito à influência pessoal em relação ao comportamento, podendo ser a favor ou não de um determinado comportamento. Enquanto as normas subjetivas estão

referenciadas na expressão do indivíduo de tal forma a incentivar ou não a execução do comportamento. A intenção é explicada pelas normas pessoais e atitudes, que, no que lhe concerne, predizem o comportamento do indivíduo, podendo o comportamento ter relação direta ou não com a intenção (FISHBEIN; AJZEN, 1975; AJZEN; FISHBEIN, 1980).

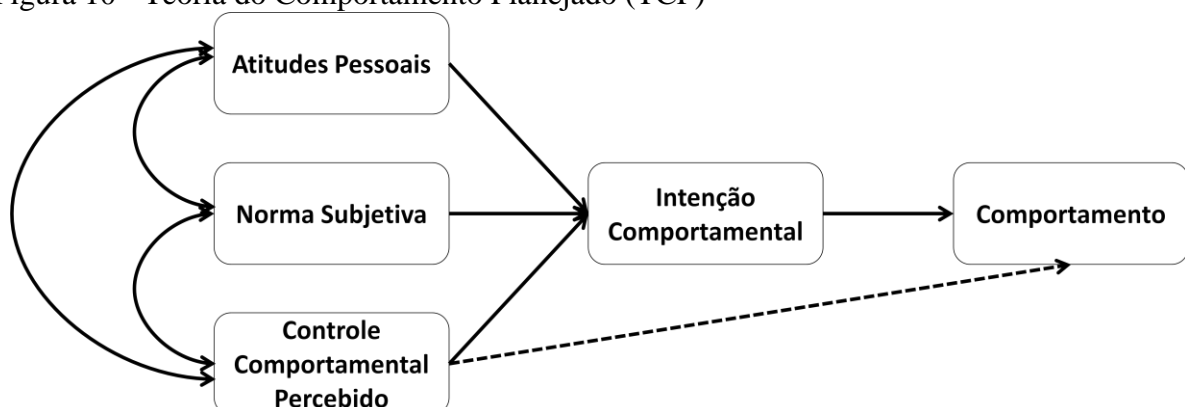
O modelo TAR busca identificar tanto as relações das variáveis internas, como das externas, evidenciando a intenção e o comportamento. Smith et al. (2008) expõem que a intenção e o comportamento são consequências de vários determinantes comportamentais que, somados, proporcionam o comportamento do indivíduo. Ademais, vale destacar uma crítica feita por Liska (1984), no tocante ao modelo TAR, que o comportamento a nível básico depende unicamente da vontade do indivíduo, criticando os construtos da TAR.

Diante do exposto, pode-se evidenciar o confronto do exposto por Liska (1984) com várias outras pesquisas relacionadas ao estudo do comportamento mediante recursos, habilidades, entre outros. Assim, essa revisão enaltecida por Liska (1984) foi adicionada posteriormente na TAR por Ajzen (1985, 1991).

A partir dessa mudança foi estruturada a *Theory of Planned Behaviour* (TPB) ou Teoria do Comportamento Planejado (TCP), que pode ser caracterizada como uma extensão ou continuidade da TAR, sem algumas limitações desta. A TCP foi proposta por Ajzen, em 1985, cuja intenção busca explicar o comportamento diante de uma determinada situação, assim como evidenciar a relação das atitudes sobre o comportamento (AJZEN, 1985).

A TCP procura explicar a intenção e o comportamento por meio de três fatores determinantes que predizem a intenção comportamental (preditora do comportamento individual). Em consonância com os fatores destacados pela TCP, são evidenciadas: atitudes pessoais, norma subjetiva e controle comportamental percebido, conforme observados na Figura 10 (AJZEN, 1991).

Figura 10 - Teoria do Comportamento Planejado (TCP)



Fonte: Adaptado de Ajzen (1991).

De modo geral, o fator central que norteia a TCP é a intenção do indivíduo de executar determinado comportamento. As intenções são caracterizadas como fatores essenciais e motivadores que tendem a influenciar o comportamento de forma positiva ou negativa. Nesse contexto, quanto mais forte é a intenção de se envolver em um determinado comportamento, mais provavelmente nota-se a manifestação deste comportamento (AJZEN, 1991; FISHBEIN; AJZEN, 1975; AJZEN; FISHBEIN, 1980).

As atitudes pessoais estão relacionadas à crença acerca de um determinado comportamento, que pode ser uma avaliação favorável ou não. Sendo assim, pode-se considerar que o comportamento está de acordo com crenças e costumes, quando se adota uma posição favorável (AJZEN, 1991).

A norma subjetiva refere-se à pressão social percebida de realizar ou não o comportamento. Pode ser considerada conforme uma pressão social para a execução de determinado comportamento. Ademais, evidencia-se neste fator a preocupação do indivíduo no tocante às consequências de seu comportamento para outras pessoas por meio das interpretações de terceiros (AJZEN, 1991).

O terceiro fator da predição da intenção comportamental refere-se ao controle comportamental percebido, que considera a facilidade ou dificuldade de realizar o comportamento percebido, presumindo a reflexão de experiências passadas, impedimentos e obstáculos antecipados. De tal modo, quanto maior for o controle comportamental percebido, maior a intenção do indivíduo em executar determinado comportamento (AJZEN, 1991).

Diante dessas abordagens, atitudes pessoais, norma subjetiva e controle comportamental percebido são considerados preditores da intenção do indivíduo, que podem variar por meio de comportamentos e situações; visto que, revelam, cada um, aspectos diferentes do comportamento e podem servir como um ponto de ataque na tentativa de mudá-lo (AJZEN, 1991).

Pode-se concluir, no que diz respeito a TCP, que nesta teoria incorporam alguns conceitos centrais das ciências sociais e comportamentais, definindo-os de acordo com uma forma que busca a previsão e a compreensão de comportamentos específicos em determinados contextos. Embora existam evidências para relações significativas entre crenças comportamentais e atitudes em relação ao comportamento; entre crenças normativas e normas subjetivas; e entre crenças de controle e controle comportamental percebido, a forma exata dessas relações ainda é incerta (AJZEN, 1991).

Em síntese, diante dos aspectos comportamentais exalados anteriormente, a Teoria da Ação Racional (TAR) de Ajzen e Fishbein (1980) e a Teoria do Comportamento

Planejado (TCP) de Ajzen (1991), bem como suas contextualizações, características e críticas, fornecem suporte teórico-metodológico para destacar modelos dominantes que, baseados nas teorias supramencionadas, buscam ou pelo menos tentam explicar a intenção empreendedora do indivíduo.

Considera-se também a perspectiva de Bird (1988), que a intenção empreendedora refere-se a qualquer noção do indivíduo ligada para a criação de um novo empreendimento (novo negócio ou empresa). Corroborando ao que foi exposto, Thompson (2009) evidencia que a intenção do indivíduo é o "auto-reconhecido" para criar um novo empreendimento e conscientemente planejar fazê-lo crescer no futuro. A intenção empreendedora é uma condição para que o indivíduo venha a se tornar um empreendedor. O GEM (2016) considera que a intenção direciona os indivíduos para se tornarem o futuros empreendedores nascentes.

Nesse sentido, Paço et al. (2011) destacam que a intenção empreendedora é um aspecto crucial para se tratar do empreendedorismo; e Shapero e Sokol (1982) evidenciam a importância da literatura empírica do empreendedorismo e das intenções empreendedoras, assim como o reconhecimento de modelos que procuram explicar e identificar modelos básicos de intenção empreendedora (KRUEGER; CARSRUD, 1993).

Diante dessa perspectiva, Krueger e Carsrud (1993), Thompson (2009) e Teixeira e Davey (2010) acentuam inúmeros modelos baseados na intenção empreendedora, os quais contribuem para prever possíveis potenciais empreendedores, relevando que essas pessoas podem impactar positivamente na economia e na sociedade e no meio ambiente. Nesse contexto, salienta-se que a percepção individual empreendedora afeta a atitude em relação ao autoemprego. Pode-se considerar a presunção de Ajzen (1991), de que a intenção empreendedora é anterior ao comportamento real do empreendedorismo.

A intenção do indivíduo em prol do empreendedorismo é abordada na literatura por ser influenciada por inúmeros fatores, a saber: tempo; cooperação com outras pessoas; propensão para inovar; recursos financeiros; competências; entre outros. Representa, por sua vez, o controle comportamental feito pelo indivíduo, direcionado-o ao comportamento empreendedor (AJZEN, 1991; DAVIDSSON, 1995; TEIXEIRA; DAVEY, 2010; TEIXEIRA, 2013).

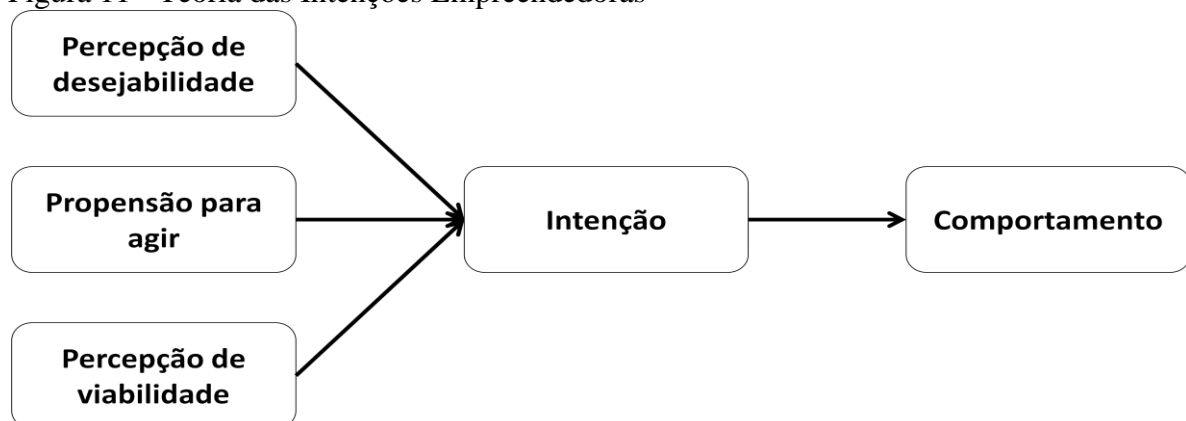
Carvalho e González (2006) demonstram fatores externos e individuais que influenciam a atitude-intenção comportamental, e que são denotados em estudos referentes à intenção empreendedora, visto que, têm como foco prever aspectos comportamentais que procuram elucidar as intenções por meio de atitudes, levando-se como base, principalmente, a psicologia comportamental.

Diante disso, vários estudos se utilizaram destas teorias e buscaram explicar a atitude e a intenção empreendedora, a exemplo Shapero e Sokol (1982), Bird (1988), Krueger e Carsrud (1993), Davidsson (1995), Schultz e Oskamp (1996), Reynolds et al. (2002), Hofstede et al. (2004), Carvalho e González (2006), Thompson (2009), Naktiyok, Karabey e Gukkuce (2010), Teixeira e Davey (2010), Ali, Topping e Tariq (2010), Paço et al. (2011), St-Jean e Audet (2012), Guerrero e Urbano (2012), Shinnar, Giacomini e Janssen (2012), Teixeira (2013), Martin, McNally e Kay (2013), Bae et al. (2014), Zhang, Wang e Owen (2015) e Karimi et al. (2016).

Devido à importância de prever e explicar os aspectos comportamentais do empreendedorismo que influenciam na formação da intenção empreendedora, foram considerados alguns modelos predominantes e relevantes na literatura empírica e conceitual das intenções empreendedoras. Neste caso, serão destacados alguns modelos importantes à luz da Teoria do Comportamento Planejado (TCP) de Ajzen (1991).

Primeiramente, um modelo amplamente pertinente em relação ao tema do empreendedorismo, no que tange à intenção, refere-se à Teoria das Intenções Empreendedoras de Shapero e Sokol (1982). A TCP e a Teoria das Intenções Empreendedoras de Shapero e Sokol (1982) são modelos teóricos dominantes que pretendem prever fatores que influenciam a intenção empreendedora do indivíduo. Pela Figura 11 demonstra-se o modelo de Shapero e Sokol (1982).

Figura 11 - Teoria das Intenções Empreendedoras



Fonte: Adaptado de Shapero e Sokol (1982).

O modelo de Shapero e Sokol (1982) é formado mediante três construtos comportamentais que antecedem a intenção empreendedora: percepção de desejabilidade,

propensão para agir e percepção de viabilidade. Esses construtos destacam a intenção do indivíduo, caracterizada como preditora do comportamento.

Em relação ao primeiro construto (percepção de desejabilidade), pode-se destacar o interesse, considerando o desejo do indivíduo em abrir determinado negócio; o segundo construto (propensão para agir), refere-se à força que impulsiona a ação do indivíduo para iniciar um novo negócio; o terceiro construto (percepção para viabilidade) diz respeito ao nível de crença que o indivíduo tem para começar um novo negócio, por intermédio da interpretação de comportamentos para os possíveis resultados desejados que serão gerados por esse negócio (SHAPERO; SOKOL, 1982).

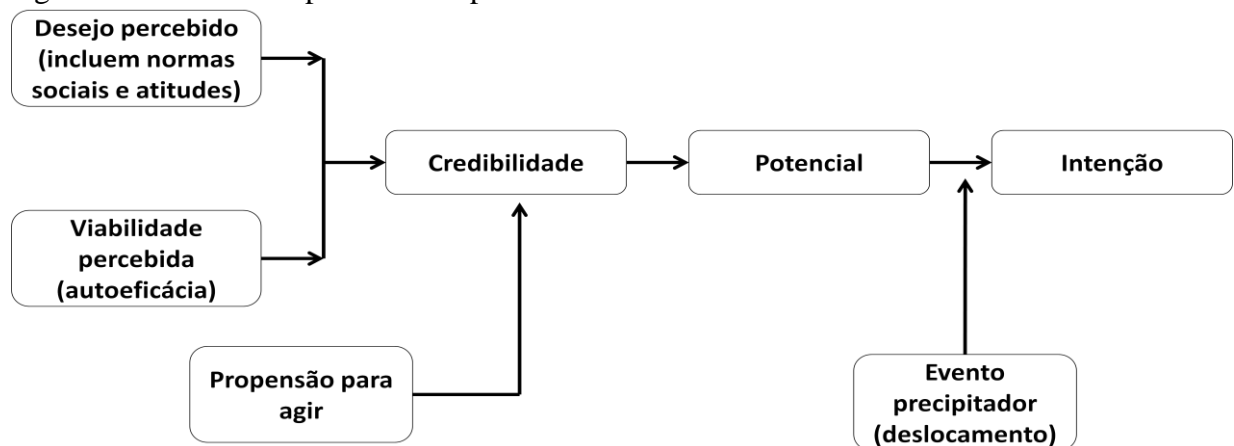
É válido ressaltar que, em consonância com Shapero e Sokol (1982), quando não há percepção de viabilidade, o desejo do indivíduo tende a diminuir. A percepção de desejabilidade é algo mais intrínseco, íntimo e individual de cada pessoa, podendo ser considerada o principal aspecto para a ocorrência da propensão para o indivíduo agir; e a percepção da viabilidade verifica se existe a possibilidade de ser viável ou não iniciar um novo negócio.

A Teoria das Intenções Empreendedoras de Shapero e Sokol (1982) é similar à Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen (1991). No entanto, a principal diferença entre os dois modelos é a propensão para agir, proposta por Shapero e Sokol (1982). Ambos os modelos são amplamente conceituados na literatura empírica do empreendedorismo, em que servem de bases para diversas teorias que investigam a influência de aspectos comportamentais na intenção empreendedora.

Além do mais, Krueger (1993) utiliza uma escala de maior flexibilidade usando fatores externos da atitude e da intenção empreendedora, em que se destaca a intenção como a maior preditora do comportamento empreendedor. É válido destacar também que Krueger e Carsrud (1993) aplicaram a TCP à luz do empreendedorismo, por meio da adaptação do modelo das intenções empreendedoras de Shapero e Sokol (1982), que resultou no Modelo Básico de Intenção.

Krueger e Brazeal (1994) evidenciam um modelo que pretende mensurar o empreendedorismo, mediante a integração dos modelos supramencionados, conforme percebe-se pela Figura 12:

Figura 12 - Modelo do potencial empreendedor



Fonte: Adaptado de Krueger e Brazeal (1994).

No primeiro construto, desejo percebido, conseguem-se destacar dois componentes da TCP de Ajzen (1991): a atitude, que é característica das crenças dos possíveis potenciais empreendedores; e as normas sociais, que estão associadas às percepções do que as pessoas podem pensar quando o indivíduo inicia um novo negócio, isto é, começa a empreender (KRUEGER; BRAZEAL, 1994).

Em referência ao segundo construto, viabilidade percebida, é válido ressaltar o conceito de autoeficácia, visto que se caracteriza por ser a capacidade percebida de um indivíduo para executar algum comportamento. Outrossim, é fundamental a compreensão de um planejamento para esse comportamento, uma vez que pretende-se caracterizar se o que foi previsto pelos aspectos comportamentais influenciam a intenção do indivíduo (KRUEGER; BRAZEAL, 1994).

No tocante à propensão para agir, vale-se fundamentar a questão conceitual de Shapero (1982), a qual está direcionada às características de personalidades estáveis para que o indivíduo possa estar propenso para agir. Brazeal e Krueger (1994) ressaltam evidências empíricas de pesquisas relacionadas a este construto, que indicam que pode ser adquirida por meio da educação, em razão de que as habilidades de gestão podem ser ensinadas.

Além do mais, a credibilidade diz respeito à forma de como o comportamento é percebido, quando comparado com outros comportamentos alternativos, podendo, portanto, estar relacionada ao comportamento desejável, isto é, ao que se deseja para refinar a credibilidade que envolve o empreendedor (KRUEGER; BRAZEAL, 1994).

O potencial está direcionado à potencialidade do empreendedor para aceitar a oportunidade de alguma decisão que lhe foi destinada. Em face disso, refere-se a um

somatório de forças que podem influenciar, de forma temporária ou não, a criação de um negócio que já estava previsto na intenção do indivíduo.

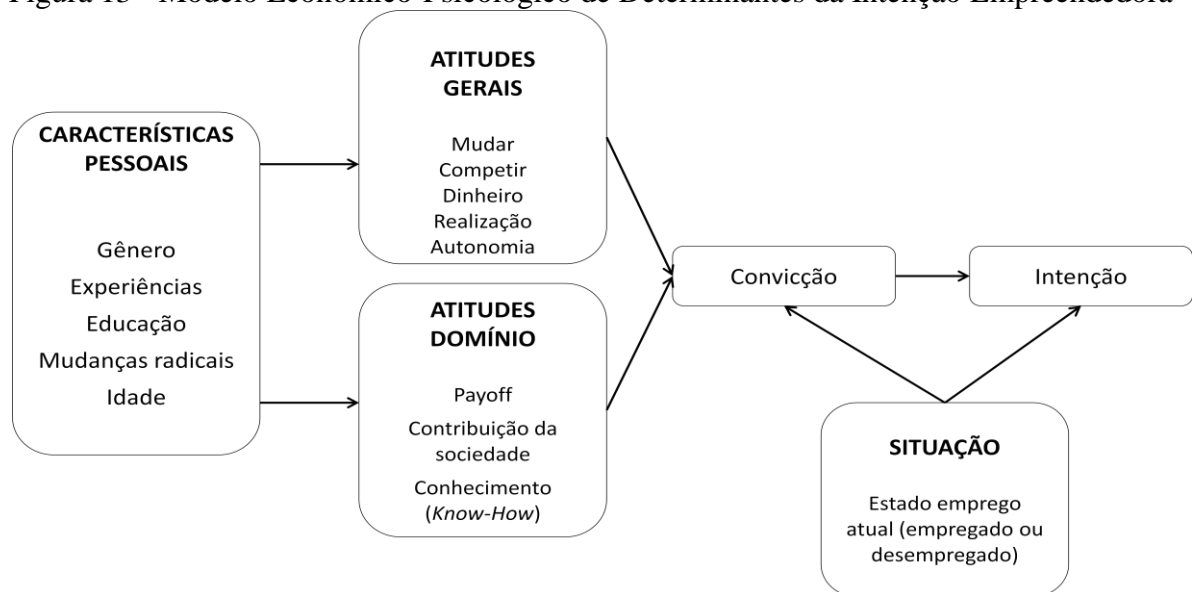
Face ao exposto, evidencia-se também o evento precipitador, esclarecendo que o potencial empreendedor não implica na influência da intenção, porém a intenção é identificada pelo potencial empreendedor, apontando uma oportunidade e, conseqüentemente, impactando na intenção. Neste modelo, salienta-se que o potencial empresarial faz com que o indivíduo tenha a intenção em empreender, e não o inverso (KRUEGER; BRAZEAL, 1994).

Vários estudos empíricos como o de Carvalho e González (2006) Roxas, Cayoca-Panizales e Mae de Jesus (2008), Navarro, Vázquez e Llorens (2008), Sánchez (2013) e Saeed et al. (2015) utilizaram o modelo de Krueger e Brazeal (1994) de modo a examinarem aspectos comportamentais que influenciam a intenção empreendedora, anterior ao comportamento real do empreendedorismo.

Outro modelo que merece destaque na literatura empírica das intenções empreendedoras é o de Davidsson (1995), o qual tem como foco identificar os fatores que influenciam a intenção empreendedora do indivíduo, ressaltando, por sua vez, as características que formam o perfil do empreendedor.

O raciocínio utilizado em seu modelo será abordado a seguir, em conformidade com a Figura 13.

Figura 13 - Modelo Econômico-Psicológico de Determinantes da Intenção Empreendedora



Fonte: Adaptado de Davidsson (1995).

Em referência às características pessoais (demográficas), a literatura mostra que na previsão do comportamento empreendedor, as características pessoais não se relevam

estatisticamente significantes, a exemplo das pesquisas de Hatten e Ruhland (1995), Delmar e Davidsson (2000), Cowling (2000), Reynolds et al. (2002); Davidsson (2005), Pushkarskaya (2008); van der Zwan et al. (2010), Unger et al. (2011) e Mueller e Dato-on (2013).

Quanto a essas características pessoais, são utilizados dois modelos de atitudes: gerais, que estão associadas ao empreendedorismo, considerando aspectos como mudança, competitividade, dinheiro, realização e autonomia; e domínio, referente aos resultados quando o indivíduo inicia uma empresa, e à contribuição social e conhecimento (*know-how*), que podem ser afetados pelas características pessoais mencionadas anteriormente (DAVIDSSON, 1995).

O construto convicção, adotado no modelo, sugere um dos principais determinantes da intenção empreendedora do indivíduo, pois refere-se à alternativa mais adequada a ser tomada, a mais "certa" de acordo com a percepção do indivíduo. Este construto é semelhante ao construto da autoeficácia percebida proposto por Krueger e Carsrud (1993) e Krueger e Brazael (1994).

Quando uma pessoa toma a decisão de iniciar uma nova empresa, sendo planejada há algum tempo, esta decisão é precedida por mais intenção de fazê-la. Nessa situação, a intenção é formada antes da decisão de empreender. As intenções empreendedoras são denominadas como previsões, apesar de que muitas vezes são imperfeitas, quando se consideram as práticas empreendedoras do indivíduo, ou seja, o que se tinha como intenção empreendedora e o que de fato o indivíduo empreendeu (DAVIDSSON, 1995).

Enquanto isso, a "situação" é semelhante ao "deslocamento" do modelo de Krueger e Brazeal (1994), pois também é um fator situacional evidenciado no modelo de Shapero e Sokol (1982). É válido salientar que a situação está relacionada com a crescente resposta ao índice de desemprego, que promove um maior número de pessoas com intenções empreendedoras (DAVIDSSON, 1995).

A intenção empreendedora é um dos principais conceitos evidenciados em pesquisas relacionadas ao empreendedorismo (THOMPSON, 2009). Na perspectiva de Bird (1988), Krueger e Carsrud (1993) e Davidsson (1995) a intenção é o estado em que a pessoa tem atenção para alcançar algo, seja a criação de uma nova empresa ou ampliação de uma que já existe. Portanto, consideram-se outros fatores que também podem influenciar a intenção empreendedora, tais como: experiência profissional; gênero; idade; competência; características psicológicas; e familiares empreendedores.

Existem outros modelos e questionários que foram amplamente utilizados na literatura, baseados nos modelos supracitados, a exemplo de Spencer e Spencer (1993), Autio

et al. (1997), Kristiansen e Indarti (2004), Smithikrai (2005), Guerrero, Rialp e Urbano (2006). Assim como o Modelo Cognitivo de Intenções Empreendedoras de Krueger (2009) e o Modelo de Intenções Empreendedoras em Contextos Específicos de Elfving, Brännback e Carsrud (2009).

Outro modelo dominante que busca mensurar a intenção empreendedora é definido por meio do Questionário de Intenção Empreendedora (QIE), elaborado e validado por Liñán e Chen (2009). Esses autores ressaltam que a intenção é o primeiro passo para a construção de uma empresa. Neste instrumento são utilizados os seguintes construtos: atitude pessoal, norma subjetiva, percepção de controle do comportamento e intenção empreendedora. De modo geral, corrobora-se à assertiva de Krueger (2009), que para ter intenção empreendedora, não necessariamente o indivíduo tem que empreender, a intensidade da intenção pode fazer com que este indivíduo nunca crie uma nova empresa/negócio.

Com o intuito de aprofundar a discussão sobre intenção empreendedora, foram abordados modelos comportamentais relevantes no campo dos estudos do empreendedorismo, e que, conseqüentemente, incentivaram diversas pesquisas empíricas à luz da intenção empreendedora. De modo geral, existem vários modelos dominantes que, de forma incompleta ou imperfeita, por se tratar da intenção - anterior ao comportamento real do indivíduo - buscam prever aspectos comportamentais e sociodemográficos que influenciam a intenção empreendedora.

3 INOVAÇÃO

Neste capítulo serão fundamentados conceitos e abordagens da inovação, ressaltando os aspectos centrais dos modelos que mensuram a propensão para inovar do indivíduo, particularmente o *Kirton-Adaption-innovation* (KAI), que está no cerne do modelo adotado na investigação empírica desta pesquisa. Para tal conjuntura, este modelo baseia-se, principalmente, nos estudos de Kirton (1976), Taylor (1989) e Foxall e Hackett (1992).

3.1 Conceitos e abordagens da inovação

Schumpeter (1982) destaca o estudo sobre a Teoria do Desenvolvimento Econômico, perpetuada no modelo capitalista de produção desde o início da revolução industrial. Ademais, esse autor procurou estabelecer a diferença entre conceitos que são confundidos fortemente na literatura: inovação e invenção. A inovação só pode ser completa quando existe geração de riqueza; invenção é uma ideia, um produto, um modelo novo a ser melhorado. Complementando esse conceito, Van de Ven et al. (1999) acentuam que a inovação é um processo desenvolvidor de uma ideia, mediante a recombinação de vários aspectos (bens e serviços) percebidos pelo indivíduo; enquanto a invenção refere-se apenas à criação de uma nova ideia.

Segundo o Manual de Oslo (2005), versão mais recente e atualizada no Brasil, o processo de globalização foi um dos maiores propulsores da inovação. A acirrada competição entre as empresas e a entrada de novos produtos e serviços no mercado permitiram o desenvolvimento de novas indústrias, ampliando, ainda mais, o foco da inovação. Vollebreek (2002) aponta a inovação como uma das invenções mais bem sucedidas da sociedade, demandando, portanto, que os indivíduos aprendam novas habilidades para lidar com a inovação. Além disso, observa-se que na análise da literatura sobre o tema, a inovação é um construto polissêmico – com vários significados (ISIDRO FILHO; GUIMARÃES, 2010).

Um dos conceitos mais utilizados sobre inovação está no Manual de Oslo (2005), caracterizando a inovação como processo de implementação de produto e serviço, por meio de um processo novo e substancialmente melhorado. Destaca-se também o uso de novos métodos, como relações externas, marketing, práticas de negócios, entre outros. Outrossim, é fundamental revelar que Damanpour (1992) considera a inovação como amplamente relevante

na literatura acadêmica sobre o tema, abordando, desta forma, várias perspectivas e ideologias sobre o termo inovação.

Desse modo, a inovação, considerando a literatura empírica e conceitual sobre o tema, passa a ter mais destaque em 1912, por Joseph Alois Schumpeter, que fundamenta a Teoria do Desenvolvimento Econômico sob o impacto de inovações tecnológicas. Essa ideia contrapõe o equilíbrio geral da economia da teoria neoclássica. Posto isso, vale acentuar a inovação quando se tem o empreendedorismo na visão Schumpeteriana, em que as inovações são fundamentais para proporcionar o crescimento e desenvolvimento econômico.

Desde então, existem múltiplas pesquisas sobre o construto inovação, no que lhe concernem análises individuais, de equipes, organizacionais, industriais e de processos. Com isso, a inovação perpassa inúmeras áreas econômicas, sociais, organizacionais e ambientais, ampliando, portanto, um processo de geração, difusão, adoção e implementação de processos inovadores (ISIDRO-FILHO; GUIMARÃES, 2010). Diante da atribuição de alguns tipos de inovação, na perspectiva de Schumpeter (1934), são destacadas: inovação de produto; serviço; processo; tecnológica e gerencial.

Muitos estudos que versam sobre a inovação, em destaque para a área da Economia, têm seu marco na década de 1930, com a publicação do livro *The Theory of Economic Development* de Schumpeter (1934), o que evidenciou, ainda mais, o processo de "destruição criativa" - substituição de tecnologias mais novas por antigas. Por conseguinte, essas substituições foram ficando cada vez mais radicais, fazendo com que Schumpeter (1984) propusesse tipologias de inovação: novos produtos; novos métodos de produção; abertura de novos mercados; novas fontes provedoras de matérias-primas e outros insumos; e criação de novas estruturas de mercado para a indústria.

Schumpeter (1984) mostra a inovação como um aspecto relevante para a criação ou ampliação de uma empresa, destacando que sem inovação não se tem empreendedorismo. A atividade empreendedora demanda de processos que estão relacionados a inovação, e isto sugere que para que o indivíduo perpetue a inovação, este tenha um perfil inovador, que seja direcionado também para a criação de novos negócios. Assim, este indivíduo pode impactar positivamente na economia, na sociedade e no meio ambiente (ELKINGTON, 1997).

Em face disso, é válido ressaltar que Schumpeter (1988) evidencia que a inovação tecnológica é uma forma de ruptura do sistema econômico, o que proporciona o equilíbrio dos padrões de produção, diferenciando as empresas, e ampliando, por sua vez, um papel considerado primordial para o desenvolvimento econômico de um país.

Pesquisadores, economistas e sociólogos, difundiram o conceito de inovação, baseando-se na visão Schumpeteriana, com vários determinantes e construtos relacionados à inovação como fomentadores da economia. Na década de 1960 e 1970 o conceito de inovação foi se alinhando a diferentes construtos como: criatividade (GURTEEN, 1998), liderança (KIMBERLY; EVANISKO, 1981) e decisão (DAFT; WEICK, 1984). No nível organizacional, a inovação está relacionada a conhecimentos, aprendizagem e desenvolvimento (LUNDVALL; JOHNSON, 1994; ROSENBERG, 2005; TSAI, 2001). Do mesmo modo, Fagerberg e Verspagen (2009) enaltecem a inovação de produto e de processo.

Freeman (1995) aborda a inovação como um dos fatores preponderantes para o crescimento econômico e social. Nesse contexto, várias pesquisas e abordagens sociais e econômicas foram enfatizando perspectivas teóricas, ressaltando entendimentos multidimensionais sobre o termo inovação, e ligando-o a vários e diferentes construtos individuais e coletivos. Este autor ainda defende a ideia da inovação como um processo sistêmico, isto é, envolvendo a interação da organização com agentes externos.

Pelo Quadro 4 visualizam-se alguns estudos referentes à inovação, e isto sugere uma relevância para conceitos e abordagens que dizem respeito à inovação, podendo-se caracterizar os autores com suas obras mais influentes sobre a inovação.

Quadro 4 - Estudos sobre inovação: obras influentes

Autor	Obra original	Obra traduzida
Freeman (1974)	The economics of industrial innovation	A economia da inovação industrial
Schumpeter (1942)	Capitalism, Socialism and Democracy	Capitalismo, Socialismo e Democracia
Arrow (1962)	Economic Welfare and the Allocation of Resources for Innovation	Bem-Estar Económico e Alocação de Recursos para a Inovação
Schmookler (1966)	Invention and Economic Growth	Invenção e Crescimento Económico
Schumpeter (1934)	The Theory of Economic Development	A Teoria do Desenvolvimento Económico
Freeman (1974)	The economics of industrial innovation	A economia da inovação industrial
Schmookler (1966)	Invention and Economic Growth	Invenção e Crescimento Económico
Nelson and Winter (1977)	In search of a useful theory of innovation	Em busca de uma teoria útil da inovação
Rosenberg (1976),	Perspectives on Technology	Perspectivas sobre Tecnologia
Freeman et al. (1982)	Unemployment and Technical Innovation: A Study of Long Waves and Economic Development	Desemprego e Inovação Técnica: Um Estudo de ondas longas e Desenvolvimento Económico
Nelson and Winter (1982)	An Evolutionary Theory of Economic Change	Uma teoria evolucionista de mudança econômica
Pavitt (1984)	Sectoral patterns of technical change: towards a taxonomy and a theory	padrões setoriais de mudança técnica: para uma taxonomia e uma teoria
Freeman (1974)	The economics of industrial innovation	A economia da inovação industrial
Rosenberg (1982)	Inside the Black Box: Technology and Economics	Dentro da caixa preta: Tecnologia e Economia
Teece (1986)	Profiting from Technological Innovation: Implications for Integration, Collaboration, Licensing and Public Policy	Lucrar com a Inovação Tecnológica: implicações para a integração, colaboração, Licenciamento e Políticas

		Públicas
Nelson and Winter (1982)	An Evolutionary Theory of Economic Change	Uma teoria evolucionista de mudança econômica
Nelson (1993)	National Innovation Systems: A Comparative Study	Sistemas nacionais de inovação: um estudo comparativo
Cohen and Levinthal (1989)	Innovation and Learning: The Two Faces of R&D	Inovação e Aprendizagem: As Duas Faces da R & D
Lundvall (1992)	National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning	Sistemas Nacionais de Inovação: Rumo a uma Teoria de Inovação e aprendizado interativo
Cohen and Levinthal (1990)	Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation	Capacidade de Absorção: Uma Nova Perspectiva sobre Aprendizagem e Inovação

Fonte: Adaptado de Fagerberg e Verspagen (2009).

No tocante aos conceitos de inovação pertinentes ao empreendedorismo, Schumpeter (1984) descreve um empreendedor como alguém inovador, que é capaz de implementar modificações no mercado. Enquanto isso, Virtanen (1997) aborda a inovação como um processo de valor no mercado que atingem aspectos econômicos. Gaspar (2009), no entanto, afirma que o empreendedorismo pode ser considerado uma fonte de emprego, uma introdução tecnológica na economia que a influencia positivamente.

Alguns autores, economistas e sociólogos, do século XXI, reforçam as ideias de Schumpeter (1934) considerando a inovação como fundamental para o desenvolvimento econômico, acentuando, portanto, a assunção de riscos e a geração de riquezas. Esses autores são chamados de neoschumpeterianos, dentre os quais é pertinente destacar Freeman (1991), uma vez que define quatro categorias de inovação: radical, incremental, novo sistema tecnológico e novo paradigma tecnoeconômico.

Em consonância com essas categorias mencionadas, têm-se: a inovação radical, caracterizada como eventos descontínuos que são resultados de pesquisas e desenvolvimentos; a incremental, que diz respeito às melhorias e modificações que ocorrem no cotidiano e acontece de forma contínua; o novo sistema tecnológico, que afetam vários setores da economia, proporcionando origens a novos negócios com base na junção da inovação radical e incremental; e novo paradigma tecnoeconômico, refere-se a uma revolução tecnológica que afeta a estrutura e as condições de produção e distribuição (FREEMAN, 1991).

Além do mais, pode-se corroborar a Damanpour e Evan (1984), que conceituam inovação como a adoção de ideias, não necessariamente inédita, porém com a oferta de algo novo. Sendo assim, tem sua representatividade por sistema, processo, produto e serviço. Drazin e Schoonhoven (1996) mostram aspectos de sustentabilidade e vantagens competitivas

no entendimento do construto inovação. Ademais, pode-se enaltecer o envolvimento, conhecimento, estratégias e tecnologias quando se trata de inovação. E, Carland, Carland e Hoy (1992), Schumpeter (1984) e Sakar (2010) realçam a inovação como uma das principais ferramentas que tangenciam o empreendedorismo.

Diante dessas abordagens, considera-se pertinente os diversos conceitos, tipos e abordagens de inovação, podendo-se apontar a relevância de estudos significativos sobre a inovação, caracterizados, portanto, pelas influências Schumpeteriana e Neoschumpeteriana.

A partir dos exposto, mostra-se, a seguir, a propensão para inovar, um dos aspectos comportamentais para se compreender e identificar a figura do empreendedor. Além do mais, é essencial ressaltar algumas medidas de mensuração do perfil inovador, evidenciando, principalmente o índice KAI da Teoria de Adaptação-Inovação.

3.2 Propensão para inovar

Schumpeter (1984) destaca a inovação como um fator determinante para o empreendedorismo. Em adicional, Carland, Carland e Hoy (1992) ressaltam que o empreendedorismo detém aspectos psicológicos e sociais relacionados ao potencial do indivíduo. E, por isso, uma pessoa com perfil inovador é mais provável a ter motivação, conhecimentos, habilidades e atitudes relacionados com a inovação (SCHUMPETER, 1984). Considera-se amplamente pertinente abordar que o perfil inovador está diretamente conectado e relacionado à figura do empreendedor.

Dornelas (2008) acentua a inovação, as novas oportunidades e a criação de valor como aspectos ligados diretamente com o empreendedorismo. Nesse seguimento, vários estudos demonstram que a propensão para inovar é um dos principais aspectos que influenciam o indivíduo a empreender (CARLAND; CARLAND; HOY, 1992; SCHUMPETER, 1934). Em consenso com tal ensejo, Carland, Boulton e Carland (1984) realçam o empreendedorismo ligado a conhecimentos, habilidades e atitudes.

Estudos que versam sobre a inovação procuram explicar que quanto maior a propensão para inovar, maior será a intenção do indivíduo para que ocorra essa inovação (ROBINSON et al., 1991). Nota-se, portanto, que a propensão para inovar é um dos fatores que buscam explicar aspectos comportamentais que influenciam a intenção empreendedora.

Logo, torna-se relevante explicitar índices que têm como objetivo medir a propensão inovadora do indivíduo que, de forma direta ou indireta, liga-se ao empreendedorismo. Nesse sentido, as subseções seguintes retratam alguns aspectos que

mensuram o comportamento e a intenção empreendedora, mediante a propensão para inovar - comportamento inovador, evidenciando, principalmente o índice KAI da Teoria de Adaptação-Inovação.

3.2.1 Índices que mensuram a propensão para inovar

Carland et al. (1984) enfatizam o papel da capacidade criativa e da inovação como ferramentas essenciais para que um empreendedor consiga fazer a diferença. Adicionalmente, Kirton (1976) aborda que para um indivíduo criar um novo negócio deve ter capacidade para tomar decisões, resolver problemas, ser estimulante e criativo. Ademais, Taylor (1989) procura caracterizar a propensão inovadora por meio dos aspectos cognitivos da originalidade, isto é, o quanto os indivíduos são considerados adaptadores e/ou inovadores.

Corroborando a Teixeira e Davey (2010), Teixeira e Forte (2011), Teixeira (2013) e a Comissão Europeia (2013), pode-se apontar que o empreendedorismo é uma combinação de vários determinantes, dentre os quais destacam-se criatividade e inovação. É válido salientar também que existem vários estudos fundamentais sobre empreendedorismo, uma vez que ressaltam a propensão para inovar relacionada positivamente à intenção empreendedora.

Lee et al. (2006) demonstram alguns aspectos significativos que influenciam a intenção empreendedora do indivíduo, a saber: a criatividade, a agilidade e a inovação. Schumpeter (1984), Carland et al. (1984) e Drucker (2014), ressaltam a relevância da inovação para o empreendedorismo. Carland, Carland e Hoy (1992) acentuam o *Carland Entrepreneurship Index* (CEI), índice que mensura o potencial empreendedor de um indivíduo. Lüthje e Franke (2003), no entanto, mostram que o empreendedorismo é o *input* (saída) da inovação, isto é, o resultado gerado pela inovação.

Em referência ao *Carland Entrepreneurship Index* (CEI), proposto por Carland, Carland e Hoy (1992), são abordados elementos como: traços de personalidade (necessidade de realização e criatividade), propensão para inovar, risco e postura estratégica. Esses autores revelam ainda três faixas de empreendedorismo: micro-empendedor, empendedor e macro-empendedor. É relevante considerar que o CEI procura determinar a construção de aspectos comportamentais que mensuram o potencial empreendedor, por intermédio da propensão para inovar.

