

ENTRE ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO E DE SECRETARIADO: uma análise do comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora

LUIS EDUARDO BRANDÃO PAIVA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

EMILIANO SOUSA PONTES
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

EVANGELINA DA SILVA SOUSA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

FRANCISCO WEDNEY SOUSA VIEIRA PINTO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

ROBERTA DUTRA DE ANDRADE
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

ENTRE ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO E DE SECRETARIADO: uma análise do comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo, nas últimas décadas, tem sido considerado preponderante para o desenvolvimento econômico e social de um país (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014; MILLER et al., 2009; TEIXEIRA; DAVEY, 2010), podendo ser caracterizado como qualquer tentativa de criar um determinado negócio ou expandir um já existente, sendo realizado por uma ou várias pessoas (LIÑÁN; CHEN, 2009). Diante disso, a intenção empreendedora é um processo intrínseco ao indivíduo e que está diretamente associada ao empreendedorismo, uma vez que é anterior ao comportamento real do empreendedorismo (AJZEN, 1991). Assim, a intenção empreendedora é precursora da realização de comportamentos voltados ao empreendedorismo (FAYOLLE; LIÑÁN, 2014).

Baron e Shane (2007) evidenciam a literatura sobre intenção empreendedora como crucial para compreender aspectos do empreendedorismo, ressaltando a importância de conceber variáveis cognitivas (modo de perceber e interpretar o conhecimento) para o processo de intenção empreendedora. Dessa forma, torna-se pertinente 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, conseqüentemente, impactam na economia, na sociedade e no meio ambiente (SHINNAR; GIACOMIN; JANSSEN, 2012).

Além disso, a sustentabilidade também complementa o eixo do empreendedorismo, dado que quando o negócio é voltado para o desenvolvimento sustentável, tem sua base no "triple bottom line" (ELKINGTON, 1997), referindo-se à economia, à sociedade e ao meio ambiente. O empreendedorismo direcionado para o desenvolvimento 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; PARRISH, 2009).

Considera-se, ainda, o que prevê a Comissão Europeia (2013), que os níveis de empreendedorismo são impactados pela educação, em especial pelos cursos de nível superior direcionados ao empreendedorismo, e que podem formar empreendedores (VERHUEL et al., 2001). Lüthje e Franke (2003), Teixeira e Davey (2010), Paço et al. (2011) e Ferreira, Loiola e Gondim (2017) argumentam que os cursos relacionados à gestão podem impulsionar a intenção empreendedora do estudante universitário, podendo-se ressaltar a ampla incidência de estudos e práticas relacionadas ao empreendedorismo nos cursos de Administração e Secretariado Executivo, este que ainda tem o empreendedorismo como uma das linhas de formação específica da profissão (BRASIL, 2005).

Diante do comportamento sustentável e inovador na intenção empreendedora, detendo-se da perspectiva que todo comportamento requer intenção, surge o seguinte questionamento para esta investigação: *Qual a influência dos constructos comportamentais sustentáveis e inovadores na intenção empreendedora dos universitários dos cursos de Administração e Secretariado Executivo?* Este estudo tem como objetivo analisar a influência dos constructos comportamentais sustentáveis e inovadores na intenção empreendedora dos universitários dos cursos de Administração e Secretariado Executivo. Adicionalmente, pretende-se verificar a influência dos dados sociodemográficos na intenção empreendedora desses universitários.

Esta pesquisa busca tentar suplantando a lacuna da literatura empírica e conceitual do empreendedorismo, sobretudo alinhando a sustentabilidade e a inovação na intenção empreendedora dos universitários de Administração e Secretariado Executivo, a fim de contribuir para o campo do conhecimento científico desses fenômenos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Intenção empreendedora

Shapero e Sokol (1982) e Shapero (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. Assim, com a evolução da literatura sobre o tema, algumas teorias foram consideradas cruciais para explicar esse fenômeno (AUTIO et al., 2001).

A Teoria do Comportamento Planejado (TCP), proposta por Ajzen (1985), pode ser caracterizada como uma extensão ou continuidade da TAR, sem algumas limitações desta e 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 (antecedente do comportamento individual): atitudes pessoais, norma subjetiva e controle comportamental percebido.

O modelo de Shapero e Sokol (1982) é formado por três construtos comportamentais que antecedem a intenção empreendedora: percepção de desejabilidade, considerando o desejo do indivíduo em abrir determinado negócio; propensão para agir, refere-se à força que impulsiona a ação do indivíduo para iniciar um novo negócio; e percepção de 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. Esses construtos destacam a intenção do indivíduo, caracterizada como preditora do comportamento.

Diante disso, a intenção, antecedente do comportamento empreendedor, refere-se a uma predisposição para criar ou expandir uma empresa, e pode ainda ser influenciada por inúmeros fatores, a saber: tempo, contexto familiar, inovação, recursos financeiros, competência, entre outros (KHUONG; AN, 2016; TEIXEIRA; DAVEY, 2010).

2.2 Comportamento inovador

Schumpeter (2013) destaca a inovação como um fator determinante para o empreendedorismo. Em adicional, Carland et al. (2007) 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, 2013).

Carland et al. (2007) 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 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) e a Comissão Europeia (2013), aponta-se 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.

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. Vale-se enfatizar 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.