Raush et al. (2009) acentuam a inovação na literatura mediante a assunção de risco e a criatividade, ou pelo menos à predisposição destes construtos para que, por meio da

propensão para inovar, o indivíduo possa agir e tomar decisões diante de incertezas e riscos existentes no mercado.

Enfatiza-se também que, diante de estudos relacionados ao comportamento organizacional associados à propensão para inovar do indivíduo, Kirton (1976), Taylor (1989), Hauser, Tellis e Griffin (2006) buscam enaltecer o quanto o indivíduo é inovador, criativo, determinado e pode realizar atividades para a resolução de problemas. Para isso, o indivíduo tem que dispor de uma personalidade criativa e inovadora.

Em suma, vários estudos mostram-se relevantes na literatura sobre inovação, buscando mensurar o quanto o indivíduo é criativo e inovador, por meio dos estilos cognitivos que permeiam aspectos intrínsecos (personalidade) e extrínsecos (interesse) que contribuem com a propensão para inovar do indivíduo, em face do comportamento inovador (TAYLOR, 1989; EISENBERGER; RHOADES; CAMERON, 1999; CHOI, 2004).

A fim de aprofundar a Teoria de Adaptação-Inovação, de acordo com a perspectiva de Kirton (1976), Taylor (1979) e Foxall e Hackett (1992), serão evidenciados aspectos determinantes do KAI (*Kirton-Adoption-Inovação*), como também estudos empíricos que procuram explicar e identificar o KAI em diferentes contextos e análises.

3.2.2 Teoria de Adaptação-Inovação

Em virtude da Teoria da Adaptação-Inovação, é fundamental destacar, primeiramente, Kirton (1976, 1980), que evidencia que os indivíduos são capazes de propor soluções criativas para a resolução dos problemas. Em tal caso, expõe o envolvimento do comportamento do indivíduo mediante, principalmente a criatividade e a inovação. Além do mais, ressalta-se que a tomada de decisão criativa para a resolução dos possíveis problemas está relacionada com o estilo cognitivo (meio pelo qual o indivíduo processa informações).

Em relação aos estudos que buscam medir o estilo de tomada de decisão do indivíduo, o índice/teoria KAI (*Kirton-Adaption-Innovation*), amplamente utilizado e abordado na literatura empírica sobre a propensão para inovar e os estilos cognitivos, é bastante utilizado para identificar aspectos comportamentais que influenciam na tomada de decisão, na capacidade cognitiva, bem como no potencial criativo do indivíduo (GIMENEZ, 2000; GOLDSMITH, 1984; KIRTON, 1980; STUM, 2009; TAYLOR, 1989).

Diante dessas abordagens, a teoria KAI busca revelar ferramentas direcionadas para a criatividade, assim como à resolução de problemas de equipe, com intuito de alcançar resultados positivos (STUM 2009). Ademais, várias pesquisas empíricas significantes

procuram ressaltar a influência do KAI, no que tange à identificação de possíveis potenciais empreendedores, a exemplo das pesquisas de Goldsmith (1984), Robinson et al., (1991), Taylor (1989), Bagozzi e Foxall (1995), Carland, Carland e Stewart (2000), Jablolkow e Booth (2006), Marcati, Guido e Peluso (2008), Kuckertz e Wagner (2010), Ahmed et al. (2010) e Chudry, Foxall e Pallister (2011).

Kirton (1976) considera os estilos (inovador e adaptador), os quais influenciam o comportamento, prevalecendo a solução de problemas e a tomada de decisão. Os estilos cognitivos são diferenças individuais estáveis na preferência de obter, organizar e utilizar informação para uma tomada de decisão. Sendo assim, considera-se que o estilo cognitivo influencia a adoção de comportamentos na solução de problemas, tomada de decisão e formulação de políticas e práticas necessárias à organização.

Stum (2009) demonstra o KAI como um estilo cognitivo (processamento de informação) promotor de mudanças organizacionais, pessoais e sociais. Ademais, esse autor destaca a influência da globalização nas organizações, visto que fomentam as capacidades do indivíduo em lidar rapidamente com as mudanças constantes na sociedade e no mercado. Nesse contexto, Taylor (1989) reforça a propensão para o indivíduo tomar decisões e resolver problemas mediante, principalmente as capacidades cognitivas.

Os estilos cognitivos são as formas em que os indivíduos tomam decisões, de tal modo que influencia a forma de organizar e usar as ideias para tal decisão. De modo geral, o estilo cognitivo é relacionado ao comportamento do indivíduo, sendo este um continuum bipolar, considerando, portanto, os estilos cognitivos como adaptadores e inovadores (KIRTON, 1976; MARCATI; GUIDO; PELUSO, 2008).

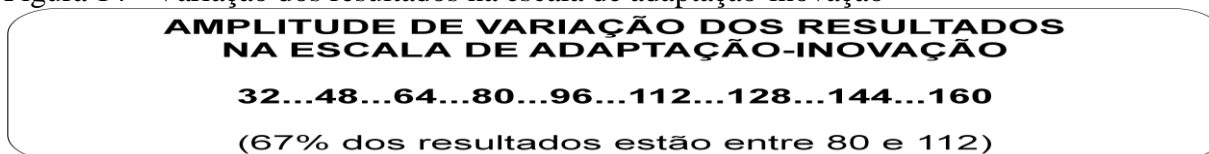
Na perspectiva de Kirton (1976), o índice KAI procura mensurar dois estilos de resoluções de problemas: adaptador ("fazer as coisas melhor") e inovador ("fazer as coisas de forma diferente"). Nesse sentido, é válido enaltecer que o índice KAI mostra que os indivíduos mais inovadores são mais criativos do que os indivíduos adaptadores (KIRTON, 1976).

Os líderes inovadores são capazes de impactar diretamente nos aspectos econômicos, sociais e ambientais de um país. Sendo assim, é pertinente ressaltar que o KAI procura equilibrar os estilos cognitivos de cada pessoa (STUM, 2009; TAYLOR, 1989). O KAI utiliza escalas para tentar explicar a natureza cognitiva multi-dimensional dos estilos adaptador e inovador das pessoas (TAYLOR, 1989).

Nesse sentido, Gimenez (2000) ressalta que a Teoria da Adaptação-Inovação de Kirton (1976) procura, portanto, explicar prováveis comportamentos dos indivíduos por meio

de ações consideradas mais eficientes. O instrumento utilizado para tal medição é composto por 32 itens, ressaltando o estilo inovador-adaptador. Os resultados da escala variam entre 32 (extremo adaptador) e 160 pontos (extremo inovador), conforme é demonstrado na Figura 14, subsequente.

Figura 14 - Variação dos resultados na escala de adaptação-inovação



Fonte: Adaptado de Gimenez (2000).

Resumidamente, no que se pode considerar a diferença entre os dois estilos (adaptador e inovador), Foxall e Hackett (1992) mostraram algumas dessas diferenças que Gimenez (2000) caracterizou mediante as implicações de cada estilo, conforme será mostrado no Quadro 5.

Quadro 5 - Características de adaptadores e inovadores

Implicações	Extremos Adaptadores	Extremos Inovadores
Na geração de soluções	Em geral buscam poucas soluções que são novas, criativas, relevantes e aceitáveis, buscando “fazer as coisas melhores”.	Produzem numerosas ideias que podem não parecer relevantes ou aceitáveis para outros. Em geral as ideias podem resultar em “fazer as coisas diferentemente”.
Para políticas	Preferem situações bem estruturadas e estabelecidas.	Preferem situações não estruturadas.
Para ajuste organizacional	Essenciais para as atividades em andamento, mas em tempo de mudanças inesperadas podem ter dificuldades em deixar seus papéis prévios.	Essenciais em tempos de mudança ou crise, mas podem ter dificuldades em aplicarem-se às demandas organizacionais de rotina.
Para comportamento percebido	Visto pelos inovadores: como confiáveis, conformados, previsíveis, inflexíveis, atados ao sistema, intolerantes de ambiguidade.	Vistos pelos adaptadores: como não confiáveis, não práticos, ameaçadores ao sistema estabelecido e criadores de dificuldades.
Para criatividade	Esta é uma medida de estilo, não de nível ou capacidade de solução de problemas de forma criativa. Adaptadores e inovadores são ambos capazes de gerar soluções criativas e originais, mas que refletem suas diferentes abordagens na solução de problemas.	
Para colaboração	Adaptadores e inovadores não se relacionam bem facilmente, especialmente os extremos. Aqueles de resultado intermediário têm a desvantagem de que eles não atingem facilmente os comportamentos de alta adaptação ou inovação. Isto por outro lado pode ser vantajoso. Quando seus resultados são intermediários, eles podem atuar mais facilmente como “pontes”, conseguindo o melhor, ajudando os extremos adaptadores e inovadores a chegarem a um consenso.	

Fonte: Adaptado de Gimenez (2000).

O KAI demonstra algumas subescalas em pesquisas científicas, a exemplo de Kirton (1974), Goldsmith (1984), Taylor (1987) e Foxall e Hackett (1992). As três subescalas que são utilizadas na literatura dizem respeito à: adequação à originalidade, eficiência e conformidade com as regras/grupos. Em referência às subescalas destacadas mediante a literatura empírica do KAI, mostra-se, de acordo com a perspectiva de Kirton (1976, 1987), Taylor (1989) e Foxall e Hackett (1992):

- Adequação à originalidade: relaciona-se ao modo como os indivíduos têm ideias novas e originais. Uma baixa pontuação nesta subescala representa pouca originalidade do indivíduo em relação às ideias originais. Em contrapartida, uma alta pontuação refere-se a ideias originais e úteis, com foco na resolução de problemas de forma criativa e inovadora.

- Eficiência: retrata a maneira pela qual os indivíduos são confiáveis, precisos e detalhistas nas tarefas, métodos e processos. Uma baixa pontuação representa a minuciosidade na eficiência e eficácia nos detalhes da execução da tarefa. Enquanto que uma alta pontuação destaca menor interesse no tocante aos detalhes e controle das tarefas.

- Conformidade com as regras/grupos: evidencia o quanto as pessoas são prudentes e metódicas, sendo sensíveis a pressões de relações interpessoais dos relacionamentos. Quando esta subescala tem uma baixa pontuação, mostra o quanto o indivíduo age por meio de regras e estruturas em relação aos grupos ou tarefas. A alta pontuação, por sua vez, certifica uma menor preocupação sobre regras e estruturas.

De modo geral, a pesquisa proposta por KAI é promover o estilo criativo de cada indivíduo, possibilitando identificar o estilo (inovador e adaptador) em uma escala contínua que foi proposta por Kirton (1976). Dessa forma, Stum (2009) salienta que esta escala vem sendo pesquisada por mais de 30 anos; e foram feitos vários avanços que, conseqüentemente, proporcionam outros estilos e ajustes para o KAI, a exemplo de Taylor (1989) e Foxall e Hackett (1992).

Taylor (1989) refinou a escala KAI para 13 itens, com o uso de técnicas estatísticas que não foram suficientemente fortes para apontar o uso dos 32 itens, originais de Kirton (1976). Esta medida de 13 itens, sugerida por Taylor (1989), possibilitou maior homogeneidade para o KAI. Desse modo, verifica-se, na versão reduzida, a junção de três fatores (originalidade, eficiência e conformidade). Esta escala foi aceita e utilizada na literatura empírica da propensão para inovar e dos estilos cognitivos, a exemplo também das pesquisas de Ee, Seng e Kwang (2007) e Kuckertz e Wagner (2010).

Foxall e Hackett (1992) destacaram a originalidade mediante a sua divisão em subfatores que indicam a preferência do indivíduo para a geração e apoio: (1) a preferência

para geração ideias; e (2) a preferência para a mudança/estabilidade. Esses autores enfatizam, ainda, a importância do KAI e de seus componentes que mensuram a o estilo do indivíduo e não o seu nível de desempenho.

Tal evidenciação permite sobrelevar a adaptação do KAI utilizada por Foxall e Hackett (1992), que realizaram uma pesquisa no Reino Unido e nos Estados Unidos. Ademais, os resultados relacionados à significância do modelo estatístico não foram idênticos a que foi proposta de Taylor (1989).

Levando em consideração as evidências destacadas anteriormente, considera-se que o KAI, medida por 32 itens fornece uma mensuração mais confiável de adaptação para a inovação do que a sugerida por Taylor (1989). Apesar disso, as medidas mais curtas (com menos itens na escala) como a proposta por Taylor (1989) com 13 itens apresenta uma maior proporção de variância (FOXALL; HACKETT 1992).

Neste trabalho será utilizado o índice KAI, ajustado por Foxall e Hackett (1992), que procura destacar aspectos cognitivos do indivíduo. A partir do exposto, espera-se que, ao final deste capítulo, tenha sido explicado o instrumento de medida que busca identificar o comportamento inovador do indivíduo, uma vez que tem sua base nos estilos cognitivos – processamento de informações, fundamentados na Teoria da Adaptação e Inovação. O comportamento inovador pode ser considerado um dos fatores determinantes desta pesquisa, que será discutido no modelo hipotético no capítulo subsequente.

4 SUSTENTABILIDADE

Este capítulo exhibe o empreendedorismo sustentável, com ênfase na orientação para a sustentabilidade, proteção ambiental e vantagens da sustentabilidade. Logo após, será fundamentado o comportamento sustentável do indivíduo, que faz parte do modelo hipotético adotado neste estudo. Este modelo procura explicar, além das variáveis sociodemográficas, aspectos comportamentais (sustentáveis e inovadores) na intenção empreendedora dos estudantes universitários. Para esse fim, utiliza-se suporte teórico-empírico mediante os estudos de Foxall e Hackett (1992), Thompson (2009), Gonçalves-Dias et al. (2009) e Kuckertz e Wagner (2010).

4.1 Desenvolvimento Sustentável

A partir dos movimentos relacionados ao desenvolvimento sustentável, na década de 1970, bem como os debates sobre contextos sociais e ambientais neste período, intensificaram-se, ainda mais, as questões direcionadas ao desenvolvimento sustentável e à proteção ambiental (BARBIERI, 2007; BARBIERI; DA SILVA, 2011). Na perspectiva de Parrish (2008), o desenvolvimento sustentável pode ser caracterizado por seu conceito complexo e multidimensional, em que tangenciam aspectos das preocupações básicas relativas às condições do indivíduo, como bem estar e adaptação ao ambiente natural. Enquanto isso, o desenvolvimento sustentável detém diferentes perspectivas e discursos no que corresponde à sustentabilidade e ao desenvolvimento sustentável (REDCLIFT, 2005).

As Nações Unidas, nos anos de 1980, destacaram a sustentabilidade como um ajuste de atributos que podem impactar, positivamente ou negativamente, as gerações futuras. A sustentabilidade está relacionada às questões ambientais, econômicas e sociais, assim como suas consequências para o desenvolvimento mundial, em prol de uma sociedade mais justa, igualitária e globalizada (SEELOS; GANLY; MAIR, 2006; KUCKERTZ; WAGNER, 2010).

Segundo a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD, 1988), o desenvolvimento sustentável busca a redução dos recursos naturais, resultando, conseqüentemente, em impactos ambientais positivos, e isto influencia na sociedade, pois gera a redução e/ou até mesmo o fim da pobreza. Com as conferências Rio 92 e Rio +20, incrementa-se no Brasil as preocupações com o meio ambiente, a fim de orientar os indivíduos a terem mais atitudes sustentáveis com foco na proteção/conservação ambiental (KUCKERTZ; WAGNER, 2010; PARRISH, 2008).

A década de 1990 foi marcada por negócios sociais e ambientais, com destaque à proteção ambiental, como por exemplo a Agenda 21, uma vez que tinha como uma das principais características fomentar parcerias com grupos empresariais e ambientais. Além disso, ocorreram convenções sobre desertificação e biodiversidade, com destaque para as mudanças climáticas, a partir das quais foram ampliadas as participações das empresas a despeito de preocupações ambientais (MEBRATU, 1998; REDCLIFT, 2005).

O termo "desenvolvimento sustentável" teve sua notoriedade a partir da Conferência das Nações Unidas para o Meio ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), no Rio de Janeiro, em 1992, onde foi desenvolvido o relatório que ficou conhecido como Nosso Futuro Comum "*Our Common Future*", o qual abordam questões de naturezas ambientais e sociais.

Esse relatório, nomeado de *Brundtland*, retrata o desenvolvimento sustentável como um processo de transformação que procura abastecer a geração atual sem comprometer as futuras gerações, de acordo com as necessidades humanas (*BRUNDTLAND REPORT*, 1987). Redclift (2005) acentua que desde que o termo desenvolvimento sustentável foi evidenciado pela comissão de *Brundtland*, sua utilização foi amplamente empregada nas mais diversas áreas de pesquisas acadêmicas, bem como nas políticas ambientais.

Porter (1998) refere-se ao desenvolvimento sustentável como uma vantagem competitiva que uma organização pode ter diante dos concorrentes. Korhonen (2004), por sua vez, procura evidenciar a interdisciplinaridade do desenvolvimento sustentável, na medida em que envolve vários atores que impactam em toda a sociedade, compreendendo as esferas econômicas, legais, ambientais e culturais. Cohen (2004) caracteriza o desenvolvimento sustentável como um fator criador de valor econômico, social e ambiental. Enquanto isso, Patzelt e Shepherd (2011) corroboram que, para que haja o desenvolvimento sustentável, o indivíduo deve ter total conhecimento e motivação para contribuir com tal desenvolvimento.

Baseando-se nessa perspectiva, Hopwood, Mellor e O'Brian (2005) e Schot e Geels (2008) apontam o desenvolvimento sustentável como algo além dos problemas ambientais, os colocando ligados diretamente também às questões sociais, de tal forma que as gerações futuras consigam viver em um ambiente igualitário. Degen (2008) afirma que, quando se não conseguir reduzir a pobreza; a sustentabilidade de toda a humanidade, consequentemente, estará em risco. É válido destacar que para o alcance desses resultados, consideram-se a conciliação de "desenvolvimento" e "sustentabilidade" (REDCLIFT, 2005).

Segundo Teixeira e Bessa (2009), as empresas no Brasil com foco no desenvolvimento sustentável foram impulsionadas nos anos de 1990, em razão de que nesta

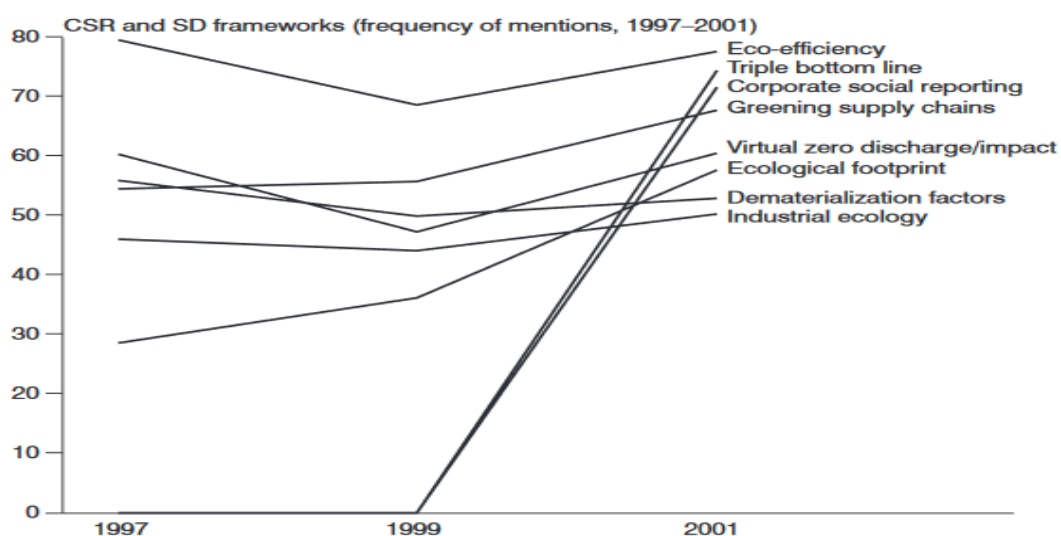
década começaram a ser mais discutidas as condições ambientais, sociais e econômicas. Ressalta-se ainda que Elkinton (2004), desde os anos de 1980, vêm trabalhando o desenvolvimento sustentável por meio dos esforços que envolvem as empresas, as organizações não governamentais e o setor público, no que tange à sinergia de três esferas que estão fortemente ligadas e coesas: econômica, social e ambiental.

Em referência a essas esferas, Elkington (1997, 2004) as denominam de *Triple Bottom Line* (TBL), fundamentada em contextos sociais, ambientais e econômicos. Dessa forma, destaca-se que o desenvolvimento sustentável busca integrar o "tripé" proposto por Elkington (1997). O TBL começou a emergir em meados de 1990, tendo seu conceito relacionado a vários outros aspectos econômicos, sociais e ambientais, bem como a interrelação com lucros e pessoas (seres humanos), com apoios governamentais, detendo, portanto, seus objetivos direcionados à sustentabilidade (HALL, 2011).

Complementando essa contextualização, verifica-se que as dimensões do TBL também são comumente chamadas de os três "Ps": *Planet, Profit and People* (Planeta, Lucro e Pessoas) (HALL, 2011). Esse autor ainda evidencia a ampla recorrência do conceito de sustentabilidade, utilizando a sua relação com o TBL. As disciplinas em prol da sustentabilidade vêm ganhando espaço e se multiplicando desde a década de 1980.

Diante dessas abordagens, percebe-se, pela Figura 15, a evolução do TBL no final do século XX e início do XXI, e isto permite prever seu benefício para a sustentabilidade, bem como para o desenvolvimento sustentável.

Figura 15 - Evolução do TBL no final do século XX e início do XXI



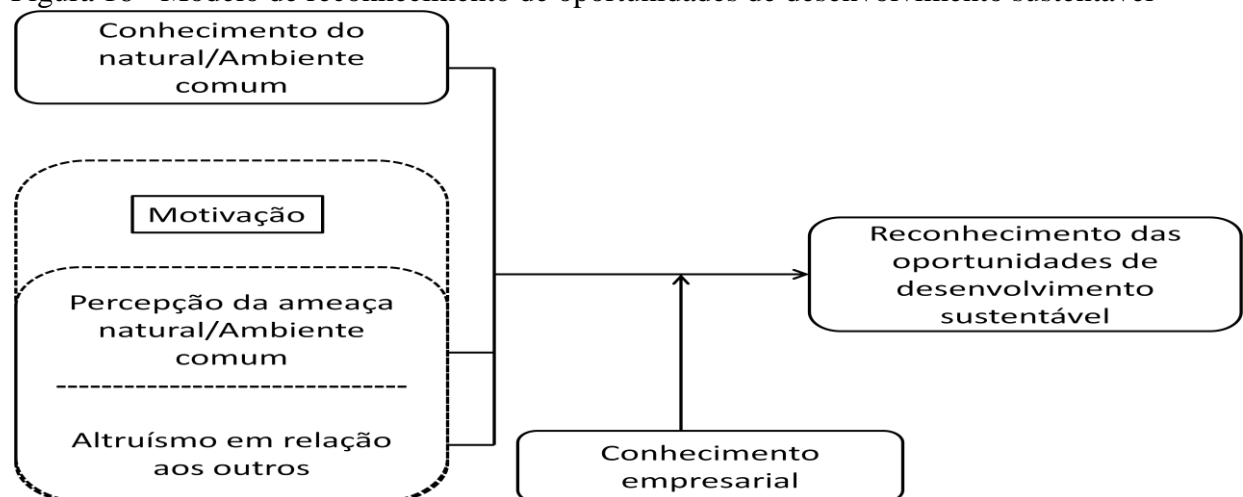
Fonte: Elkington (2004).

Elkington (2004) enfatiza que o desenvolvimento sustentável faz com que se perpetue e se torne cada vez mais visível as informações e os relatórios relacionados à sustentabilidade, o que de fato repercute positivamente para a informação e o conhecimento da população em geral. Assim, essas ferramentas em prol do desenvolvimento sustentável tornam as empresas mais transparentes e com menos "segredos".

O desenvolvimento sustentável está ligado à inovação e à sustentabilidade, para que a partir dessas ligações, os empresários consigam atingir objetivos que possam impactar diretamente na sociedade e no meio ambiente, de tal modo que gere produtos de qualidade superior e processos que satisfaçam os clientes e o mercado. Sendo assim, afirma-se que as inovações de mercado estão amplamente relacionadas ao desenvolvimento sustentável e à sustentabilidade (SCHALTEGGER; WAGNER, 2011).

Patzelt e Shepherd (2011) baseando-se na metodologia de McMullen e Shepherd (2006), evidenciam um modelo que tem como objetivo explicar o reconhecimento do desenvolvimento sustentável por meio de: conhecimento do natural/ambiente comum; motivações (percepção da ameaça natural/ambiente comum e altruísmo em relação aos outros); conhecimento empresarial; e por fim, conhecimento das oportunidades de desenvolvimento sustentável (FIGURA 16).

Figura 16 - Modelo de reconhecimento de oportunidades de desenvolvimento sustentável



Fonte: Adaptado de Patzelt e Shepherd (2011).

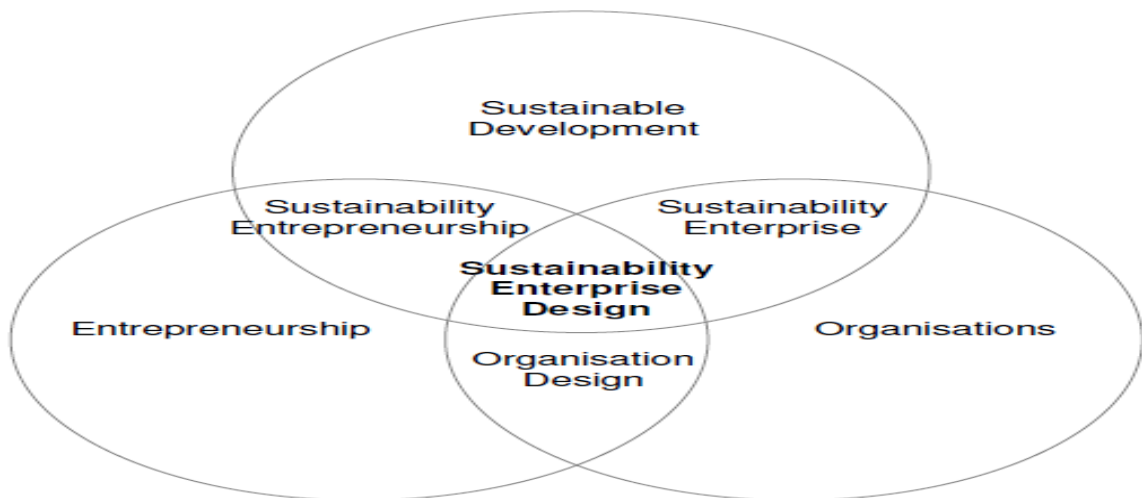
McMullen e Shepherd (2006) e Patzelt e Shepherd (2011) revelam que o processo de identificar as oportunidades propiciadas pelo desenvolvimento sustentável requer o reconhecimento do ambiente natural e social, assim como de todo e qualquer envolvente nessa relação, de modo que o conhecimento empresarial possa ser percebido pelas pessoas. Vale corroborar a Krueger (1993), o qual destaca que os indivíduos que agem com mais

conhecimento empresarial podem ser os mais propensos a fazer a diferença e assim, fomentar o desenvolvimento sustentável, a fim de impactar positivamente nas gerações futuras (DALY, 1992).

Em face disso, a relação do empreendedorismo com o desenvolvimento sustentável, que permeia para o empreendedorismo sustentável, pode ser destacado mediante problemas sociais e ambientais (DEAN; MCMULLEN, 2007). Finalmente, corroborando a Tilley e Young (2009), o empreendedorismo sustentável pode ser evidenciado como o único caminho para se ter o desenvolvimento sustentável.

Na perspectiva de Parrish (2008), o desenvolvimento sustentável está ligado diretamente aos conhecimentos do empreendedorismo, no que tange ao desenvolvimento sustentável. Nesse sentido, a multi e a interdisciplinariedade de pesquisas que versam sobre o empreendedorismo perpetuam, sobretudo, no desenvolvimento sustentável, do mesmo modo que seu impacto nas esferas sociais e ambientais (FIGURA 17).

Figura 17- Desenvolvimento e empreendedorismo sustentável



Fonte: Parrish (2008).

Ressalta-se, a partir da Figura 17, o elo existente entre o empreendedorismo (*Entrepreneurship*), o desenvolvimento sustentável (*Sustainability Entrepreneurship*) e as organizações (*Organisations*). Por conseguinte, o empreendedorismo sustentável (*Sustainability Entrepreneurship*) está relacionando tanto com o empreendedorismo (*Entrepreneurship*) como em relação ao desenvolvimento sustentável, o que se vale por destacar a intersecção do empreendedorismo sustentável que enaltece tanto o desenvolvimento quanto o empreendedorismo (PARRISH, 2008).

Nota-se que foram identificados conceitos, evoluções, definições, interpretações e interdisciplinaridades do desenvolvimento sustentável. Juntamente a várias interpretações e em diferentes contextos. Neste trabalho, a ideia central sustenta que o desenvolvimento sustentável passa necessariamente pelo empreendedorismo sustentável. Por isso, a seguir serão concatenados aspectos do empreendedorismo direcionados às questões sociais, econômicas, ambientais e sustentáveis, denominando-o, portanto, de empreendedorismo sustentável.

4.2 Empreendedorismo sustentável

A literatura sobre empreendedorismo apontada para o desenvolvimento sustentável tem crescido de forma quantitativa no decorrer do tempo (KUCKERTZ; WAGNER, 2010). Destarte, a literatura sobre empreendedorismo baseia-se, primordialmente, no "*triple bottom line*", no que equilibra aspectos econômicos, sociais e ambientais (ELKINGTON, 1997). O empreendedorismo sustentável está associado aos conceitos mais tradicionais do empreendedorismo, mas também tem o potencial aditivo tanto à sociedade quanto ao meio ambiente (KUCKERTZ; WAGNER, 2010; PARRISH, 2008; SHEPHERD; PATZELT, 2011).

O empreendedorismo relacionado à sustentabilidade destina-se às atividades empreendedoras que impulsionam o desenvolvimento sustentável. Desta maneira, considera-se que uma pessoa com intenção em empreender, facilita ou dificulta o desenvolvimento sustentável de um país, por meio de suas atividades empreendedoras (COHEN; WINN, 2007; DEAN; MCMULLEN, 2007; PARRISH, 2008).

Na perspectiva de Zahra et al. (2009), o empreendedorismo sustentável não é fácil de ser observado ou mensurado, podendo, contudo, não ser percebido ou identificado. Rodgers (2010) considera o empreendedorismo sustentável sendo igual ao empreendedorismo, porém observado mediante uma lente com vertente ambiental. Dean e McMullen (2007) evidenciam o empreendedorismo sustentável como um provedor de soluções para os problemas sociais e ambientais.

Mesmo que pesquisas pertinentes ao empreendedorismo, às organizações e ao desenvolvimento sustentável estejam bastante evidenciadas na literatura empírica, o empreendedorismo com foco nas questões ambientais e na relação das esferas econômicas, sociais e ambientais, nomeadamente empreendedorismo sustentável, ainda pode ser

considerado pouco explorado em pesquisas acadêmicas (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012).

Cohen e Winn (2007) e Dean e McMullen (2007) enaltecem o conceito de empreendedorismo sustentável baseando-se na definição de Venkataraman (1997), o qual considera o empreendedorismo mediante as suas consequências econômicas e psicológicas para a sociedade, bem como para o mercado. No entanto, Cohen e Winn (2007) adicionaram uma quarta categoria, as consequências ambientais. Sendo assim, as oportunidades do empreendedorismo impactam o desenvolvimento de oportunidades para desenvolver bens e serviços que geram consequências econômicas, sociais, psicológicas e ambientais.

No que tange ao aspecto ambiental, pode-se afirmar que decorre de iniciativas sociais no meio ambiente, a exemplo da redução da pobreza e melhoria da qualidade de vida, assim como da saúde populacional. O que se valem por destacar o impacto positivo do empreendedorismo, além de aspectos econômicos, sociais e psicológicos, tem-se, também, o contexto ambiental (COHEN; WINN, 2007; VENKATARAMAN, 1997). Dean e McMullen (2007), por sua vez, não abordam as consequências, mas oportunidades a serem exploradas pelo empreendedor.

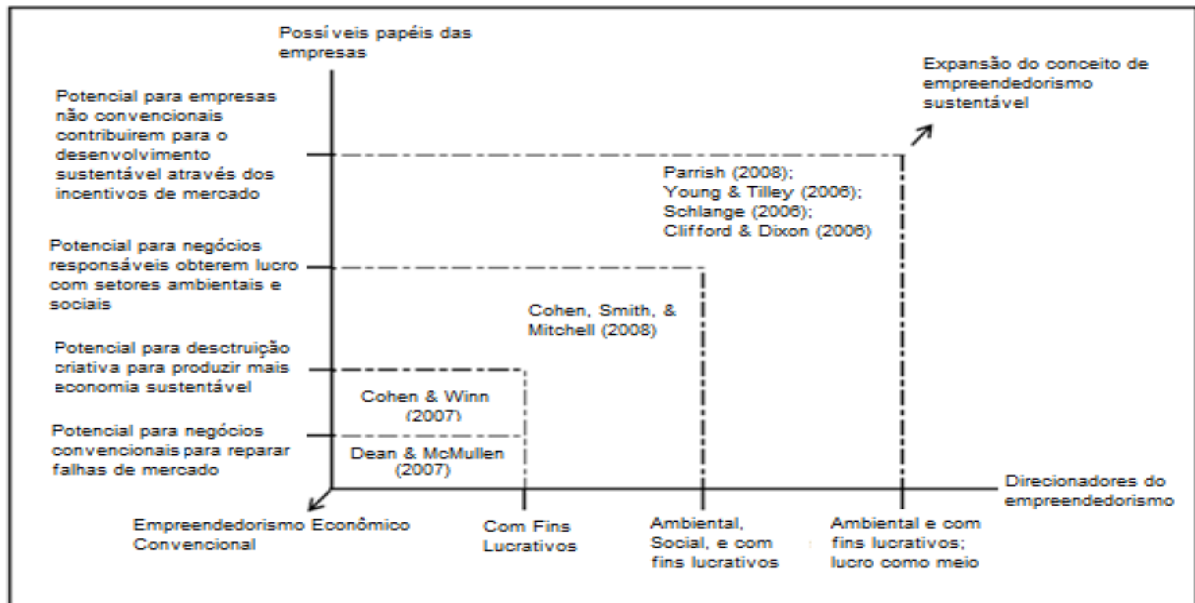
Nesse sentido, Dean e McMullen (2007) consideram o empreendedorismo sustentável como uma maneira de se analisar as possíveis falhas existentes no mercado, de tal forma que explorem as oportunidades econômicas que estão suscetíveis a impactar nessas falhas que, conseqüentemente, prejudicam o crescimento organizacional e social de modo sustentável. Por isso, corrobora-se a Shepherd e Patzelt (2011), pois o empreendedorismo sustentável pode direcionar impactos positivos, como redução da pobreza, do desemprego e da desigualdade, perpetuando, sobretudo, em contextos econômico, social e ambiental.

Na perspectiva de Parrish (2008), é fundamental ressaltar autores relevantes no campo de estudos do empreendedorismo sustentável (COHEN; WINN, 2007; COHEN; SMITH; MITCHELL, 2008; DEAN; MCMULLEN, 2007; YOUNG; TILLEY, 2006), que contribuíram expressivamente para ratificar o conceito do empreendedorismo, bem como sua relação com o desenvolvimento sustentável, considerando aspectos tradicionais, ambientais e com fins lucrativos.

Por isso que, em consonância com a evolução e a multidisciplinaridade dos conceitos do empreendedorismo sustentável ao longo do tempo, bem com a contribuição do empreendedorismo para o desenvolvimento sustentável, busca-se evidenciar uma evolução de conceitos que guiam pesquisas acadêmicas e empresariais no tocante ao empreendedorismo sustentável (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012; PARRISH, 2008). Logo, observa-se pela

Figura 18 uma evolução conceitual do empreendedorismo sustentável, e isto sugere um efeito positivo para a literatura conceitual sobre o tema, podendo-se inferir a evolução desse termo para além dos conceitos do empreendedorismo econômico convencional.

Figura 18 - Evolução dos conceitos do empreendedorismo sustentável



Fonte: Adaptado de Parrish (2008).

Desta maneira, alguns conceitos relacionados ao empreendedorismo sustentável são mais convencionais e econômicos em relação ao empreendedorismo, porém os conceitos de sustentabilidade ligam-se, em sua maior parte, ao desenvolvimento sustentável do empreendedorismo. À vista disso, o empreendedorismo sustentável volta-se para o desenvolvimento sustentável mediante a geração de valor nos aspectos sociais e ambientais (PARRISH, 2008; SHEPHERD; PATZELT, 2011).

Outrossim, Shepherd e Patzelt (2011) destacam, ainda, o empreendedorismo sustentável em uma perspectiva de ganhos econômicos e não econômicos. Em relação aos ganhos econômicos, têm-se a analogia do crescimento da economia de um país, na consequência do espírito empresarial, competências e habilidades para desenvolver este ganho. Os ganhos não econômicos são as expectativas de vida, educação, igualdade de oportunidade, espírito empreendedor, ou seja, são os ganhos para a sociedade, nomeadamente pró ambiental, que estão direcionados para outras pessoas.

É válido salientar que, na perspectiva de Shepherd e Patzelt (2011), o empreendedorismo com foco ambiental é, até certo ponto, o empreendedorismo social. Nesse sentido, os atores, que possibilitam essas mudanças e contribuem às instituições existentes ou

para criar novas instituições, são chamados de empreendedores institucionais (DIMAGGIO, 1988).

Em consonância com essas abordagens, Tilley e Parrish (2009) revelam a assunção do empreendedorismo sustentável no desenvolvimento sustentável, assim como o impacto seu para o crescimento econômico de um país. Devido à ampla interdisciplinaridade, do mesmo jeito que uma série de conhecimentos sobre o empreendedorismo, várias categorizações e abordagens estão ligadas a este e a outros aspectos ambientais e sociais.

Em face do exposto, pelo Quadro 6 detecta-se que os diferentes tipos de empreendedorismo, e isto acarreta na sua orientação para contextos sociais e sustentável distintos, podendo-se inferir que isto é relevante para a literatura conceitual e empírica do tema em questão (SCHALTEGGER; WAGNER, 2011).

Quadro 6 - Caracterização dos diferentes tipos de sustentabilidade orientadas para o empreendedorismo

	Ecoempreendedorismo	Empreendedorismo Social	empreendedorismo institucional	empreendedorismo sustentável
motivação núcleo	Contribuir para resolver o problema ambiental e criar valor econômico	Contribuir para resolver problema da sociedade e criar valor para a sociedade	Contribuir para mudar as instituições de regulação, sociais e de mercado.	Contribuir para resolver os problemas sociais e ambientais através da realização de uma bem-sucedida
Objetivo principal	Ganhe dinheiro com a solução de problemas ambientais	Atingir o objetivo social e assegurar financiamento para alcançar este	Alterando instituições como objetivo direto	Criando o desenvolvimento sustentável por meio de atividades corporativas empresariais
Papel dos objetivos econômicos	extremidades	Significa	Meios ou extremidades	Meios e fins
Papel das metas não mercantis	As questões ambientais como elemento central integrado	objetivos sociais como extremidades	Alterando instituições como elemento central	elemento central da extremidade integrado de contribuir para o desenvolvimento sustentável
desafio de desenvolvimento organizacional	De foco nas questões ambientais para a integração das questões econômicas	De foco em questões sociais para a integração das questões econômicas	Alterem as instituições a sustentabilidade integrando	Desde pequena contribuição para grande contribuição para o desenvolvimento sustentável

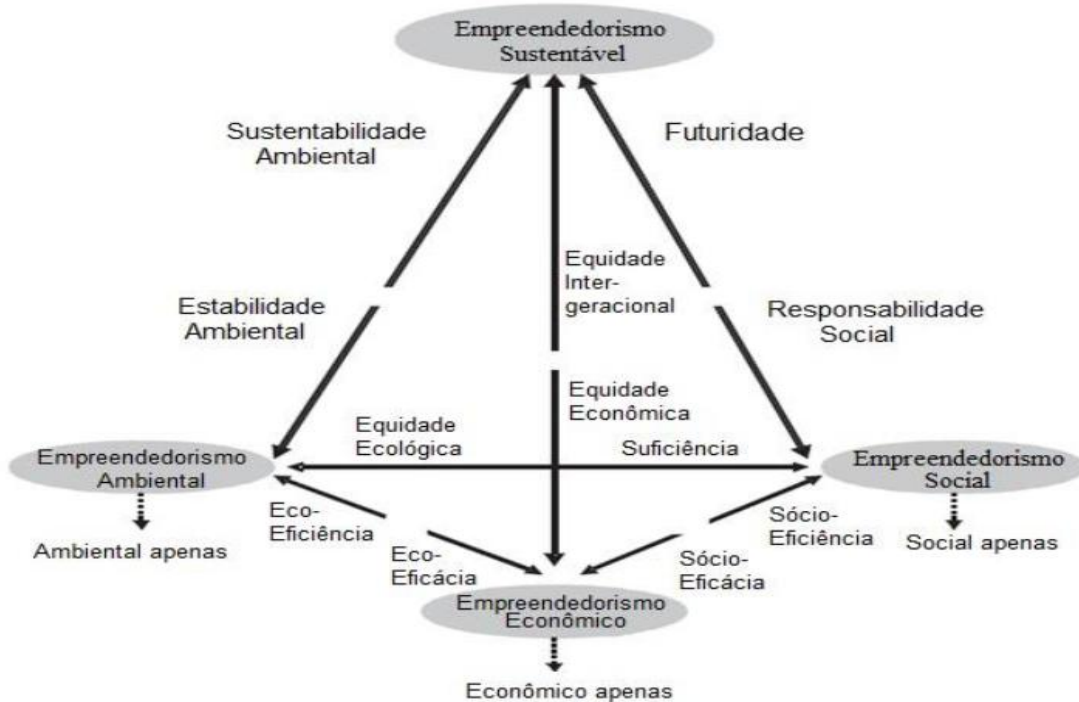
Fonte: Adaptado de Schaltegger e Wagner (2011).