2.3 Comportamento Sustentável

O comportamento sustentável é discutido na Psicologia Ambiental (CORRAL-VERDUGO; PINHEIRO, 1999), referindo-se 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 disso, houve um amplo crescimento em pesquisas acadêmicas referentes às questões ambientais as quais buscam identificar o perfil do indivíduo considerado ecologicamente ou ambientalmente consciente, porém 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 (GÜNTHER; PINHEIRO; GUZZO, 2004; STRAUGHAN; ROBERTS, 1999).

Pesquisas sobre o comportamento sustentável 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). Corral-Verdugo (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 e Schultz (2002), Corral-Verdugo e Pinheiro (2009) e Gonçalves-Dias et al. (2009). 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).

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). Assim, 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.

2.4 Hipóteses do estudo

A intenção empreendedora conduz potenciais empreendedores à atividade empreendedora, que é um processo intencional que enfatiza as oportunidades sobre as ameaças (ALI; TOPPING; TARIQ, 2011). Para Soomro e Shah (2014), o empreendedorismo é uma atividade voltada para a mobilidade econômica, inovação, criação de empregos, crescimento e diversificação de setores empresariais, podendo ser pequenos, médios ou grandes.

O comportamento empreendedor é influenciado por fatores individuais, sociais e ambientais, dentre os quais podem ser investigados antecedentes pessoais e familiares, estágio da carreira e características de personalidade empreendedor, a exemplo da necessidade de conquista, do locus de controle, da propensão ao risco, da tolerância à ambiguidade, da inovação e da autoconfiança (GÜROL; ATSAN, 2006; TEIXEIRA; DAVEY, 2010). Ademais, variáveis demográficas como profissão e qualificações acadêmicas dos pais, atitude em relação ao empreendedorismo e ao ambiente universitário receberam destaques nas investigações de Gürol e Atsan (2006) e Zampetakis e Moustakis (2006). Schroeder e Schmitt-Rodermund (2006) relataram que o ambiente familiar empreendedor, a personalidade e o histórico educacional podem prever diferentes padrões de desenvolvimento do interesse empreendedor, sendo o fator ambiental crucial para incentivar a intenção empreendedora como opção de carreira.

Ali, Topping e Tariq (2011) elucidam, ainda, que fatores demográficos exercem impacto significativo na construção de um tipo de personalidade empreendedora. Wang e Wong (2004) e Mueller e Dato-on (2008) evidenciaram que o gênero, a experiência dos familiares empreendedores e nível educacional podem afetar na formação da intenção empreendedora. Ricco e Cabrer-Borrás (2018) demonstraram que homens e mulheres podem ser motivados ao empreendedorismo, pelos mesmos fatores (características individuais, econômicas, experiência profissional), mas em uma extensão diferente. Ademais, Teixeira e Davey (2010), Arregle et al. (2015), Randerson et al. (2015) e Sieger e Minola (2017) evidenciara que os laços familiares podem influenciar na intenção empreendedora, bem como no desenvolvimento de empreendimentos, e estes laços são um importante canal de recursos para os empreendedores. Diante disso, emergem as seguintes hipóteses: **H₁**: O gênero influencia positivamente na intenção empreendedora dos estudantes dos cursos Administração e Secretariado Executivo; e **H₂**: Os familiares empreendedores influenciam positivamente na intenção empreendedora dos estudantes de Administração e Secretariado Executivo.

Ao alinhar o empreendedorismo ao comportamento sustentável, destaca-se que as atividades empreendedoras podem causar benefícios ou danos ao meio ambiente, isso vai depender da consciência ambiental dos empreendedores, favoráveis ou contrárias ao meio ambiente (BEDANTE; SLONGO, 2004; KUCKERTZ; WAGNER, 2010). Assim, o empreendedor se torna um agente de mudança econômica, social e ambiental, pois ao reconhecer oportunidades, é capaz estimular o desenvolvimento econômico e a solução de problemas ambientais e sociais por meio da criação do seu negócio (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012). Diante disso, mostra-se **H₃**: O comportamento sustentável exerce influência positiva na intenção empreendedora dos estudantes de Administração e Secretariado Executivo.

Soomro e Shah (2014) destacam que a intenção empreendedora depende de atitudes em relação ao empreendedorismo, como busca pela realização, auto-estima, controle pessoal e inovação. A experiência acadêmica de empreendedores antevê significativamente seus atributos e suas motivações para empreender, cabendo às universidades propiciarem meios que estimulem a criatividade e à inovação dos estudantes a fim de que estes assumam responsabilidade pelas suas ações e desenvolvam intenções e atitudes empreendedoras (ALI; TOPPING; TARIQ, 2011). Além disso, as pesquisas Marcati, Guido e Peluso (2008), Ahmed et al. (2010), Wurthmann (2014) e Soomro e Shah (2015), abordam que indivíduos empreendedores ou com intenções empreendedoras tendem a ser criativos e originais, com comportamentos inovadores para tomar decisões e resolver problemas, e isto possibilita evidenciar **H₄**: O comportamento inovador exerce influência positiva na intenção empreendedora dos estudantes de Administração e Secretariado Executivo.

Quadro 1 – Síntese das hipóteses

Hipóteses	Valor esperado
H₁ : O gênero influencia positivamente na intenção empreendedora dos estudantes dos cursos Administração e Secretariado Executivo	Gênero → Intenção empreendedora
H₂ : Os familiares empreendedores influenciam positivamente na intenção empreendedora dos estudantes de Administração e Secretariado Executivo.	Familiares empreendedores → Intenção empreendedora
H₃ : O comportamento sustentável exerce influência positiva na intenção empreendedora dos estudantes de Administração e Secretariado Executivo.	Comportamento sustentável → Intenção empreendedora
H₄ : O comportamento inovador exerce influência positiva na intenção empreendedora dos estudantes de Administração e Secretariado Executivo.	Comportamento inovador → Intenção empreendedora

Fonte: Elaborado pelos autores.

→ Influência positiva

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Considera-se a classificação desta pesquisa por Collis e Hussey (2005), sendo uma pesquisa descritiva, de natureza quantitativa. O método utilizado para obtenção dos dados primário foi um *survey* (HAIR et al., 2009) junto aos estudantes universitários dos cursos

relacionados à gestão, como os cursos de Administração e Secretariado Executivo, uma vez que Paço et al. (2011) e Barbosa e Durante (2013) enfatizam estudos e práticas relacionadas ao empreendedorismo nesses cursos, justificando-se, então, o universo investigado.

Além disso, Thomas e Mueller (2000) ressaltam alguns motivos para a escolha dos estudantes universitários nas pesquisas relacionadas ao empreendedorismo, e isto intensifica, ainda mais, a justificativa desse universo para o estudo: (a) dificuldade de acessibilidade dos empreendedores, visto que já têm seus negócios; e (b) relevância de identificar a intenção empreendedora dos universitários.

A amostra obtida compreendeu 285 universitários do curso de Administração e 144 do curso de Secretariado Executivo, totalizando 429 estudantes de uma Universidade Pública, localizada em um Estado do Nordeste Brasileiro, que foi considerada a melhor Universidade do Norte e Nordeste entre as instituições públicas e privadas, segundo o *ranking* nacional divulgado em 2017 pelo Ministério da Educação.

O instrumento da pesquisa foi estruturado mediante um conjunto de itens, constituídos em uma escala *Likert* de 5 pontos. Para a intenção empreendedora, adotou-se uma análise dicotômica "sim/não" ou se é empreendedor (LIÑÁN; CHEN, 2009); para o comportamento sustentável, variou de 1 "nunca" a 5 "sempre" (GONÇALVES-DIAS et al., 2009); em relação ao comportamento inovador, de 1 "discordo totalmente" a 5 "concordo totalmente" (FOXALL; HACKETT, 1992) (QUADRO 2).

Quadro 2 – Variáveis do modelo adotado na pesquisa

Constructos	Item	Pergunta
Comportamento Sustentável	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.
Comportamento Inovador	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.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Além desses constructos, mensuram-se os aspectos sociodemográficos dos estudantes universitários, tais como: Gênero (GE); Idade (ID); Estado Civil (ES); Semestre em que Frequenta (SF); e Universidade (UN). Considera-se, ainda, os Familiares Empreendedores (FE), por meio da experiência dos pais, com o intuito de verificar se os estudantes universitários têm pais empreendedores; ou se têm pais que já foram empreendedores, mas não mais; ou se têm pais que nunca foram empreendedores.

Para o tratamento dos dados, utilizou-se a Análise Fatorial Exploratória (AFE) para reduzir o número de variáveis e agrupá-las em constructos, com o tipo de rotação ortogonal Varimax – sendo a mais utilizada quando se tenta reduzir o número de variáveis. Outrossim, adotou-se o critério da variável substituta para cada constructo – com a utilização da variável de maior carga fatorial, pois é a que tem maior poder de explicação no constructo (HAIR et al., 2009). A Regressão Logística permite analisar a influência das variáveis independentes (comportamento sustentável, comportamento inovador e aspectos sociodemográficos) na variável dependente (intenção empreendedora).

As análises estatísticas das respostas obtidas tiveram tratamento de dados com o auxílio do *software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* versão 22.0.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Perfil da amostra

Em relação ao perfil da amostra, observa-se 159 estudantes homens (37,1%) e 270 mulheres (62,9%), predominando mulheres na amostra investigada, de ambos os cursos (Administração e Secretariado Executivo). Na amostra caracterizada por meio de 429 estudantes universitários, 228 têm Intenção Empreendedora (IE) (53,1%), 171 não têm IE (39,9%) e 30 já são empreendedores (7%), podendo-se ressaltar, ainda, que considerando os Cursos investigados, predominam, em ambos, estudantes com IE (53,3% com IE no curso de Administração) e (52,6% com IE no curso de Secretariado Executivo). A idade média é de 23 anos, variando entre 16 e 56 anos, sendo a maioria solteiro e nos primeiros semestres de ambos os cursos, valendo-se apontar que tiveram respondentes de todos os dez semestres.

Em relação à experiência dos pais (familiares empreendedores) e a IE dos estudantes universitários do Curso de Administração, elucida-se que há uma influência dos pais (que são empreendedoras) na IE dos estudantes universitários, em que 152 têm pais empreendedores, e destes, 70 têm IE (68%) e 23 não tem IE (22,3) e 10 são empreendedores (9,7%). Por sua vez, dentre os 114 estudantes que não têm pais empreendedores, 45 têm IE (41,7%), 57 não têm IE (52,8%) e 6 são empreendedores (5,6%) (TABELA 1).