Diante disso, infere-se que o empreendedorismo sustentável integra os propósitos ambientais e sociais (TILLEY; PARRISH, 2009). Além do mais, enfatiza-se que um empreendimento com foco na orientação sustentável afeta todo o macrossistema para o

desenvolvimento sustentável. Em relação aos aspectos sociais que, muitas vezes, estão integrados em conceitos relacionados ao empreendedorismo sustentável, seu foco está direcionado à criação de empreendimentos inovadores que podem aumentar a riqueza social e, conseqüentemente, reduzir a pobreza nacional e até mundial (ZAHRA et al., 2009).

Complementando essa ideia, considera-se a perspectiva de Young e Tilley (2006), retratando que o empreendedorismo sustentável está voltado para os negócios de forma inovadora, englobando, por sua vez, o TBL de Elkington (1997), mediante aspectos econômicos, sociais e ambientais, e que estes, conseqüentemente, fomentam o desenvolvimento sustentável. Young e Tilley (2006) propuseram um modelo, desenvolvido a partir de Dyllick e Hockerts (2002) e McDonough e Braungart (2002), detendo-se de alguns aspectos que permeiam o empreendedorismo sustentável (FIGURA 19).

Figura 19 - Modelo de empreendedorismo sustentável



Fonte: Young e Tilley (2006, p. 410).

No modelo proposto por Young e Tilley (2006), doze critérios fundamentam o tripé do empreendedorismo sustentável (econômico, social e ambiental). Logo, esse tripé ocorre de maneira concomitante e conjunta, sendo denominado de empreendedorismo sustentável. Ademais, pode-se destacar também que, ainda na perspectiva desse autor, o empreendedorismo sustentável é maior que as partes individuais somadas deste modelo.

Em consonância com Young e Tilley (2006), corroborando ao modelo de Dyllick e Hockerts (2002), pode-se caracterizar que o empreendedorismo ocorre da seguinte maneira:

a) Entre o empreendedorismo econômico e sustentável envolve: a equidade econômica, refere-se a distribuição de riqueza econômica de forma igualitária entre as gerações existentes, bem como as gerações futuras; e a equidade intergeracional, diz respeito ao bem-estar econômico das gerações futuras, fato a ser levado em conta nas decisões dos gestores organizacionais (YOUNG; TILLEY, 2006).

b) O relacionamento entre empreendedorismo ambiental e sustentável compreende: a estabilidade ambiental, são as forças positivas existentes que podem ser exercidas sobre o ambiental, com intuito de firmar vários problemas, a exemplo das alterações climáticas; enquanto isso, a sustentabilidade ambiental diz respeito a um processo sustentável a longo prazo em referência ao meio ambiente (YOUNG; TILLEY, 2006).

c) A relação entre o empreendedorismo social e sustentável envolve: a responsabilidade social, em que as empresas e os indivíduos devem assumir responsabilidade por seus impactos diretos, indiretos, positivos e negativos na sociedade, destacando as gerações atuais e futuras; e a preocupação com o futuro, referenciada no bem-estar social das gerações vindouras, evidenciando que sejam tomadas decisões que fortifiquem este bem-estar.

Diante disso, leva-se em consideração a perspectiva de que o empreendedorismo sustentável está além dos conceitos tradicionais do empreendedorismo, em razão de que abordam adicionalmente questões sociais e ambientais. A seguir, evidencia-se o comportamento sustentável, uma vez que é um requisito essencial do indivíduo para possibilitar aspectos considerados sustentáveis ao empreender.

Em síntese, este trabalho está embasado, além do comportamento inovador, também no comportamento sustentável, verificando-se suas relações na intenção empreendedora dos estudantes universitários.

4.3 Comportamento sustentável

As investigações sobre o campo do conhecimento relacionado ao meio ambiente, considerando, primordialmente a construção da consciência ambiental, emerge a partir da década de 1970, com o intuito de compreender o comportamento sustentável do indivíduo (CORRAL-VERDUGO, 2012; KINNEAR; TAYLOR; AHMED, 1974; OSKAMP, 2000). Diante disso, considera-se, também, a consciência ambiental, que se refere a um construto

multidimensional, polissêmico, atitudinal e comportamental (SCHLEGELMILCH; BOHLEN; DIAMANTOPOULOS, 1996).

O comportamento sustentável é discutido, principalmente na Psicologia Ambiental (CORRAL-VERDUGO; PINHEIRO, 1999), visto que se refere a estudos que versam no interesse de pesquisas direcionadas ao meio ambiente (GÜNTHER; PINHEIRO; GUZZO, 2004). Acentua-se também os estudos relacionados aos aspectos ambientais relativamente recentes, possibilitando o campo multidisciplinar e transdisciplinar, os quais estão, constantemente, desafiando pesquisadores por meio de enfoques múltiplos e diversos (PATO; TAMAYO, 2006).

Diante dessas abordagens, destaca-se a Psicologia Ambiental, pois está concentrada essencialmente no comportamento humano, relacionando-o a condutas e práticas ambientais, ou seja, ao impacto que as ações do indivíduo podem proporcionar ao meio ambiente (CORRAL-VERDUGO, 2012; STERN, 2000). Nesse sentido, a Psicologia Ambiental propaga-se por diversos países, com expressões, contextualizações e investigações que tangenciam aspectos atitudinais e comportamentais do ser humano para com o meio ambiente (WIESENFELD; ZARA, 2012).

Com todas essas investigações que estão emergindo amplamente (PATO; TAMAYO, 2006), além da área de Psicologia Ambiental (CORRAL-VERDUGO; PINHEIRO, 2009), outras áreas também estão relacionadas às questões ambientais, como Economia, Geografia, Sociologia e Antropologia (EDEN, 1993). Dessa forma, pode-se fundamentar que as questões ambientais estão contribuindo para ampliação de pesquisas com esse foco, em todo o mundo e nas mais diversas áreas de pesquisas acadêmicas e empresariais (CORRAL-VERDUGO, 2012).

Houve um amplo crescimento em pesquisas acadêmicas referentes às questões ambientais (STRAUGHAN; ROBERTS, 1999). A busca constante para identificar o perfil do indivíduo considerado ecologicamente ou ambientalmente consciente, está sendo, cada vez mais, investigada por pesquisadores da área ambiental. Complementando essa ideia, Kassarian (1971) ressalta que somente as variáveis demográficas não são suficientes para a investigação deste perfil, tornando necessário, portanto, uma caracterização mais ampla e contextual para a mensuração do comportamento ambiental do indivíduo.

Tomando-se como base o comportamento sustentável, é válido ressaltar, primeiramente, os problemas relacionados ao meio ambiente, uma vez que estão tornando-se preocupações de investigação em pesquisas relacionadas a temáticas ambientais, tentando, portanto, explicar causas que influenciam a degradação ambiental ou conservação ambiental

(PATO; TAMAYO, 2006), além do impacto do comportamento sustentável dos indivíduos, mediante a consciência ambiental, a favor ou contra as práticas ambientais (GONÇALVES-DIAS et al., 2009).

Nesse ponto de vista, leva-se em conta a consciência ambiental do indivíduo, o que se vale ressaltar Bedante e Slongo (2004), que consideram esta proposição na perspectiva do posicionamento do indivíduo, este sendo a favor ou contra às práticas ambientais, tal como o impacto de suas ações para o meio ambiente. Desses impactos, pode-se referir à proteção ao meio ambiente, assim como as vantagens da sustentabilidade para o crescimento econômico, social e sustentável de um país (KUCKERTZ; WAGNER, 2010).

A literatura sobre o comportamento ecológico, em relação a pesquisas empíricas, emerge a partir das medidas de Karp (1996) e Kaiser (1998), que buscam mensurar o nível de consciência ambiental, refletindo no comportamento ambiental do indivíduo, diante da investigação da degradação e da conservação ambiental (PATO; TAMAYO, 2006). Com isso, configura-se a sustentabilidade como investigação primordial para a conduta sustentável do indivíduo (CORRAL-VERDUDO, 2012; OSKAMP, 2000; SCHMUCK; SCHULTZ, 2002).

Por isso, pesquisas que versam sobre o comportamento ecológico são caracterizadas pela observação do comportamento, por meio da investigação da compreensão de comportamentos que possam impactar no meio ambiente (CORRAL-VERDUGO, 2012; KAISER et al. 2003). Grob (1990) evidencia o impacto dos seres humanos nos recursos naturais, destacando a importância da redução da degradação ambiental. Ademais, reforça-se que os problemas ambientais são causados pelo comportamento humano, uma vez que para isso são requeridas condutas do indivíduo, por meio de suas práticas ou ações em relação ao meio ambiente (ZELEZNY; SCHULTZ, 2000).

Corral-Verdudo (2012) considera o comportamento sustentável como um efeito mais negativo do que positivo em relação às atitudes e comportamentos do indivíduo no que se refere ao meio ambiente. Vale ressaltar também os estudos relacionados ao comportamento ambiental de Bratt (1999), Schmucke Schultz (2002), Corral-Verdugo e Pinheiro (2009) e Gonçalves-Dias et al. (2009). Com isso, têm-se, ainda, os comportamentos mais específicos referentes às práticas ecológicas e ambientais, como por exemplo: conservação de água (LAM, 1999) e reciclagem (VINGING, EBREO, 1992).

No que diz respeito ao comportamento humano como influenciador das práticas ambientais, o principal responsável pela proteção ambiental ou não é o ser humano (KARP, 1996). Por isso, infere-se que os aspectos comportamentais são fundamentais na conversação e/ou preservação do meio ambiente, como por exemplo: consumo de água e energia, redução

de energia, uso de recursos na residência, e questões sobre o tratamento dado ao lixo (PATO; TAMAYO, 2006; GONÇALVES-DIAS et al., 2009), detendo-se de perspectivas do comportamento ambiental referente a práticas do cotidiano do indivíduo.

Nesse contexto, conceitua-se o comportamento sustentável como ações que são dirigidas, efetivas e deliberadas que têm como foco resultar na proteção ambiental, requerendo, sobretudo, aspectos sociais e individuais (CORRAL-VERDUGO, 2012).

Diante dessas contextualizações, Stern et al. (1995) abordam o comportamento ambiental por meio de atitudes e intenções que refletem nas ações e predisposições dos indivíduos. Enquanto isso, Grob (1995) refere-se a valores, normas, crenças e emoções alinhadas à consciência ambiental do indivíduo. E, com isso, Bedante e Slongo (2004) ressaltam o impacto que o indivíduo tem com o meio ambiente, por meio de suas ações e posturas. Outrossim, considera-se a mensuração do nível de consciência ambiental detendo-se da proteção e/ou degradação ambiental (BEDANTE; SLONGO, 2004).

Apresenta-se nesta pesquisa o comportamento sustentável, na perspectiva da preocupação do indivíduo com as questões ambientais, que, conseqüentemente, alinham-se às questões sociais (GONÇALVES-DIAS et al., 2009; KUCKERTZ; WAGNER, 2010; PATO; TAMAYO, 2006). O comportamento sustentável refere-se ao desenvolvimento de alternativas que busquem a redução da degradação ambiental com foco, sobretudo, na proteção para o desenvolvimento de soluções sociais e ambientais.

Diante dessas discussões, vale considerar também a perspectiva de Oskamp (2000), uma vez que aponta o ser humano como o principal responsável pela degradação dos problemas ambientais, por meio de seus comportamentos que, conseqüentemente, impactam de forma positiva ou negativa o meio ambiente. Nesse sentido, pode-se reforçar a degradação ou proteção ambiental que estão diretamente relacionadas ao comportamento do indivíduo (WIESENFELD; ZARA, 2012).

Alinhando o empreendedorismo com o comportamento sustentável, fundamenta-se que um indivíduo ao empreender pode impactar, positivamente ou negativamente o meio ambiente (KUCKERTZ; WAGNER, 2010), uma vez que, quando este indivíduo tem uma consciência ambiental, um posicionamento a favor ou não em relação ao meio ambiente (BEDANTE; SLONGO, 2004), suas ações podem impactar diretamente os aspectos do "*triple bottom line*" (econômico, social e ambiental) (ELKINGTON, 1997).

A partir disso, corrobora-se a Isaak (1998), uma vez que este autor aborda que a redução do impacto ambiental pode ser reflexo das características do empreendedorismo, orientadas ao meio ambiente. Por isso, este estudo tem como foco analisar como os indivíduos

que pretendem iniciar um novo negócio estão apoiados no impacto de seus comportamentos para a proteção ou degradação ambiental, por meio de suas atividades relacionadas às práticas individuais e coletivas do cotidiano (GONÇALVES-DIAS et al., 2009).

Considerando a perspectiva teórica-metodológica de Gonçalves-Dias et al. (2009), este trabalho busca identificar o comportamento sustentável do indivíduo, fundamentando-se em aspectos do cotidiano do indivíduo, a saber: consumo de água e energia, redução de energia, uso de recursos na residência, e questões sobre o tratamento dado ao lixo.

À vista disso, esses aspectos comportamentais sustentáveis estão fundamentados na perspectiva da intenção empreendedora dos estudantes universitários. Dessa maneira, são demonstradas, a seguir, o desenvolvimento das hipóteses que estão embasadas fortemente na literatura empírica da intenção empreendedora, da inovação e da sustentabilidade, com ênfase, principalmente, nos aspectos comportamentais desses temas.

4.4 Desenvolvimento das hipóteses

O empreendedorismo quando relacionado à sustentabilidade destina-se às atividades empreendedoras que fomentam o desenvolvimento sustentável. Assim, considera-se que uma pessoa com intenção empreendedora, pode favorecer o desenvolvimento sustentável, não só de um país, mas de vários outros países, com a geração de empregos e a potencialização de aspectos relacionados ao meio ambiente (COHEN; WINN, 2007; DEAN; MCMULLEN, 2007; PARRISH, 2008; SCHALTEGGER; WAGNER, 2011).

Portanto, ao relacionar a sustentabilidade ao indivíduo, vale ressaltar o comportamento sustentável, considerado preponderante para solucionar problemas ambientais e sociais (KAISER 1998; CORRAL-VERDUGO, 2012), o que o torna relevante para o surgimento de novos empreendimentos que geram benefícios com emprego e renda à economia (DIMAGGIO, 1988). Desse modo, o empreendedorismo com foco nas questões ambientais é considerado pertinente aos interesses dos indivíduos na criação ou ampliação de um negócio, detendo-se o foco econômico, social e ambiental (ELKINGTON, 1997).

Leva-se em consideração a perspectiva de Parrish (2008), Kuckertz e Wagner (2010) e Shepherd e Patzelt (2011) de que o empreendedorismo, além de estar associado aos conceitos tradicionais na literatura do empreendedorismo (VENKATARAMAN, 1997), envolvem questões referentes ao meio ambiente, a exemplo das vantagens da sustentabilidade e da proteção ambiental, mediante, principalmente o comportamento sustentável do indivíduo (GONÇALVES-DIAS et al., 2009; KAISER, 1998; PATO; TAMAYO, 2006), o qual

proporciona um estilo de vida sustentável (CORRAL-VERDUGO, 2010), em face do comportamento desse indivíduo frente às questões ambientais.

Diante de tal abordagem, neste trabalho vale ressaltar um conjunto de itens que pretendem mensurar traços, tais como: intenção empreendedora (THOMPSON, 2009); comportamento sustentável (questões sobre a consciência ambiental: economia de água e energia, tratamento dado ao lixo, mobilização e ambiente doméstico) (GONÇALVES-DIAS et al. 2009; KAISER, 1998; PATO; TAMAYO, 2006); comportamento inovador, por meio das capacidades cognitivas do indivíduo – processamento de informações (FOXALL; HACKETT, 1992; KIRTON, 1976); e variáveis demográficas (se tem pais empreendedores, experiência profissional, gênero, país de origem, entre outras) (CARVALHO; GONZÁLEZ, 2006; KUCKERTZ; WAGNER, 2010).

Conforme já abordado, a intenção empreendedora antecede o comportamento real do empreendedorismo (AJZEN, 1991). Com base no fundo teórico e conceitual, embasados fortemente na literatura, o desenvolvimento das hipóteses busca evidenciar como as hipóteses são formuladas, bem como alinha os aspectos teóricos já existentes com o posicionamento das hipóteses deste trabalho.

Tratando-se do termo hipótese, pode-se conceituá-lo como uma proposição que objetiva explicar determinado fenômeno de maneira empírica – conhecimento por meio da realidade (LEE; LINGS, 2008). Destarte, corrobora-se a Saccol (2009), uma vez que essa autora considera as hipóteses como verificações de fenômenos particulares, o que é relevante para nortear e direcionar este trabalho.

Em face disso, o modelo hipotético permite testar, além das variáveis sociodemográficas, a influência do comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários, bem como comparar essa intenção entre os estudantes de diferentes países, no caso em questão, Brasil e Portugal.

Primeiramente, é válido destacar as referências dos estudos de Reynolds et al. (2002), Davidsson (1995), Teixeira e Davey (2010), Van Der Zwan, Thurik e Grilo (2010) e Teixeira e Forte (2011), uma vez que mostram que os indivíduos que têm familiares com negócios próprios, tendem a ter intenções empreendedoras.

Considera-se, nesta análise, a intenção empreendedora dos estudantes universitários que têm pais com negócios próprios – denominado por familiares próximos empreendedores. Ademais, Carvalho e González (2006) também mostraram, nas suas pesquisas realizadas, que ocorre forte relação entre a existência de familiares empreendedores com a intenção empreendedora dos estudantes universitários.

Deve-se enaltecer também Ajzen (1991), por meio da Teoria do Comportamento Planejado (TCP), que aponta a influência da pressão social e dos familiares para as consequências do comportamento do indivíduo. Nesse contexto, evidencia-se a preocupação do indivíduo em relação às consequências de seu comportamento para as outras pessoas, a exemplo do fato de que uma pessoa que tem pais empreendedores, tenderá a ter um comportamento (favorável ou desfavorável) a criar um novo negócio – empreender (AJZEN, 1991; GEM, 2013).

Nos achados dos estudos realizados por De Wit (1993), Van Praag (1997), Noorderhaven et al. (2003) e Rocha (2012) foram encontradas evidências suficientes que fornecem suporte à relação positiva da intenção empreendedora do indivíduo que têm pais com negócios próprios. Dessa forma, surge a seguinte hipótese a ser testada neste estudo com o intuito de analisar como se dá esta relação entre universitários brasileiros e portugueses:

H_{1a}: Há uma relação positiva entre a intenção empreendedora dos estudantes universitários e a existência de negócios próprios dos pais.

Além do mais, em relação ao perfil dos estudantes universitários brasileiros e portugueses, procura-se identificar, diante do contexto cultural, qual o país – Brasil ou Portugal apresenta maior quantidade de estudantes com intenção empreendedora. Esta pesquisa corrobora a Hofstede (1980), uma vez que esse autor destaca que o perfil dos estudantes brasileiros e portugueses não são semelhantes, o que se vale ressaltar aspectos, tais como aversão à incerteza e distância do poder.

Timmons e Spinelli (1994) salientam que as atitudes do empreendedor podem ser estimuladas pelo contexto educacional, como as universidades e as escolas, mas também pelo próprio país do indivíduo. Outrossim, pode-se evidenciar a influência da cultura de cada país no que diz respeito à intenção empreendedora.

Desse modo, emerge outra hipótese no que tange ao perfil da amostra:

H_{1b}: Há uma relação positiva entre o país de origem dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora.

Detendo-se da consideração de que a experiência profissional pode influenciar, de forma positiva ou negativa, a intenção empreendedora do estudante universitários, vale-se corroborar a Kuckertz e Wagner (2010), os quais evidenciam que a experiência profissional impacta na intenção empreendedora. Para tanto, surge a seguinte hipótese:

H_{1c}: Há uma relação positiva entre a experiência profissional dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora.

Diante dessas caracterizações referentes ao perfil da amostra – demonstradas nas variáveis sociodemográficas, a serem investigadas no que tange aos estudantes universitários brasileiros (de Fortaleza) e portugueses (de Faro), caracteriza-se, a seguir, as hipóteses referentes ao comportamento sustentável.

No que corresponde ao comportamento sustentável na intenção empreendedora dos estudantes universitários, vale ressaltar a influência de Kuckertz e Wagner (2010), que enaltecem que a intenção empreendedora dos indivíduos e as preocupações com as questões ambientais são inversamente proporcionais, isto é, quando o indivíduo cria um determinado negócio, menor pode ser a sua relação com o meio ambiente.

Portanto, concentra-se na perspectiva de Kuckertz e Wagner (2010), referindo-se ao impacto que uma pessoa, por meio da criação de um negócio, pode gerar no meio ambiente. Ademais, corrobora-se a Corral-Verdugo (2012), diante da significância do comportamento humano em relação às práticas ambientais, sendo estas favoráveis ou não ao meio ambiente. Nesse contexto, a proteção ambiental se dá por meio da consciência do indivíduo, uma vez que suas ações podem proteger ou degradar o meio ambiente (BONNES; BONAIUTO, 2002). Suas ações podem permitir ambientes e sociedades mais sustentáveis (CORRAL-VERDUGO, 2012).

De certa forma, a conservação dos recursos naturais, como a reciclagem de água, conservação de energia, proteção da natureza e construção de empresas sustentáveis (KAISER, 1998) são decorrentes da consciência ambiental do indivíduo, detendo-se a sua base no reconhecimento dos problemas ambientais (CORRAL-VERDUGO, 2012). A seguir, demonstram-se aspectos comportamentais que impactam na conservação/preservação do meio ambiente, mediante a metodologia de Gonçalves-Dias et al. (2009) (QUADRO 7).

Quadro 7 - Dimensões do comportamento sustentável

Dimensão	Descrição
Consumo Engajado	Agrupar variáveis referentes às atitudes dos respondentes quanto ao consumo. Expressa o nível de conscientização dos indivíduos sobre as questões ambientais que envolvem a postura dos fabricantes e também um caráter mais ativo na procura de opções de produtos ecologicamente corretos.
Preocupação com o Lixo	Reúne variáveis ligadas à atitude dos indivíduos quanto ao lixo e limpeza de ambientes domésticos e públicos.
Boicote via Consumo	Aglutina variáveis comportamentais relacionadas ao consumo, contudo o caráter da postura dos indivíduos indica maior propensão a penalizar produtos e serviços ecologicamente incorretos.
Mobilização	Agrega variáveis comportamentais relacionadas a uma postura proativa na busca da sensibilização de outros indivíduos no que se refere às questões ambientais.
Ambiente Doméstico	Agrupar variáveis ligadas ao comportamento do indivíduo na vida domiciliar. As variáveis estão relacionadas ao uso cotidiano de recursos naturais, como energia elétrica e água.

Fonte: Adaptado de Gonçalves-Dias et al. (2009).

Pelo Quadro 7 nota-se que as questões relacionadas ao campo de atuação da sustentabilidade concerne ao cotidiano do indivíduo, e isto caracteriza um efeito positivo ou negativo no comportamento do indivíduo diante de aspectos, tais como: Consumo Engajado; Preocupação com o Lixo; Boicote Via Consumo; Mobilização; e Ambiente Doméstico.

Para a consecução das variáveis propostas por Dias et al. (2009), detém-se do embasamento teórico-metodológico de Karp (1996), Kaiser (1998) e Pato e Tamayo (2006), autores considerados fundamentais e influentes no campo dos estudos relacionados ao comportamento sustentável.

Diante do exposto, vale reforçar que o empreendedorismo relacionado à sustentabilidade destina-se a atividades que impulsionam o desenvolvimento econômico (DEAN; MCMULLEN, 2007; PARRISH, 2008), por meio das consequências psicológicas (VENKATARAMAN, 1997), no que corresponde ao comportamento ambiental (ou sustentável) do indivíduo (GONÇALVES-DIAS et al., 2009; KAISER, 1998; KARP, 1996; PATO; TAMAYO, 2006).

Dessa maneira, percebe-se que o conceito de empreendedorismo sustentável (COHEN; WINN, 2007), obteve sua origem diante da junção do campo do empreendedorismo (PARRISH, 2008; VENKATARAMAN, 1997), com a sustentabilidade (TILLEY; PARRISH, 2009), fundamentando-se no comportamento sustentável do indivíduo - por meio da consciência ambiental (CORRAL-VERDUGO, 2012). Logo, os estudantes universitários com comportamentos sustentáveis positivos podem ser os mais propensos a implantar novos negócios – com foco na sustentabilidade e na proteção ambiental (KUCKERTZ; WAGNER, 2010).

Diante dessas discussões, e corroborando fortemente à literatura empírica do empreendedorismo e do comportamento sustentável, surgem as seguintes hipóteses a serem testadas neste estudo:

H_{2a}: Há uma relação positiva entre o comportamento sustentável dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora.

Considerando aspectos culturais inerentes a cada país, por meio do fenômeno coletivo de nações diferentes (HOFSTEDE, 2011), ressalta-se também que a cultura pode influenciar as preferências, padrões, comportamentos e intenções (HELLER, 1987) dos indivíduos. Além do mais, corrobora a Sobral et al. (2015), reforçando que não foram identificadas diferenças significativas entre a percepção ambiental de estudantes brasileiros e portugueses.

Nesse sentido, ao considerar a perspectiva do país de origem do estudante, alinhando ao comportamento sustentável na intenção empreendedora dos estudantes universitários brasileiros e portugueses, pretende-se, portanto, verificar a seguinte hipótese a desta pesquisa:

H_{2b}: Não há uma relação significativa para o comportamento sustentável na intenção empreendedora entre estudantes universitários brasileiros e portugueses.

Perante essas contextualizações concernentes ao comportamento sustentável, detendo-se de perspectivas conceituais e teóricas da consciência ambiental, diante de posicionamentos frente às questões cotidianas de assuntos relacionados ao meio ambiente – guiados pela metodologia de Gonçalves-Dias et al. (2009), amplia-se, ainda mais, o interesse de analisar esse comportamento na intenção empreendedora dos estudantes universitários.

Em face disso, aborda-se seguidamente o comportamento inovador do indivíduo, outro aspecto comportamental a ser delineado nesta pesquisa, fundamentando-se, sobretudo, na concepção dos estilos cognitivos dos indivíduos (processamento de informações).

Em referência ao comportamento inovador, utiliza-se o embasamento teórico-metodológico da Teoria da Adaptação-Inovação (Adaption-Innovation Theory), que destaca a capacidade do indivíduo ser inovador e capaz de propor soluções criativas para a resolução de problemas (KIRTON, 1976). Desse modo, um empreendedor é uma pessoa considerada inovadora (SCHUMPETER, 1934), a qual desempenha um papel com alguma inovação de mercado (GARPAN, 2009) por meio, principalmente, da sua propensão para inovar – comportamento inovador – estilo cognitivo (TAYLOR, 1989), com o intuito de tornar-se um possível empreendedor (CHUDRY; FOXALL; PALLISTER, 2011; KUCKERTZ; WAGNER, 2010; MARCATI; GUIDO; PELUSO, 2008).

Para mensurar o comportamento inovador, vale abordar o índice KAI, que mesmo em sua versão reduzida, composto por 13 itens, foi utilizado em vários estudos empíricos, mostrando-se amplamente relevante e estatisticamente significativa, a exemplo de: Taylor (1989); Foxall e Hackett (1992); Bagozzi e Foxall (1995); Marcati, Guido e Peluso (2008) e Kuckertz e Wagner (2010). Este estudo busca, portanto, utilizar a versão reduzida para mensurar o comportamento inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários.

Adicionalmente, Schumpeter (1934), Kirton (1976), Taylor (1989), Carland, Carland e Hoy (1992), Virtanen (1997), Lüthje e Franke (2003), Lee et al. (2006), Zawislak (2007), Teixeira e Davey (2010), Teixeira e Forte (2011) mostram que o espírito inovador de um indivíduo é considerado um fator determinante para despertar a sua intenção

empreendedora. Outro aspecto que se vale destacar é que as universidades podem contribuir positivamente para que os estudantes despertem o interesse em inovar e empreender (GEM, 2012).

Nesse sentido, considerando a intenção empreendedora (THOMPSON, 2009; KUCKERTZ; WAGNER, 2010) relacionada ao comportamento inovador – propensão para inovar – por meio dos estilos cognitivos do indivíduo (KIRTON, 1976; TAYLOR, 1989; FOXALL; HACKETT, 1992), fundamenta-se a seguinte hipótese a ser investigada neste estudo:

H_{3a}: Há uma relação positiva entre o comportamento inovador dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora.

Outrossim, é conveniente explicar que no estudo realizado pelos autores Kuckertz e Wagner (2010) não foram encontradas evidências significativamente relevantes para relacionar o comportamento inovador à intenção empreendedora dos estudantes universitários alemães.

Por isso que, tomando-se como base a perspectiva de Kirton (1976), é válido ressaltar que a propensão para inovar pode ser explicada por meio do *Kirton-Adaption-innovation* - índice KAI, que mensura o quanto o indivíduo é estimulante, desenvolve novas ideias e pode ser apontado como inovador (TAYLOR, 1989). Complementando essa ideia, este estudo tem como propósito evidenciar a influência do comportamento inovador na intenção empreendedora dos universitários.

Para tanto, detém-se da perspectiva de que o comportamento inovador (FOXALL; HACKETT, 1992), não se difere, no que diz respeito a esta relação com a intenção empreendedora (THOMPSON, 2009), entre estudantes universitários brasileiros e portugueses, considerando os aspectos culturais de cada país (HOFSTEDE, 2011). À vista disso, emerge a seguinte hipótese:

H_{3b}: Não há uma relação significativa no que tange ao comportamento inovador na intenção empreendedora entre estudantes universitários brasileiros e portugueses.

Nesse ponto de vista, as hipóteses deste estudo serão testadas, sendo aceita ou rejeitada, a fim de verificar a influência, além das variáveis sociodemográficas, do comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários brasileiros (de Fortaleza – Ceará) e portugueses (de Faro – Algarve).

Perante essas discussões supradestacadas e embasadas fortemente na literatura, verifica-se pelo Quadro 8 a abordagem teórica que dá suporte à pesquisa empírica, e isto implica essencialmente no modelo hipotético deste estudo.

Quadro 8 - Suporte teórico para a pesquisa e hipóteses formuladas

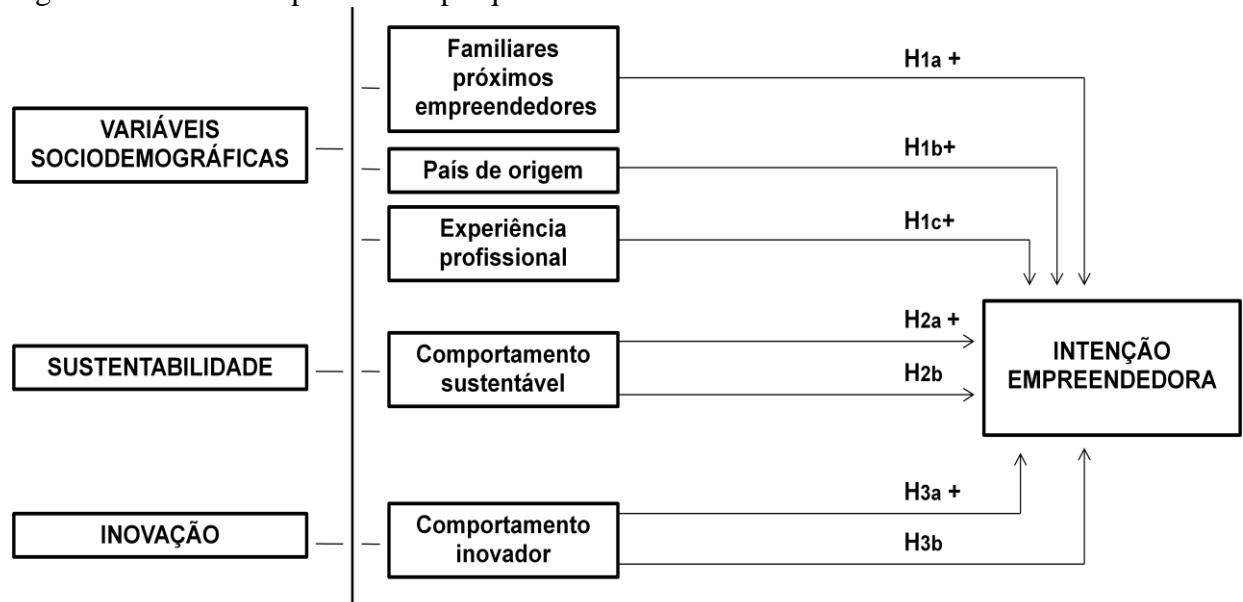
OBJETIVOS	VARIÁVEIS/ CONSTRUTOS	DESCRIÇÃO	HIPÓTESES	AUTORES
i) identificar as relações entre o perfil dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora	Familiares próximos empreendedores	Compreensão da intenção empreendedora em relação ao estudante que tem pais empreendedores.	H_{1a} : Há uma relação positiva entre a intenção empreendedora dos estudantes universitários e a existência de negócios próprios dos pais.	Hofstede (1980), Ajzen (1991), De Wit (1993), Timmons e Spinelli (1994), Van Praag (1997), Noorderhaven et al., (2003), Thompson (2009), Kuckertz e Wagner (2010), Teixeira e Davey (2010) e Teixeira e Forte (2011), Rocha (2012) e Teixeira (2013).
	País de origem	Influência do país de origem do estudante universitário com a intenção empreendedora.	H_{1b} : Há uma relação positiva entre o país de origem dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora.	
	Experiência profissional	Percepção da influência da experiência profissional na intenção empreendedora do estudante universitário.	H_{1c} : Há uma relação positiva entre a experiência profissional dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora.	
ii) Analisar o comportamento sustentável na intenção empreendedora dos estudantes universitários	Comportamento sustentável	Compreensão da influência do comportamento sustentável na intenção empreendedora do estudante universitário.	H_{2a} : Há uma relação positiva entre o comportamento sustentável dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora.	Heller (1987), Venkataraman (1997), Kaiser (1998), Elkington (1997), Karp (1996), Kaiser (1999), Pato e Tamayo (2006), Dean e McMullen (2007), Cohen e Winn (2007), Parrish (2008), Gonçalves-Dias et al. (2009), Tilley e Parrish (2009), Hofstede (2011), Verdugo (2012), Sobral et al. (2015).
		Estímulo que o comportamento sustentável proporciona à intenção empreendedora do estudante universitário, de acordo com o país de origem.	H_{2b} : Não há uma relação significativa para o comportamento sustentável na intenção empreendedora entre estudantes universitários brasileiros e portugueses.	
iii) investigar o comportamento inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários	Comportamento inovador	Influência da capacidade cognitiva que o estudante universitário tem para inovar, ser estimulante e desenvolver novas ideias na intenção empreendedora.	H_{3a} : Há uma relação positiva entre o comportamento inovador dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora.	Kirton (1976), Taylor (1989), Carland, Carland e Hoy (1992), Foxall e Hackett (1992), Bagozzi e Foxall (1995), Virtanen (1997), Lüthje e Franke (2003), Lee et al. (2006), Marcati, Guido e Peluso (2008), Teixeira e Davey (2010), Kuckertz e Wagner (2010), Hofstede (2011), Teixeira e Forte (2011) e Teixeira (2013).
		Estímulo que o comportamento inovador proporciona à intenção empreendedora do estudante universitário, de acordo com o país de origem.	H_{3b} : Não há uma relação significativa no que tange ao comportamento inovador na intenção empreendedora entre estudantes universitários brasileiros e portugueses.	
iv) Desenvolver um modelo que permita prever a intenção empreendedora a partir do perfil dos estudantes universitários e do seu comportamento sustentável e inovador				

Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Em suma, ressalta-se que as hipóteses que emergiram ao longo desta revisão da literatura estão dispostas com o intuito de possibilitar a compreensão das variáveis sociodemográficas e comportamentais, relacionadas à inovação e à sustentabilidade, de forma a analisar como versam essas variáveis diante da intenção empreendedora dos estudantes universitários brasileiros e portugueses.

A partir do que foi exposto neste subcapítulo, nota-se pela Figura 20 que as hipóteses abordadas contribuíram para caracterizar o modelo hipotético, podendo-se identificar as variáveis a serem investigadas neste estudo. Isso posto, é fundamental abordar o modelo hipotético, detendo-se da influência das variáveis sociodemográficas; e dos construtos comportamentais sustentáveis e inovadores na intenção empreendedora.

Figura 20 - Modelo hipotético da pesquisa



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

+ Relação positiva com a intenção empreendedora

— Não há relação significativa com a intenção empreendedora

Ao final deste capítulo, espera-se que tenham sido expostos aspectos do comportamento sustentável e inovador, além das variáveis sociodemográficas que serão analisados a partir da intenção empreendedora dos estudantes universitários, na comparação entre Brasil e Portugal. Nesse sentido, evidencia-se, portanto, uma perspectiva *cross-cultural* diante das características culturais distintas inerentes a cada país, que implicam em semelhanças e diferenças nos aspectos comportamentais e sociodemográficos abordados.

A discussão proposta procurou justificar o modelo adotado e os conceitos pertinentes para a discussão do empreendedorismo, do comportamento sustentável, do

comportamento inovador e da intenção empreendedora, assim como das variáveis sociodemográficas, de forma a sugerir a interligação entre essas variáveis, e isto possibilitou o desenvolvimento de modelo hipotético para esta pesquisa.

Portanto, na tentativa de suplantando esta lacuna, mostra-se no capítulo seguinte os procedimentos metodológicos que conduzem o desenvolvimento desta pesquisa.

5 METODOLOGIA

Este capítulo versa sobre os procedimentos metodológicos utilizados para o desenvolvimento desta pesquisa. Será abordado, primeiramente, o paradigma de pesquisa; logo após, a tipologia de pesquisa quanto a forma do estudo. Posteriormente, ressalta-se a população e amostra pesquisada e, em seguida, o instrumento de coleta de dados. Por fim, são concentradas as técnicas estatísticas, do mesmo modo que suas etapas para a análise dos resultados.

5.1 Paradigma de pesquisa

Este estudo está norteado pelo paradigma de pesquisa positivista. Na perspectiva de Crotty (1998), paradigma refere-se a uma instância filosófica que tem como objetivo informar o método utilizado na pesquisa. Enquanto isso, Guba (1990) evidencia paradigma como crenças básicas que orientam a pesquisa e carregam concepções ontológicas (questão do ser, à nossa compreensão sobre como as coisas são) e epistemológicas (questão da crença, como acredita-se que o conhecimento humano é construído) (CROTTY, 1998; SACCOL, 2009).