Tabela 1 – Associação entre a IE e os familiares empreendedores (Curso de Administração)

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

Fonte: Elaborada pelos autores.

Ao abordar a experiência dos pais empreendedores e a IE dos estudantes universitários do Curso de Secretariado Executivo, aponta-se que também existe influência dos familiares na IE dos universitários, dado que 52 têm pais empreendedores, e destes, 29 têm IE (55,8%), 15 não têm IE (28,8%) e 8 são empreendedores (15,4%). Por outro lado, dos 52 universitários que

não têm IE, 50% não tem IE, possibilitando-se inferir essa influência dos familiares empreendedores na IE desses universitários, conforme observa-se pela Tabela 2.

Tabela 2 – Associação entre a IE e os familiares empreendedores (Curso de Secretariado Executivo)

Experiência dos Pais	Intenção Empreendedora			Total	Valor p do Qui-quadrado
	Sim	Não	Empreendedor		
Sim, pelo menos um é empreendedor	29 55,8%	15 28,8%	8 15,4%	52 100,0%	0,039
Não, mas pelo menos um já foi empreendedor	23 57,5%	16 40,0%	1 2,5%	40 100,0%	
Não, nenhum nunca foi empreendedor	24 46,2%	26 50,0%	2 3,8%	52 100,0%	
Total	76 52,8%	57 39,6%	11 7,6%	144 100,0%	

Fonte: Elaborada pelos autores.

Consoante a essas análises, ambos os cursos mostram que há uma associação estatisticamente significativa entre a intenção empreendedora e os familiares empreendedores, fato indicado pela significância do teste qui-quadrado, com valores p inferior à 0,05. Isso indica que há indícios para se inferir que há uma influência dos familiares empreendedora na IE, apontando a não rejeição da **H₂**: Os familiares empreendedores influenciam positivamente na intenção empreendedora dos estudantes de Administração e Secretariado Executivo, e isto corrobora aos estudos de Ching e Kitahara (2015), Loiola et al. (2016) e Paiva, Bandeira e Soares (2016), realizados também com universitários brasileiros.

4.2 Análise fatorial para os constructos comportamentais sustentáveis e inovadores

A análise fatorial para o comportamental sustentável teve como base a ótica teórica-metodológica de Gonçalves-Dias et al. (2009). Esta análise fatorial revelou 73,84% de variância explicada, com o valor do *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO = 0,761) e o teste de esfericidade de *Bartlett* (qui-quadrado = 1188,837 e significância de 0,000), podendo-se indicar que análise é significativa e explicada pelas variáveis em estudo (TABELA 3).

Tabela 3 – Análise fatorial para o comportamento sustentável

Variáveis	Cargas fatoriais					Comunalidades
	Consumo engajado	Preocupação com o lixo	Ambiente Doméstico	Mobilização	Boicote via consumo	
CS1	,808					,672
CS2	,778					,650
CS3	,740					,652
CS4	,823					,725
CS6		,830				,704
CS7		,898				,816
CS8		,750				,606
CS15			,876			,786
CS16			,723			,643
CS12				,924		,910
CS9					,962	,959

Fonte: Dados da pesquisa.

Com o critério da variável substituta para cada constructo do comportamento sustentável, evidenciam-se cinco constructos com as suas variáveis mais representativas: Consumo engajado – CS4: "As preocupações com o meio ambiente interferem na minha decisão de compra" (carga fatorial de 0,823); Preocupação com o lixo – CS7: "Evito jogar papel no chão" (carga fatorial de 0,898); Ambiente doméstico – CS15: "Tomo banho demorado"

(carga fatorial de 0,876); Mobilização – CS12: "Mobilizo as pessoas para a conservação dos espaços públicos" (carga fatorial de 0,924); e Boicote via consumo – CS9: "Compro produtos de uma empresa mesmo sabendo que ela polui o meio ambiente" (carga fatorial de 0,962).

Para o comportamento inovador, utiliza-se a perspectiva de Kirton (1976) e Foxall e Hackett (1992), em que se pode retratar a variância explicada de 68,20%, com o valor do Kaiser-Meyer-Olkin (KMO = 0,639) e o teste de esfericidade de Bartlett (qui-quadrado = 333,677 e significância de 0,000), ressaltando-se que a análise fatorial também é significativa para o comportamento inovador, conforme verifica-se pela Tabela 4.

Tabela 4 – Análise fatorial para o comportamento inovador

Variáveis	Cargas fatoriais				Comunalidades
	Preferência ao dinamismo e à criatividade	Adequação à originalidade	Eficiência nos detalhes	Preferência pela mudança	
CI5	,715				,604
CI6	,745				,589
CI7	,766				,599
CI1		,821			,697
CI3		,781			,649
CI9			,825		,708
CI11			,789		,680
CI13				,957	,926

Fonte: Dados da pesquisa.

Adotam-se as variáveis com maiores cargas fatoriais: Preferência ao dinamismo e à criatividade – CI7: "Compartilho minhas ideias" (carga fatorial de 0,856); Adequação à originalidade – CI1: "Penso em soluções para situações que parecem sem saída" (carga fatorial de 0,802); Eficiência nos detalhes – CI9: "Prefiro mudança gradual do que radical" (carga fatorial de 0,820); e Preferência pela mudança – CI13: "Preciso do estímulo da mudança frequente" (carga fatorial de 0,841) para representar os constructos da pesquisa.

4.3 Resultados da análise multivariada

Com base nas estruturas fatoriais da AFE, consideram-se nove constructos comportamentais, por meio das variáveis substitutas. Dessa forma, realizou-se dois modelos de regressão, um para cada curso (Administração e Secretariado Executivo), com o intuito de analisar a influência dos constructos comportamentais sustentáveis e inovadores na intenção empreendedora dos universitários. Verifica-se, ainda, a influência dos dados sociodemográficos na intenção empreendedora desses universitários.

Em relação aos indivíduos que são empreendedores, para fins e análise dos dados da regressão, incorporam-se os empreendedores aos que têm IE, a fim de que se tenha uma variável dicotômica "sim" ou "não", fato justificado por Ajzen (1991), que considera que quanto maior a intenção do indivíduo, mais forte é o seu comportamento; por isso, indivíduos com comportamentos empreendedores (ou que são empreendedores) têm, conseqüentemente, IE.

Para a primeira análise, considerando os estudantes universitários do curso de Administração, destacam-se os 285 indivíduos para o modelo de regressão logística, que detém eficiência de 74,7% para explicar a intenção empreendedora, uma vez que o pseudo coeficiente de determinação de Cox & Snell apresentou um valor de 0,259 e o de Nagelkerke foi de 0,350. O teste de Hosmer e Lemeshow, com o valor da estatística de 14,830 e o p de 0,063, permite concluir boa capacidade preditiva do modelo (TABELA 5).

Tabela 5 – Análise da regressão logística (curso de Administração)

Variáveis	B	Sig.	Exp(B)
Consumo engajado	-,116	,501	,890
Preocupação com o lixo	-,678	,062	,508
Boicote via consumo	,048	,782	1,049

Mobilização	,336	,005	1,399
Ambiente Doméstico	,234	,173	1,264
Preferência ao dinamismo e à criatividade	-,132	,437	,876
Eficiência nos detalhes	-,031	,830	,969
Adequação à originalidade	,841	,000	2,319
Preferência pela mudança	,460	,004	1,585
Gênero (Masculino)	,545	,064	1,725
Experiência profissional (nunca trabalhou)	-,685	,297	,504
Experiência profissional (proprietário de uma empresa)	1,992	,110	7,328
Experiência profissional (trabalha no setor privado)	-,776	,216	,460
Experiência profissional (trabalha no setor público)	-1,123	,092	,325
Experiência dos Pais (pelo menos um é empreendedor)	1,408	,000	4,089
Experiência dos Pais (pelo menos um já foi empreendedor)	,503	,158	1,654
Constante	-1,889	,390	,151

Fonte: Dados da pesquisa.

Em relação ao comportamento sustentável para os estudantes universitários do curso de Administração, enfatiza-se a preocupação com o lixo que influencia negativamente na IE (valor p de 0,062, B de -0,678 e $\text{Exp (B)} = 0,508$), e isto mostra que os indivíduos que não evitam jogar papel no chão têm mais chances de terem IE quando comparados com os que evitam esse comportamento. Diante disso, a preocupação com o lixo não é um fator que influencia positivamente na IE dos estudantes universitários. Por outro lado, verifica-se a influência da mobilização na IE (valor p de 0,005, B de 0,336 e $\text{Exp (B)} = 1,399$), elucidando-se que as pessoas que se preocupam mais em mobilizar outras quanto à importância da conservação dos espaços públicos e do meio ambiente apresentam, aproximadamente, 40% a mais de chances de terem IE, quando comparadas com as pessoas sem essa preocupação, e isto coincide com os achados de Kuckertz e Wagner (2010).

Ao tomar como base o comportamento inovador para esses estudantes, verificam-se influências das variáveis adequação à originalidade (valor p de 0,001, B de 0,657) e preferência pela mudança (valor p de 0,007, B de 0,434) na IE. Diante disso, evidencia-se que os universitários mais originais, com novas perspectivas sobre os problemas, têm duas vezes a mais de chances de terem IE ($\text{Exp (B)} = 2,319$); e os que preferem mudanças constantes têm 58,5% de chance de terem IE ($\text{Exp (B)} = 1,585$). Silva, Gomes e Correia (2009) reconhecem o comportamento inovador como uma manifestação volitiva do empreendedor em apresentar processos, produtos ou serviços inovadores, por meio da criatividade ou experimentação, o que corrobora às pesquisas de Marcati, Guido e Peluso (2008), Ahmed et al. (2010), Wurthmann (2014) e Soomro e Shah (2015).

Aborda-se, ainda, a influência do familiares empreendedores na IE dos universitários, com a variável experiência dos pais (pelo menos um é empreendedor), valor p de 0,000, B de 1,408 e $\text{Exp (B)} = 4,089$, dado que os estudantes com pais empreendedores têm quatro vezes a mais de chances de terem IE do que os que não têm pais empreendedores, e isto mostra forte influência do contexto familiar na formação da IE, o que coincide com Randerson et al. (2015), Wang, Wang e Chen (2017) e Zampetakis et al. (2017). Ademais, os homens têm 72,5% a mais de chances de terem IE do que as mulheres ($\text{Exp (B)} = 1,725$), valor p de 0,064 e B de 0,545, corroborando com os resultados das pesquisas de Brenner (1982), De Wit e Van Winden (1989), e Carvalho e González (2006), Lewis (2006) e Hallam et al. (2016) ao indicarem que a diferença entre gêneros pode influenciar na IE, sendo o masculino mais propenso ao empreendedorismo.