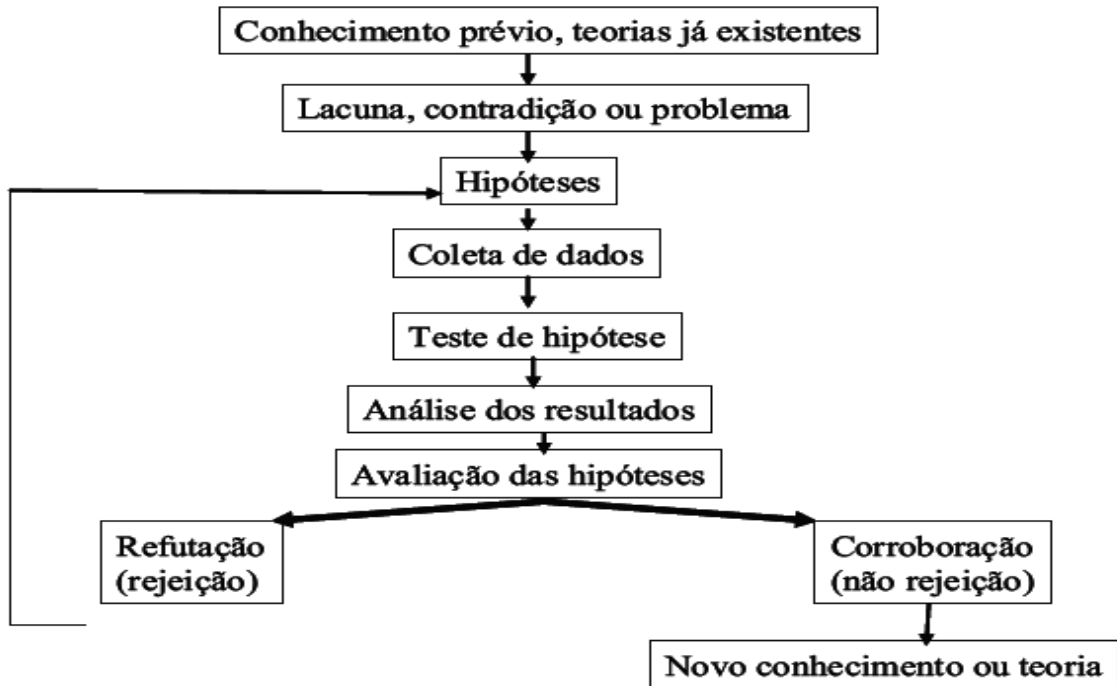
Em tal caso, a ontologia do paradigma positivista é a realista, isto é, a crença de verdades objetivas, que independem, muitas vezes, da percepção humana. Pressupõe assim um conhecimento mediante a realidade, que será descoberto por meio de uma pesquisa científica (SACCOL, 2009). No caso deste trabalho, a realidade a ser descoberta refere-se à influência do comportamento sustentável e inovador, além das variáveis sociodemográficas, na intenção empreendedora dos estudantes universitários brasileiros e portugueses.

Em relação à epistemologia, pode-se caracterizá-la como objetivista, pois pressupõem significados a todos os objetos e entidades, visando realizar alguma descoberta, independente dos aspectos mentais do ser humano. Diante disso, têm-se fenômenos observáveis e mensuráveis para tal conhecimento, por isso que o paradigma positivista considera apenas a existência de fatos, de maneira a predizer comportamentos do mundo real (SACCOL, 2009).

Utiliza-se uma lógica hipotética-dedutiva para o paradigma positivista, em que se tem como foco obter respostas para as hipóteses levantadas neste trabalho. Destarte, busca-se verificar se as hipóteses serão aceitas ou rejeitadas, conforme o teste do modelo adotado (SACCOL, 2009). Portanto, nota-se pela Figura 21 os passos da lógica hipotética-dedutiva,

fundamentada por Saccol (2009), que baseou-se em Marconi e Lakatos (1991), podendo-se prever, com isso, como se dão os passos básicos para a aceitação ou não das hipóteses.

Figura 21 - Passos básicos de uma lógica hipotética-dedutiva.



Fonte: Adaptado de Saccol (2009).

Em vista disso, a instância filosófica que permeia este trabalho busca compreender o comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários. Portanto, a investigação defronta o paradigma positivista, adotando a ontologia realista e a epistemologia objetivista, em que, nesta perspectiva, a teoria evidenciada é crucial para o desenvolvimento deste trabalho.

5.2 Tipologia de pesquisa

Considera-se a classificação proposta para este estudo por Collis e Hussey (2005) e Gray (2012), tratando-se de uma pesquisa quantitativa, que busca descrever a intenção empreendedora dos estudantes universitários. Tal abordagem foi escolhida em conformidade com a sua nomenclatura, pois pretende a quantificação e a análise estatística dos dados. Dessa forma, tem a intenção de viabilizar os resultados, reduzir a distorção dos dados coletados e, conseqüentemente, facilitar a confiabilidade e a segurança das inferências estatísticas.

A pesquisa quantitativa é caracterizada pela quantificação da coleta de informação que, de acordo com os objetivos propostos neste estudo, pretende-se analisar a influência do comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários.

Quanto aos seus objetivos, esta pesquisa é de natureza descritiva, em razão de que baseia-se na descrição de determinada população, tal como apoia-se por uma análise de base quantitativa (COLLIS; HUSSEY, 2005; MALHOTRA, 2011). No que tange à natureza descritiva, este estudo busca, por sua vez, descrever, mediante análises de variáveis estatísticas, a relação do comportamento sustentável e inovador, bem como das variáveis sociodemográficas na intenção empreendedora. Em síntese, realiza-se uma descrição de determinados grupos que apresentam peculiaridades e comportamentos evidenciados pelas relações das variáveis. Também é explicativa por estabelecer relações entre as variáveis, utilizando métodos padronizados de coleta e análise de dados (MALHOTRA, 2011).

Esta pesquisa é caracterizada ainda como transversal (*cross sectional*), em razão de que sua temporalidade é em um único momento, não existindo a comparação de diferentes períodos de tempo com a mesma amostra (COLLIS; HUSSEY, 2005).

Quanto aos meios, a pesquisa pode ser considerada como bibliográfica (dados secundários) e de campo (dados primários). No caso, a pesquisa bibliográfica é nomeada por ter sido desenvolvida por meio do fundamento teórico-metodológico, com a utilização de livros, teses, dissertações, periódicos e anais de eventos que apresentaram assuntos relacionados ao empreendedorismo, à cultura, à inovação, à sustentabilidade, com ênfase nos aspectos comportamentais sustentáveis e inovadores.

Desse modo, Cooper e Schindler (2011) evidenciam a importância de dados secundários para a interpretação e complementação dos dados primários. Vale ressaltar que a pesquisa bibliográfica aqui explorada deteve o esforço adicional da busca de bases brasileira e estrangeiras, com destaque em Portugal, pois o *cross-cultural* foi realizado entre grupos de diferentes nacionalidades (Brasil e Portugal).

Em relação à pesquisa de campo, o principal objetivo é a obtenção de dados primários, isto é, originais da pesquisa, nomeadamente dados brutos, sem interpretação ou pronunciamentos (COOPER; SCHINDLER, 2011). Destarte, Gray (2012) ressalta que, por meio dos dados originais, o pesquisador procura compreender um determinado fenômeno. Para tal ensejo, o pesquisador precisa ir à campo e coletar os dados primários.

À vista disso, os dados serão obtidos por meio de uma pesquisa de *survey* intencional, a qual satisfaz o objetivo deste estudo, e com isso, conseqüentemente, serão

conseguidos dados dos universitários brasileiros e portugueses (HAIR et al., 2009). Sendo assim, aborda-se, logo em seguida, como se dará a escolha da amostra que norteia este trabalho.

5.3 População e amostra

Especificamente, a população foi composta por estudantes universitários dos cursos de administração das cidades de Fortaleza (Brasil) e Faro (Portugal). Os estudantes de administração podem ser considerados os mais propensos a criar novas empresas/negócios. Lüthje e Franke (2003), Roxas et al. (2008), Teixeira e Davey (2010) e Paço et al. (2011) denotam que os cursos relacionados à gestão impulsionam a intenção empreendedora do estudante universitário.

O curso de administração, em conformidade com as evidências de Paço et al. (2011), apresenta ampla incidência de estudos e práticas relacionadas ao empreendedorismo, e isto pode amparar a justificativa da escolha desse curso para a população escolhida. Portanto, os cursos direcionados à gestão podem contribuir significativamente para a formação dos empreendedores. Essas razões fortalecem, ainda mais, a escolha do curso de Administração para a realização desta pesquisa.

Pode-se ressaltar a escolha dos estudantes universitários de Brasil e Portugal, corroborando a Thomas e Muller (2000), que listam alguns motivos considerados primordiais para a escolha dos estudantes universitários, no que tange a pesquisas relacionadas ao empreendedorismo, o que também se valem de contribuição para justificar a população escolhida nesta pesquisa: (i) dificuldade de acessibilidade dos empreendedores, visto que já têm seus negócios próprios; e (ii) relevância de analisar a intenção empreendedora dos estudantes universitários, tal como a homogeneidade da amostra, permitindo, portanto, comparações entre diferentes culturas, sem que os fatores sociodemográficos venham a interferir na homogeneidade da amostra.

Com base no exposto, justifica-se a escolha da amostra, bem como a significância da comparação entre diferentes países. Ademais, pode-se fundamentar a escolha dos países Brasil e Portugal, com foco nas cidades de Fortaleza e Faro, ambas consideradas preponderantes no turismo local, com expressividade no empreendedorismo local, regional e nacional. Diante dessa abordagem, detém-se a investigação na Universidade Federal do Ceará - UFC (Brasil) e na Universidade do Algarve - UAlg (Portugal), ambas com cursos relacionados à gestão.

Face ao exposto, Fortaleza, capital do estado do Ceará, é considerada cidade mais influente da região do Norte-Nordeste, detendo-se, sobretudo, de significantes centros industriais e comerciais. Faro, província de Algarve, pode ser caracterizada por ser uma cidade essencial para o turismo local e nacional.

Ressalta-se, também, os campos da Psicologia e Sociologia que trazem à tona a importância do comportamento sustentável e inovador. Além do mais, enfatiza-se que Hofstede (2000) fundamenta as características inerentes a cada país, no tocante à comparação de um país do norte (Portugal) com um do sul (Brasil).

Após abordar o universo de pesquisa, vale conhecer a técnica de amostragem que será utilizada. Obtém-se uma amostra não probabilística, na qual não ocorre a aleatoriedade para a escolha dos elementos da população. Em tal caso, percebe-se que existem populações muito distribuídas, e com isso elucidada a amostra da pesquisa em locais estratégicos - a fim de enaltecer a coleta de dados (MAY, 2004), referente aos estudantes brasileiros (de Fortaleza - Ceará) e portugueses (de Faro - Algarve).

Diante de tais ensejos, vale-se corroborar a Malhotra (2011), detendo-se da perspectiva de que as amostras não probabilísticas podem fornecer boas estimativas de determinada população. Logo, a amostragem é proposital/intencional por se tratar de uma população específica, o que corresponde aos objetivos propostos.

Com o intuito de facilitar a nomenclatura das amostras dos países em questão, utiliza-se, portanto, "amostra brasileira" e "amostra portuguesa" para identificar cada uma das amostras, as quais serão coletadas por meio de um questionário de pesquisa, nomeado também de instrumento de coleta de dados. Para esse fim, dentre diversas formas de estudos e experimentos, considera-se a mais eficaz e eficiente para atender aos objetivos da pesquisa quantitativa, o questionário.

5.4 Instrumento de coleta de dados

Levando em consideração o método de levantamento de dados, aplica-se um questionário, padronizado, motivo pelo qual é considerado o método mais usual quando se trata de uma pesquisa quantitativa, de natureza descritiva. Este fato amplia, ainda mais, a veracidade e a precisão dos dados obtidos para fins de tratamento e análise dos dados (MALHOTRA, 2011; MAY 2004).

No que concerne à tradução do instrumento de pesquisa para o português, deteve-se da colaboração de um interprete da língua inglesa, um professor canadense que mora no

Brasil, fluente nas línguas inglesa e portuguesa. Com isso, os instrumentos de coleta de dados de Foxall e Hackett (1992), que mensura o comportamento inovador; e o de Thompson (2009), que identifica a intenção empreendedora, obtiveram traduções para o português. Enquanto que o instrumento proposto pela Gonçalves-Dias et al. (2009), que mensura o comportamento sustentável, já detinha sua tradução para a língua portuguesa.

Ademais, Berry (2002) destaca que, em comparações *cross*-culturais, o instrumento utilizado em um cultura pode ser traduzido e aplicado para outra língua, sendo necessário apenas a tradução. Neste caso, como a língua portuguesa é a mesma para Brasil e Portugal, pode-se aplicar o mesmo instrumento de pesquisa, sem que exista a preocupação com as influências culturais.

Leva-se em consideração a metodologia aplicada por Kirton (1976); Taylor (1989); Foxall e Hackett (1992); Carvalho e González (2006); Thompson (2009); Gonçalves-Dias et al. (2009) e Kuckertz e Wagner (2010), adotando-se um conjunto de itens que mensuram alguns aspectos, a saber: Familiares Próximos Empreendedores; País de Origem; Experiência Profissional; Comportamento Sustentável; e Comportamento Inovador.

Foram pesquisadas também as características sociodemográficas dos respondentes como variáveis de controle: gênero, idade, estado civil, ano em que entrou na universidade e semestre que frequenta.

É importante salientar que, o questionário, instrumento utilizado na pesquisa, teve a sua estruturação mediante um conjunto de itens preestabelecidos, constituídos, em sua maioria, por meio de uma escala *likert* de 5 pontos. No tocante à intenção empreendedora, utiliza-se a análise dicotômica "sim/não" ou se já é empreendedor; para o comportamento sustentável varia de 1 "nunca" a 5 "sempre"; em relação ao comportamento inovador de 1 "discordo totalmente" a 5 "concordo totalmente"; e quanto às variáveis sociodemográficas, podem variar por meio de um conjunto de itens já estabelecidos.

Diante disso, expõem-se, logo em seguida, alguns aspectos utilizados no modelo hipotético, de tal modo a evidenciar as variáveis (dependente e independentes) que concernem nesta pesquisa, uma vez que são utilizadas para fins de análise e interpretação dos dados coletados.

5.4.1 Variável dependente

A variável dependente utilizada, com o intuito de identificar se o estudante tem ou não intenção empreendedora, detém-se do seguinte item: "Tenho a intenção de tornar-me

empreendedor nos próximos 5 anos". Portanto, esta variável será designada pela sigla IE: Intenção Empreendedora, tendo como finalidade identificar se o estudante pretende ou não criar a sua empresa nos próximos 5 anos. Apresenta-se por ser uma variável dicotômica – o que a caracteriza como qualitativa: sim/não. Em vista disso, pretende-se, adicionalmente, identificar se o estudante já é empreendedor.

Em seguida, são discutidos, além das variáveis sociodemográficas, aspectos comportamentais sustentáveis e inovadores adotados no modelo hipotético. Desse modo, mostram-se as variáveis independentes, as quais podem influenciar na intenção empreendedora dos estudantes universitários.

5.4.2 Variáveis independentes

Em relação ao perfil da amostra, destacam-se três variáveis que permitem identificar as relações entre o perfil dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora, a saber: (i) Familiares Próximos Empreendedores; (ii) País de Origem; e (iii) Experiência Profissional.

A primeira variável do modelo hipotético, que ampara esta pesquisa, relaciona-se aos familiares próximos empreendedores, que verifica como ocorre a influência dos pais empreendedores na intenção empreendedora dos estudantes universitários. Tem a sua abreviação por Familiares Próximos Empreendedores (FPE) (KUCKERTZ; WAGNER, 2010; REYNOLDS et al., 2002).

A segunda variável concerne ao país de origem dos estudantes universitários, levando-se em conta as características inerentes a cada país (HOFSTEDE, 2011), destacadas na literatura. Além do mais, percebe-se a significância de analisar a influência dos países em preferências, padrões, comportamentos e intenções dos indivíduos (HELLER, 1987). Com isso, esta variável tem a sua representação por UN: Universidade, visto que identifica o país de origem deste estudante – por meio da universidade em que estuda (Universidade Federal do Ceará ou Universidade do Algarve).

A terceira variável refere-se a experiência profissional, que demonstra o quanto a experiência profissional do indivíduo (CARVALHO, 2004; KUCKERTZ; WAGNER, 2010) pode influenciar em sua intenção empreendedora. Para sua representação, tem-se Experiência Profissional (EP).

Além dessas variáveis sociodemográficas, caracterizam-se o comportamento sustentável e o comportamento inovador, em que objetivam analisar a influência desses

comportamentos na intenção empreendedora dos estudantes universitários. Para essa análise, detém-se um conjunto de itens preestabelecidos – por meio de duas escalas – com bases metodológicas amplamente significantes e relevantes na literatura empírica e conceitual sobre esses temas: (i) Comportamento Sustentável – Gonçalves-Dias et al. (2009) e (ii) Comportamento Inovador – Foxall e Hackett (1992).

O Comportamento Sustentável (CS) procura prever o comportamento sustentável do estudante universitário na intenção empreendedora, mediante, principalmente o quanto o comportamento humano, em relação às práticas ambientais (VERDUGO, 2012), sendo estas favoráveis ou não, influenciam a intenção empreendedora (THOMPSON, 2009).

Logo, permite mensurar o quanto o comportamento sustentável pode influenciar a intenção empreendedora do estudante universitário. Além disso, verifica o quanto este comportamento pode influenciar a intenção empreendedora do estudante universitário, no que tange à comparação de Brasil e Portugal.

Ainda relativo ao comportamento sustentável, vale reforçar o embasamento teórico-metodológico de Gonçalves-Dias et al. (2009), que destacam, sobretudo, aspectos comportamentais relevantes que impactam na conservação e preservação do meio ambiente, por meio de atividades que consideram as práticas ambientais individuais e coletivas do cotidiano do indivíduo (KAISER, 1998; KARP, 1996).

Em relação a essas atividades, são sobressaídas cinco dimensões, as quais mensuram o comportamento sustentável do indivíduo, uma vez que tomando-se como base a consciência ecológica/ambiental, têm-se: Consumo Engajado (5 Itens); Preocupação com o Lixo (3 Itens); Boicote via Consumo (2 Itens); Mobilização (3 Itens); e Ambiente Doméstico (3 Itens) (GONÇALVES-DIAS et al., 2009).

Ademais, evidencia-se que o empreendedorismo relacionado à sustentabilidade, destina-se às atividades que impulsionam o desenvolvimento econômico (DEAN; MCMULLEN, 2007; PARRISH, 2008), diante das consequências psicológicas (VENKATARAMAN, 1997), no que diz respeito ao comportamento ambiental (ou sustentável) do indivíduo (COHEN; WINN, 2007; GONÇALVES-DIAS et al., 2009; KAISER, 1999).

Partindo-se para outro construto comportamental que norteia esta pesquisa – Comportamento Inovador (CI), pretende-se, todavia, identificar o comportamento inovador do estudante universitário, tendo em vista as suas capacidades cognitivas, isto é, processamento de informações para a tomada de decisão, assim como para a resolução de problemas.

Em referência ao Comportamento Inovador, ressalta-se a influência das capacidades cognitivas do indivíduo (FOXALL; HACKETT, 1992) na intenção empreendedora (THOMPSON, 2009). Adicionalmente, verifica-se essa relação, detendo-se, sobretudo, da influência do país de origem nessa relação.

Destaca-se que o CI obteve sua interpretação baseada na versão reduzida do *Kirton-Adoption-Innovation* (KAI) – fundamentada na Teoria da Adaptação-Inovação (KIRTON, 1976), e busca, portanto, identificar e mensurar os estilos cognitivos do indivíduo, isto é, o comportamento inovador.

Essa versão reduzida foi utilizada em vários estudos empíricos, mostrando-se amplamente significativa (TAYLOR, 1989; FOXALL; HACKETT, 1992; BAGOZZI; FOXALL, 1995; MARCATI; GUIDO; PELUSO, 2008; KUCKERTZ; WAGNER, 2010). Nessa versão são ressaltados 13 itens para verificar o CI dos estudantes universitários.

Outrossim, esta pesquisa detém também um conjunto de itens que identificam as CSD: características sociodemográficas dos estudantes universitários, que podem ser denominadas variáveis de controle, dentre as quais apontam-se: Gênero (GE); Idade (ID); Estado Civil (ES); Ano em que Entrou na Universidade (AE); Semestre que Frequenta (SF); Universidade (UN); Curso (CR); e Experiência Profissional (EP).

Em suma, o instrumento de coleta de dados, além da variável dependente – intenção empreendedora, segmenta-se em três blocos de questões, guiados por bases teóricas-metodológicas de Kirton (1976); Taylor (1989); Foxall e Hackett (1992); Carvalho e González (2006); Thompson (2009); Dias et al. (2009) e Kuckertz e Wagner (2010): (i) Comportamento Sustentável; (ii) Comportamento Inovador; e (iii) Características Sociodemográficas

Desse modo, pelo Quadro 9 verificam-se as variáveis utilizadas nesta pesquisa, além de suas referências, embasadas na literatura, podendo-se relacioná-las com as variáveis (dependente e independentes), que têm, por sua vez, como foco suplantando a lacuna da literatura conceitual e empírica dos temas em questão.

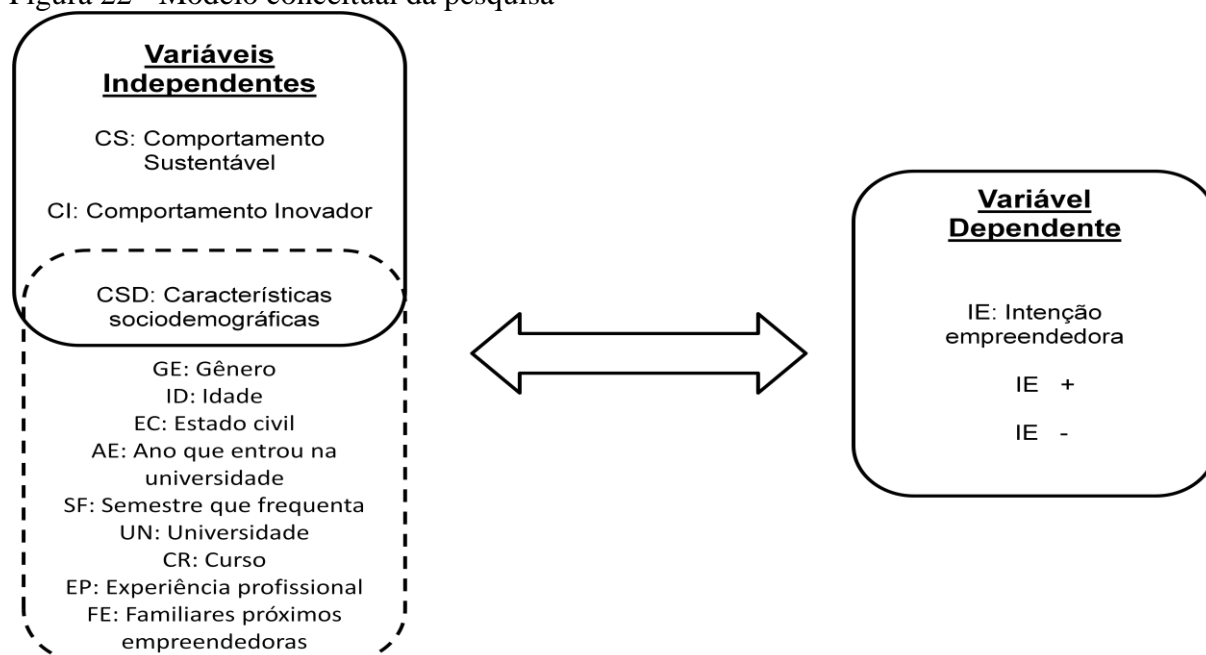
Quadro 9 - Caracterização e referências do questionário

Construtos	Afirmações	Fonte
Intenção empreendedora: IE	IE1: "Tenho a intenção de tornar-me empreendedor nos próximos 5 anos."	Thompson (2009).
Comportamento Sustentável: CS	CS1: "Já paguei mais por produtos ambientalmente corretos." CS2: "Procuo comprar produtos feitos de material reciclado." CS3: "Já convenci outras pessoas a não comprarem produtos que prejudicam o meio ambiente." CS4: "As preocupações com o meio ambiente interferem na minha decisão de compra." CS5: "Leio o rótulo atentamente antes de decidir a compra." CS6: "Quando não tem lixeira por perto, guardo o papel que não quero mais no bolso." CS7: "Evito jogar papel no chão." CS8: "Ajudo a manter as ruas limpas." CS9: "Compro produtos de uma empresa mesmo sabendo que ela polui o meio ambiente." CS10: "Evito usar produto fabricado por empresa que polui o meio ambiente." CS11: "Falo sobre a importância do meio ambiente com outras pessoas". CS12: "Mobilizo as pessoas para a conservação dos espaços públicos." CS13: "Procuo reduzir o meu consumo de recursos naturais escassos." CS14: "Tomo banho demorado." CS15: "Fico com a geladeira aberta muito tempo, olhando o que tem dentro." CS16: "Quando estou em casa, deixo as luzes acesas em ambientes que não são usados."	Dias et al. (2009).
Comportamento Inovador : CI	CI1: " Penso em soluções para situações que parecem sem saída." CI2: "Prefiro criar do que melhorar." CI3: "Tenho novas perspectivas para velhos problemas." CI4: " Sou capaz de manter uma posição de desacordo contra o grupo." CI5: "Sou uma pessoa estimulante." CI6: "Tenho ideias originais." CI7: " Compartilho minhas ideias." CI8: " Gosto de variar rotinas já estabelecidas." CI9: "Prefiro mudança gradual do que radical." CI10: "Lido com várias novas ideias ao mesmo tempo." CI11: "Prefiro trabalhar com um problema de cada vez do que com vários problemas ao mesmo tempo." CI12: " Frequentemente, me arrisco fazendo coisas de forma diferente." CI13: " Preciso do estímulo da mudança frequente."	Kirton (1976); Taylor (1989); Foxall e Hackett (1992).
Características sociodemográficas: CSD	GE: Gênero ID: Idade EC: Estado civil AE: Ano em que entrou na universidade SF: Semestre que frequenta UN: Universidade CR:Curso EP: Experiência profissional FPE: Familiares próximos empreendedoras	Carvalho e González (2006); Kuckertz e Wagner (2010).

Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Depois de caracterizar o questionário/instrumento de coleta de dados da pesquisa, aponta-se, logo em seguida, o modelo conceitual pertinente às variáveis (dependente e independente), sobrelevando o referencial teórico deste trabalho.

Figura 22 - Modelo conceitual da pesquisa



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

+ indica com intenção empreendedora

- indica sem intenção empreendedora

Este modelo pretende, portanto, suplantiar a lacuna da literatura sobre a intenção empreendedora relacionada aos aspectos comportamentais da sustentabilidade e da inovação, assim como das variáveis sociodemográficas.

A análise dos dados foi realizada mediante programa computacional de tratamento estatístico de dados, nomeadamente, *software* computacional: *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) (versão 21.0). A partir do que foi explanado neste capítulo, espera-se que, concernente ao instrumento de coleta de dados desta pesquisa, tenha sido identificado e explicado o questionário utilizado, bem como sua contribuição para o desenvolvimento do modelo hipotético da pesquisa.

A composição das técnicas estatísticas, com suas etapas para a consecução da análise dos resultados, serão expostas no subcapítulo a seguir.

5.5 Técnicas de análise estatística dos dados

As técnicas estatísticas utilizadas neste estudo estão estruturadas em cinco etapas: (i) análise descritiva; (ii) análise inferencial (teste t e teste de wilcoxon); (iii) análise fatorial exploratória (*Exploratory Factor Analysis – EFA*); (iv) regressão logística (*Logistic Regression – LR*); e (v) árvore de classificação e regressão (*Classification and Regression Trees – CART*).

Na primeira etapa são utilizadas tabelas de frequência para verificar a intenção do estudante empreender, adotando-se a estatística descritiva. Ademais, busca-se retratar o perfil da amostra em relação a gênero, idade, semestre que frequenta, experiência profissional dos estudantes universitários e dos pais e país de origem, destacando, por sua vez, aspectos comparativos entre estudantes brasileiros e portugueses.

Em consonância com os dados categóricos utilizados nesta pesquisa, evidencia-se também o teste qui-quadrado (*Chi-Square*), pois tem como objetivo detectar a existência de relações entre duas variáveis categóricas. Em geral, adota-se o valor de ($p < 0,05$) como nível de significância, em que indica a força de relacionamento entre as variáveis (FIELD, 2009).

Na segunda etapa analisa-se o teste t de Student (ou somente teste t) de diferença de médias, em razão de que busca examinar se duas amostras são originadas de distribuições com a mesma média; e o teste de Wilcoxon, versão não paramétrica do teste t, que não assume a hipótese de normalidade. Considera-se um nível de significância de 0,05 (DALGAARD, 2008). Faz-se, portanto, uma análise entre o comportamento sustentável e inovador, tomando-se como base a intenção empreendedora e o país de origem.

Na terceira etapa utiliza-se a análise fatorial exploratória para a redução dos fatores dos aspectos comportamentais sustentáveis e inovadores, com o tipo de rotação ortogonal *Varimax*, sendo a rotação mais utilizada quando se busca reduzir o número de variáveis (PALLANT, 2007). Utilizam-se, portanto, os fatores com seus valores próprios “*eigenvalues*”, que representam o total da variância explicada para cada fator. Nesse contexto, Pestana e Gageiro (2003) ressaltam que a análise fatorial refere-se a um conjunto de técnicas estatísticas que buscam explicar a correlação entre as variáveis, bem como reduz o número de variáveis.

Portanto, são analisados além dos valores próprios de cada fator; o teste esfericidade de Bartlett, que testa a hipótese nula de que a matriz de correlação é uma identidade; e o Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), que verifica a proporção de variância que pode

ser considerada comum a todas as variáveis. O KMO varia de 0 a 1 e tem como valor sugerido superior a 0,5 para ser aceito na análise (HAIR et al., 2009).

No tocante ao KMO, conceitua-se a variação proposta na perspectiva de Field (2009), o qual sugere a seguinte variação para interpretá-lo: entre 0,90 e 1 excelente; entre 0,80 e 0,89 bom; entre 0,70 e 0,79 mediano; entre 0,60 e 0,69 medíocre; entre 0,50 e 0,59 ruim e entre 0 e 0,49 inadequado.

Ademais, emprega-se o critério da variável substituta para cada fator do construto, sobrelevando a variável utilizada com maior carga fatorial, em razão de que apresenta maior poder de explicação no construto (HAIR et al., 2009). Esta variável, por deter maior poder de explicação, adequa-se como estatisticamente significativa no modelo adotado.

A quarta e a quinta etapa têm como objetivo desenvolver um modelo que permita prever a intenção empreendedora a partir do perfil dos estudantes universitários e do seu comportamento sustentável e inovador. Essas etapas são fundamentais para o desenvolvimento do modelo hipotético do estudo, bem como para suplantar a literatura empírica da intenção empreendedora e do comportamento sustentável e inovador, identificando modelo científico que possibilite evidenciar esses aspectos comportamentais e sociodemográficos na intenção empreendedora.

Na quarta etapa adota-se a regressão logística, técnica utilizada para verificar a relação entre uma variável dependente em função das variáveis independentes (HAIR et al., 2009). A regressão logística objetiva prever alterações ocorridas na variável dependente (intenção empreendedora), a partir das variáveis independentes (comportamento sustentável; comportamento inovador; e variáveis sociodemográficas), com o intuito de identificar as variáveis significantes no modelo (HAIR et al., 2009).

Portanto, pode-se destacar, em relação à regressão logística, quanto menor o sig. (grau de significância), maior o poder de relação da variável independente na variável dependente. Leva-se em consideração a perspectiva de Hair et al. (2009), sugerindo significância menor do que 0,05 para aceitação da variável na análise, e isto será considerado no modelo adotado.

Na quinta e última etapa das técnicas estatísticas emprega-se o método CART, que segundo Basgalupp (2010) foi proposta por Breiman et al. (1984). Essa técnica consiste em um procedimento não paramétrico, o qual induz tanto árvores de classificação, caso a variável dependente seja categórica e árvores de regressão, caso a variável dependente seja contínua.

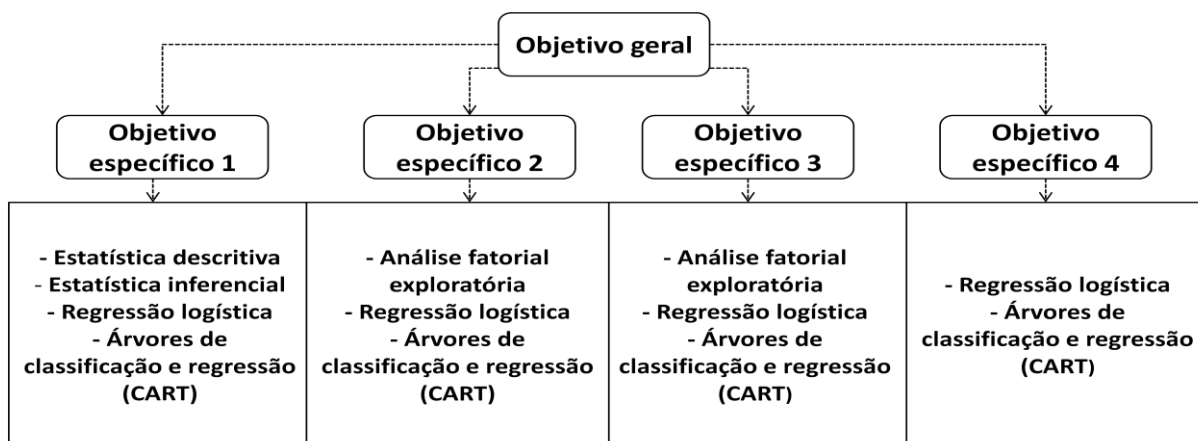
O método CART fundamenta-se na execução de partições binárias sucessivas de uma amostra, detendo-se, portanto, base nos resultados amostrados das covariáveis, e isto procura constituições de subamostras internas homogêneas. Diante disso, essas subamostras são classificadas de acordo com a medição descritiva e a predição de novos elementos, os quais são executados pela estrutura de classificação constituída (TACONELLI; ZOCCHI; DIAS, 2008).

Na perspectiva de Rebouças (2011), o CART permite boa interpretação dos dados, apresenta geralmente boa capacidade preditiva e evidencia interações entre variáveis. Para tanto, nesta pesquisa busca-se revelar estruturas que expliquem a influência de aspectos comportamentais sustentáveis e inovadores, além das variáveis sociodemográficas, na intenção empreendedora dos estudantes universitários brasileiros (de Fortaleza) e portugueses (de Faro).

Em relação ao CART, acentua-se, ainda, que as árvores de classificação são compostas pelos nós - subconjuntos resultantes da aplicação das regras de divisão dos dados em relação à variável dependente. A raiz da árvore de classificação caracteriza-se por ser o primeiro nó da análise, o que se destaca por corresponder ao conjunto de dados completo; enquanto que as folhas são os nós terminais. Cada nó descendente é gerado pela divisão de um nó, e o nó ascendente é o nó que originou o descendente (FERREIRA; SOARES; CRUZ, 2001).

A Figura 23 sintetiza as técnicas de análise estatística dos dados, detendo-se, assim, da fundamentação teórica alinhada aos objetivos (geral e específicos), e isto é pertinente para a análise e tratamento dos dados.

Figura 23 - Síntese das técnicas de análise estatística dos dados



Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Após a apresentação das medidas utilizadas para verificar o modelo teórico conceitual (hipotético) proposto, o capítulo seguinte expressa a análise e discussão dos resultados, encontrados por meio dos questionários aplicados e fundamentados rigorosamente na metodologia aqui explicitada.

6 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Este capítulo versa sobre os resultados da pesquisa, detendo, portanto, a base na metodologia utilizada para cada etapa. Primeiramente, evidenciam-se as análises descritiva e inferencial, as quais permitem a caracterização das amostras: brasileira e portuguesa, bem como da amostra total, identificando as relações entre o perfil sociodemográfico dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora.

Em um segundo momento, realiza-se a descrição da amostra por meio do comportamento sustentável – utilizando as dimensões propostas por Gonçalves-Dias et al. (2009) e, logo após, do comportamento inovador – com o uso do rigor teórico-metodológico da Teoria da Adaptação-Inovação (FOXALL; HACKETT, 1992; KIRTON, 1976), recorrendo, deste modo, ao cálculo das médias e dos desvios-padrão, assim como ao teste de hipótese – com o uso do teste t (versão paramétrica) e teste de wilcoxon (versão não paramétrica).

Em seguida, avaliam-se as estruturas fatoriais dos construtos – com o intuito de analisar/investigar o comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários, empregando assim a análise fatorial exploratória (*Exploratory Factor Analysis* – EFA). A partir da EFA, adota-se o critério da variável substituta (com maior carga fatorial), visto que é a variável que detém maior representatividade e poder de explicação dentro de cada fator.

Por fim, realiza-se a análise da regressão logística (*Logistic Regression* – LR) e das árvores de classificação e regressão (*Classification and Regression Trees* – CART), a fim de pautar as relações entre variáveis, confirmando ou rejeitando as hipóteses e, a partir disso, por meio das variáveis mais significantes, desenvolver um modelo que permita prever a intenção empreendedora a partir do perfil dos estudantes universitários e do seu comportamento sustentável e inovador.

6.1 Caracterização das amostras: perfis sociodemográficos

Em relação às amostras, podem-se caracterizá-las em dois segmentos: "amostra brasileira" e "amostra portuguesa". Neste subcapítulo apresenta-se cada amostra separadamente e, em seguida, demonstra-se a amostra total dos respondentes (brasileiros e portugueses). Além da caracterização dessas amostras, identifica-se também as relações entre o perfil dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora (IE).

6.1.1 Amostra brasileira

A amostra brasileira (AB) é denominada precisamente por estudantes universitários do curso de administração da Universidade Federal do Ceará (UFC), em que se obteve uma amostra de 285 indivíduos.

Na perspectiva de Liñán e Chen (2009), investigar uma amostra referente à IE dos estudantes universitários é conveniente para pesquisas que pretendem, portanto, compreender o fenômeno do empreendedorismo como um todo. Dentre os 285 estudantes universitários, verifica-se 152 com IE (53,3%); 114 sem IE (40%) e 19 que já são empreendedores (6,7%). Desta forma, constata-se que ocorre predominância da IE para os estudantes universitários da amostra brasileira.

Vários pesquisadores têm enfatizado a importância de alinhar o gênero com o empreendedorismo em diferentes nações e culturas (KRUEGER, 2007; LIÑÁN, CHEN, 2009), por isso torna-se relevante investigar como se dá essa relação. Quanto ao critério gênero, apura-se que 132 são homens (46,3%) e 153 mulheres (53,7%). Mostra-se a tabulação cruzada do gênero do respondente com a IE, tal como os indivíduos que são empreendedores.

Tabela 1 - Tabulação cruzada entre gênero do respondente x intenção empreendedora (AB)

Gênero	Intenção Empreendedora			Total
	Sim	Não	Empreendedor	
Masculino	75	44	13	132
	56,8%	33,3%	9,8%	100,0%
Feminino	77	70	6	153
	50,3%	45,8%	3,9%	100,0%
Total	152	114	19	285
	53,3%	40,0%	6,7%	100,0%

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Pela Tabela 1 observa-se que a quantidade de homens com IE é de 56,8%, e este quantitativo é um pouco menor do que as mulheres com IE, o qual representa 50,3%, totalizando, por sua vez, 152 indivíduos com IE, isto é, 53,3% da amostra brasileira. Tomando-se como base apenas o critério gênero direcionado aos homens, em um total 132 homem, tem-se 33,3% sem IE. Enquanto isso, em relação somente às mulheres, totalizando 152 mulheres, verifica-se 45,8% sem IE. Logo, percebe-se que a quantidade de homens sem IE é inferior a quantidade de mulheres.

Vale corroborar a Brenner (1992), Teixeira e Davey (2010), Teixeira e Forte (2011) e Ali et al. (2010), que, por meio de suas pesquisas, mostraram que os homens estão

mais propensos ao empreendedorismo do que as mulheres. Davidsson (1995) ressalta, também, que o gênero pode está relacionado à IE, detendo, assim, alguma influência na IE do estudante universitário, e isto foi evidenciado na amostra brasileira desta pesquisa, ao destacar que os homens são mais propensos a terem IE do que as mulheres.

No critério idade dos respondentes, aponta-se a média de 23 anos, com desvio padrão de 5,48; uma vez que a idade varia entre a mínima 17 e a máxima 56 anos. Identifica-se preponderância entre os indivíduos com idades de 17 a 25 anos, totalizando 82,5%; e entre 26 e 56 anos com 17,5%. Estudos anteriores têm mostrado que a idade pode ser considerado um fator essencial para enfatizar a IE do indivíduo (REYNOLDS, 1995).

Ao alinhar a IE à idade, a maioria dos indivíduos com IE tem entre 19 e 23 anos, perfazendo 60,78% da amostra com IE (152 indivíduos). Ao passo que, os indivíduos sem IE estão relativamente na faixa entre 20 e 23 anos, o que corresponde a 54,4% da amostra brasileira sem IE (114 indivíduos). Baseando-se nos indivíduos que já são empreendedores, ocorre dominância da faixa etária entre 20 e 24 anos, representando 82,35% dos indivíduos da amostra brasileira que já são empreendedores (19 indivíduos).

Quanto ao estado civil, retrata-se preponderância dos indivíduos solteiros com 87,7%, em seguida, casados/união conjugal, dado que são 11,2% e separados(as)/divorciados(as) com 1,1%. Dentre os solteiros, vê-se 54% com IE; 38,8% sem IE e 7,2% empreendedores.

Tabela 2 - Tabulação cruzada entre estado civil x intenção empreendedora (AB)

Estado Civil	Intenção empreendedora			Total
	Sim	Não	Empreendedor	
Solteiro(a)	135 54,0%	97 38,8%	18 7,2%	250 100,0%
Casado(a)/União conjugal	16 50,0%	15 46,9%	1 3,1%	32 100,0%
Separado(a)/Divorciado(a)	1 33,3%	2 66,7%	0 0,0%	3 100,0%
Total	152 53,3%	114 40,0%	19 6,7%	285 100,0%

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Tendo em vista o semestre que os estudantes universitários frequentam, alinhando-o com a IE, verifica-se que existe a predominância dos estudantes universitários com IE. Em relação ao percentual pelo total de cada semestre para os indivíduos com IE, aponta-se para primeiro semestre (67,4%) e para o segundo semestre (70,8%), ao passo que a maioria dos estudantes universitários sem IE estão no sexto semestre (48,9%) e no oitavo semestre (51,4%).

Tabela 3 - Tabulação cruzada entre semestre x intenção empreendedora (AB)

Semestre	Intenção Empreendedora			Total
	Sim	Não	Empreendedor	
1,00	31 67,4%	12 26,1%	3 6,5%	46 100,0%
2,00	17 70,8%	7 29,2%	0 0,0%	24 100,0%
3,00	11 39,3%	15 53,6%	2 7,1%	28 100,0%
4,00	6 46,2%	7 53,8%	0 0,0%	13 100,0%
5,00	18 52,9%	13 38,2%	3 8,8%	34 100,0%
6,00	24 51,1%	23 48,9%	0 0,0%	47 100,0%
7,00	17 56,7%	9 30,0%	4 13,3%	30 100,0%
8,00	12 34,3%	18 51,4%	5 14,3%	35 100,0%
9,00	8 57,1%	4 28,6%	2 14,3%	14 100,0%
10,00	8 57,1%	6 42,9%	0 0,0%	14 100,0%
Total	152 53,3%	114 40,0%	19 6,7%	285 100,0%

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Em relação à experiência profissional, vê-se predomínio para quem trabalha em setor privado com 41,80%. No entanto, a quantidade de indivíduos que nunca trabalharam representa 23,5%. Contabiliza-se, ainda, que 20,4% dos estudantes universitários trabalham no setor público e 6,3% em outras situações profissionais, como autônomos, bolsistas, integrantes de empresas juniores, entre outras.

Tabela 4 - Tabulação cruzada entre experiência profissional x intenção empreendedora (AB)

Experiência profissional	Intenção empreendedora			Total	Valor p do Qui-quadrado
	Sim	Não	Empreendedor		
Nunca Trabalhou	39 58,2%	28 41,8%	0 0,0%	67 100,0%	0,000
Proprietário/sócio de uma empresa	8 34,8%	1 4,3%	14 60,9%	23 100,0%	
Trabalha em um setor privado	66 55,5%	50 42,0%	3 2,5%	119 100,0%	
Trabalha em um setor público	28 48,3%	29 50,0%	1 1,7%	58 100,0%	
Outra situação profissional	11 61,1%	6 33,3%	1 5,6%	18 100,0%	
Total	152 53,3%	114 40,0%	19 6,7%	285 100,0%	

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

De acordo com a Tabela 4, verifica-se como representatividade, dentre os

indivíduos que nunca trabalharam, 58,2% com IE e 41,8% sem IE. Comparando a IE entre os indivíduos que trabalham nos setores público e privado; quem trabalha em setor privado manifestou ter mais IE (55,5%) do que quem trabalha em setor público (48,3%). Para os indivíduos que trabalham em outras situações profissionais, destaca-se 61,1% com IE, e isto difere de Kuckertz e Wagner (2010), pois estes autores ressaltaram em suas pesquisas que os indivíduos com experiência profissional mostravam, por sua vez, mais IE do que os indivíduos sem experiência profissional.

Além disso, justifica-se a significância dessa análise por meio do valor p do qui-quadrado 0,000, o que é fortemente aceitável, haja vista que de acordo com a literatura, existe um patamar mínimo de 0,05 para sua significância na análise. Maroco (2007) enfatiza que o teste do qui-quadrado permite testar se duas ou mais amostras (ou grupos) independentes diferem relativamente a uma determinada característica. Nesse perspectiva, devido a seu valor destacado na análise entre experiência profissional e IE, fundamenta-se que existe tal associação entre a experiência profissional do estudante universitário e a sua IE.

No tocante à caracterização profissional dos pais dos estudantes universitários, levando em consideração, primeiramente, os estudantes universitários que têm pelo menos um dos pais empreendedores – 68% têm IE. Para os indivíduos que não têm pais empreendedores, mas que pelo menos um já foi empreendedor – 50% têm IE.

Tabela 5 - Tabulação cruzada entre experiência profissional dos pais x intenção empreendedora (AB)

Experiência profissional dos pais	Intenção empreendedora			Total	Valor p do Qui - quadrado
	Sim	Não	Empreendedor		
Sim, pelo menos um é empreendedor	70 68,0%	23 22,3%	10 9,7%	103 100,0%	0,000
Não, mas pelo menos um já foi empreendedor	37 50,0%	34 45,9%	3 4,1%	74 100,0%	
Não, nenhum nunca foi empreendedor	45 41,7%	57 52,8%	6 5,6%	108 100,0%	
Total	152 53,3%	114 40,0%	19 6,7%	285 100,0%	

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Ao observar a Tabela 5 nota-se como o valor p do qui-quadrado 0,000, o que é fortemente aceitável na literatura, podendo-se apontar tal significância à análise – indicando associação entre experiência profissional dos pais (familiares próximos empreendedores) e IE. Desta maneira, os estudantes universitários que têm pais empreendedores e os que já tiveram pais empreendedores, mas não são mais; estes têm, por sua vez, mais IE quando comparado

com os estudantes universitários que não têm pais empreendedores, e isto pode ser considerado essencial para verificar a influência dos familiares próximos empreendedores na IE dos estudantes universitários da amostra brasileira.

Diante dessa abordagem, vale corroborar a De Wit (1993), Van Praag (1997), Reynolds et al. (2001), Noorderhaven et al. (2003), Carvalho e González (2006), Van Der Zwan et al. (2010), Teixeira e Davey (2010) e Teixeira e Forte (2011), Rocha (2012) e Teixeira (2013), que evidenciaram, em suas pesquisas, a influência dos pais (familiares próximos empreendedores) na IE dos indivíduos.

Acentua-se ainda a Teoria do Comportamento Planejado (TCP), que aponta a influência da pressão social e dos familiares para as consequências do comportamento do indivíduo, podendo-se relacionar este comportamento ao empreendedorismo (AJZEN, 1991; LIÑÁN; CHEN, 2009). Percebe-se que os familiares próximos empreendedores podem ser considerado um fator substancial para incentivar a IE dos estudantes universitários.

À vista da amostra brasileira, identifica-se predominância dos estudantes universitários com IE. As mulheres apresentaram, de modo geral, um quantitativo menor do que os homens, ao considerar a IE. A idade média da amostra foi de 23 anos, visto que apresenta uma variação entre 17 e 56 anos. A maioria dos indivíduos trabalham em setor privado, e estes foram os que se mostraram mais fortalecidos na IE. Percebe-se, inclusive, que a maior parte dos estudantes universitários com IE têm pais (pelos menos um) empreendedor(es), verificando-se assim a influência dos familiares próximos empreendedores na IE dos estudantes universitários.

6.1.2 Amostra portuguesa

A amostra portuguesa (AP), representada por estudantes universitários do curso de gestão da Universidade do Algarve (UAlg), é composta por 115 indivíduos, visto que dentre esses indivíduos, averigua-se 75,7% com IE, 20% sem IE e 4,3% que já são empreendedores. A partir desses dados, salienta-se que ocorre predominância da IE para a amostra portuguesa.

Convém enfatizar que, na perspectiva de Carvalho e González (2006), o alto índice de desemprego em Portugal e a alta sazonalidade, devido a variação do clima com as estações do ano, criam diversas incertezas para os estudantes universitários, e isto gera dúvidas em relação ao futuro. Nesse sentido, o alto índice de IE na amostra portuguesa pode está relacionado ao desemprego, que ainda é verificado nos dias de hoje, assim como à

necessidade de criar alternativas para o futuro.

No tocante ao gênero, demonstra-se que 42% são homens e 58% são mulheres, totalizando desta forma, 112 indivíduos. Percebe-se, no entanto, que 3 indivíduos não responderam ao critério gênero, o que os definem como valores ausentes (*missing values*), e isto é essencial para excluí-los desta análise.

Tabela 6 - Tabulação cruzada entre gênero do respondente x intenção empreendedora (AP)

Gênero	Intenção Empreendedora			Total
	Sim	Não	Empreendedor	
Masculino	36	9	2	47
	76,6%	19,1%	4,3%	100,0%
Feminino	48	14	3	65
	73,8%	21,5%	4,6%	100,0%
Total	84	23	5	112
	75,0%	20,5%	4,5%	100,0%

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Nota-se pela Tabela 6 que a quantidade de homens com IE, que representa 76,6% é bastante parecida com a quantidade de mulheres com IE, a qual retrata 73,8%. Enquanto que 19,1% dos homens não têm IE e 21,5% das mulheres não têm IE. Desta forma, o percentual representativo de homens e mulheres com IE foi próximo, embora os homens revelaram, de um modo geral, ter um pouco mais de IE do que as mulheres.

Quanto à idade dos indivíduos, aponta-se como idade média 20 anos, com desvio padrão de 2,12; em que essa idade varia entra a mínima de 18 e a máxima de 31 anos. É pertinente frisar que nesse critério foram considerados 4 *missing values*. Ademais, ao relacionar a idade com a IE, constata-se predominância da IE entre indivíduos de 18 a 21 anos (85,7% da amostra portuguesa com IE).

É pertinente ressaltar que isto mostra que os estudantes universitários mais jovens têm o empreendedorismo como uma intenção para alternativas futuras. Vale-se enfatizar a idade como uma variável importante para caracterizar a intenção do indivíduo em criar uma empresa (REYNOLDS, 1995).

Tomando-se como base o estado civil da amostra portuguesa, verifica-se de forma predominantemente absoluta os estudantes universitários solteiros(as), representando, por sua vez, 98,2%; enquanto isso, apenas 0,9% é casado(a) e 0,9% é separado(a). Diante desse contexto, é pertinente mostrar, a seguir, a tabulação cruzada do estado civil com a IE (TABELA 7).

Tabela 7 - Tabulação cruzada entre estado civil x intenção empreendedora (AP)

Estado Civil	Intenção Empreendedora			Total
	Sim	Não	Empreendedor	
Solteiro(a)	83 75,5%	22 20,0%	5 4,5%	110 100,00%
Casado(a)/União conjugal	1 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,00%
Separado(a)/Divorciado(a)	0 0,0%	1 100,0%	0 0,0%	1 100,00%
Total	84 75,0%	23 20,5%	5 4,5%	112 100,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Retrata-se pela Tabela 7, dentre os solteiros(as), que predomina na amostra portuguesa, 75,5% com IE, 20% sem IE e 4,5% são empreendedores. Entretanto, enfatiza-se a prevalência da IE para os indivíduos solteiros.

Quanto ao semestre que os estudantes universitários frequentam, associando-o com a IE, nota-se um maior número de indivíduos com IE no primeiro semestre – com 48 indivíduos, em seguida, tem-se o terceiro semestre com 35 indivíduos.

Tabela 8 - Tabulação cruzada entre semestre x intenção empreendedora (AP)

Semestre	Intenção Empreendedora			Total
	Sim	Não	Empreendedor	
1,00	40 83,3%	5 10,4%	3 6,3%	48 100,0%
2,00	3 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	3 100,0%
3,00	23 65,7%	10 28,6%	2 5,7%	35 100,0%
4,00	1 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%
5,00	19 70,4%	8 29,6%	0 0,0%	27 100,0%
Total	86 75,4%	23 20,2%	5 4,4%	114 100,0%

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Percebe-se pela Tabela 8 a tabulação cruzada entre semestre e IE, o que permite averiguar que existe a predominância da IE com 100% para o segundo e o quarto semestre. No primeiro semestre, que enquadra a maior parte da amostra, 83,3% dos indivíduos mostraram-se com IE. Entretanto, no terceiro semestre retrata-se 65,7% com IE e no quinto semestre 75,4% com IE.

No que tange ao critério experiência profissional, prevalece na amostra os indivíduos que nunca trabalharam, perfazendo 40,18%, em seguida, tem-se os que trabalham em um setor privado, que é de 27,68%. Ademais, mostra-se a tabulação cruzada da IE com a

experiência profissional, conforme observa-se na Tabela 9:

Tabela 9 - Tabulação cruzada entre experiência profissional x intenção empreendedora (AP)

Experiência profissional	Intenção empreendedora			Total	Valor p do Qui-quadrado
	Sim	Não	Empreendedor		
Nunca Trabalhou	35 77,8%	10 22,2%	0 0,0%	45 100,0%	0,000
Proprietário/sócio de uma empresa	7 63,6%	0 0,0%	4 36,4%	11 100,0%	
Trabalha em um setor privado	25 80,6%	6 19,4%	0 0,0%	31 100,0%	
Trabalha em um setor público	6 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	6 100,0%	
Outra situação profissional	11 57,9%	7 36,8%	1 5,3%	19 100,0%	
Total	84 75,0%	23 20,5%	5 4,5%	112 100,0%	

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Detecta-se, primeiramente, o valor p do qui-quadrado 0,000, visto que esse valor é fortemente aceitável na literatura, podendo-se apontar tal significância à análise – indicando que existe associação expressiva entre a experiência profissional e a IE na amostra portuguesa.

Pela Tabela 9 vê-se que dentre os indivíduos que nunca trabalharam, 77,8% têm IE; e dos que trabalham em um setor privado, 80,6% têm IE. Vale enfatizar, ainda, que todos os indivíduos que trabalham em um setor público têm IE. Diante desses dados apresentados na amostra portuguesa, constata-se que a experiência profissional não impacta diretamente na IE, o que se pode compreender que os indivíduos que nunca trabalharam e os indivíduos que estão inseridos no mercado de trabalho, tanto no setor público quanto no privado, têm IE, o que contradiz a perspectiva de Kuckertz e Wagner (2010).

Quanto à caracterização dos pais dos estudantes universitários, ressalta-se que 41,1% dos indivíduos têm pelo menos um dos pais empreendedor(es), 16,1% têm pais, pelo menos um que já foi empreendedores, porém não é/são mais; e 42,9% dos indivíduos têm pais que nunca foram empreendedores.

Tomando-se como base a associação entre a experiência profissional e a intenção empreendedora, é pertinente salientar que o valor p do qui-quadrado 0,557, e este valor mostra que não existe tal associação à análise entre experiência dos pais e IE na amostra portuguesa, conforme observa-se na Tabela 10:

Tabela 10 - Tabulação cruzada entre experiência profissional dos pais x intenção empreendedora (AP)

Experiência profissional dos pais	Intenção empreendedora			Total	Valor p do Qui - quadrado
	Sim	Não	Empreendedor		
Sim, pelo menos um é empreendedor	36	8	2	46	0,557
	78,3%	17,4%	4,3%	100,0%	
Não, mas pelo menos um já foi empreendedor	12	4	2	18	
	66,7%	22,2%	11,1%	100,0%	
Não, nenhum nunca foi empreendedor	36	11	1	48	
	75,0%	22,9%	2,1%	100,0%	
Total	84	23	5	112	
	75,0%	20,5%	4,5%	100,0%	

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Apesar da não associação estatística nesse critério, aponta-se que os estudantes universitários que têm pais empreendedores, 78,3% têm IE; e dos que não têm pais empreendedores, 75% têm IE. Nota-se, portanto, um alto índice de IE na amostra portuguesa, que não mostrou influência estatisticamente significativa dos familiares próximos empreendedores na IE

Perante essas abordagens, ressalta-se que na amostra portuguesa ocorre predominância da IE para os estudantes universitários. O quantitativo de homens e mulheres com IE é próximo, embora os homens apresentaram ter um pouco mais de IE do que as mulheres. Identifica-se ainda que quase toda essa amostra é composta por indivíduos solteiros(as) e todos os semestres apresentaram incidência de universitários com IE. A experiência profissional mostra-se não ter relação significativa à IE dos estudantes universitários, dado que tanto os indivíduos que estão inseridos no mercado de trabalho como os que não estão exibiram predominância da IE.

6.1.3 Amostra total

Segundo Teixeira (2010), a realidade *cross-cultural* permite interpretar a realidade comparativa de dois países em vários determinantes sobre a IE. Sendo assim, atitudes, intenções e comportamentos (FISHBEIN; AJZEN, 1975; LÍÑAN; CHEN, 2009) dos estudantes universitários podem ser impactados pelos países em que vivem.

Diante das descrições das amostras, torna-se relevante, portanto, caracterizar a amostra total (amostra brasileira + amostra portuguesa) para identificar as relações entre o perfil dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora. Com o intuito de

compreender a IE em relação ao estudante que tem pais empreendedores, variável nomeada de Familiares Próximos Empreendedores (FPE), vale-se frisar a influência da Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen (1991), bem como os estudos de De Wit (1993), Van Praag (1997), Noorderhaven et al. (2003) Carvalho e González (2006) Zellweger, Sieger e Halter (2011). Rocha (2012). De acordo com a Tabela 11, observa-se esta relação entre a IE e os familiares próximos empreendedores.

Tabela 11 - Tabulação cruzada entre experiência profissional dos pais x intenção empreendedora

Experiência profissional dos pais	Intenção empreendedora				Valor p do Qui - quadrado
	Sim	Não	Empreendedor	Total	
Sim, pelo menos um é empreendedor	106 71,1%	31 20,8%	12 8,1%	149 100,0%	0,000
Não, mas pelo menos um já foi empreendedor	49 53,3%	38 41,3%	5 5,4%	92 100,0%	
	81 51,9%	68 43,6%	7 4,5%	156 100,0%	
Não, nenhum nunca foi empreendedor					
Total	236 59,4%	137 34,5%	24 6,0%	397 100,0%	

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

É conveniente destacar que para essa variável verificam-se três indivíduos ausentes (*missing values*), o que perfaz um total de 397 indivíduos na amostra. Nota-se, então, que para os estudantes universitários que têm pais empreendedores, existe uma representatividade de 71,1% com IE. No entanto, para quem têm pais que já foram empreendedores, porém não mais, tem-se 53,3% com IE e para os indivíduos que têm pais que nunca foram empreendedores, nota-se 51,9% com IE.

A partir dessa abordagem, detecta-se que existe influência à IE dos estudantes universitários a partir dos familiares próximos empreendedores, com o valor p do qui-quadrado 0,000, podendo-se compreender que existe relação significativa entre a IE e os familiares próximos empreendedores. Essa associação expressiva entre essas variáveis infere que existem fortes indícios para a aceitação da H_{1a} : Há uma relação positiva entre a intenção empreendedora dos estudantes universitários e a existência de negócios próprios dos pais.

Destarte, considera-se esse resultado de acordo com a literatura empírica e conceitual, fundamentada nos achados de vários pesquisadores da área do empreendedorismo, a exemplo de Hisrich (1990), Krueger e Brazeal (1994), Davidsson (1995), Reynolds et al. (2002), Carvalho e González (2006), Carr e Sequeira (2007), Teixeira e Davey (2010), Van

Der Zwan, Thurik e Grilo (2010) e Teixeira e Forte (2011), Schoon e Duckworth (2012), Geldhof et al. (2014) e Fayolle e Liñán (2014).

Apesar disso, esses achados contrapõem a pesquisa de Fontenele, Brasil e Sousa (2012), os quais verificaram que o contexto familiar (existência de familiares empreendedores) não influenciam diretamente na IE dos estudantes universitários.

De modo geral, embasa-se na influência dos familiares próximos empreendedores na IE sob a perspectiva da Teoria do Comportamento Planejado (TCP), proposta por Ajzen (1991), que aponta a influência da pressão social e dos familiares para as consequências do comportamento do indivíduo, enfatizando, sobretudo, essas pressões externas com a incidência do contexto familiar. Logo, iniciar uma empresa, muitas vezes, necessita da influência ou pressão dos familiares (REYNOLDS, 1991).

Em relação ao contexto cultural (país de origem) dos estudantes universitários, Timmons e Spinelli (1994) evidenciam que as atitudes do empreendedor podem ser estimuladas pelo contexto educacional, como as universidades e as escolas, mas também pelo próprio país do indivíduo. A amostra total corresponde a 400 estudantes universitários de ambas as universidades (UFC e UAlg), as quais fornecem suporte suficiente para identificar o país de origem do estudante universitário.

Tabela 12 - Intenção empreendedora da amostra total

Universidade	Intenção empreendedora				Valor p do Qui -quadrado
	Sim	Não	Empreendedor	Total	
UFC	152 53,3%	114 40,0%	19 6,7%	285 100,0%	0,000
UAlg	87 75,7%	23 20,0%	5 4,3%	115 100,0%	
Total	239 59,8%	137 34,3%	24 6,0%	400 100,0%	

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

É pertinente ressaltar que os estudantes universitários da UAlg (amostra portuguesa - AP) mostraram-se predominância na IE, quando comparado com os estudantes universitários da UFC (amostra brasileira - AB) – (75,7% *versus* 53,3%). Além disto, os estudantes universitários sem IE exibiram (20% *versus* 40%) ao comparar AP com AB. O valor p do qui-quadrado 0,000, o qual representa a inferência de que existe relação significativa entre a IE e o país de origem. Essa associação significativa entre as variáveis fornecem fortes indícios para a aceitação da H_{1b} : Há uma relação positiva entre o país de origem dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora.

Corrobora-se a Hofstede (1980), o qual acentua que o perfil dos estudantes brasileiros e portugueses não são semelhantes, valendo-se salientar aspectos como aversão à incerteza e distância do poder. Enfatiza-se ainda o índice de desemprego e a sazonalidade climática de Portugal. O Algarve é considerado uma região expressiva no turismo local e nacional, com variação climática nas estações do ano, e que, muitas vezes, devido a essa instabilidade climática e o alto desemprego, verifica-se a influência da IE como uma forma de suplantar as incertezas em relação ao futuro profissional dos estudantes universitários (CARVALHO; GONZÁLEZ, 2006; TEIXEIRA; FORTE, 2011).

No que tange à percepção da influência da experiência profissional na intenção empreendedora do estudante universitário, convém acentuar a importância da relação entre experiência profissional e IE.

Tabela 13 - Tabulação cruzada entre experiência profissional x intenção empreendedora

Experiência profissional	Intenção empreendedora			Total	Valor p do Qui-quadrado
	Sim	Não	Empreendedor		
Nunca Trabalhou	74 66,1%	38 33,9%	0 0,0%	112 100,0%	0,000
Proprietário/sócio de uma empresa	15 44,1%	1 2,9%	18 52,9%	34 100,0%	
Trabalha em um setor privado	91 60,7%	56 37,3%	3 2,0%	150 100,0%	
Trabalha em um setor público	34 53,1%	29 45,3%	1 1,6%	64 100,0%	
Outra situação profissional	22 59,5%	13 35,1%	2 5,4%	37 100,0%	
Total	236 59,4%	137 34,5%	24 6,0%	397 100,0%	

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Vê-se que diante dos indivíduos que nunca trabalharam, apresenta-se 66,1% com IE, ao passo que quem trabalha em setor privado, percebe-se 60,7% com IE. A partir disso, não se podem ter evidências aceitáveis que possibilitem relacionar a experiência profissional à IE. A associação entre IE e experiência profissional é estatisticamente significativa com valor p do qui-quadrado 0,000, contudo os percentis da IE não diferem consideravelmente.

Logo, nessa primeira análise da amostra total, não há indícios para se aceitar a H_{1c} : Há uma relação positiva entre a experiência profissional dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora; todavia, por enquanto não há indicativos para rejeitá-la.

Das discussões acima, depreende-se que, aparentemente, têm indícios iniciais para aceitar H_{1a} : Há uma relação positiva entre a intenção empreendedora dos estudantes universitários e a existência de negócios próprios dos pais – tomando-se como base o grupo

de estudantes que têm pais empreendedores com mais IE do que os que não têm pais empreendedores; e H_{1b} : Há uma relação positiva entre o país de origem dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora – além de verificar que os estudantes universitários da AP exibiram preponderância na IE ao comparar com a AB. Não obstante, em ambas as amostras predominam-se os estudantes universitários com IE.

No entanto, não foram encontradas diferenças significativas entre a experiência profissional e a intenção empreendedora, o que se enfatiza que ainda não há indícios para aceitar ou rejeitar a H_{1c} : Há uma relação positiva entre a experiência profissional dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora.

Diante da caracterização referente ao perfil da amostra, bem como do seu alinhamento com a intenção empreendedora, apresenta-se, em seguida, a estatística bivariada das variáveis observadas no comportamento sustentável e inovador, de forma associá-las à intenção empreendedora dos estudantes universitários.

6.2 Estatística bivariada dos construtos

A estatística bivariada inclui métodos da estatística descritiva e inferencial, uma vez que pretende-se, neste trabalho, investigar a relação do comportamento sustentável (CS) e do comportamento inovador (CI) com a intenção empreendedora (IE). Este método de investigação torna-se relevante, pois permite estabelecer a relação entre duas variáveis.

Com o intuito de obter um panorama geral sobre a IE, bem como da relação do país de origem (Brasil e Portugal) no comportamento sustentável e inovador, exhibe-se, em um primeiro momento, a tabulação cruzada do CS com a IE; em seguida, faz-se a relação entre o CS e o país de origem. Em um segundo momento, mostra-se a relação do CI com a IE; e logo após, do CI com o país de origem. A estatística bivariada mostra um panorama geral, no entanto não se podem fazer inferências concretas à pesquisa.

Por esta perspectiva, utiliza-se a média e o desvio padrão, empregando o teste t de diferença de médias – a fim de examinar se duas amostras são originadas de distribuição da média; e o teste wilcoxon versão não paramétrica do teste t, que não assume a hipótese de normalidade.

6.2.1 Comportamento sustentável

Conforme Kuckertz e Wagner (2010), uma pessoa pode impactar diretamente no

meio ambiente ao criar um determinado negócio. Sendo assim, corrobora-se a Corral-Verdugo (2012), tomando-se como base a significância do comportamento humano em relação às práticas ambientais, sendo estas favoráveis ou não ao meio ambiente.

Primeiramente, consideram-se as diferenças de médias (teste t e wilcoxon) das variáveis do CS, analisando-as na perspectiva da IE. Nesse contexto, mostra-se a Tabela 14, que identifica se há diferenças entre as variáveis do CS na IE. Para essa análise, adota-se o nível de significância (para os testes t e wilcoxon) de 5% (0,05), em que valores menores que 0,05 (considerado como patamar nesta pesquisa) apontam diferenças de médias significativas.

Vale-se enfatizar que nas variáveis do CS e da IE não foram encontrados nenhum *missing values*, e isto faz com que se considere a amostra total da pesquisa – 400 estudantes universitários (263 com IE e 137 sem IE), sobrelevando que para fins de análise e tratamento dos dados na estatística bivariada, os indivíduos que já são empreendedores foram incorporados aos indivíduos com IE.

Tabela 14 - Comportamento sustentável na intenção empreendedora

Variáveis	IE +		IE -		Teste t	Wilcoxon
	Média	D.P.	Média	D.P.		
CS1	2,749	0,79942	2,6277	0,95492	0,204	0,072
CS2	2,7072	0,8747	2,4453	0,8738	0,005	0,003
CS3	2,7186	1,06502	2,4161	1,01924	0,006	0,011
CS4	3,057	0,89132	2,9416	0,95306	0,231	0,261
CS5	2,8973	1,13955	2,6131	1,1392	0,018	0,011
CS6	4,6198	0,61773	4,7372	0,64478	0,081	0,011
CS7	4,73	0,54504	4,8102	0,47794	0,131	0,125
CS8	4,5247	0,68124	4,5401	0,70726	0,834	0,703
CS9	2,943	0,82459	2,854	0,83613	0,309	0,272
CS10	2,9544	0,82761	2,7883	0,91097	0,076	0,048
CS11	3,3156	1,00913	3,146	1,06785	0,119	0,100
CS12	3,2548	1,1424	2,8394	1,32417	0,002	0,004
CS13	3,4411	0,97063	3,2774	1,01264	0,116	0,132
CS14	2,6350	0,99033	2,4234	0,86367	0,035	0,044
CS15	2,1293	0,97606	1,9927	0,85316	0,167	0,284
CS16	1,9392	0,94713	2,0657	0,95644	0,207	0,156

Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

IE + indica com intenção empreendedora

IE - indica sem intenção empreendedora

Ao considerar a Tabela 14, nota-se que para a amostra com IE ocorre predominância no CS quando comparado com o grupo dos estudantes universitários sem IE. Dentre as variáveis que retratam diferenças estatísticas significantes, destacam-se: CS2, CS3, CS4, CS6, CS12 e CS14, apenas uma variável CS5 registrou média maior para o grupo de estudantes universitários sem IE.

As variáveis mais significantes são, por ordem das maiores médias: CS6: "Quando não tem lixeira por perto, guardo o papel que não quero mais no bolso" (4,6198); C12: "Mobilizo as pessoas para a conservação dos espaços públicos" (3,2548); CS5: "Leio o rótulo atentamente antes de decidir a compra" (2,8973); CS3: "Já convenci outras pessoas a não comprarem produtos que prejudicam o meio ambiente" (2,7186); CS2: "Procuro comprar produtos feitos de material reciclado" (2,7072) e CS14: "Tomo banho demorado" (2,6350).

A maior diferença percebida entre o grupo com IE e o sem IE, é compreendida pela variável C12: "Mobilizo as pessoas para a conservação dos espaços públicos" com média para IE (3,2548 *versus* 2,8394) – teste t de 0,002 e teste de wilcoxon de 0,004; em seguida, destaca-se a CS3: "Já convenci outras pessoas a não comprarem produtos que prejudicam o meio ambiente" (2,7186 *versus* 2,4161) – teste t de 0,006 e teste de wilcoxon de 0,011.

Nesse sentido, para os indivíduos com IE vê-se predomínio da mobilização, referindo-se ao quanto que o indivíduo incentiva outras pessoas à conservação dos espaços públicos e realçam, ainda, a importância das questões ambientais. Ademais, estes indivíduos demonstram ter consciência sobre o impacto de suas ações mediante a compra de produtos que não prejudicam o meio ambiente (GONÇALVES-DIAS et al., 2009).

A partir dessas abordagens, vale-se frisar que os indivíduos, por meio de suas consequências psicológicas (VENKATARAMAN, 1997), no que corresponde ao comportamento ambiental (ou sustentável), que têm IE impactam diretamente na sociedade ao criarem empresas/negócios (GONÇALVES-DIAS et al., 2009; KAISER, 1998; KARP, 1996; PATO; TAMAYO, 2006). Enfatiza-se, sobretudo, maior relevância para comportamento sustentável nos construtos mobilização e consumo engajado.

Ao considerar essa análise – que mostrou o CS dominante para os estudantes universitários com IE, entende-se, portanto, que pode existir alguma relação do CS na IE.

Sob a lente comparativa das diferenças inerentes a cada país, ressaltam-se as amostras brasileira e portuguesa no CS dos estudantes universitários, focando que a "amostra brasileira" é constituída por 285 estudantes universitários e a "amostra portuguesa" por 115 estudantes universitários.

Constata-se pela Tabela 15 o CS de acordo com o país de origem do estudante universitários, na qual revela a média, o desvio-padrão, o teste t e o teste de wilcoxon das variáveis do CS. Com o intuito de discernir essas amostras, podem-se classificá-las como amostra brasileira – estudantes universitários da UFC (Universidade Federal do Ceará) e amostra portuguesa – estudantes universitários da UA1g (Universidade do Algarve).

Tabela 15 - Comportamento sustentável de acordo com o país de origem

Variáveis	Amostra brasileira		Amostra portuguesa		Teste t	Wilcoxon
	Média	D.P.	Média	D.P.		
CS1	2,6281	0,86922	2,9043	0,79443	0,003	0,002
CS2	2,5439	0,84899	2,8000	0,93846	0,008	0,011
CS3	2,5825	1,07355	2,6957	1,01889	0,323	0,283
CS4	3,0070	0,92307	3,0435	0,89238	0,715	0,798
CS5	2,7789	1,15532	2,8522	1,12580	0,564	0,617
CS6	4,7965	0,46798	4,3217	0,82236	0,000	0,000
CS7	4,8316	0,45158	4,5739	0,63606	0,000	0,000
CS8	4,6246	0,64138	4,2957	0,74896	0,000	0,000
CS9	2,8912	0,85091	2,9652	0,77154	0,420	0,553
CS10	2,9158	0,86395	2,8522	0,85063	0,504	0,779
CS11	3,3228	1,04864	3,0957	0,97309	0,040	0,025
CS12	3,0456	1,27048	3,2783	1,08051	0,085	0,089
CS13	3,4281	1,03082	3,2783	0,86398	0,140	0,082
CS14	2,5193	0,91764	2,6696	1,03213	0,154	0,236
CS15	2,0982	0,91399	2,0435	0,99465	0,597	0,317
CS16	1,9930	0,96046	1,9565	0,93087	0,729	0,781

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Pelas amostras são percebidas seis variáveis com diferenças significativas entre as médias, tendo em vista que podem-se enfatizá-las por ordem decrescente das médias: CS7: "Evito jogar papel no chão"; CS6: "Quando não tem lixeira por perto, guardo o papel que não quero mais no bolso"; CS8: "Ajudo a manter as ruas limpas"; CS11: "Falo sobre a importância do meio ambiente com outras pessoas"; CS1: "Já paguei mais por produtos ambientalmente corretos"; e CS2: "Procuro comprar produtos feitos de material reciclado".

Com respaldo na amostra brasileira (AB) – UFC e na amostra portuguesa (AP) – UAlg, certifica-se que os estudantes universitários da AB manifestaram, nas variáveis do consumo engajado: CS1 e CS2 – que expressam o nível de conscientização dos indivíduos sobre as questões ambientais, evidenciando um caráter mais ativo dos indivíduos na procura de opções de produtos ecologicamente corretos, valores médios inferiores, ao defrontar com AP – com médias para essas duas variáveis, respectivamente (2,6281 *versus* 2,9043) e (2,5439 *versus* 2,8000).

Em face dessa asseveração, vale-se corroborar a pesquisa de Sobral (2014), visto que mostrou que os portugueses estão menos adeptos a comprar produtos que possam degradar o meio ambiente do que os brasileiros, e isto também é salientado nesta pesquisa, diante do consumo engajado ter sobressaído para a AP.

Por outro lado, a AB manifestou ampla preocupação com o lixo, e isto pode ser evidenciado, principalmente pelas variáveis CS6 e CS7, visto que ao deter da comparação entre AB e AP, tem-se, respectivamente (4,7965 *versus* 4,3217) e (4,8316 *versus* 4,5739).

Outrossim, os indivíduos da AB obteve uma maior conscientização ambiental ao falar com outras pessoas sobre a importância do meio ambiente, conforme é verificado pela variável CS11, com médias comparativas entre AB e AP (3,3228 *versus* 3,0957).

É essencial ainda acentuar que apenas a variável CS2: "Procuro comprar produtos feitos de material reciclado", mostrou-se significativa nas diferenças de médias no comportamento sustentável, alinhado tanto à IE, quanto ao país de origem. Face a essa indagação, reconhece que não apresentam-se indicativos suficientes para corroborar que há influência do comportamento sustentável na IE, de acordo com o país de origem.

De modo geral, detecta-se que pode existir alguma relação entre o comportamento sustentável dos estudantes universitários e a sua intenção empreendedora, principalmente no tocante à mobilização – sensibilizar outras pessoas às questões ambientais e no consumo engajado – nível de consciência do indivíduo na compra de produtos, evitando, portanto, os que prejudicam o meio ambiente.

Em contrapartida, para o comportamento sustentável, alinhando-o ao país de origem – "amostra brasileira" e "amostra portuguesa", não foram encontradas relações significativas que permitam revelar que o país de origem influencia no comportamento sustentável. Não obstante, a AP expressou uma maior conscientização sobre as questões ambientais que envolvem a postura dos fabricantes, com um caráter mais ativo na procura de opções de produtos ecologicamente corretos (consumo engajado), enquanto na AB prevaleceu a mobilização e, sobretudo, a preocupação com o lixo

6.2.2 Comportamento inovador

Com o propósito de mensurar o comportamento inovador do estudante universitário, vale-se assumir a ótica da Teoria da Adaptação-Inovação, que, por meio do índice KAI, em sua versão reduzida, a qual contém 13 itens, mostra-se amplamente relevante e estatisticamente significativa para fundamentar esta análise (FOXALL; HACKETT, 1992).

Este estudo pretende utilizar esta versão reduzida para mensurar o comportamento inovador (CI) dos estudantes universitários, alinhando-o tanto na IE como no país de origem. Para viabilizar essa abordagem, concentra-se nos testes t e de wilcoxon, salientando que os valores menores do que 0,05 (considerado como patamar para esta pesquisa) apontam diferenças significativas para a comparação das médias.

Apresenta-se, a seguir, os resultados desta escala, associando-os à IE, uma vez que é pertinente considerar: média, desvio padrão, teste t e teste de wilcoxon, detendo-se de

um amostra com 400 indivíduos – 263 com IE e 137 sem IE. Lembrando que para esta análise os indivíduos empreendedores foram agrupados no grupo dos indivíduos com IE.

Tabela 16 - Comportamento inovador na intenção empreendedora

Variáveis	IE +		IE -		Teste t	Wilcoxon
	Média	D.P.	Média	D.P.		
CI1	4,0228	0,64755	3,6204	0,84132	0,000	0,000
CI2	3,1901	0,74263	2,6715	0,90024	0,000	0,000
CI3	3,8517	0,69682	3,4964	0,80553	0,000	0,000
CI4	3,9049	0,79748	3,6277	0,87454	0,002	0,002
CI5	3,7529	0,72295	3,4964	0,79635	0,002	0,002
CI6	3,6958	0,76084	3,3139	0,90547	0,000	0,000
CI7	3,9049	0,80699	3,7956	0,8326	0,204	0,249
CI8	3,9163	0,85194	3,3942	0,98038	0,000	0,000
CI9	3,6882	0,95397	3,7883	1,07396	0,341	0,138
CI10	3,7072	0,82992	3,4234	0,89708	0,002	0,004
CI11	3,6806	0,99459	3,7153	1,04282	0,745	0,517
CI12	3,6236	0,79534	3,0657	0,90914	0,000	0,000
CI13	3,4829	0,93628	3,1387	0,96393	0,001	0,001

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

IE + indica com intenção empreendedora

IE - indica sem intenção empreendedora

Pela Tabela 16 depreende-se que dentre as 13 variáveis do CI, apenas três (CI7, CI9 e CI11) não manifestara diferenças significativas entre as médias dos grupos com IE e sem IE. Convém ressaltar que todas as variáveis que foram significativas contiveram médias superiores na IE, o que concorda com a perspectiva de Teixeira e Davey (2010), Teixeira e Forte (2011), que enfatizam que o empreendedor é alguém considerado inovador; e o espírito inovador de um indivíduo é apontado como fundamental para despertar a sua IE.

Conforme as variáveis mais significantes nesta análise, destacam-se CI1: "Penso em soluções para situações que parecem sem saída" tem-se para o grupo com IE *versus* o grupo sem IE – com médias (4,0228 *versus* 3,6204); CI2: "Prefiro criar do que melhorar" com médias (3,1901 *versus* 2,6715) e CI3 "Tenho novas perspectivas para velhos problemas" com médias (3,8517 *versus* 3,4964) – ambas as variáveis apresentaram teste t e teste de wilcoxon (0,000), o que revela a viabilidade das diferenças entre os indivíduos com e sem IE.

Estas manifestações permitem inferir que os indivíduos com IE pensam em soluções alternativas, mesmo quando estas estejam fora dos padrões convencionais e estáveis do cotidiano, preferem criar, não se limitam a apenas melhorar o que já tem e também, têm perspectivas distintas e novas para velhos problemas. Os indivíduos que sem IE mostraram-se menos recorrentes nesses aspectos do que os indivíduos com IE.

Ainda sobre o comparativo entre o grupo com IE *versus* o sem IE, elucidam-se os seguintes itens, apontando as suas respectivas médias, CI4: "Sou capaz de manter uma posição de desacordo contra o grupo" (3,9049 *versus* 3,6277); CI5: "Sou uma pessoa estimulante" (3,7529 *versus* 3,4964) e CI6: "Tenho ideias originais" (3,6958 *versus* 3,3139). Esses itens também apresentaram médias maiores para o grupo dos estudantes universitários com IE, mostrando, contudo, que o teste t e o de wilcoxon foram significantes.