O outro modelo da regressão logística refere-se à amostra dos estudantes universitários do curso de Secretariado Executivo, composta por 144 estudantes. Esse modelo tem uma eficiência de 69% para explicar a intenção empreendedora, com o valor do pseudo coeficiente de determinação de Cox & Snell de 0,171 e o de Nagelkerke foi de 0,231. O teste de Hosmer e Lemeshow possibilita concluir boa capacidade preditiva do modelo, com o valor da estatística de 5,674 e o p de 0,684 (TABELA 6).

Tabela 6 – Análise da regressão logística (curso de Secretariado Executivo)

Variáveis	B	Sig.	Exp(B)
Consumo engajado	-,071	,756	,931
Preocupação com o lixo	,252	,629	1,286
Boicote via consumo	-,452	,049	,637
Mobilização	,196	,305	1,217
Ambiente Doméstico	,204	,406	1,226
Preferência ao dinamismo e à criatividade	,382	,127	1,465
Eficiência nos detalhes	-,018	,934	,982
Adequação à originalidade	-,128	,663	,880
Preferência pela mudança	,404	,050	1,498
Gênero (Masculino)	,051	,919	1,052
Experiência profissional (nunca trabalhou)	-,658	,254	,518
Experiência profissional (proprietário de uma empresa)	1,351	,255	3,859
Experiência profissional (trabalha no setor privado)	,176	,765	1,193
Experiência profissional (trabalha no setor público)	-,397	,525	,672
Experiência dos Pais (pelo menos um é empreendedor)	,951	,052	2,587
Experiência dos Pais (pelo menos um já foi empreendedor)	,457	,365	1,580
Constante	,932	,298	2,538

Fonte: Dados da pesquisa.

Quanto ao comportamento sustentável para os estudantes universitários do curso de Secretariado Executivo, pode-se enfatizar há uma influência negativa do boicote via consumo na IE (valor p de 0,049, B de -0,452 e Exp (B) = 0,637), mostrando que os indivíduos que compram produtos de uma empresa, mesmo sabendo que ela polui o meio ambiente, têm menos chances de terem IE do que os indivíduos que evitam tal comportamento, o que permite inferir que os respondentes são motivados a boicotar o consumo por ideologias, decorrente da negligência de empresas que poluem o meio ambiente, uma vez que os estudantes de secretariado executivo podem considerar relevante o fato das empresas mudarem suas ações em relação ao meio ambiente (CRUZ; BOTELHO, 2016).

No tocante ao comportamento inovador para os estudantes universitários do curso de Secretariado Executivo, é pertinente destacar que há uma influência positiva da preferência pela mudança na IE (valor p de 0,050, B de 0,404 e Exp (B) de 1,498), fato indicativo para inferir que os estudantes que precisam do estímulo da mudança constante têm, por sua vez, aproximadamente 50% a mais de chances de terem IE do que os que não preferem essa mudança constante, o que coincide com de Marcati, Guido e Peluso (2008), Ahmed et al. (2010), Wurthmann (2014) e Soomro e Shah (2015).

Ademais, retrata-se a influência dos dos familiares empreendedores na IE dos universitários, com a variável experiência dos pais (pelo menos um é empreendedor), valor p de 0,052, B de 0,951 e Exp (B) = 2,587, indicando que esses indivíduos com pais empreendedores têm duas vezes a mais de chances de terem IE do que os que não têm pais empreendedores, e isto entra em consonância com Teixeira e Davey (2010), Fayolle e Gailly (2015) e Sieger e Minola (2017).

Diante dos resultados dos dois modelos da regressão, verificou-se que o gênero (masculino) só teve uma influência positiva na IE dos universitários do curso de Administração, e isto fornece indícios para rejeitar H_1 : O gênero influencia positivamente na intenção empreendedora dos estudantes dos cursos Administração e Secretariado Executivo, pois não houve essa influência para os universitários do curso de Secretariado Executivo, coincidindo com o que denotam Camelo-Ordaz, Díánez-González e Ruiz-Navarro (2016), de que podem não existir impactos diretamente do gênero na IE.

Quanto à experiência dos pais empreendedores (pelo menos um é empreendedor), em ambas as amostras ocorreram influências positivas do contexto familiar na IE dos estudantes universitários, mostrando-se, ainda, que os estudantes de administração têm quatro vezes a

mais de chances de terem IE quando têm pais empreendedores; e os de secretariado têm duas vezes a mais de chances de terem IE quando são filhos de empreendedores. Diante disso, percebe-se forte influência do contexto familiar na IE desses universitários, o que coincide com a não rejeição da **H₂**: Os familiares empreendedores influenciam positivamente na intenção empreendedora dos estudantes de Administração e Secretariado Executivo, e isto se alinha à Teoria do Comportamento Planejado (TCP), apontado a influência da pressão social e dos familiares para a formação da intenção e do comportamento empreendedor (AJZEN, 1991; DE LEEUW et al., 2015; LIÑÁN; CHEN, 2009).