Vale frisar o item CI8: "Gosto de variar rotinas já estabelecidas", uma vez que o grupo com IE apresentou média, comparado com o grupo sem IE (3,9163 *versus* 3,3942), e isto pode ser expressado como uma das maiores diferenças de médias nesta análise – com uma variação de (0,52 pontos). Constata-se ainda que os indivíduos com IE preferem variar rotinas já consideradas estabelecidas e estáveis. A variável C12: "Frequentemente, me arrisco fazendo coisas de forma diferente" obteve média para o grupo com IE comparado com o grupo sem IE (3,6236 *versus* 3,0657) com uma diferença (0,55 pontos). Por esse item, pode-se enfatizar, sobretudo, que os estudantes universitários com IE tendem a se arriscar e fazer algo diferentemente do convencional.

Ademais, nota-se ainda que os itens CI10: "Lido com várias novas ideias ao mesmo tempo" e CI13: "Preciso do estímulo da mudança frequente" apresentaram preponderância para os estudantes universitários com IE.

Em face do exposto, sobreleva-se que as intenções estão evidenciadas na investigação do processo cognitivo do indivíduo – diante da perspectiva de seu comportamento inovador (AJZEN, 1991; KIM; HUNTER, 1993). Logo, o aspecto cognitivo é amplamente relacionado ao fenômeno da intenção empreendedora, sendo enfatizado, sobretudo, pelo comportamento inovador do indivíduo (BRAZEAL; HERBERT, 1999; KRUEGER; BRAZEAL, 1994; KRUEGER, 2009).

Schumpeter (1934), Kirton (1976), Taylor (1989), Carland, Carland e Hoy (1992), Virtanen (1997), Lüthje e Franke (2003), Lee et al. (2006), Zawislak (2007), Teixeira e Davey (2010), Teixeira e Forte (2011) mostram que o espírito inovador de um indivíduo é considerado um fator determinante para despertar a sua intenção empreendedora. Dessa forma, observa-se a predominância dos indivíduos com comportamentos inovadores – propensão para inovar, por meio dos estilos cognitivos (processamento de informações) na IE.

A partir dos achados desta pesquisa, é pertinente compreender que há indícios primordiais para asseverar que há influência da capacidade cognitiva que o estudante universitário tem para inovar, ser estimulante e desenvolver novas ideias na intenção empreendedora.

Além dessas perspectivas, ressaltam-se os aspectos culturais, entre estudantes universitários brasileiros e portugueses, considerando os contextos culturais de cada país (HOFSTEDE, 2011). Busca-se, portanto, verificar como se dá o comportamento inovador de acordo com o país de origem.

Tomando-se como base a comparação entre os países de origem (Brasil e Portugal), mostra-se a Tabela 17 com a média, o desvio padrão, o teste t e o teste de wilcoxon com o propósito de verificar os estudantes universitários da "amostra brasileira" e da "amostra portuguesa", com o embasamento do comportamento inovador (TABELA 17):

Tabela 17 - Comportamento inovador de acordo com o país de origem

Variáveis	Amostra brasileira		Amostra portuguesa		Teste t	Wilcoxon
	Média	D.P.	Média	D.P.		
CI1	3,8456	0,78992	3,9826	0,60673	0,095	0,243
CI2	2,9193	0,85815	3,2435	0,73259	0,000	0,000
CI3	3,7298	0,78318	3,7304	0,67955	0,994	0,849
CI4	3,7719	0,88845	3,9043	0,67504	0,108	0,343
CI5	3,6456	0,78545	3,7130	0,68525	0,421	0,547
CI6	3,4737	0,84972	3,7913	0,74334	0,000	0,000
CI7	3,8526	0,85952	3,9043	0,70055	0,533	0,898
CI8	3,6632	0,9525	3,9217	0,84964	0,008	0,012
CI9	3,8175	1,01488	3,4870	0,91157	0,003	0,001
CI10	3,6000	0,92004	3,6348	0,70500	0,684	0,928
CI11	3,7123	1,05884	3,6435	0,88050	0,506	0,275
CI12	3,3404	0,89203	3,6609	0,79347	0,001	0,001
CI13	3,3544	0,96998	3,3913	0,93373	0,728	0,835

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Observam-se cinco itens que apresentaram diferenças de médias estatisticamente significativas, podendo-se apontar: CI2: "Prefiro criar do que melhorar"; CI6: "Tenho ideias originais"; CI8: "Gosto de variar rotinas já estabelecidas"; CI9: "Prefiro mudança gradual do que radical" e CI12: "Frequentemente, me arrisco fazendo coisas de forma diferente".

Na amostra brasileira, tem-se como as maiores médias, com relação à amostra portuguesa, CI9: "Prefiro mudança gradual do que radical" (3,8175 *versus* 3,4870) – teste t de 0,003 e teste de wilcoxon de 0,001.

Todos os outros itens, baseados nessa análise, exprimiram médias levemente superiores na amostra portuguesa. Apesar disso, não se pode inferir com significância que ocorre distinção entre o comportamento inovador de acordo com o país de origem.

Algumas variáveis do CI revelaram-se com diferenças de médias consideráveis tanto na IE como na comparação entre AB e AP, que são as variáveis CI2: "Prefiro criar do

que melhorar"; CI6: "Tenho ideias originais" CI8: " Gosto de variar rotinas já estabelecidas"; CI9: "Prefiro mudança gradual do que radical" e CI12: "Frequentemente, me arrisco fazendo coisas de forma diferente"; que foram sobressaídas para AP ao comparar com a AB.

6.3 Resultados da análise multivariada

Na análise multivariada, parte-se, inicialmente, da análise fatorial exploratória (*Exploratory Factor Analysis – EFA*), que verifica se as variáveis do instrumento de coleta de dados se agrupam de acordo com as variáveis de medidas, e isto é relevante para definir as variáveis a serem utilizados no modelo desta pesquisa. Levando em conta a EFA, utiliza-se a variável que apresenta maior carga fatorial dentro de cada fator, denominada de variável substituta.

Dessa forma, as variáveis substitutas permitem que as variáveis com cargas fatoriais mais elevadas dentro de cada fator possam representar os fatores em uma análise (MALHOTRA, 2001). Esta análise é pertinente para que, em um momento posterior, seja possível utilizar essas variáveis como um conjunto de variáveis a serem analisadas em um modelo de regressão.

6.3.1 Análise fatorial para verificar os indicadores do construto - comportamento sustentável

No tocante ao construto comportamento sustentável (CS), vale-se enfatizar que a análise fatorial utilizada recorre ao método de rotação ortogonal *Varimax*, com a normalização de *Kaiser*, utilizando assim, os autovalores, com valores superiores a 1. Lembrando que, para o modelo proposto para esta pesquisa, adota-se o critério da variável substituta, isto é, a mais significativa (com maior carga fatorial) – que detém maior capacidade de explicação dentro de cada fator.

Destarte, com o uso da EFA, analisam-se os autovalores de cada fator, o teste esfericidade de Bartlett e o Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), os quais são considerados com o intuito de viabilizar e verificar a consistência da EFA.

O teste esfericidade de Bartlett testa a hipótese nula de que a matriz de correlação é uma identidade ou não – estatisticamente significativa ($p\text{-valor} < 0,05$); e o Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) permite verificar a proporção de variância que pode ser considerada comum a todas as variáveis. O KMO varia de 0 a 1 e tem como valor sugerido superior a 0,5 para ser

aceito na análise (HAIR et al., 2009).

Os fatores do comportamento sustentável, baseados na metodologia proposta por Gonçalves-Dias et al. (2009), estão dispostos em 16 itens (ou variáveis), e são agrupados em 5 fatores (consumo engajado; preocupação com o lixo; mobilização; ambiente doméstico e boicote via consumo), em conformidade com o esperado no referencial teórico deste trabalho.

A variância explicada para esse construto encontrada a partir da divisão das variáveis em 5 fatores, na análise fatorial, foi de 64,357%. O grau de explicação dos dados foi de 0,826 – Kaiser-Meyer-Olkin (KMO = 0,826), valor superior a 0,5, o que significa que os dados da análise fatorial descrevem de forma satisfatória cada fator – por meio dos dados originais.

O teste de esfericidade de Bartlett (qui-quadrado = 1962,887) mostra-se significativa ($p=0,000$), e isto permite afirmar que existe correlação suficiente entre as variáveis para que ocorra esta análise. Desse modo, percebe-se que a análise fatorial é uma técnica adequada para analisar nesta pesquisa o construto – comportamento sustentável (TABELA 18).

Tabela 18 - Análise fatorial do construto comportamento sustentável

Variáveis	Cargas fatoriais					Comunalidades
	Consumo engajado	Preocupação com o lixo	Mobilização	Ambiente doméstico	Boicote via consumo	
CS1	,745					,597
CS2	,743					,653
CS3	,540					,581
CS4	,740					,680
CS5	,696					,524
CS10	,521					,591
CS6		,850				,744
CS7		,893				,823
CS8		,787				,670
CS11			,673			,658
CS12			,801			,657
CS13			,634			,511
CS14				,527		,508
CS15				,815		,679
CS16				,765		,610
CS9					,897	,812

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

A utilização do critério da variável substituta para cada fator do construto comportamento sustentável pode ser verificada, em consonância com as seguintes variáveis:

Consumo engajado – CS1: "Já paguei mais por produtos ambientalmente corretos" (carga fatorial de 0,745); Preocupação com o lixo – CS7: "Evito jogar papel no chão" (carga fatorial de 0,893); Mobilização – "Mobilizo as pessoas para a conservação dos espaços públicos" (carga fatorial de 0,801); Ambiente doméstico – "Fico com a geladeira aberta muito tempo, olhando o que tem dentro" (carga fatorial de 0,815); e Boicote via consumo – CS9: "Compro produtos de uma empresa mesmo sabendo que ela polui o meio ambiente" (carga fatorial de 0,897).

Essas variáveis apresentam altas cargas fatoriais e são consideradas as variáveis com maior poder de explicação dentro de cada fator, podendo-se justificar a generalização dessas cargas fatoriais para os fatores, e isto é fundamental para acentuar que essas variáveis substitutas são utilizadas para representar cada fator no modelo desta pesquisa.

6.3.2 Análise fatorial para verificar os indicadores do construto - comportamento inovador

As verificações iniciais da adequação do construto – comportamento inovador (CI), demonstram que algumas variáveis quebram o critério mínimo aceitável para as comunalidades, que, segundo Hair et al. (2009), as comunalidades, por representarem a proporção da variância para cada variável na análise – podem ser explicadas pelos componentes que foram extraídos, apresentando como patamar um valor mínimo de 0,50 para ser aceito na análise.

Em uma primeira análise para o comportamento inovador, verifica-se a variância explicada para os 4 fatores de 51,963%. Todavia, algumas variáveis relevaram-se como insignificantes à análise, haja vista que não atenderam ao patamar mínimo sugerido pela literatura.

Diante dessa situação, é pertinente ressaltar que estas variáveis que não atenderam ao patamar devem ser eliminadas, pois são inapropriadas, conceituadas, de acordo com Hair et al. (2009), como variáveis problemáticas (associadas ao baixo grau de comunalidade). Logo após essa exclusão, realiza-se novamente a EFA – a fim de melhor viabilizar essa técnica.

A Tabela 19 mostra a EFA do construto comportamento inovador, em uma primeira solução, levando em conta, portanto, todas as variáveis, inclusive as que são consideradas problemáticas para fundamental a análise.

Tabela 19 - Análise fatorial do construto comportamento inovador (I)

Variáveis	Cargas fatoriais				comunalidades
	1	2	3	4	
CI1		,674			,503
CI2 *		,602			,419
CI3	,127	,744			,581
CI4 *	,445				,353
CI5	,708				,528
CI6	,654				,513
CI7	,737				,591
CI8				,644	,564
CI9			,766		,598
CI10*	,495				,341
CI11			,790		,643
CI12*				,373	,466
CI13				,790	,654

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

* variáveis a serem excluídas por não apresentarem o patamar mínimo para as comunalidades (0,500).

Com a nova realização da análise fatorial, repara-se um arranjo explicativo de 64,057% da variância dos dados. O valor do *Kaiser-Meyer-Olkin* ($KMO = 0,700$) e o teste de esfericidade de *Bartlett* (qui-quadrado = 386,071), mostrando-se significativo ($p=0,000$), e isto indica que existe correlação suficiente entre as variáveis, o que confere uma maior quantidade de variância explicada à segunda solução.

Observa-se pela Tabela 20 a análise fatorial com a exclusão das variáveis que foram consideradas problemáticas para o método da EFA (CI2, CI4, CI10 e CI12).

Tabela 20 - Análise fatorial do construto comportamento inovador (II)

Variáveis	Cargas fatoriais				comunalidades
	Preferência ao dinamismo e à criatividade	Adequação à originalidade	Eficiência nos detalhes	Conformidade com regras	
CI5	,700				,568
CI6	,733				,596
CI7	,765				,614
CI8	,360				,588
CI1		,767			,636
CI3		,820			,688
CI9			,804		,662
CI11			,808		,669
CI13				,845	,743

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Detendo-se da perspectiva do critério da variável substituta, a partir dos 4 fatores que foram formados, verificam-se as variáveis com maiores cargas fatoriais dentro de cada fator: Preferência ao dinamismo e à criatividade – CI7: "Compartilho minhas ideias" (carga fatorial de 0,614); Adequação à originalidade – CI3: "Tenho novas perspectivas para velhos problemas"; Eficiência nos detalhes – CI9: "Prefiro mudança gradual do que radical"; e Conformidade com regras – CI3: "Preciso do estímulo da mudança frequente".

Segundo a literatura, como por exemplo Taylor (1989), Kirton (1989) e Foxall e Hackett (1992), o comportamento inovador está subdividido em: (i) adequação à originalidade: relaciona-se ao modo como os indivíduos têm ideias novas e originais; (ii) eficiência nos detalhes: retrata a maneira pela qual os indivíduos são confiáveis, precisos e detalhistas nas tarefas, métodos e processos; (iii) conformidade com regras: mostra o quanto os indivíduos são prudentes e metódicas; tendo em vista que quanto mais recorrente a conformidade com regras, menor a preocupação sobre regras e estruturas e mais o indivíduo precisa do estímulo da mudança frequente.

Adicionalmente, considerando os resultados da análise das cargas fatoriais para este construto, diante das amostras brasileira e portuguesa, mostra-se um quarto fator, que é definido de preferência ao dinamismo e à criatividade, o qual ressalta o quanto o indivíduo prefere compartilhar ideias, ser dinâmico, estimulante e criativo.

Nesse sentido, com base nas estruturas fatoriais da EFA – que proporcionaram nove variáveis comportamentais (denominadas de variáveis substitutas), as mais representativas dentro de cada fator, consegue-se retratar sob uma ótica fidedigna as dimensões ora adotadas para esta pesquisa.

6.4 Comparação de comportamentos (sustentável e inovador) na intenção empreendedora

Nesta análise realiza-se o teste de hipóteses – com o intuito de comparar o nível de significância dos estudantes universitários com e sem IE, considerando as variáveis do comportamento sustentável e inovador adotadas no modelo da pesquisa. Lembrando que a amostra contém 400 indivíduos (263 com IE e 137 sem IE), o que se vale justificar que os indivíduos que já são empreendedores foram incorporados aos indivíduos com IE para fins de análise e tratamento dos dados.

Tabela 21 - Comparação de comportamentos (sustentável e inovador), de acordo com a intenção empreendedora

Dimensões	IE +		IE -		Teste t	Wilcoxon
	Média	D.P.	Média	D.P.		
Consumo engajado	2,749	0,79942	2,6277	0,95492	0,204	0,072
Preocupação com o lixo	4,730	0,54504	4,8102	0,47794	0,131	0,125
Mobilização	3,2548	1,1424	2,8394	1,32417	0,002	0,004
Ambiente doméstico	2,1293	0,97606	1,9927	0,85316	0,167	0,284
Boicote via consumo	2,943	0,82459	2,854	0,83613	0,309	0,272
Preferência ao dinamismo e à criatividade	3,9049	0,80699	3,7956	0,8326	0,204	0,294
Adequação à originalidade	3,8517	0,69682	3,4964	0,80553	0,000	0,000
Eficiência nos detalhes	3,6806	0,99459	3,7153	1,04282	0,745	0,517
Conformidade com regras	3,4829	0,93628	3,1387	0,96393	0,001	0,001

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

IE + indica com intenção empreendedora

IE - indica sem intenção empreendedora

Pela Tabela 21 constata-se que ocorre a influência do comportamento sustentável na IE do estudante universitário, sobressaindo, essencialmente, a mobilização – que destaca que os indivíduos mobilizam outras pessoas para a conservação de espaços públicos. Verifica-se a diferença das médias como estatisticamente significativa à análise, visto que para os indivíduos com IE *versus* sem IE, apontam-se como médias (3,2548 *versus* 2,8394) – teste t de 0,002 e teste de wilcoxon de 0,004. A partir dessa diferença permite-se inferir que para quem tem IE, de modo geral, às vezes mobilizam outras pessoas em relação à conservação dos espaços públicos; enquanto que quem não tem IE raramente as mobilizam.

Diante dessa abordagem, salienta-se que há indícios iniciais consideráveis para não rejeitar a H_{2a} : Há uma relação positiva entre o comportamento sustentável dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora; tomando-se como base, principalmente, a dimensão mobilização.

Logo, diante desses achados, fundamenta-se Corral-Verdugo (2012), o qual evidencia a importância do comportamento humano frente às práticas ambientais. A mobilização pode ser um passo substancial para o estímulo da proteção ambiental, essencialmente, por meio da consciência do indivíduo (BONNES; BONAIUTO, 2002). A partir da mobilização e das intenções, os indivíduos mostram ações e posturas às questões ambientais, proporcionando assim ambientes e sociedades mais justas e sustentáveis (CORRAL-VERDUGO, 2012).

Dessa forma, Corral-Vergudo (2012) considera ainda que a conservação dos

recursos naturais é relevante à construção de empresas sustentáveis (KAISER, 1998), que serão amplamente impactadas pela consciência ambiental do indivíduo, mediante o seu comportamento sustentável.

Outra dimensão pertinente à análise, devido a sua ampla significância estatística, está relacionada ao comportamento inovador. Sendo assim, com relação aos grupos com IE e sem IE, tem-se: adequação à originalidade com médias (3,8517 *versus* 3,4964) – teste t de 0,000 e teste de wilcoxon de 0,000. Essa análise é fundamental para compreender que os estudantes universitários com IE têm uma maior adequação à originalidade, visto que pensam em soluções que parecem sem saída e também têm ideias originais, de uma forma superior ao grupo de estudantes que não têm IE.

Destarte, outra dimensão do CI relacionada à IE é a conformidade com regras, em que pode ser verificado, comparando ter ou não IE, médias de (3,4829 *versus* 3,1387) – teste t de 0,001 e teste de wilcoxon de 0,001. Esses valores revelam que os estudantes universitários que se mostraram precisar, muitas vezes, do estímulo da mudança frequente, estes tiveram, por sua vez, mais IE do que os que não precisam dessa mudança frequente.

A partir dessas dimensões, relacionada ao comportamento inovador, destaca-se que existem fortes indicativos para não rejeitar a **H_{3a}**: Há uma relação positiva entre o comportamento inovador dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora. Nota-se, portanto, que as principais dimensões que compreendem as relações entre o comportamento inovador do estudante universitário e sua IE são adequação à originalidade e conformidade com regras, expressando, portanto, que os estudantes universitários com IE apresentaram comportamentos mais direcionados à inovação.

Sendo assim, um empreendedor é uma pessoa considerada inovadora (SCHUMPETER, 1934), a qual desempenha um papel com alguma inovação de mercado (GARPAR, 2009) por meio, principalmente, da sua criatividade, originalidade e do modo em fazer as coisas diferente do convencional, conforme observa-se nos achados desta pesquisa.

Com o intuito de compreender o estímulo que o comportamento sustentável e inovador (tomando-se como base as variáveis do modelo desta pesquisa), proporcionam à IE do estudante universitário, de acordo com o país de origem (amostra brasileira e amostra portuguesa), expõe-se assim essa diferença de comportamentos na IE.

A "amostra brasileira", composta por 285 estudantes universitários da Universidade Federal do Ceará (UFC) - Fortaleza - Ceará (Brasil), apresenta um quantitativo de 171 indivíduos com IE e 114 sem IE, em que se vale enfatizar que os indivíduos que são empreendedores (6,7%) foram incorporados aos indivíduos com IE

A "amostra portuguesa" compreende 115 estudantes universitários da Universidade do Algarve (UAlg) - Algarve - Faro (Portugal), apresentando um quantitativo de 92 indivíduos com IE e 23 sem IE. Assim como na "amostra brasileira", os indivíduos que são empreendedores (4,3%) foram agrupados aos indivíduos com IE.

Essa junção do empreendedorismo na IE deu-se em face da perspectiva de que a IE guia e orienta a ação do empreendedor à criação de uma determinada empresa/negócio. A intenção antecede, de fato, o comportamento do empreendedor. Quanto maior a IE, mais provável que este comportamento se concretize (AJZEN, 1991). Nesse sentido, um indivíduo empreendedor tem IE constante para continuar a exercer tal comportamento empreendedor.

Tabela 22 - Comparação de comportamentos (sustentável e inovador) na intenção empreendedora, de acordo com o país de origem

Dimensões	Amostra brasileira				Amostra portuguesa			
	IE +	IE -	Teste t	Wilcoxon	IE +	IE -	Teste t	Wilcoxon
	Média	Média			Média	Média		
Consumo engajado	2,6140	2,6491	0,751	0,893	3,0000	2,5217	0,009	0,005
Preocupação com o lixo	4,7953	4,886	0,074	0,149	4,6087	4,4348	0,243	0,352
Mobilização	3,2105	2,7982	0,007	0,013	3,337	3,0435	0,331	0,454
Ambiente doméstico	2,152	2,0175	0,224	0,292	2,087	1,8696	0,351	0,420
Boicote via consumo	2,924	2,8421	0,427	0,261	2,9783	2,913	0,719	0,915
Preferência ao dinamismo e à criatividade	3,8713	3,8246	0,653	0,736	3,9674	3,6522	0,053	0,039
Adequação à originalidade	3,8889	3,4912	0,000	0,000	3,7826	3,5217	0,176	0,138
Eficiência nos detalhes	3,7018	3,7281	0,838	0,647	3,6413	3,6522	0,958	0,947
Conformidade com regras	3,4854	3,1579	0,006	0,007	3,4783	3,0435	0,045	0,042

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

IE + indica com intenção empreendedora

IE - indica sem intenção empreendedora

Ao observar os resultados das duas amostras, identifica-se, primeiramente, as variáveis do comportamento sustentável (CS), valendo-se ressaltar que o consumo engajado predominou à amostra portuguesa com IE, diferindo do grupo sem IE, com médias (3,0000 *versus* 2,5217) – teste t de 0,009 e teste de wilcoxon de 0,005, o que é pertinente inferir que as diferenças de médias são consideradas (patamar mínimo sugerido de 5% – 0,05).

Percebe-se, portanto, que os estudantes universitários com IE na amostra portuguesa mostraram-se ter um consumo engajado mediano (às vezes) – que expressa o

nível de conscientização dos indivíduos frente às questões ambientais, bem como apresentam posturas no tocante a um caráter mais ativo na opção de produtos ecologicamente corretos. Em contrapartida, os estudantes universitários sem IE expressaram um consumo engajado em uma perspectiva de concordância menor (raramente praticam esse consumo).

Para amostra brasileira, esta variável não obteve significância estatística para a comparação das médias entre os indivíduos com e os sem IE. Deste modo, não será considerada para tal análise.

Na amostra brasileira percebe-se que a mobilização alcançou diferenças significativas entre as médias dos indivíduos com e sem IE. Comparando os indivíduos com IE *versus* sem IE, expressam-se as médias (3,2105 *versus* 2,7982), com teste t de 0,007 e o teste de wilcoxon 0,013. Esses dados reforçam que os estudantes universitários da amostra brasileira com IE revelam mais posturas proativas na busca da sensibilização de outras pessoas no tocante às questões ambientais. Essa análise para a amostra portuguesa não teve significância estatística na comparação das médias entre os grupos com e sem IE.

Ainda considerando a amostra brasileira para o comportamento inovador, retrata-se a variável adequação à originalidade, em que apresenta como médias (3,8889 *versus* 3,4912) – teste t de 0,000 e o teste de wilcoxon 0,000 para os grupos com IE. Os estudantes universitários com IE contiveram uma maior adequação à originalidade – em pensar em soluções que parecem sem saída, bem como têm perspectivas novas e originais sobre velhos problemas, quando comparado com os estudantes universitários sem IE. Para a amostra portuguesa não se encontra valor significativo à comparação das médias.

Por fim, a variável conformidade com regras manifesta-se recorrente tanto para a amostra brasileira quanto para a amostra portuguesa – respaldando-se nos estudantes universitários com IE. Considera-se, portanto, para essa variável na amostra brasileira, comparando as médias dos grupos com e sem IE (3,4854 *versus* 3,1579), teste t de 0,006 e teste de wilcoxon de 0,007. Na amostra portuguesa, para tal comparação, verificam-se médias (3,4783 *versus* 3,0435), teste t de 0,045 e teste de wilcoxon de 0,042. Em relação às duas amostras, notam-se que os estudantes universitários com IE sobressaíram por precisar do estímulo da mudança frequente, quando estes são comparados com os estudantes universitários sem IE.

De modo geral, ao considerar os estudantes universitários com IE, para a amostra brasileira, sobressaíram as variáveis que representam as dimensões mobilização e adequação à originalidade. Apesar dessas variáveis terem sido mais evidentes (com maiores médias) para os indivíduos com IE na amostra portuguesa, não foram encontradas significâncias para

comparar tais médias. No tocante à amostra portuguesa, obteve-se predominância no consumo engajado. Enquanto que na amostra brasileira, apesar da não significância estatística na comparação das médias, o grupo sem IE obteve maior média para essa variável.

Registra-se ainda que a variável conformidade com regras teve preponderância tanto para o grupo de estudantes universitários com IE na amostra brasileira, quanto para o grupo com IE na amostra portuguesa, evidenciando, por sua vez, a representatividade para esta variável na IE em ambas as amostras.

Algumas variáveis tiveram também diferenças de médias entre os países, mesmo que, na maior parte dos casos, não foram identificadas diferenças significativas. Desse modo, não se verificam diferenças significativas para tais relações entre o comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora entre universitários brasileiros e portugueses.

Em um panorama geral, existem, cada vez mais, fortes indícios para não rejeitar **H_{2b}**: Não há uma relação significativa para o comportamento sustentável na intenção empreendedora entre estudantes universitários brasileiros e portugueses; e **H_{3b}**: Não há uma relação significativa no que tange ao comportamento inovador na intenção empreendedora entre estudantes universitários brasileiros e portugueses.

6.5 Resultados do modelo da pesquisa

O modelo teórico proposto para este trabalho é verificado mediante a utilização da regressão logística (*Logistic Regression* – LR) para empregar as variáveis comportamentais e sociodemográficas (variáveis independentes), com o intuito de prever a intenção empreendedora (variável dependente). A LR possibilita encontrar uma função que estabelece a importância das variáveis comportamentais e sociodemográficas na intenção empreendedora dos estudantes universitários.

Levando em conta a amostra total da pesquisa, 400 estudantes universitários, 239 com IE, 137 sem IE e 24 empreendedores. Lembrando que para fins de análise e tratamento dos dados, enquadra-se os indivíduos empreendedores aos indivíduos com IE, com o propósito também de permitir que a IE (variável dependente) consista em uma variável binária (ou dicotômica), que assume os valores – 0 não tem IE ou 1 tem IE.

Esta análise sustenta a viabilidade do modelo, bem como fundamentam-se em aspectos significativos para avaliar as hipóteses desta pesquisa. Portanto, por meio da Tabela 23 mostram-se os resultados da regressão logística, tendo em vista que constituem as

variáveis mais significantes, isto é, com valor (p menor do que 0,05), visto que é considerado o valor mínimo sugerido pela literatura para indicar adequabilidade da variável no modelo.

Tabela 23 - Análise da regressão logística das variáveis do modelo

Variáveis	B	Sig.	Exp(B)
Consumo engajado	-,032	,828	,968
Preocupação com o lixo	-,236	,373	,790
Mobilização	,293	,006	1,341
Ambiente doméstico	,233	,102	1,262
Boicote via consumo	,062	,685	1,064
Preferência ao dinamismo e à criatividade	,050	,745	1,051
Adequação à originalidade	,552	,001	1,736
Eficiência nos detalhes	-,033	,785	,968
Conformidade com regras	,458	,001	1,581
Sexo(feminino)	-,546	,037	,579
Idade	-,032	,355	,969
Estado Civil(casado)	-,101	,844	,903
Estado Civil(separado)	-1,820	,151	,162
Ano que entrou na universidade	,005	,888	1,005
Semestre	-,116	,037	,891
Universidade (UAlg)	,712	,035	2,038
Experiência profissional (proprietário/sócio)	2,991	,007	19,897
Experiência profissional (setor privado)	,332	,303	1,394
Experiência profissional (setor público)	,278	,509	1,321
Experiência profissional (outra situação)	-,049	,917	,952
Experiência dos Pais (não, mas pelo menos um já foi)	-,868	,011	,420
Experiência dos Pais (não, nenhum nunca foi)	-1,164	,000	,312
Constante	-10,814	,870	,000

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Ao observar as variáveis da Tabela 23, apuram-se alguns resultados significativos que possibilitam prever se o indivíduo tem ou não intenção empreendedora (IE), baseando-se, sobretudo, no comportamento sustentável e inovador e nas variáveis sociodemográficas.

Para o comportamento sustentável (CS), evidencia-se a mobilização – variável que se refere à mobilização que o indivíduo proporciona a outras pessoas para conservação dos espaços públicos, bem como à importância do meio ambiente. Essa relação entre a mobilização e a IE apresenta valor p de 0,006. O valor do B para essa relação deu positivo (0,293), e isto indica que a mobilização tem uma influência positiva na IE.

Nesse contexto, nota-se que há influência do comportamento sustentável na intenção empreendedora, apoiando-se, portanto, na mobilização. Em relação às outras variáveis do comportamento sustentável, estas, por sua vez, não foram sustentadas por relações estatisticamente significativas no modelo adotado.

No entanto, diante da abordagem direcionada ao comportamento sustentável, vale-se confirmar a **H_{2a}**: Há uma relação positiva entre o comportamento sustentável dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora.

Para o comportamento inovador (CI), apontam-se como variáveis representativas: adequação à originalidade e conformidade com regras, podendo-se relacioná-las como preditoras para explicar a IE do estudante universitário.

Identifica-se que adequação à originalidade exibe valor p de 0,001 com B de 0,552 e Exp(B) de 1,736, e isto indica que a adequação à originalidade tem uma influência positiva na IE dos estudantes universitários de aproximadamente 74%; e conformidade com regras, que apresenta valor p de 0,001, B de 0,458 e Exp(B) de 1,581, fundamentando que conformidade com as regras (quanto mais recorrente esta variável, menos o indivíduo quer regras e normas e mais prefere o estímulo da mudança frequente) tem, por sua vez, influência positiva na IE de aproximadamente de 58%, ou seja, existe 58% de chance do indivíduo com comportamento inovador voltado para o estímulo da mudança frequente ter IE.

A partir dessas abordagens, evidencia-se que ser uma pessoa estimulante e original que compartilha ideias e a necessidade do estímulo da mudança frequente têm influência positiva para o indivíduo ter IE.

Dessa forma, enfatiza-se a confirmação da **H_{3a}**: Há uma relação positiva entre o comportamento inovador dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora. Logo, tendo em vista que o comportamento inovador pode ser considerado um preditor da IE dos estudantes universitários, ressalta-se que o comportamento inovador (adequação à originalidade e conformidade com regras) tem influência positiva na IE dos estudantes universitários.

Além dessas variáveis comportamentais, observam-se também as variáveis referentes ao perfil da amostra no modelo adotado. Assim, o semestre tem influência negativa na amostra investigada, ou seja, quanto menor o semestre, mais são evidenciados os indivíduos com IE (valor de p de 0,37) e B (-0,116). Quanto ao gênero, percebe-se influência negativa às mulheres e sua IE, e isto permite inferir que a o gênero masculino tem relação positiva com a IE, ou seja, os homens são mais propensos a terem IE.

A partir da "amostra brasileira" da Universidade Federal do Ceará (UFC) e "amostra portuguesa" da Universidade do Algarve (UAlg), revela-se que existe uma relação positiva para os estudantes universitários da UAlg, considerando a IE (valor de p de 0,035) e B (0,712). Vale destacar, ainda, que existem duas vezes a mais de chance de o universitário da

UAlg ter IE quando comparado com o da UFC, embora ambas as universidades tenham tido influência positiva na IE.

Para tal abordagem, é pertinente confirmar a hipótese H_{1b} : Há uma relação positiva entre o país de origem dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora; tomando-se como base, principalmente, os estudantes universitários de Portugal.

Observa-se ainda que não se pode inferir a existência da relação da experiência profissional com a IE, tendo em vista que os indivíduos com e sem experiência profissional mostraram-se predominância à IE, e isto rejeita H_{1c} : Há uma relação positiva entre a experiência profissional dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora.

Outrossim, percebe-se que a experiência dos pais: pelo menos um dos pais que foi empreendedor, mas não mais (valor de p de 0,011 com B de -868); e nenhum dos pais nunca foram empreendedores (valor de p de 0,000 com B de -1,164), esses valores negativos do B estão evidenciando que a IE dos estudantes universitários é menor quando os pais não são empreendedores.

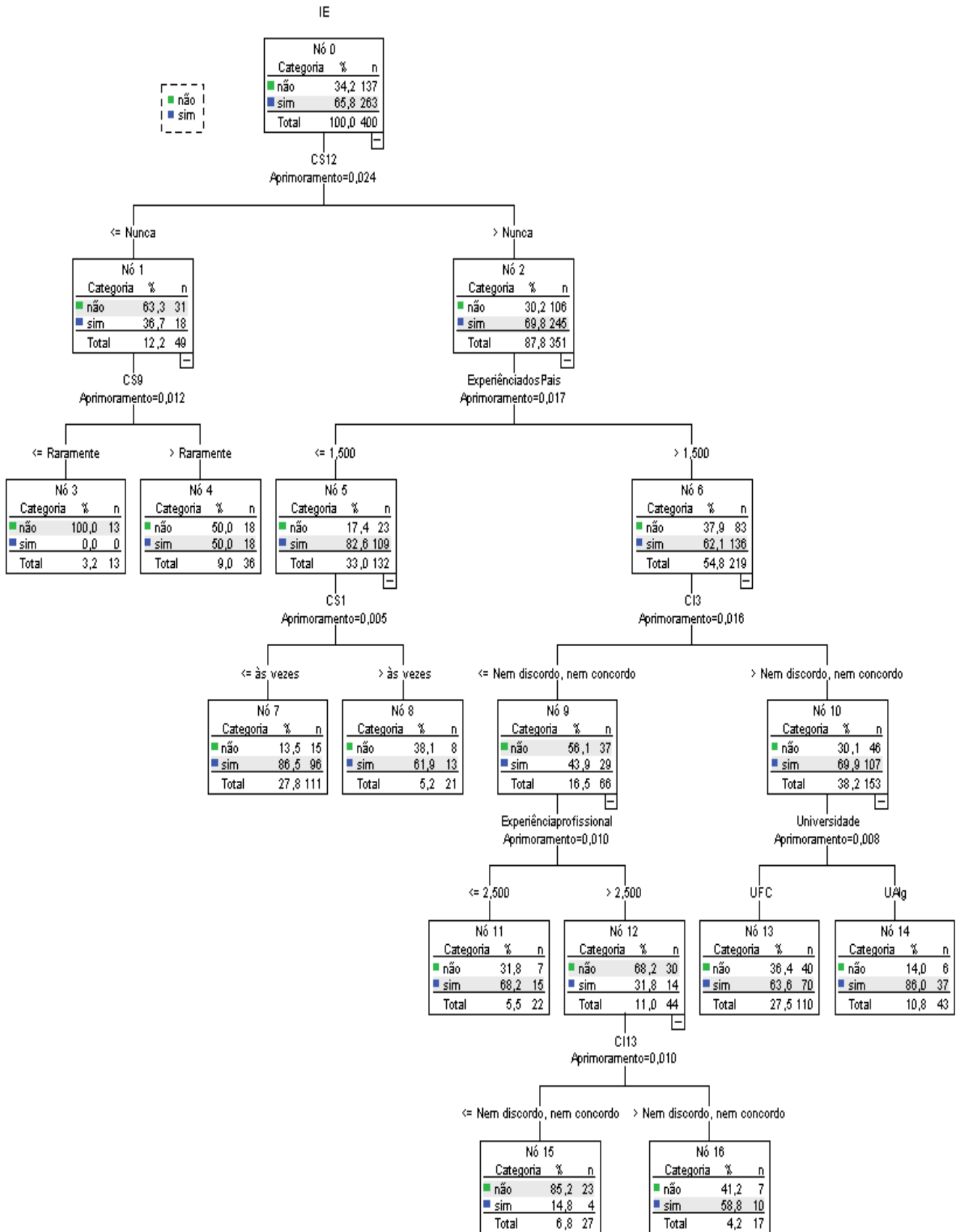
Nesse sentido, os familiares próximos empreendedores influenciam fortemente na IE dos universitários. Por isso, compreende-se que a IE tem relação positiva com os familiares próximos dos indivíduos, e isto comprova H_{1a} : Há uma relação positiva entre a intenção empreendedora dos estudantes universitários e a existência de negócios próprios dos pais.

Vale ressaltar que a análise desta regressão logística expressa R^2 de Nagelkerke de 0,324. Esse valor indica que o modelo adotado é aceitável para explicar a relação das variáveis independentes (comportamento sustentável e inovador e variáveis sociodemográficas) em função da variável dependente (intenção empreendedora). O valor da razão de verossimilhança (p de 0,000) assevera a viabilidade do modelo aplicado, sublinhando o alto poder de explicação das análises.

Em um panorama geral da LR, proporcionou-se a adoção de modelo que consiste na predição da intenção empreendedora a partir do perfil dos estudantes universitários e do seu comportamento sustentável e inovador, fundamentando, portanto, na aceitação ou rejeição das hipóteses desta pesquisa.

Com o intuito de aprofundar ainda mais o modelo desenvolvido, adota-se outro método: Árvore de Classificação e Regressão – *Classification and Regression Trees* (CART). Esse método permite boa capacidade de ajustamento, assim como simplifica as interpretações (REBOUÇAS, 2011). Além de relevar estruturas de interações, dar-se o grau de importância das variáveis independentes em função da variável dependente no modelo adotado nesta pesquisa.

Figura 24 - Árvores de classificação e regressão - CART



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

A partir do CART verificam-se os nós, que são subconjuntos resultantes da aplicação das regras de divisão dos dados em relação a variável dependente. A raiz da árvore de classificação se caracteriza por ser o primeiro nó da análise, correspondendo ao conjunto de dados completo, enquanto que as folhas são consideradas os nós terminais. Além do mais, cada nó descendente é gerado pela divisão de um nó, e o nó ascendente é o nó que originou o descendente (FERREIRA; SOARES; CRUZ, 2001).

Tal análise (árvores de classificação e regressão – CART) proporciona, também, um resumo em forma de tabela, incluindo como base os nós da árvore, os quais estão estabelecidos na comparação entre os grupos (com IE e sem IE). Além dos nós, mostram-se as variáveis independentes, os valores de melhoria representado por cada variável e os valores das divisões.

Tabela 24 - Árvores de classificação e regressão - CART

Nó	não		sim		Total		Categoria prevista	Nó pai	Variável independente principal		
	N	%	N	%	N	%			Variável	Melhoria	Valores divididos
0	137	34,3%	263	65,8%	400	100,0%	sim				
1	31	63,3%	18	36,7%	49	12,3%	não	0	CS12 - Mobilização	,024	<= Nunca
2	106	30,2%	245	69,8%	351	87,8%	sim	0	CS12 - Mobilização	,024	> Nunca
3	13	100,0%	0	0,0%	13	3,3%	não	1	CS9 - Boicote via consumo	,012	<= Raramente
4	18	50,0%	18	50,0%	36	9,0%	sim	1	CS9 - Boicote via consumo	,012	> Raramente
5	23	17,4%	109	82,6%	132	33,0%	sim	2	Experiência dos Pais	,017	<= 1,500
6	83	37,9%	136	62,1%	219	54,8%	sim	2	Experiência dos Pais	,017	> 1,500
7	15	13,5%	96	86,5%	111	27,7%	sim	5	CS1 Consumo engajado	,005	<= às vezes
8	8	38,1%	13	61,9%	21	5,3%	sim	5	CS1 Consumo engajado	,005	> às vezes
9	37	56,1%	29	43,9%	66	16,5%	não	6	CI3 - Adequação à originalidade	,016	<= Nem concordo
10	46	30,1%	107	69,9%	153	38,2%	sim	6	CI3 - Adequação à originalidade	,016	> Nem concordo
11	7	31,8%	15	68,2%	22	5,5%	sim	9	Experiência profissional	,010	<= 2,500
12	30	68,2%	14	31,8%	44	11,0%	não	9	Experiência profissional	,010	> 2,500
13	40	36,4%	70	63,6%	110	27,5%	sim	10	Universidade	,008	UFC
14	6	14,0%	37	86,0%	43	10,8%	sim	10	Universidade	,008	UAlg
15	23	85,2%	4	14,8%	27	6,8%	não	12	CI13 - Eficiência nos detalhes	,010	<= Nem concordo
16	7	41,2%	10	58,8%	17	4,3%	sim	12	CI13 - Eficiência nos detalhes	,010	> Nem concordo

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Com base nas árvores de classificação e regressão foram construídas subamostras, as quais indicam o grau de importância das variáveis independentes em função da intenção

empreendedora (IE). Dessa forma, na perspectiva das subamostras segmentadas em grupos, consideram-se alguns resultados relevantes para o modelo desta pesquisa.