Em relação aos constructos comportamentais sustentáveis, evidenciou-se que, para os estudantes universitários do curso de Administração, houve influência negativa da preocupação com lixo na IE; por outro lado, ocorreram influências positivas da mobilização. Para os estudantes do curso de Secretariado Executivo, revelou-se que apenas o boicote via consumo teve uma influência negativa na IE, mas como se trata de uma variável inversa, em que esse boicote é positivo para o meio ambiente, pois os indivíduos deixam de comprar produtos de empresas que poluem o meio ambiente, então, não se rejeita **H₃**: O comportamento sustentável exerce influência positiva na intenção empreendedora dos estudantes de Administração e Secretariado Executivo, pois de certo modo há uma influência positivo do comportamento sustentável na IE para os estudantes de Secretariado Executivo.

Tomando-se como base os constructos comportamentais inovadores, denota-se que, em relação aos estudantes de Administração, foram detectadas influências positivas da adequação à originalidade e da preferência pela mudança; e para os estudantes de Secretariado Executivo, ocorreu também influência positiva da preferência pela mudança, o que indica a não rejeição da **H₄**: O comportamento inovador exerce influência positiva na intenção empreendedora dos estudantes de Administração e Secretariado Executivo, pois em ambos os cursos foram ressaltados influências da preferência pela mudança, que denota que os estudantes precisam do estímulo da mudança frequente.

Em síntese, de modo a sumarizar os resultados do estudo, o Quadro 3 aborda os resultados das hipóteses da pesquisa.

Quadro 3 – Valores esperados e observados nas hipóteses

Hipóteses	Valor Esperado	Valor Observado
H₁ : O gênero influencia positivamente na intenção empreendedora dos estudantes dos cursos Administração e Secretariado Executivo.	Gênero → Intenção empreendedora	Rejeita
H₂ : Os familiares empreendedores influenciam positivamente na intenção empreendedora dos estudantes de Administração e Secretariado Executivo.	Familiares empreendedores → Intenção empreendedora	Não rejeita
H₃ : O comportamento sustentável exerce influência positiva na intenção empreendedora dos estudantes de Administração e Secretariado Executivo.	Comportamento sustentável → Intenção empreendedora	Não rejeita
H₄ : O comportamento inovador exerce influência positiva na intenção empreendedora dos estudantes de Administração e Secretariado Executivo.	Comportamento inovador → Intenção empreendedora	Não rejeita

Fonte: Elaborado pelos autores.

→ Influência positiva

De modo geral, esses resultados possibilitam uma melhor compreensão acerca da influência dos constructos comportamentais sustentáveis e inovadores e dos dados sociodemográficos entre universitários do curso de Administração e Secretariado Executivo. Esses resultados buscam, portanto, suplantam a lacuna da literatura que alinha a sustentabilidade e a inovação ao empreendedorismo, sobretudo ao considerar a intenção empreendedora, considerada o principal fenômeno para se explicar o processo do empreendedorismo.

5 CONCLUSÃO

Este estudo teve como principal diretriz analisar a influência dos constructos comportamentais sustentáveis e inovadores na intenção empreendedora dos universitários dos cursos de Administração e Secretariado Executivo. Adicionalmente, verificou-se a influência dos dados sociodemográficos na intenção empreendedora desses universitários. A metodologia aplicada foi pertinente para atender ao objetivo da pesquisa, concentrando-se em modelos de regressões logísticas para os cursos investigados, o que trouxe importantes conclusões para o campo do conhecimento do empreendedorismo, da inovação e da sustentabilidade.

Os resultados permitiram apontar que existe uma influência positiva dos constructos comportamentais sustentáveis e inovadores na IE dos estudantes universitários do curso de Administração, sobretudo ao considerar os constructos: mobilização, adequação à originalidade e preferência pela mudança na IE, e isto mostrou que mobilizar outras pessoas para a conservação dos espaços públicos; pensar “fora da caixa”, nas soluções em situações que parecem sem saída; e a preferência pela mudança frequente, não pensando apenas em fazer as coisas melhores, mas diferentemente; estes são, por sua vez, os que mais manifestaram ter IE. Além disso, os homens foram mais propensos a terem IE do que as mulheres para os estudantes desse curso.

Ao considerar os estudantes universitários do curso de Secretariado Executivo, verificou-se também influência dos constructos comportamentais sustentáveis e inovadores, levando-se em conta o boicote via consumo (variável inversa) e a preferência pela mudança, em que se pôde verificar que os estudantes que se preocupam em não comprar produtos de empresas que poluem o meio ambiente e os que preferem mudanças constates são mais propensos à IE.

Ademais, identificou-se forte influência dos familiares empreendedores na IE dos estudantes universitários de ambos os cursos, o que coincide com a perspectiva da Teoria do Comportamento Planejado, proposta por Ajzen (1991), acerca da influência das normas sociais – do contexto familiar – como preditor da IE. A maior influência foi para os estudantes de Administração, dado que quando têm pais empreendedores, suas chances de terem IE são quatro vezes a mais do que os que não têm pais empreendedores; enquanto que os do curso de Secretariado Executivo têm duas vezes a mais de chances de terem IE quando são filhos de pais empreendedores. De modo geral, a influência do contexto familiar na IE dos universitários foi elucidada fortemente em ambos os cursos relacionados à gestão, podendo-se apontar que há indicativos para inferir que existem influências positivas dos familiares empreendedores na formação da IE dos universitários desses cursos.