Em uma primeira análise, considerando o grupo dos estudantes universitários sem IE, estes, por sua vez, não têm costume de mobilizar outras pessoas em relação à importância do meio ambiente – variável mobilização (importância normalizada 100%). No entanto, esse grupo manifestou características com baixa concordância para a variável que representa o boicote via consumo – que raramente ou nunca compram produtos mesmo sabendo que estes poluem o meio ambiente (importância normalizada 32,5%), e isto pode ser expressivo para constatar que o boicote via consumo não está diretamente relacionado à IE. O boicote via consumo independe de o indivíduo ter ou não IE, assim como não pode ser considerado um preditor da IE.

Tomando-se como base os estudantes universitários com IE, ressalta-se o grupo que apresenta forte influência da mobilização – falar da importância dos espaços públicos, bem como do meio ambiente; cujos pais já foram empreendedores ou que são empreendedores; e com um comportamento neutro para o consumo engajado (importância normalizada 32,5%), o que se refere que às vezes estes indivíduos pagam mais por produtos ambientalmente corretos. Vale-se asseverar a existência da influência do comportamento sustentável, principalmente, pela mobilização; bem como dos familiares próximos empreendedores na IE dos estudantes universitários.

Com essa influência dos familiares próximos empreendedores na IE dos estudantes universitários, confirma-se também a H_{1a} : Há uma relação positiva entre a intenção empreendedora dos estudantes universitários e a existência de negócios próprios dos pais. Isto é relevante para alinhar esse achado às pesquisas de De Wit (1993), Van Praag (1997), Reynolds et al. (2001), Noorderhaven et al. (2003), Van Der Zwan, Thurik e Grilo (2010), Teixeira e Davey (2010), Teixeira e Forte (2011) e Teixeira (2013)

Outrossim, são apreciados mais dois grupos referentes aos estudantes universitários com IE, destacando predominância para as variáveis: mobilização; adequação à originalidade (importância normalizada 67,8%) e amostra portuguesa – o outro grupo está evidenciado por todos esses nós, no entanto, no último nó tem-se a amostra brasileira – UFC UAlg (importância normalizada 60,8%).

Diante dessa perspectiva, percebe-se que a mobilização (comportamento sustentável) e adequação à originalidade (comportamento inovador) podem ser consideradas variáveis que influenciam na IE do estudante universitário. Nesse sentido, assevera-se a

hipótese **H_{2a}**: Há uma relação positiva entre o comportamento sustentável dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora.

É fundamental explicar que o empreendedorismo relacionado à proteção e conservação do meio ambiente, diante da consciência ambiental do indivíduo frente às questões ambientais, pode impactar o *triple bottom line* (esferas econômica, social e ambiental) (DEAN; MCMULLEN, 2007; PARRISH, 2008), o que explica a importância do comportamento sustentável na intenção empreendedora do indivíduo (KAISER, 1998; LIÑÁN; CHEN, 2009).

Logo, supõe-se que os estudantes universitários com comportamentos sustentáveis, diante de práticas, consciência e mobilização da importância das questões ambientais podem ser os mais propensos a implantar novos negócios – com foco na sustentabilidade e na proteção ambiental (KUCKERTZ; WAGNER, 2010).

Além dessa hipótese, os resultados obtidos pelo CART possibilitam corroborar a **H_{3a}**: Há uma relação positiva entre o comportamento inovador dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora.

Fundamentando-se a essa indagação, enfatiza-se que o comportamento inovador do indivíduo, voltado à criação de novas empresas/negócios, é relevante para acentuar soluções criativas e originais para o mercado. Desse modo, um indivíduo com o espírito inovador pode impactar na economia como um todo ao criar novas empresas, uma vez que proporciona empregos e renda à sociedade (KUCKERTZ; WAGNER, 2010; SCHUMPETER, 1934; TEIXEIRA; DAVEY, 2010).

Como essas análises foram recorrentes e tiveram influências em ambas as amostras (brasileira e portuguesa), considera-se, portanto, que não há uma relação significativa no que tange ao comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora entre estudantes universitários brasileiros e portugueses.

Vale ressaltar que cultura pode influenciar as preferências, padrões, comportamentos e intenções (HELLER, 1987) dos estudantes universitários. No entanto, Sobral et al. (2015) identificaram que não foram encontradas diferenças significativas entre a percepção ambiental de estudantes brasileiros e portugueses. Ademais, vale-se enfatizar que o comportamento inovador (FOXALL; HACKETT, 1992) obteve fortes relação à intenção empreendedora entre estudantes universitários brasileiros e portugueses, conforme destacou Hofstede (2011). Não foram encontradas diferenças significativas entre esses comportamentos diante da comparação de brasileiros e portugueses, tendo em vista que esses comportamentos foram recorrentes para ambas as amostras.

Sendo assim, confirmam-se também as hipóteses **H_{2b}**: Não há uma relação significativa para o comportamento sustentável na intenção empreendedora entre estudantes universitários brasileiros e portugueses e **H_{3b}**: Não há uma relação significativa no que tange ao comportamento inovador na intenção empreendedora entre estudantes universitários brasileiros e portugueses. Esses achados corroboram a Hofstede (2011) e Sobral et al. (2015).

É conveniente explicar que no estudo realizado pelos autores Kuckertz e Wagner (2010), não foram descobertas evidências significativamente relevantes que possibilitassem relacionar o comportamento inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários alemães, e isto não se mostrou para os estudantes universitários brasileiros e portugueses.

No tocante a outro grupo formado pelo método CART, tomando-se o grupo de indivíduos sem IE, é pertinente referir-se à adequação à originalidade, que foi pouco recorrente; experiência profissional (acentuando, principalmente, quem já está inserido no mercado de trabalho; e pouco recorrente também à conformidade com regras, considerando que podem não precisar do estímulo da mudança frequente (importância normalizada 42,7%).

Em contrapartida, enfatiza-se que quando o indivíduo tem experiência profissional e já está inserido no mercado de trabalho, este apresenta, por sua vez, um nível de IE menor do que os indivíduos que nunca trabalharam. Diante dessa abordagem, vale-se rejeitar **H_{1c}**: Há uma relação positiva entre a experiência profissional dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora, o que contrapõe Kuckertz e Wagner (2010).

Ao considerar os resultados obtidos pelo método CART, compreende-se que ocorre a influência dos pais que são empreendedores na IE do estudante universitário, detendo-se da variável familiares próximos empreendedores. Além do mais, identifica-se que existe uma relação positiva entre o país de origem dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora, e isto foi verificado pelo fato de ambos os países da amostra (Brasil e Portugal) apresentarem relação significativa na IE. Nota-se ainda que a experiência profissional não tem relação positiva com a IE, dado que os estudantes universitários que já estão no mercado de trabalho apresentaram menos IE, quando comparado com os estudantes universitários que não estão inseridos no mercado de trabalho.

Ao verificar que ambas as amostras (Brasil e Portugal) apresentaram relações significativas à IE do estudante universitário. Constata-se a aceitação da **H_{1b}**: Há uma relação positiva entre o país de origem dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora.

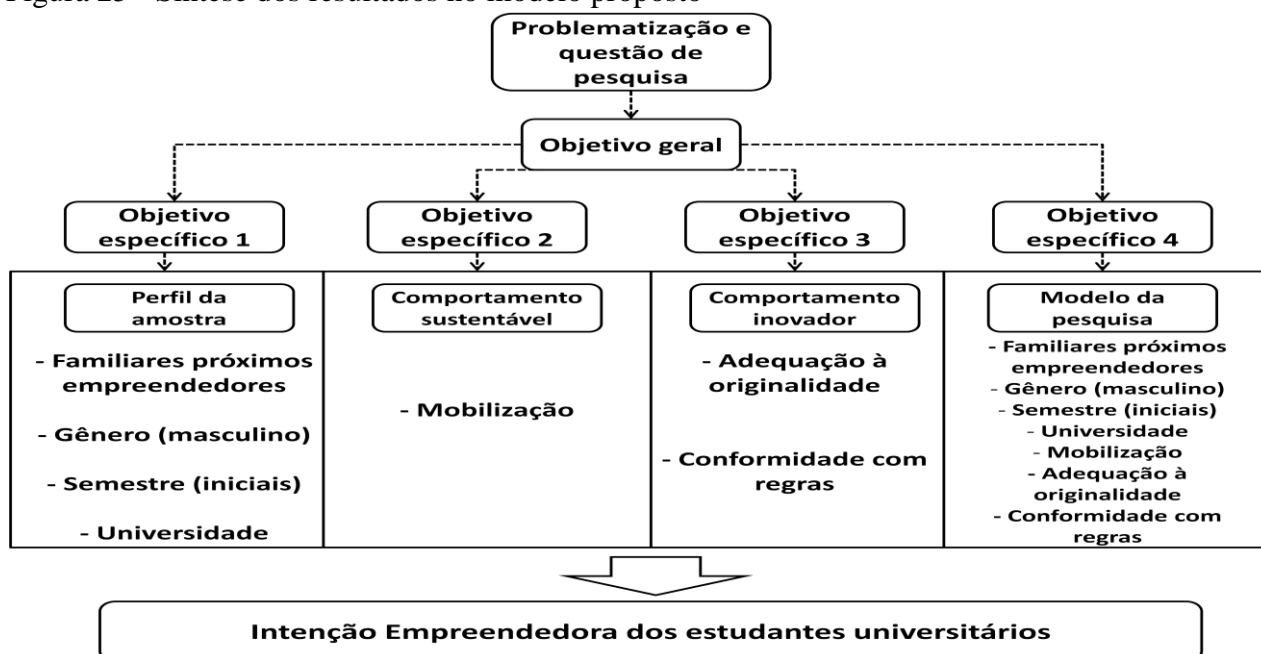
Em relação ao comportamento sustentável e inovador, verifica-se que existe relação expressiva para o comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora

dos estudantes universitários brasileiros e portugueses, valendo-se por ressaltar que não foram encontradas relações significativas no que diz respeito à comparação entre essas duas amostras, tendo em vista que ambas apresentaram relação significativa à intenção empreendedora.

Os resultados tanto da LR quanto do CART forneceram suporte suficiente para a confirmação das hipóteses deste estudo, com exceção da H_{1c} , e isto propõe um modelo que permita prever a intenção empreendedora a partir do perfil dos estudantes universitários e do seu comportamento sustentável e inovador. Este modelo pretende, portanto, suplantiar a lacuna da literatura empírica, alinhando aspectos da intenção e do comportamento (inovação-empendedorismo-sustentabilidade), sob a ótica dos estudantes universitários brasileiros e portugueses.

A Figura 25 sintetiza os principais resultados encontrados na perspectiva do modelo proposto para este estudo. Esta sumarização pretende, contudo, indicar os fatores fundamentais que culminam na predição da intenção empreendedora dos estudantes universitários.

Figura 25 - Síntese dos resultados no modelo proposto



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O eixo central deste estudo foi desenvolvido a partir da possibilidade de analisar a influência do comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários brasileiros e portugueses. Pretendendo-se responder a esse objetivo, bem como confirmar ou recusar as hipóteses adotadas na pesquisa, foram identificadas as relações entre o perfil dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora. Ademais, buscou-se investigar as relações do comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários brasileiros e portugueses.

Detendo-se dessa perspectiva, este estudo teve como base a comparação de aspectos comportamentais (sustentáveis e inovadores) na IE, em dois países diferentes, Brasil e Portugal, fundamentando-se nas cidades de Fortaleza e Faro, ambas consideradas preponderantes no turismo local. Dessa forma, as investigações sucederam na Universidade Federal do Ceará - UFC (Brasil) e na Universidade do Algarve - UAlg (Portugal), ambos com cursos relacionados à gestão, tendo em vista que têm instituições de ensino superior fundamentais para incentivar a formação de empreendedores ou pelo menos pessoas com IE.

No que se refere ao referencial teórico, pôde-se basear, sobretudo, em três capítulos que forneceram suporte teórico-empírico para esta pesquisa. Primeiramente, evidenciou-se o empreendedorismo, mostrando características comportamentais do perfil empreendedor, em seguida, foram adotados modelos teóricos dominantes que têm o propósito de explicaram a IE do indivíduo à luz da psicologia comportamental.

Em um segundo momento, destacaram-se alguns conceitos e abordagens referentes à inovação, além disso, enfatizou-se a Teoria da Adaptação-Inovação, a qual, por meio do *Kirton-Adaption-innovation* (KAI), foi essencial para o desenvolvimento desta pesquisa, exibindo relevância para considerar o comportamento inovador do estudante universitário – apoiado no estilo cognitivo (processamento de informações).

Em um terceiro momento, mostrou-se o empreendedorismo com foco sustentável, bem como as vantagens da sustentabilidade e da proteção ambiental. Logo após, caracterizou-se o comportamento sustentável do indivíduo, diante de sua consciência ambiental. Todos esses embasamentos teóricos foram fundamentais, pois permitiram o alinhamento entre fenômenos como o empreendedorismo, a inovação e a sustentabilidade, com o desenvolvimento de um modelo hipotético que norteou esta pesquisa, baseado, principalmente, em Foxall e Hackett (1992), Thompson (2009), Gonçalves-Dias et al. (2009) e Kuckertz e Wagner (2010).

Para o alcance dos resultados empregou-se a estatística descritiva e inferencial com a intenção de caracterizar as amostras (considerando o perfil socioeconômico, comportamento sustentável e comportamento inovador). Ademais, adotou-se a Análise Fatorial Exploratória (EFA) para a validação dos construtos, assim como para a identificação das variáveis substitutas (mais significativas dentro de cada fator). Em seguida, usou-se a Regressão Logística (LR) (com as variáveis substitutas) e as Árvores de Classificação e Regressão (CART) – em que ambas as análises permitiram atingir os objetivos da pesquisa, avaliando, também, as hipóteses da pesquisa, sendo estas confirmadas ou rejeitadas.

Diante da organização das considerações finais, vale-se segmentar em dois momentos, primeiramente, mostra-se uma síntese dos resultados que foram obtidos na pesquisa; e em um segundo momento, ressaltam-se as limitações do estudo, com sugestões para pesquisas futuras acerca do alinhamento dos fenômenos abordados, inovação-empendedorismo-sustentabilidade.

7.1 Discussão sobre os resultados e implicações sociais, empresariais e acadêmicas

Este estudo teve como principal diretriz analisar a influência do comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários brasileiros e portugueses. Com os objetivos específicos e as hipóteses, pôde-se confirmar que a metodologia mostrou-se pertinente para atender aos objetivos desta pesquisa.

Desse modo, os resultados foram segmentados em: caracterização das amostras ("amostra brasileira" e "amostra portuguesa"); estatística bivariada, que em um panorama geral buscou-se investigar a relação do comportamento sustentável (CS) e do comportamento inovador (CI) com a intenção empreendedora (IE). Outrossim, sob a ótica da análise multivariada dos dados, empregou-se a EFA – utilizando a variável substituta e, logo após, foram adotadas a LR e o CART.

Para a caracterização das amostras, foram identificados 285 estudantes universitários na "amostra brasileira" – UFC, em que ocorreu predominância dos estudantes universitários com IE, em um total de 53,3%. As mulheres apresentaram, de modo geral, um quantitativo menor do que os homens, considerando os indivíduos com IE. A maioria dos indivíduos trabalham em setor privado, e estes foram os que se mostraram ter mais IE. Verifica-se, ainda, a influência dos familiares próximos empreendedores na IE dos estudantes universitários.

Quanto à "amostra portuguesa", constatou-se um quantitativo de 115 indivíduos da UAAlg, dado que 75,7% com IE. A quantidade de mulheres e homens com IE mostrou-se similar, os homens apresentaram ter um pouco mais de IE do que as mulheres. Relevou-se, inclusive, preponderância para o estado civil solteiro(a); além do mais, constatou-se que os indivíduos com experiência profissional destacaram ter um pouco mais de IE do que os indivíduos sem experiência profissional. Foi verificado um alto índice de IE na amostra portuguesa, embora não tenha sido encontrado evidências que sustentassem a influência dos familiares próximos empreendedores na IE.

Em se tratando da "amostra total", percebeu-se que há a influência dos familiares próximos empreendedores na IE do estudante universitário. Ao comparar a IE diante da perspectiva do país de origem, embora os dois países (Brasil e Portugal) obtiveram predominância de indivíduos com IE, Portugal teve um quantitativo maior de estudantes universitários com IE. Outrossim, os resultados permitiram ressaltar que não foram encontradas relações significativas à experiência profissional na IE, o que contrapõe a perspectiva de que a experiência profissional influencia na IE, conforme verificaram Kuckertz e Wagner (2010).

Em um panorama geral, em que se tomou como base a análise bivariada do construto – comportamento sustentável (CS) para os estudantes universitários com IE, ocorreu prevalência das dimensões mobilização e do consumo engajado: C12: "Mobilizo as pessoas para a conservação dos espaços públicos" com médias (3,2548 *versus* 2,8394) – teste t de 0,002 e teste de wilcoxon de 0,004; e a CS3: "Já convenci outras pessoas a não comprarem produtos que prejudicam o meio ambiente" com médias (2,7186 *versus* 2,4161) – teste t de 0,006 e teste de wilcoxon de 0,011, isto comparando o grupo com IE *versus* o sem IE.

Ao realizar um comparativo entre "amostra brasileira" (AB) e "amostra portuguesa" (AP), constatou-se que os estudantes universitários com IE da AP demonstraram maior média no consumo engajado do que os universitários da AB. Em contrapartida, AB com IE mostrou-se maiores médias nas dimensões mobilização, preocupação com o lixo e consciência ambiental do que AP com IE. Desse modo, não foram encontrados indícios iniciais que permitiram identificar diferenças significativas do CS, de acordo com o país de origem.

A dimensão consumo engajado, em que se destacou, essencialmente, a variável CS2: "Procuro comprar produtos feitos de material reciclado" manifestou-se significância nas diferenças de médias no comportamento sustentável, alinhado tanto à IE, quanto ao país

de origem, enfatizando maior média, especialmente, para Portugal.

Ao considerar, ainda, a estatística bivariada dos construtos, verificou-se que o comportamento inovador (CI) apresentou as maiores médias para os estudantes universitários com IE nas dimensões – adequação à originalidade, preferência ao dinamismo e à criatividade e eficiência nos detalhes. Pelo comparativo da IE entre países, registrou-se predominância na AP com relação a AB para adequação à originalidade e preferência ao dinamismo e à criatividade; embora tenham apontados apenas médias um pouco maior do que a AB.

Em uma perspectiva alusiva à comparação de comportamentos (sustentável e inovador) na IE, de acordo com o país de origem, evidenciou-se que na AB para os estudantes universitários com IE *versus* sem IE, mostrou-se predominância nas medias para as dimensões – mobilização (3,2105 *versus* 2,798); adequação à originalidade (3,8889 *versus* 3,4912) e conformidade com regras (3,4854 *versus* 3,1579). Em contrapartida, na AB verificou-se recorrência para os estudantes universitários com IE, na dimensão consumo engajado, com médias (3,0000 *versus* 2,5217). Todas essas análises apresentaram teste t e teste de wilcoxon significantes.

Entretanto, ao considerar esses resultados obtidos por meio da estatística bivariada, a partir das médias, desvios-padrão, teste t e teste de wilcoxon, não se pôde fazer inferências diretas a respeito da influência do comportamento sustentável e inovador na IE dos estudantes universitários. Para atender aos objetivos da pesquisa, adotou-se, portanto, o método da EFA com o intuito de analisar as variáveis mais significativas dentro de cada fator. Em seguida, utilizou-se a LR e o CART – que permitiram gerar um modelo de pesquisa com os fenômenos ora abordados.

Com o uso da EFA foram identificadas as variáveis mais representativas e significantes do comportamento sustentável (CS) e inovador (CI), as quais permitiram identificar nove dimensões comportamentais: (CS) – consumo engajado, preocupação com o lixo, mobilização, ambiente doméstico e boicote via consumo; e (CI) – preferência ao dinamismo e à criatividade, adequação à originalidade, eficiência nos detalhes e conformidade com regras.

A partir dessas variáveis representativas (variáveis substitutas) que caracterizam as referidas dimensões, a fim pautar um modelo de pesquisa, fez-se o uso da LR e do CART, que permitiram, de modo geral, atender diretamente aos objetivos propostos, bem como comprovar ou não as hipóteses desta pesquisa.

O objetivo específico 1 – "identificar as relações entre o perfil dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora" proporcionou o surgimento de 3 hipóteses: **H_{1a}**:

Há uma relação positiva entre a intenção empreendedora dos estudantes universitários e a existência de negócios próprios dos pais; **H_{1b}**: Há uma relação positiva entre o país de origem dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora e **H_{1c}**: Há uma relação positiva entre a experiência profissional dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora.

Percebeu-se assim forte influência da Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen (1991), ressaltando, sobretudo, a influência dos fatores externos, como pressão social e familiares – pertinentes para estimular e incentivar o empreendedorismo. Diante disso, verificou-se predomínio dos familiares próximos empreendedores na IE dos estudantes universitários, e isto corrobora aos achados de De Wit (1993), Van Praag (1997), Noorderhaven et al. (2003) e Rocha (2012).

Retratou-se que a IE independe, muitas vezes, da experiência profissional do indivíduo, tendo em vista que de acordo com os achados desta pesquisa, verificou-se que a IE foi recorrente tanto para estudantes universitários da AB como da AP. Embora a IE tenha sido recorrente para ambas as amostras, pôde-se ressaltar ainda que os estudantes universitários da AP mostraram-se ter uma maior IE do que os da AB. Esses resultados podem estar alinhados ao alto índice de desemprego e a sazonalidade climática de Portugal, que proporcionam a incerteza em relação ao futuro dos estudantes universitários, e então o empreendedorismo é considerado uma maneira de suprir essas incertezas em relação ao futuro profissional (CARVALHO; GONZÁLEZ, 2006; TEIXEIRA; FORTE, 2011).

Ao destacar a experiência profissional na IE dos estudantes universitários, esta variável, por sua vez, não registrou influência na IE do estudante universitário, e isto foi registrado na perspectiva de que os estudantes universitários sem experiência profissional revelaram, também, preponderância em ter IE.

Face a essas abordagens, conclui-se, portanto, que foram confirmadas as hipóteses: **H_{1a}** e **H_{1c}**. A hipótese **H_{1b}** não obteve indícios suficientes para a sua aceitação, logo, esta hipótese foi rejeitada.

Para o objetivo específico 2 – "analisar o comportamento sustentável na intenção empreendedora dos estudantes universitários", foram dispostas duas hipóteses: **H_{2a}**: Há uma relação positiva entre o comportamento sustentável dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora; e **H_{2b}**: Não há uma relação significativa para o comportamento sustentável na intenção empreendedora entre estudantes universitários brasileiros e portugueses.

Nesse sentido, verificou-se, de acordo com a LR e o CART, o desenvolvimento de um modelo de pesquisa que permitiu evidenciar a influência do comportamento sustentável na

IE, salientando a dimensão mobilização – que se refere à postura proativa do indivíduo na busca em sensibilizar outras pessoas no tocante às questões ambientais. Além da significância na LR para prever o comportamento sustentável na IE; no CART também foi constituído um alto grau importância normalizada (100%) para explicar a mobilização em função da IE. Ademais, a dimensão consumo engajado (importância normalizada 32,5%) foi recorrente e inferiu um razoável grau de importância para explicar a IE, destacando, principalmente, os indivíduos que já pagaram por produtos ambientalmente corretos. Portanto, o impacto das dimensões consumo engajado e, especialmente, da mobilização no comportamento sustentável, possibilitaram a confirmação da **H_{2a}**.

Pôde-se notar que o empreendedorismo quando alinhado à proteção e conservação do meio ambiente, tomando-se como base a consciência ambiental, impacta no *triple bottom line* (esferas econômica, social e ambiental) (DEAN; MCMULLEN, 2007; PARRISH, 2008), o que é relevante para verificar que o comportamento sustentável é essencial na IE dos indivíduos (KAISER, 1998; LIÑÁN; CHEN, 2009).

Como esta análise deu-se predominante tanto para os estudantes universitários da UFC – "amostra brasileira" como para os estudantes universitários da UAlg – "amostra portuguesa", nos dois métodos utilizados para o desenvolvimento do modelo (LR e CART), foi possível, então, enfatizar que não foram encontradas relações significativas para o comportamento sustentável na IE entre estudantes universitários brasileiros e portugueses, o que confere a concordância da **H_{2b}**.

Em relação ao objetivo específico 3 – "investigar o comportamento inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários", puderam ser proporcionadas duas hipóteses à pesquisa: **H_{3a}**: Há uma relação positiva entre o comportamento inovador dos estudantes universitários e sua intenção empreendedora e **H_{3b}**: Não há uma relação significativa no que tange ao comportamento inovador na intenção empreendedora entre estudantes universitários brasileiros e portugueses.

Com isso, detectou-se que as dimensões adequação à originalidade e conformidade com regras foram substanciais para prever o comportamento inovador influencia na IE dos estudantes universitários. Nesse contexto, pôde-se verificar que os indivíduos com comportamentos mais voltados à originalidade, compartilhando ideias, sendo estimulante para outras pessoas e gostando de variar rotinas já estabelecidas; e os que se consideram por precisar do estímulo da mudança frequente, estes são, por sua vez, os que manifestaram ter maior IE. Verificou-se, ainda, na formação dos subgrupos do CART, que adequação à originalidade tem importância normalizada (67,8%) para explicar a IE.

Em uma perspectiva central, esta indagação é alusiva à perspectiva de que um indivíduo empreendedor é alguém inovador, capaz de propor soluções criativas inovadoras e originais ao mercado, e isto corrobora a Schumpeter (1984) e Kirton (1989). Portanto, frente aos achados desta pesquisa, de que a adequação à originalidade e conformidade com regras representam o comportamento inovador, essas dimensões foram consideradas preditoras da IE. Nesse caso, ratificou-se, portanto, a **H_{3a}**.

Os resultados expostos, adequados ao comportamento inovador, foram predominantes tanto para os estudantes universitários tanto da UFC como os da UAlg, e isto apontou para a confirmação da **H_{3b}**. Em um contexto geral do comportamento inovador na IE, foram consideradas as dimensões adequação à originalidade e conformidade com regras.

Ao que tudo indica, os resultados dos três objetivos expostos proporcionaram o objetivo 4 – "desenvolver um modelo que permita prever a intenção empreendedora a partir do perfil dos estudantes universitários e do seu comportamento sustentável e inovador", tendo em vista que foram concentradas as seguintes variáveis/dimensões, consideradas como substanciais e estatisticamente significantes no modelo – com o propósito de prever a IE em função do comportamento sustentável e inovador, assim como do perfil sociodemográfico: mobilização; adequação à originalidade; conformidade com regras; familiares próximos empreendedores; universidade; gênero (homens) e os primeiros semestres da universidade.

As contribuições desta pesquisa, em uma vertente social, são fundamentais para compreender a importância da sustentabilidade no empreendedorismo, pois assim têm-se empresas mais justas e igualitárias que podem impactar diretamente no *triple bottom line* (esferas econômica, social e ambiental). Ademais, esta pesquisa torna-se relevante por proporcionar políticas públicas para as IES, de modo a incentivar e estimular a importância das práticas do comportamento sustentável, por meio da consciência ambiental do estudante universitário na criação de novos negócios, impactando, desta forma, o empreendedorismo como um todo.

As contribuições desta pesquisa para a área acadêmica é pertinente por suplantarem a literatura empírica que alinha fenômenos como o empreendedorismo, a inovação e a sustentabilidade, de modo a desenvolver um modelo que tem o intuito de prever a intenção empreendedora a partir do comportamento sustentável e inovador.

Além disso, esta pesquisa, por estar relacionada essencialmente à área da administração, que investigou os estudantes universitários dos cursos de administração da UFC e da UAlg, fornece bases para estimular a inclusão de temas relacionados à vertente ambiental, bem como disciplinas, projetos, extensões e pesquisas nos cursos de administração

(que apresenta um alto índice de pessoas com IE) – a fim de incentivar além da vertente ambiental, o empreendedorismo e a inovação nos cursos de administração.

Em uma perspectiva empresarial, esta pesquisa é elementar para que os empresários possam tomar conhecimento dos principais aspectos do comportamento sustentável e inovador que influenciam na IE, e se utilizem dessas posturas e práticas para formular políticas públicas para alinhar o empreendedorismo à sustentabilidade.

Ademais, esses empresários podem se utilizar desses resultados para gerenciar organizações/empresas, sobrelevando a vertente ambiental, bem como a significância do seu impacto à economia e à sociedade, estimulando assim, os funcionários e os gestores organizacionais à consciência e às práticas ambientais, o que confere em empresas, pessoas e sociedades mais justas e sustentáveis.

Sob o ponto de vista do impacto desta pesquisa no curto prazo, perpetua-se, fundamentalmente, no incentivo de políticas e práticas às IES, com o propósito de impulsionar as questões ambientais para os estudantes universitários, que, em sua maioria, mostra-se com IE (âmbito acadêmico). Pelo fato da IE ser essencial para o empreendedorismo, em uma ótica de longo prazo, esta pesquisa fornece suporte suficiente para impactar no empreendedorismo como um todo, podendo-se deter do seu efeito no contexto empresarial, social, econômico e ambiental (âmbito empresarial e social).

Embora a literatura sobre intenção empreendedora seja ampla, tanto nos bancos de dados nacionais como internacionais, não foram encontrados estudos que possibilitassem o alinhamento da inovação e da sustentabilidade na intenção empreendedora dos estudantes universitários, detendo-se ainda do adicional de uma perspectiva *cross-cultural*, o que é fundamental para sobrelevar um caráter inovador para esta pesquisa.

7.2 Limitações do estudo e recomendações para pesquisas futuras

Este estudo apresentou, contudo, algumas limitações que não foram suplantadas. Discutem-se, a seguir, estas limitações, bem como recomendações para estudos futuros que, conseqüentemente, poderão solucioná-las.

Por se tratar de uma pesquisa de campo, envolvendo dois países distintos, a obtenção de uma amostra com maior número de casos foi dificultada. No entanto, a investigação das duas amostras da pesquisa: "amostra brasileira" e "amostra portuguesa" foi realizada em duas universidades – UFC e UAlg. Espera-se, entretanto, uma ampliação da amostra em outras universidades de diferentes estados/províncias de Brasil e Portugal para

retratar uma realidade mais confiável. É pertinente ainda ampliar a perspectiva *cross-cultural*, atingindo essa investigação em outros países.

Em relação ao curso dos estudantes universitários, apurou-se os cursos relacionados à gestão, especialmente o de administração. Logo, pretendendo-se ampliar o conhecimento empírico acerca do alinhamento entre os fenômenos do empreendedorismo, da inovação e da sustentabilidade, recomenda-se aplicar o modelo desenvolvido com estudantes universitários de outros cursos que estão relacionados ao empreendedorismo, como os da área da engenharia, da contabilidade e da economia. Vale-se ressaltar que quanto maior a amostra, consequentemente, maior a confiabilidade e precisão dos dados.

Os resultados ora encontrados nesta pesquisa não podem ser tão representativos para generalizar, como um todo, a influência do comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora dos estudantes universitários brasileiros e portugueses, devido a ocorrência da amostragem ter sido não probabilística, por conveniência.

Espera-se, com base no modelo proposto para esta pesquisa, que outros pesquisadores possam dar continuidade a este modelo, utilizando-se de outras técnicas de análise multivariada que permitam ampliar, cada vez mais, o conhecimento sobre os fenômenos estudados – inovação, empreendedorismo e sustentabilidade.

Em futuras pesquisas, esses fenômenos poderiam ser examinados em uma perspectiva longitudinal (que analisa elementos amostrais em diferentes períodos de tempo), com diferentes cursos, em outras universidades, fazendo um comparativo entre outros países e com a utilização de diferentes técnicas de análise multivariada dos dados. O principal foco para panoramas futuros é compreender, ainda mais, a inovação e a sustentabilidade no contexto do empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

- AHMED, I. et al. Determinants of students' entrepreneurial career intentions: Evidence from business graduates. **European Journal of Social Sciences**, v. 15, n. 2, p. 14-22, 2010.
- AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational behavior and human decision processes**, v. 50, n. 2, p. 179-211, 1991.
- AJZEN, I. **From intentions to actions: A theory of planned behavior**. Springer Berlin Heidelberg, 1985.
- AJZEN, I.; FISHBEIN, M. Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. **Psychological bulletin**, v. 84, n. 5, p. 888, 1977.
- AJZEN, I.; FISHBEIN, M. Understanding attitudes and predicting social behaviour. 1980.
- AKTOUF, O. Pós-globalização, administração e racionalidade econômica: a síndrome do avestruz. São Paulo: Atlas, 2004.
- ALFREDO, L. H. P. Empreendedorismo: origem e desafios para o Brasil do século XXI. **Portal Administradores**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/empreendedorismo-origem-edesafios-para-o-brasil-do-seculo-xxi/33075/>>. Acesso em: 15 março 2016.
- ALI, A.; TOPPING, K. J.; TARIQ, R. H. Entrepreneurial Attributes among Postgraduate Students of a Pakistani University. **Online Submission**, v. 7, n. 5, p. 66-77, 2010.
- AMWAY EUROPE, Technische Universität München, GfK Nuremberg (2014). **Global Entrepreneurship Report 2013** – Encouraging Entrepreneurs – Eliminating the Fear of Failure. 2014.
- ARABSHEIBANI, G. et al. And a vision appeared unto them of a great profit: evidence of self-deception among the self-employed. **Economics Letters**, v. 67, n. 1, p. 35-41, 2000.
- AUDRETSCH, D. B.; FELDMAN, M. P. Knowledge spillovers and the geography of innovation. **Handbook of regional and urban economics**, v. 4, p. 2713-2739, 2004.
- AUTIO, E. et al. **Entrepreneurial intent among students: testing an intent model in Asia**, In Frontiers of Entrepreneurship Research, Proceedings of the 17th Annual Babson College Entrepreneurship Research Conference. Scandinavia and USA. 1997.
- BAE, T. J. et al. The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 38, n. 2, p. 217-254, 2014.
- BAGOZZI, R. P.; FOXALL, G. R. Construct validity and generalizability of the Kirton adaption–innovation inventory. **European journal of personality**, v. 9, n. 3, p. 185-206, 1995.
- BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial**. São Paulo: Saraiva, 2007. 382 p.

BARBIERI, J. c.; DA SILVA, D. Desenvolvimento sustentável e educação ambiental: uma trajetória comum com muitos desafios. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 12, n. 3, p. 51, 2011.

BASGALUPP, M. P. **LEGAL-Tree**: Um algoritmo genético multi-objetivo lexicográfico para indução de árvores de decisão. Tese de Doutorado. ICMC-USP, São Carlos, 2010.

BEDANTE, G.N; SLONGO; L.A, O. Comportamento de Consumo Sustentável e suas Relações com a Consciência Ambiental e a Intenção de Compra de Produtos Ecologicamente Embalados In: ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD, 1., 2004, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre, p. 1-16, 2004.

BERRY, J. W. **Cross-cultural psychology: Research and applications**. Cambridge University Press, 2002.

BINOTTO, E.; BÜLLAU, H.; ROESE, A. Empreendedorismo e a cultura empreendedora: Um estudo de caso no Rio Grande do Sul. **Anais...** XXVIII Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Curitiba, Brasil, 25 a 29 de setembro, 2004.

BIRD, B. Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. **Academy of management Review**, v. 13, n. 3, p. 442-453, 1988.

BLOCK, J. H.; WAGNER, M. Necessity and opportunity entrepreneurs in Germany: Characteristics and earnings differentials. **Schmalenbach Business Review**, v. 62, p. 154-174, 2010.

BONNES, M.; BONAIUTO, M. Environmental psychology: From spatial-physical environment to sustainable development. **Handbook of environmental psychology**, p. 28-54, 2002.

BOSZCZOWSKI, A. K.; TEIXEIRA, R. M. O Empreendedorismo Sustentável e o Processo Empreendedor: Em Busca de Oportunidades de Novos Negócios como Solução para Problemas Sociais e Ambientais DOI=10.5752/P. 1984-6606.2012 v12n29p109. **Revista Economia & Gestão**, v. 12, n. 29, p. 141-168, 2012.

BRATT, C. The impact of norms and assumed consequences on recycling behavior. **Environment and behavior**, v. 31, n. 5, p. 630-656, 1999.

BRUNDTLAND, G. et al. Our Common Future (\'**Brundtland report**\'). 1987.

CARLAND, J. C.; CARLAND, J. W.; STEWART, W. H. J. The indefatigable entrepreneur: A study of the dispositions of multiple venture founders. **Journal of Business and Entrepreneurship**, v. 12, n. 1, p. 1, 2000.

CARLAND, J. W. et al. Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization. **Academy of management review**, v. 9, n. 2, p. 354-359, 1984.

CARLAND, J. W.; CARLAND, J. A.; HOY, F. An entrepreneurship index: An empirical validation. In: **Babson Entrepreneurship Conference, Fontainebleau, France**. 1992.

CARLAND, James W. et al. Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization. **Academy of management review**, v. 9, n. 2, p. 354-359, 1984.

CARVALHO, P. M. R.; GONZÁLEZ, L. Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. **Comportamento Organizacional e Gestão**, v. 12, n. 1, p. 43-65, 2006.

CASADO, F. L.; ZAMPIERI, N. L. V.; SILUK, J. C. M. Programa de promoção da universidade empreendedora para o desenvolvimento regional sustentável. In: **Congresso Internacional Responsabilidade e Reciprocidade**. 2012. p. 261-269.

CASTILLO, P.; VENEGAS, C.; LEIVA, Y.; BENNETT, S.; ORTIZ, E. e NETO, B. Una Innovación pedagógica para la formación de universitarios emprendedores, **Rev. FAE**, Curitiba, v. 11, n. 2 p. 113-126, 2008.

CMMAD, Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente; Desenvolvimento. Nosso futuro comum. **Fundação Getúlio Vargas**. Rio, 1988.

COHEN, B; WINN, M. I. Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 22, n. 1, p. 29-49, 2007.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

COM - Comissão Europeia - Communication from the commission to the European parliament, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions. **Entrepreneurship 2020**, Action Plan, 2013.

CORRAL-VERDUGO, V.; PINHEIRO, J. Q. Condições para o estudo do comportamento pró-ambiental. **Estudos de Psicologia**, v. 4, n. 1, p. 7-22, 1999.
Development. Newbury Park: Sage, 1987.

CORRAL-VERDUGO, V.; PINHEIRO, J. Q. Aproximaciones al estudio de la conducta sustentable. **Medio ambiente y comportamiento humano**, v. 5, n. 1, p. 1-26, 2004.

CORRAL-VERDUGO, V.; SING, B. F.; PINHEIRO, J. Q. Sustainable behavior and time perspective: Present, past, and future orientations and their relationship with water conservation behavior. **Revista interamericana de psicología - Interamerican journal of psychology**, v. 40, n. 2, p. 139-147, 2006.

CORRAL-VERDUGO, V. The positive psychology of sustainability. **Environment, Development and Sustainability**, v. 14, n. 5, p. 651-666, 2012.

CHOI, J. N. Individual and contextual predictors of creative performance: The mediating role of psychological processes. **Creativity Research Journal**, v. 16, n. 2-3, p. 187-199, 2004.

CHUDRY, F.; FOXALL, G.; PALLISTER, J. Exploring attitudes and predicting intentions: Profiling student debtors using an extended theory of planned behavior. **Journal of applied social psychology**, v. 41, n. 1, p. 119-149, 2011.

CHURCHILL, G. A. J.; PETER, J. P. Research design effects on the reliability of rating scales: A meta-analysis. **Journal of marketing research**, p. 360-375, 1984.

COHEN, B.; SMITH, B.; MITCHELL, R. Toward a sustainable conceptualization of dependent variables in entrepreneurship research. **Business Strategy and the Environment**, v. 17, n. 2, p. 107-119, 2008.

CORRAL-VERDUGO, V. **Psicología de la sustentabilidad**. Un análisis de lo que nos hace pro ecológicos y pro sociales. México. Editorial Trillas, 2010.

COWLING, M. Are entrepreneurs different across countries?. **Applied Economics Letters**, v. 7, n. 12, p. 785-789, 2000.

CROTTY, M. **The foundations of social research: Meaning and perspective in the research process**. Sage, 1998.

DAFT, R. L.; WEICK, K. E. Toward a model of organizations as interpretation systems. **Academy of management review**, v. 9, n. 2, p. 284-295, 1984.

DALGAARD, P. **Introductory Statistics with R**. 2 ed. Nova Iorque: Springer, 2008.

DAMANPOUR, F.; EVAN, W. M. Organizational innovation and performance: the problem of "organizational lag". **Administrative science quarterly**, p. 392-409, 1984.

DAMANPOUR, Fariborz. Organizational size and innovation. **Organization studies**, v. 13, n. 3, p. 375-402, 1992.

DAVIDSSON, P. Determinants of entrepreneurial intentions. 1995.

DAVIDSSON, P. P. D. Reynolds: Entrepreneurship research innovator, coordinator, and disseminator. **Small Business Economics**, v. 24, n. 4, p. 351-358, 2005.

DE HOLANDA, S. B. **Raízes do Brasil**: edição comemorativa 70 anos. Companhia das letras, 2006.

DE WIT, G. **An m-sector, n-group behavioral model of self-employment**. Physica-Verlag HD, 1993.

DEAN, T. J.; MCMULLEN, J. S. Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. **Journal of Business Venturing**, v. 22, n. 1, p. 50-76, 2007.

DEGEN, R. J. Empreendedorismo: uma filosofia para o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza. **Revista de Ciências da Administração**, v. 10, n. 21, p. 11, 2008.

DELMAR, F.; DAVIDSSON, P. Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs. **Entrepreneurship & regional development**, v. 12, n. 1, p. 1-23, 2000.

DIMAGGIO, P. J. Interest and agency in institutional theory. **Institutional patterns and**

organizations: Culture and environment, v. 1, p. 3-22, 1988.

DOLABELA, F. et al. **Oficina do empreendedor.** 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo.** Elsevier Brasil, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Transformando ideias em negócios.** Rio de Janeiro: Editora Campus, 2005.

DRAZIN, R.; SCHOONHOVEN, C. B. Community, population, and organization effects on innovation: A multilevel perspective. **Academy of management journal**, v. 39, n. 5, p. 1065-1083, 1996.

DRUCKER, Peter. **Innovation and entrepreneurship.** Routledge, 2014.

DUARTE, C.; ESPERANÇA, J. P. Empreendedorismo e planeamento financeiro. **Edições Sílabo.** 1ª Edição, 2012.

DYLLICK, T.; HOCKERTS, K. Beyond the business case for corporate sustainability. **Business strategy and the environment**, v. 11, n. 2, p. 130-141, 2002.

EDEN, S. E. Individual environmental responsibility and its role in public environmentalism. **Environment and Planning A**, v. 25, n. 12, p. 1743-1758, 1993.

EE, J.; SENG, T. O.; KWANG, N. Styles of creativity: Adaptors and innovators in a Singapore context. **Asia Pacific Education Review**, v. 8, n. 3, p. 364-373, 2007.

EISENBERGER, R.; RHOADES, L.; CAMERON, J. Does pay for performance increase or decrease perceived self-determination and intrinsic motivation?. **Journal of personality and social psychology**, v. 77, n. 5, p. 1026, 1999.

ELFVING, J.; BRÄNNBACK, M.; CARSRUD, A. Toward a contextual model of entrepreneurial intentions. In: **Understanding the entrepreneurial mind.** Springer New York, 2009. p. 23-33.

ELKINGTON, J. Enter the triple bottom line. **The triple bottom line: Does it all add up**, v. 11, n. 12, p. 1-16, 2004.

ELKINGTON, John. Cannibals with forks. **The triple bottom line of 21st century**, 1997.

EMBER, C. R.; EMBER, M. **Cross-cultural Research Methods.** Rowman & Littlefield, 2001.

ENGLE, R. L.; SCHLAEGEL, C.; DIMITRIADI, N. Institutions and entrepreneurial intent: a cross-country study. **Journal of Developmental Entrepreneurship**, v. 16, n. 02, p. 227-250, 2011.

FAGERBERG, J.; VERSPAGEN, B. Innovation studies—The emerging structure of a new scientific field. **Research policy**, v. 38, n. 2, p. 218-233, 2009.

FAYOLLE, A.; LIÑÁN, F. The future of research on entrepreneurial intentions. **Journal of Business Research**, v. 67, n. 5, p. 663-666, 2014.

FERREIRA, C. A.; SOARES, J. F.; CRUZ, F. R. B. Reconhecimento de padrões em estatística: uma abordagem comparativa. In: **V Congresso Brasileiro de Redes Neurais**. 2001. p. 409-414.

FONTENELE, R. E. S.; BRASIL, M.V de O.; SOUSA, A. M. R. Determinantes da intenção empreendedora de discentes em um instituto de ensino superior. **XXVII Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica**. Salvador, 2012.

FIELD, A. **Descobrimo a estatística usando o SPSS-2**. Bookman, 2009.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, v. 34, n. 2, 1999.

FISHBEIN, M.; AJZEN, I. Belief, attitudes, intention, and behavior. **An introduction to theory and research**. Massachussets: Addison-Wesley, 1975.

FOXALL, G. R.; HACKETT, P. M.W. The factor structure and construct validity of the Kirton Adaption-Innovation Inventory. **Personality and Individual Differences**, v. 13, n. 9, p. 967-975, 1992.

FRANCO, M.; HAASE, H.; LAUTENSCHLÄGER, A. Students' entrepreneurial intentions: an inter-regional comparison. **Education+ Training**, v. 52, n. 4, p. 260-275, 2010.

FRASER, S.; GREENE, F. J. The effects of experience on entrepreneurial optimism and uncertainty. **Economica**, v. 73, n. 290, p. 169-192, 2006.

FREEMAN, C. Networks of innovators: a synthesis of research issues. **Research policy**, v. 20, n. 5, p. 499-514, 1991.

FREEMAN, C. The 'National System of Innovation' in historical perspective. **Cambridge Journal of economics**, v. 19, n. 1, p. 5-24, 1995.

FRIEDLMEIER, W.; CORAPCI, F.; COLE, P. M. Emotion socialization in cross-cultural perspective. **Social and Personality Psychology Compass**, v. 5, n. 7, p. 410-427, 2011.

GARCÍA, A. B. Analyzing the determinants of entrepreneurship in European cities, **Small Business Economics**, v. 42, p. 77-98, 2014.

GARTNER, W. B. Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development. **Entrepreneurship: Theory and practice**, v. 25, n. 4, p. 27-40, 2001.

GASPAR, F. **O processo empreendedor e a criação de empresas de sucesso**. Lisboa, Edições Sílabo, 2009.

GELDHOF, G. J. et al. Understanding entrepreneurial intent in late adolescence: The role of intentional self-regulation and innovation. **Journal of youth and adolescence**, v. 43, n. 1, p. 81-91, 2014.

GIMENEZ, F. A. P. **O estrategista na pequena empresa**. 2000.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório global 2004. Brasil, 2004.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório global 2008. Brasil, 2008.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório global 2012. Brasil, 2012.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório global 2013. Brasil, 2013.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório global 2014. Brasil, 2014.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil**. Relatório global 2015. Brasil, 2015.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). The global Entrepreneurship Monitor – **Projecto GEM Portugal** 2004. Portugal, 2004.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **GEM Portugal**: Estudo sobre empreendedorismo. Relatório global 2012. Portugal, 2012.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **GEM Portugal**. 2004 - 2013: Uma década de empreendedorismo em Portugal. Estudo sobre empreendedorismo. Relatório global 2013. Portugal, 2013.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **2015/16** Global Report. 2016.

GOLDSMITH, R. E. Personality characteristics associated with adaption-innovation. **The Journal of psychology**, v. 117, n. 2, p. 159-165, 1984.

GONÇALVES, V. Empreendedorismo: do ensino básico ao ensino superior. In: **X Congresso da SPCE**. Sociedade Portuguesa de Ciências da Educação, 2009.

GONÇALVES-DIAS, S. L. F. G. et al. Consciência ambiental: um estudo exploratório sobre suas implicações para o ensino de administração. **RAE-eletrônica**, v. 8, n. 1, p. 1, 2009.

GRAY, David E. **Pesquisa no mundo real**. Tradução: Roberto Cataldo Costa, v. 2, p. 60-83, 2012.

GROB, A. A structural model of environmental attitudes and behavior. **Journal of environmental psychology**, v. 15, n. 3, p. 209-220, 1995.

GUBA, E. G. **The paradigm dialog**. (Ed.). Sage Publications, 1990.

GUERRERO, M.; RIALP, J.; URBANO, D. The impact of desirability and feasibility on

entrepreneurial intentions: A structural equation model. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 4, n. 1, p. 35-50, 2008.

GUERRERO, M.; URBANO, D. The development of an entrepreneurial university. **The journal of technology transfer**, v. 37, n. 1, p. 43-74, 2012.

GUILLEMIN, F.; BOMBARDIER, C.; BEATON, D. Cross-cultural adaptation of health-related quality of life measures: literature review and proposed guidelines. **Journal of clinical epidemiology**, v. 46, n. 12, p. 1417-1432, 1993.

GÜNTHER, H.; PINHEIRO, J. Q.; GUZZO, R. S. L. Psicologia Ambiental: entendendo as relações do homem com seu ambiente. **Campinas: Alínea**, 2004.

GÜROL, Y.; ATSAN, N. Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. **Education+ Training**, v. 48, n. 1, p. 25-38, 2006.

GURTEEN, D. Knowledge, creativity and innovation. **Journal of knowledge Management**, v. 2, n. 1, p. 5-13, 1998.

HAIR, J. F.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. **Análise Multivariada de Dados**. Tradução: Adonai Schlup Sant'anna. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HALL, T. J. The triple bottom line: what is it and how does it work?. **Indiana Business Review**, v. 86, n. 1, p. 4, 2011.

HATTEN, T. S.; RUHLAND, S. K. Student attitude toward entrepreneurship as affected by participation in an SBI program. **Journal of Education for Business**, v. 70, n. 4, p. 224-227, 1995.

HAUSER, J.; TELLIS, G. J.; GRIFFIN, A. Research on innovation: A review and agenda for marketing science. **Marketing science**, v. 25, n. 6, p. 687-717, 2006.

HELLER, M. The role of language in the formation of ethnic identity. **Children's ethnic socialization**, p. 180-200, 1987.

HISRICH, R. D. Entrepreneurship/Intrapreneurship. **American Psychologist**, v. 45, n. 2, p. 209-222, 1990.

HISRICH, R. D.; PETER, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo-9**. AMGH Editora, 2014.

HISRICH, R.; LANGAN-FOX, J.; GRANT, S. Entrepreneurship research and practice: a call to action for psychology. **American Psychologist**, v. 62, n. 6, p. 575, 2007.

HOFSTEDE, G. Motivation, leadership, and organization: do American theories apply abroad?. **Organizational dynamics**, v. 9, n. 1, p. 42-63, 1980.

HOFSTEDE, G. et al. Measuring organizational cultures: A qualitative and quantitative study across twenty cases. **Administrative science quarterly**, p. 286-316, 1990.

HOFSTEDE, G. et al. Culture's role in entrepreneurship: self-employment out of dissatisfaction. **Innovation, entrepreneurship and culture: The interaction between technology, progress and economic growth**, p. 162-203, 2004.

HOFSTEDE, Geert. Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. **Online readings in psychology and culture**, v. 2, n. 1, p. 8, 2011.

HOFSTEDE, G.; PETERSON, M. F. Culture: National values and organizational practices. **Handbook of organizational culture and climate**, p. 401-416, 2000.

HOGAN, J. D.; SUSSNER, B. D. Cross-cultural psychology in historical perspective. **Cross-cultural topics in psychology**, p. 15-28, 2001.

HOPWOOD, B.; MELLOR, M.; O'BRIEN, G. Sustainable development: mapping different approaches. **Sustainable development**, v. 13, n. 1, p. 38-52, 2005.

HUTCHINSON, L. R.; SKINNER, N. F. Self-awareness and cognitive style: Relationships among adaption-innovation, self-monitoring, and self-consciousness. **Social Behavior and Personality: an international journal**, v. 35, n. 4, p. 551-560, 2007.

IGLIORI, D. C. **Economia dos clusters industriais e desenvolvimento**. 2000. Tese de Doutorado.

ISAAK, R. **Green logic: ecopreneurship, theory and ethics**. Sheffield: Greenleaf, 1998.

ISIDRO-FILHO, A.; GUIMARÃES, T. G. Conhecimento, aprendizagem e inovação em organizações: uma proposta de articulação conceitual doi: 10.5585/rai.v7i2.502. **RAI: revista de administração e inovação**, v. 7, n. 2, p. 127-149, 2010.

JABLOKOW, K. W.; BOOTH, D. E. The impact and management of cognitive gap in high performance product development organizations. **Journal of Engineering and Technology Management**, v. 23, n. 4, p. 313-336, 2006.

KAISER, F. G. A general measure of ecological behavior1. **Journal of applied social psychology**, v. 28, n. 5, p. 395-422, 1998.

KAISER, F. G. et al. Ecological behavior and its environmental consequences: A life cycle assessment of a self-report measure. **Journal of environmental psychology**, v. 23, n. 1, p. 11-20, 2003.

KARIMI, S. et al. The Impact of entrepreneurship education: A study of Iranian students' entrepreneurial intentions and opportunity identification. **Journal of Small Business Management**, v. 54, n. 1, p. 187-209, 2016.

KARP, D. G. Values and their effect on pro-environmental behavior. **Environment and behavior**, v. 28, n. 1, p. 111-133, 1996.

KASSARJIAN, H. H. Personality and consumer behavior: A review. **Journal of marketing Research**, p. 409-418, 1971.

KIMBERLY, J. R.; EVANISKO, M. J. Organizational innovation: The influence of individual, organizational, and contextual factors on hospital adoption of technological and administrative innovations. **Academy of management journal**, v. 24, n. 4, p. 689-713, 1981.

KINNEAR, T. C.; TAYLOR, J. R.; AHMED, S. A. Ecologically concerned consumers: who are they?. **The Journal of Marketing**, p. 20-24, 1974.

KIRTON, M. Adaptors and innovators in organizations. **Human Relations**, v. 33, n. 4, p. 213-224, 1980.

KIRTON, M. Adaptors and innovators: A description and measure. **Journal of applied psychology**, v. 61, n. 5, p. 622, 1976.

KIRTON, M. J. MJ Kirton's Reply to RL Payne's Article 'Individual differences & performance of R and D personnel. **R&D Management**, v. 17, n. 3, p. 163-166, 1987.

KLAPPER, R.; TEGTMEIER, S. Innovating entrepreneurial pedagogy: examples from France and Germany. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 17, n. 4, p. 552-568, 2010.

KORHONEN, J. Industrial ecology in the strategic sustainable development model: strategic applications of industrial ecology. **Journal of Cleaner Production**, v. 12, n. 8, p. 809-823, 2004.

KRISTIENSEN, S.; INDARTI, N. Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. **Journal of Enterprising Culture**, v. 12, n. 01, p. 55-78, 2004.

KRUEGER, N. Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. In: **Understanding the entrepreneurial mind**. Springer New York, 2009. p. 51-72.

KRUEGER, N. F.; BRAZEAL, D. V. Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 18, p. 91-91, 1994.

KRUEGER, N. The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. **Entrepreneurship: Theory and practice**, v. 18, n. 1, p. 5-22, 1993.

KUCKERTZ, A.; WAGNER, M. The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions - Investigating the role of business experience. **Journal of Business Venturing**, v. 25, n. 5, p. 524-539, 2010.

LAKATOS, E. M. M.; MARCONI, E. M. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 1991.

LANERO, A.; VÁZQUEZ, J. L.; GUTIÉRREZ, P.; GARCÍA, M. P. The impact of entrepreneurship education in European universities: an intention-based approach analyzed in the Spanish area. **International Review on Public and Non-Profit Marketing**, v. 8, p. 111-

130, 2011.

LAM, S. Predicting intentions to conserve water from the theory of planned behavior, perceived moral obligation, and perceived water right1. **Journal of Applied Social Psychology**, v. 29, n. 5, p. 1058-1071, 1999.

LEE, S. M. et al. Influences on students attitudes toward entrepreneurship: a multi-country study. **The International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 2, n. 3, p. 351-366, 2006.

LEE, N.; LINGS, I. **Doing business research: a guide to theory and practice**. Sage, 2008.

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**, v. 33, 2013.

LIÑÁN, F.; RODRÍGUEZ-COHARD, J. C.; RUEDA-CANTUCHE, J. M. Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. **International entrepreneurship and management Journal**, v. 7, n. 2, p. 195-218, 2011.

LISKA, A. E. A critical examination of the causal structure of the Fishbein/Ajzen attitude-behavior model. **Social psychology quarterly**, p. 61-74, 1984.

LOPES G. S. J.; SOUZA, E. C. L. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas. Construção de um instrumento de medida. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 11, n. 6, 2005.

LOPES, R. M. A. **Avaliação de resultados de um programa de treinamento comportamental para empreendedores-Empretec**. 1999. Tese de Doutorado. (Doutorado em psicologia) - Instituto de Psicologia, USP, São Paulo, 1999.

LOW, M. B.; MACMILLAN, I. C. Entrepreneurship: Past research and future challenges. **Journal of management**, v. 14, n. 2, p. 139-161, 1988.

LÜTHJE, C.; FRANKE, N. The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. **R&d Management**, v. 33, n. 2, p. 135-147, 2003.

LUNDVALL, B. A.; JOHNSON, B. The learning economy. **Journal of industry studies**, v. 1, n. 2, p. 23-42, 1994.

MAYHEW, Matthew J. et al. Cultivating Innovative Entrepreneurs for the Twenty-First Century: A Study of US and German Students. **The Journal of Higher Education**, v. 87, n. 3, p. 420-455, 2016.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

MALHOTRA, N. K.; MCCORT, J. Daniel. A cross-cultural comparison of behavioral intention models-Theoretical consideration and an empirical investigation. **International Marketing Review**, v. 18, n. 3, p. 235-269, 2001.

MANUAL, DE OSLO. Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. **Publicação Conjunta da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e Gabinete Estatístico das Comunidades Européias**, 2005.

MARCATI, A; GUIDO, G; PELUSO, A M. The role of SME entrepreneurs' innovativeness and personality in the adoption of innovations. **Research Policy**, v. 37, n. 9, p. 1579-1590, 2008.

MARCONI, A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, v. 3, 1991.

MAROCO, J. **Análise estatística**: com utilização do SPSS. 2007.

MARTIN, B. C.; MCNALLY, J. J.; KAY, M. J. Examining the formation of human capital in entrepreneurship: a meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. **Journal of Business Venturing**, v. 28, n. 2, p. 211-224, 2013.

MAY, T. **Pesquisa social**: questões, métodos e processos. Artmed, 2004.

MCCLELLAND, D. C. *77ie achieving society*. 1961.

MCDONOUGH, W.; BRAUNGART, M. Design for the triple top line: new tools for sustainable commerce. **Corporate Environmental Strategy**, v. 9, n. 3, p. 251-258, 2002.

MCMULLEN, J. S.; SHEPHERD, D. A. Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. **Academy of Management review**, v. 31, n. 1, p. 132-152, 2006.

MEBRATU, D. Sustainability and sustainable development: historical and conceptual review. **Environmental impact assessment review**, v. 18, n. 6, p. 493-520, 1998.

MILLER, B. K. et al. Predictors of entrepreneurial intentions: a quasi-experiment comparing students enrolled in introductory management and entrepreneurship classes. **Journal of Business and Entrepreneurship**, v. 21, n. 2, p. 39, 2009.

MINTZBERG, H. A organização empreendedora. In: **O processo de estratégia**. 2001.

MUELLER, S. L.; DATO-ON, M. C. A cross cultural study of gender-role orientation and entrepreneurial self-efficacy. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 9, n. 1, p. 1-20, 2013.

NAFFZIGER, D. W.; HORNSBY, J. S.; KURATKO, D. F. A proposed research model of entrepreneurial motivation. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 18, n. 3, p. 29-43, 1994.

NAKTIYOK, A.; KARABEY, C. N.; GULLUCE, A. C. Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: the Turkish case. **International Entrepreneurship and**

Management Journal, v. 6, n. 4, p. 419-435, 2010.

NAVARRO, J. R.; VÁZQUEZ, A. R.; LLORENS, A. S. **Actitudes de los estudiantes universitarios de Andalucía ante la creación de empresas**. Servicio Publicaciones UCA, 2008.

NOORDERHAVEN, N.; et al. "Self employment across 15 european countries: the role of dissatisfaction", **SCALES – paper N200223**, Scientific Analysis of Entrepreneurship and SME, EIM, 2003.

OSKAMP, S. A sustainable future for humanity? How can psychology help?. **American Psychologist**, v. 55, n. 5, p. 496, 2000.

PACKHAM, G. et al. Attitudes towards entrepreneurship education: a comparative analysis. **Education+ Training**, v. 52, n. 8/9, p. 568-586, 2010.

PAÇO, A. M. F.; FERREIRA, J. M.; RAPOSO, M.; RODRIGUES, R. G.; DINIS, A. Behaviours and entrepreneurial intention: Empirical findings about secondary students, **Journal of International Entrepreneurship**, v. 9, n. 1, p. 20-38, 2011.

PALLANT, J. **SPSS Survival Manual**. Open University Press, 2007.

PARRISH, B. D. Sustainability-driven entrepreneurship: a literature review. **University of Leeds, School of Earth & Environment**, 2008.

PATO, C. M. L.; TAMAYO, A. A escala de comportamento ecológico: desenvolvimento e validação de um instrumento de medida. **Estudos de psicologia**, v. 11, n. 3, p. 289-296, 2006.

PATZELT, H.; SHEPHERD, D. A. Recognizing opportunities for sustainable development. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 35, n. 4, p. 631-652, 2011.

PENNINGS, J., KIMBERLY, J. Environmental influences on the creation process. In: **Miles, R. (Ed.)**, *The Organizational Life Cycle. Issues in the Creation, Transformation, and Decline of Organizations*. Jossey-Bass, San Francisco, CA, p. 135–160, 1997.

PESTANA, M. H.; GAGEIRO, J. N. **Análise de dados para ciências sociais: a complementaridade do SPSS**. 2003.

PORTER, M. E. **Cluster and the new economics of competition**. 1998.

PUSHKARSKAYA, H. N. Gender differences in determinants of entrepreneurial intentions in a rural setting. **Available at SSRN 1102923**, 2008.

REBOUÇAS, S. P. **Metodologias de Classificação Supervisionada para Análise de Dados de Microarrays**. Trabalho acadêmico (Doutorado em Estatística e Investigação Operacional). Lisboa: Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa, 2011.

REYNOLDS, P. D. et al. Global entrepreneurship monitor gem 2001 summary report. **London Business School and Babson College**, 2002.

ROXAS, B. G.; CAYOCA-PANIZALES, R.; DE JESUS, R. M. Entrepreneurial knowledge and its effects on entrepreneurial intentions: development of a conceptual framework. **Asia-Pacific Social Science Review**, v. 8, n. 2, p. 61-77, 2008.

RACIUS. **Relatórios de empresas portuguesas**, 2013. Acesso: <
<https://www.racius.com/observatorio/2013/>>Acesso em: 15 março 2016.

RAUCH, A. et al. Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 33, n. 3, p. 761-787, 2009.

RAUCH, A.; FRESE, M. Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. **European Journal of work and organizational psychology**, v. 16, n. 4, p. 353-385, 2007.

REDCLIFT, M. Sustainable development (1987–2005): an oxymoron comes of age. **Sustainable development**, v. 13, n. 4, p. 212-227, 2005.

RIBEIRO, M. I., FERNANDES, A., CABO, P. Empreendedorismo, inovação e desenvolvimento local: as micro e pequenas empresas do interior Norte de Portugal. In: **Actas/proceedings do Congresso Internacional da Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional e da Associação Espanhola de Ciência Regional**. Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional. p. 193-207, 2011.

ROBINSON, P. B. et al. An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 15, n. 4, p. 13-31, 1991.

ROCHA, A. **Educação para o empreendedorismo**: intenções empreendedoras dos estudantes do ensino secundário. 2012. Tese de Doutorado.

RODGERS, C. Sustainable entrepreneurship in SMEs: a case study analysis. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, v. 17, n. 3, p. 125-132, 2010.

ROXAS, B.; CAYOCA-PANIZALES, R.; DE JESUS, R. M. Entrepreneurial knowledge and its effects on entrepreneurial intentions: development of a conceptual framework. **Asia-Pacific Social Science Review**, v. 8, n. 2, p. 61-77, 2008.

SCHALTEGGER, S. A framework for ecopreneurship. **Greener Management International**, v. 2002, n. 38, p. 45-58, 2002.

SCHLEGELMILCH, B. B.; BOHLEN, G. M.; DIAMANTOPOULOS, A. The link between green purchasing decisions and measures of environmental consciousness. **European journal of marketing**, v. 30, n. 5, p. 35-55, 1996.

SCHMIDT, L. et al. Trends and dilemmas facing environmental education in Portugal: From environmental problem assessment to citizenship involvement. **Journal of Environmental Policy & Planning**, v. 13, n. 2, p. 159-177, 2011.

SCHMUCK, P.; SCHULTZ, P. W. Sustainable development as a challenge for psychology. In: **Psychology of sustainable development**. Springer US, 2002. p. 3-17.

SCHULTZ, P. W.; OSKAMP, S. Effort as a moderator of the attitude-behavior relationship: General environmental concern and recycling. **Social Psychology Quarterly**, p. 375-383, 1996.

SHAPERO, A.; SOKOL, L. The social dimensions of entrepreneurship. **Encyclopedia of entrepreneurship**, p. 72-90, 1982.

SACCOL, A. Z. Um retorno ao básico: compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em administração. **Revista de Administração da UFSM**, v. 2, n. 2, p. 250-269, 2009.

SAEED, S. et al. The role of perceived university support in the formation of students' entrepreneurial intention. **Journal of Small Business Management**, v. 53, n. 4, p. 1127-1145, 2015.

SÁNCHEZ, J. C. The impact of an entrepreneurship education program on entrepreneurial competencies and intention. **Journal of Small Business Management**, v. 51, n. 3, p. 447-465, 2013.

SARKAR, S. **Empreendedorismo e inovação**. Escolar Editora, 2010.

SARMENTO, E.; NUNES, A. Criação de empresas em Portugal e Espanha: análise comparativa com base nos dados do Banco Mundial. **CEEApIA-Centro de Estudos de Economia Aplicada do Atlântico**, 2011.

SCHALTEGGER, S. A framework for ecopreneurship. **Greener Management International**, v. 2002, n. 38, p. 45-58, 2002.

SCHALTEGGER, S.; WAGNER, M. Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: categories and interactions. **Business strategy and the environment**, v. 20, n. 4, p. 222-237, 2011.

SCHOON, I; DUCKWORTH, K. Who becomes an entrepreneur? Early life experiences as predictors of entrepreneurship. **Developmental psychology**, v. 48, n. 6, p. 1719, 2012.

SCHOT, J.; GEELS, F. W. Strategic niche management and sustainable innovation journeys: theory, findings, research agenda, and policy. **Technology Analysis & Strategic Management**, v. 20, n. 5, p. 537-554, 2008.

SCHUMPETER, J. A. Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. **São Paulo: Abril Cultural**, p. 125-132, 1982.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio: Zahar, 1984.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalism, socialism and democracy**. Routledge, 2013.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo y democracia**. 1984.

SCHUMPETER, J. A. Creative destruction. **Capitalism, socialism and democracy**, p. 82-5, 1942.

SCHUMPETER, J. A. **The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle**. Transaction publishers, 1934.

SEBRAE. **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**, <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/Conhe%C3%A7a-as-10-caracter%C3%ADsticas-empreadoras-desenvolvidas-no-Empretec>> 2016.

SEELOS, C.; GANLY, K.; MAIR, J. Social entrepreneurs directly contribute to global development goals. In: **Social entrepreneurship**. Palgrave Macmillan UK, 2006. p. 235-275.

SHAPERO, A. The entrepreneurial event In Kent, C.A. (ed.). **Environment for Entrepreneurship**, Lexington: Heath, p. 21-40, 1984.

SHAPERO, A.; SOKOL, L. The social dimensions of entrepreneurship. **Encyclopedia of entrepreneurship**, p. 72-90, 1982.

SHEPHERD, D. A.; PATZELT, H. The new field of sustainable entrepreneurship: studying entrepreneurial action linking “what is to be sustained” with “what is to be developed”. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 35, n. 1, p. 137-163, 2011.

SHINNAR, R. S.; GIACOMIN, O.; JANSSEN, F. Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 36, n. 3, p. 465-493, 2012.

SILVA, M. A. O. M. et al. Cultura nacional e orientação empreendedora: Um estudo comparativo entre Brasil e Portugal. **Comportamento organizacional e gestão**, p. 65-84, 2008.

SMITH, J. R. et al. The attitude-behavior relationship in consumer conduct: The role of norms, past behavior, and self-identity. **The Journal of Social Psychology**, v. 148, n. 3, p. 311-334, 2008.

SOBRAL, E. S. et al. **Investigação da percepção ambiental de alunos universitários no Brasil e em Portugal**. 2015.

SPENCER, L. M.; SPENCER, P. S. M. **Competence at Work models for superior performance**. John Wiley & Sons, 2008.

SPENCE, M.; GHERIB, J.; BIWOLÉ, V. O. A framework of SMEs’ strategic involvement in sustainable development. **Sustainable Innovation and Entrepreneurship**, p. 49-70, 2008.

STEENKAMP, J. B. E. M. The role of national culture in international marketing research. **International Marketing Review**, v. 18, n. 1, p. 30-44, 2001.

STERN, P. C.; DIETZ, T.; GUAGNANO, G. A. The new ecological paradigm in social-psychological context. **Environment and behavior**, v. 27, n. 6, p. 723-743, 1995.

STERN, P. C. Psychology and the science of human-environment interactions. **American psychologist**, v. 55, n. 5, p. 523, 2000.

ST-JEAN, E.; AUDET, J. The role of mentoring in the learning development of the novice entrepreneur. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 8, n. 1, p. 119-140, 2012.

STRAUGHAN, R. D.; ROBERTS, J. A. Environmental segmentation alternatives: a look at green consumer behavior in the new millennium. **Journal of consumer marketing**, v. 16, n. 6, p. 558-575, 1999.

STUM, J. Kirton's adaption-innovation theory: managing cognitive styles in times of diversity and change. **Emerging Leadership Journeys**, v. 2, n. 1, p. 66-78, 2009.

TACONELI, C. A.; ZOCCHI, S. S.; DIAS, C. T. S. Extensões do algoritmo de árvores de classificação para a análise de dados categorizados multivariados utilizando coeficientes de dissimilaridade e entropia. **Revista Brasileira de Biometria**, p. 93-114, 2008.

TAYLOR, W. G. K. The Kirton Adaption-Innovation Inventory: A re-examination of the factor structure. **Journal of Organizational Behavior**, v. 10, n. 4, p. 297-307, 1989.

TEIXEIRA, A. A. C. Uma perspectiva internacional das atitudes empreendedoras dos estudantes universitários de economia e gestão. **Working Paper**, 2013.

TEIXEIRA, A. A. C.; DAVEY, T. Attitudes of Higher Education students to new venture creation: a preliminary approach to the Portuguese case. **Industry and Higher Education**, v. 24, n. 5, p. 323-341, 2010.

TEIXEIRA, A. A. C.; FORTE, R. P. **Unbounding entrepreneurial intents of university students**: a multidisciplinary perspective. Universidade do Porto, Faculdade de Economia do Porto, 2009.

TEIXEIRA, M. G. C.; BESSA, E. S. Estratégias para compatibilizar desenvolvimento econômico e gestão ambiental numa atividade produtiva local. **RAC**, Curitiba, v. 13, p. 1-18, 2009.

THOMAS, A. S.; MUELLER, S. L. A case for comparative entrepreneurship: Assessing the relevance of culture. **Journal of International Business Studies**, v. 31, n. 2, p. 287-301, 2000.

THOMPSON, E. R. Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 33, n. 3, p. 669-694, 2009.

TILLEY, F.; PARRISH, B. D. Introduction. **Greener Management International**. 2009.

TIMMONS, J. A.; SPINELLI, S. **New venture creation**: Entrepreneurship for the 21st century. Burr Ridge, IL: Irwin, 1994.

TSAI, W. Knowledge transfer in intraorganizational networks: Effects of network position and absorptive capacity on business unit innovation and performance. **Academy of management journal**, v. 44, n. 5, p. 996-1004, 2001.

UNGER, Jens M. et al. Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review. **Journal of Business Venturing**, v. 26, n. 3, p. 341-358, 2011.

VAN DE VEN, A. POLLEY H., D. E., GARUD R.; VENKATARAMAN S. The Innovation Journey. Oxford: Oxford University Press.1999.

VAN DER ZWAN, P.; THURIK, R.; GRILO, I. The entrepreneurial ladder and its determinants. **Applied Economics**, v. 42, n. 17, p. 2183-2191, 2010.

VAN PRAAG, C. M. **Determinants of succesful entrepreneurship**. 1997.

VAN STEL, A. ; STOREY, D. The link between firm births and job creation: Is there a Upas tree effect?. **Regional Studies**, v. 38, n. 8, p. 893-909, 2004.

VARANDA, M. Reflexões sobre o auto-emprego. **Organizações e Trabalho**, n. 9/10, p. 10, 1993.

VEEL, J. **Opportunity and Necessity Entrepreneurship**, what else. 2009.

VENKATARAMAN, S. The distinctive domain of entrepreneurship research. **Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth**, v. 3, n. 1, p. 119-138, 1997.

VINING, J.; EBREO, A. Predicting recycling behavior from global and specific environmental attitudes and changes in recycling opportunities1. **Journal of applied social psychology**, v. 22, n. 20, p. 1580-1607, 1992.

VERHEUL, I. et al. **An eclectic theory of entrepreneurship: policies, institutions and culture**. Tinbergen Institute Discussion Paper, 2001.

VIRTANEN, M. **The role of different theories in explaining entrepreneurship**. 1998.

VOLLENBROEK, F. A. Sustainable development and the challenge of innovation. **Journal of Cleaner Production**, v. 10, n. 3, p. 215-223, 2002.

WANG, C. K.; WONG, P. K. Entrepreneurial interest of university students in Singapore. **Technovation**, v. 24, n. 2, p. 163-172, 2004.

WIESENFELD, E.; ZARA, H. La psicología ambiental latinoamericana en la primera década del milenio. Un análisis crítico. **Athenea digital**, v. 12, n. 1, p. 129-155, 2012.

WHETTEN, D. A. What constitutes a theoretical contribution?. **Academy of management review**, v. 14, n. 4, p. 490-495, 1989.

YOUNG, W.; TILLEY, F. Can businesses move beyond efficiency? The shift toward effectiveness and equity in the corporate sustainability debate. **Business Strategy and the Environment**, v. 15, n. 6, p. 402-415, 2006.

ZAHRA, S. A. et al. A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. **Journal of business venturing**, v. 24, n. 5, p. 519-532, 2009.

ZAWISLAK, P. A. Rumo a um modelo de expectativa e potencial de inovação. ENANPAD – Encontro Nacional Dos Programas De Pós-Graduação Em Administração, **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, p 1-14, 2007.

ZELEZNY, L. C.; SCHULTZ, P. Psychology of promoting environmentalism: promoting environmentalism. **Journal of Social Issues**, v. 56, n. 3, p. 365-371, 2000.

ZHANG, P; WANG, D. D.; OWEN, C. L. A study of entrepreneurial intention of university students. **Entrepreneurship Research Journal**, v. 5, n. 1, p. 61-82, 2015.

APÊNDICES

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO DA PESQUISA



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
ADMINISTRAÇÃO E CONTROLADORIA

Influência da Sustentabilidade e da Inovação na Intenção Empreendedora

O presente questionário destina-se a recolher dados sobre os alunos do ensino superior, enquadrando-se no âmbito de uma pesquisa de investigação a decorrer na Universidade Federal do Ceará - UFC (Brasil) e na Universidade de Algarve - UAlg (Portugal), com o objetivo de ampliar o conhecimento acerca de aspectos relacionados à sustentabilidade e inovação na intenção empreendedora dos estudantes universitários.

Este questionário é referente a minha dissertação de mestrado do Programa de Pós-graduação em Administração e Controladoria (PPAC), vinculado à UFC, intitulada de "Influência da Sustentabilidade e da Inovação na Intenção Empreendedora de Universitários Brasileiros e Portugueses", sob orientação das professoras Tereza Cristina Batista de Lima e Sílvia Maria Dias Pedro Rebouças. Em face disso, destaco que a sua participação nesta pesquisa é voluntária e que demora aproximadamente 5 minutos para responder ao questionário.

Saliento, por oportuno, que os resultados serão tratados de forma consolidada, garantindo a confidencialidade das informações sobre o respondente. Desde já, agradeço a sua inestimável colaboração, colocando-me à disposição para qualquer esclarecimento por meio do correio eletrônico eduardobrandao@alu.ufc.br - **Luis Eduardo Brandão Paiva**.

Por favor, responda às questões que se seguem:

1. Tenho a intenção de tornar-me empreendedor nos próximos 5 anos (Marque "X"):
- Sim Não Já sou empreendedor

Continua...

Indique, por favor, a sua opinião acerca das afirmativas abaixo, de acordo com as escalas indicadas:

Bloco 1 - Questões sobre o Comportamento Sustentável					
	1	2	3	4	5
	Nunca	Raramente	Às vezes	Frequentemente	Sempre
2. Já paguei mais por produtos ambientalmente corretos.					
3. Procuo comprar produtos feitos de material reciclado.					
4. Já convenci outras pessoas a não comprarem produtos que prejudicam o meio ambiente.					
5. As preocupações com o meio ambiente interferem na minha decisão de compra.					
6. Leio o rótulo atentamente antes de decidir a compra.					
7. Quando não tem lixeira por perto, guardo o papel que não quero mais no bolso.					
8. Evito jogar papel no chão.					
9. Ajudo a manter as ruas limpas.					
10. Compro produtos de uma empresa mesmo sabendo que ela polui o meio ambiente.					
11. Evito usar produto fabricado por empresa que polui o meio ambiente.					
12. Falo sobre a importância do meio ambiente com outras pessoas.					
13. Mobilizo as pessoas para a conservação dos espaços públicos.					
14. Procuo reduzir o meu consumo de recursos naturais escassos.					
15. Tomo banho demorado.					
16. Fico com a geladeira aberta muito tempo, olhando o que tem dentro.					
17. Quando estou em casa, deixo as luzes acesas em ambientes que não são usados.					

Continua...

Bloco 2 - Questões sobre o Comportamento Inovador					
	1 Discordo Totalmente	2 Discordo	3 Nem Discordo, Nem concordo	4 Concordo	5 Concordo Totalmente
18. Penso em soluções para situações que parecem sem saída.					
19. Prefiro criar do que melhorar.					
20. Tenho novas perspectivas para velhos problemas.					
21. Sou capaz de manter uma posição de desacordo contra o grupo.					
22. Sou uma pessoa estimulante.					
23. Tenho ideias originais.					
24. Compartilho minhas ideias.					
25. Gosto de variar rotinas já estabelecidas.					
26. Prefiro mudança gradual do que radical.					
27. Lido com várias novas ideias ao mesmo tempo.					
28. Prefiro trabalhar com um problema de cada vez do que com vários problemas ao mesmo tempo.					
29. Frequentemente, me arrisco fazendo coisas de forma diferente.					
30. Preciso do estímulo da mudança frequente.					

Continua...

Bloco 3 - Questões sobre as Características Sociodemográficas
--

31. Sexo do respondente (Marque "X"):

Masculino

Feminino

32. Idade (anos completos) : _____

33. Estado Civil (Marque "X"):

Solteiro(a)

Separado(a)/Divorciado(a)

Casado(a)/União conjugal

Viúvo(a)

34. Ano em que entrou na universidade: _____

35. Semestre que frequenta atualmente: _____

36. Universidade (Marque "X"):

Universidade Federal do Ceará

Universidade do Algarve

37. Curso (Marque "X"):

Administração/Gestão

Outro (_____)

38. Experiência profissional do aluno:

Nunca trabalhou

Proprietário/sócio de uma empresa/negócio

Trabalha em um setor privado

Trabalha em um setor público

Outra situação profissional - Qual? _____

39. Meus pais são empreendedores (Marque "X"):

Sim, pelo menos um é empreendedor

Não, mas pelo menos um já foi empreendedor

Não, nenhum nunca foi empreendedor

OBRIGADO PELA SUA COLABORAÇÃO!