Considerando as dificuldades atuais, como crises econômicas, sociais e ambientais, o empreendedorismo é uma alternativa para que a pessoa se insira no mundo do trabalho. Como a intenção empreendedora é relevante na atualidade, este estudo visa contribuir para fomentar o incentivo de políticas e práticas direcionadas às Instituições de Ensino Superior (IES), com a expectativa de que as IES possam incorporar estudos e práticas ambientais, inovadoras e sociais alinhadas ao empreendedorismo – a fim de potencializar benefícios sociais e ambientais gerados pelos empreendedores – os quais proporcionam emprego e renda para a sociedade.

Esta pesquisa detém algumas limitações que não foram suplantadas, portanto, recomenda-se, para futuros estudos, alinhar a sustentabilidade e a inovação na IE entre outros cursos relacionados à gestão, com outras universidades e, além disso, realizar um comparativo entre países distintos, utilizando o modelo adotado neste estudo. Dessa forma, pesquisas empíricas futuras alinhariam, ainda mais, a sustentabilidade e a inovação no contexto do empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

- ARREGLE, J. L.; BATJARGAL, B.; HITT, M. A.; WEBB, J. W.; MILLER, T.; TSUI, A. S. Family ties in entrepreneurs' social networks and new venture growth. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 39, n. 2, p. 313-344, 2015.
- AHMED, N.; NAWAZ, M. M.; AHMAD, Z.; SHAUKAT, M. Z.; USMAN, A.; REHMAN, W. U.; AHMED, N. 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. **From intentions to actions: A theory of planned behavior**. Springer Berlin Heidelberg, 1985.
- AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 50, n. 2, p. 179-211, 1991.
- 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, 2011.
- AUTIO, E.; KEELEY, R.; KLOSTEN, M. Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and the USA. **Enterprise and Innovation Management Studies**, v. 2, n. 2, p. 145-160, 2001.
- BARBOSA, S. M. C.; DURANTE, D. G. Secretariado executivo e empreendedorismo: realidade ou utopia? **Revista de Gestão e Secretariado - GeSec**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 56-74, jan./jun. 2013.
- BARON, R.; SHANE, S. **Entrepreneurship: A process perspective**. Nelson Education, 2007.
- 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.
- 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. **Revista Economia & Gestão**, v. 12, n. 29, p. 141-168, 2012.
- BRASIL. Ministério da Educação. Resolução N° 03, de 23 de julho de 2005. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Secretariado Executivo e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 27 jun. 2005.
- BRATT, C. The impact of norms and assumed consequences on recycling behavior. **Environment and behavior**, v. 31, n. 5, p. 630-656, 1999.
- BRENNER, O. C. Relationship of education to sex, managerial status, and the managerial stereotype. **Journal of Applied Psychology**, v. 67, n. 3, p. 380-383, 1982.
- CAMELO-ORDAZ, C.; DIÁNEZ-GONZÁLEZ, J. P.; RUIZ-NAVARRO, J. The influence of gender on entrepreneurial intention: The mediating role of perceptual factors. **BRQ Business Research Quarterly**, v. 19, n. 4, p. 261-277, 2016.
- CARLAND, J. W.; HOY, F.; BOULTON, W. R.; CARLAND, J. A. C. Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization. In: **Entrepreneurship**. Springer, Berlin, Heidelberg, 2007. p. 73-81.
- CARVALHO, P. M. R.; GONZÁLEZ, L. Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. **Comportamento Organizacional e Gestão**, v. 12, n. 1, p. 43-65, 2006.
- CHING, H. Y.; KITAHARA, José Renato. Propensão a empreender: uma investigação quantitativa baseada nas características empreendedoras de alunos do curso de administração. **Revista de Ciências da Administração**, v. 1, n. 1, p. 99-111, 2015.
- COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

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. The positive psychology of sustainability. **Environment, Development and Sustainability**, v. 14, n. 5, p. 651-666, 2012.

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.

CRUZ, B. P. A.; BOTELHO, D. Influenciadores da Percepção de Eficácia do Boicote e Intenção de Boicotar. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 10, n. 4, p. 99-113, 2016.

DE WIT, G.; VAN WINDEN, F. A. An empirical analysis of self-employment in the Netherlands. **Small Business Economics**, v. 1, n. 4, p. 263-272, 1989.

DE LEEUW, A.; VALOIS, P.; AJZEN, I.; SCHMIDT, P. Using the theory of planned behavior to identify key beliefs underlying pro-environmental behavior in high-school students: Implications for educational interventions. **Journal of Environmental Psychology**, v. 42, p. 128-138, 2015.

ELKINGTON, J. Cannibals with forks. **The triple bottom line of 21st century**. 1997.

FAYOLLE, A.; GAILLY, B. The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. **Journal of Small Business Management**, v. 53, n. 1, p. 75-93, 2015.

FAYOLLE, A.; LIÑÁN, F. The future of research on entrepreneurial intentions. **Journal of Business Research**, v. 67, n. 5, p. 663-666, 2014.

FERREIRA, A. S. M.; LOIOLA, E.; GONDIM, S. M. G. Individual and contextual predictors of entrepreneurial intention among undergraduates: a literature review. **Cadernos EBAP. BR**, v. 15, n. 2, p. 292-308, 2017.

FISHBEIN, M.; AJZEN, I. **Belief, attitudes, intention, and behavior: An introduction to theory and research**. Massachusetts: 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.

GONÇALVES-DIAS, S. L. F. G., TEODÓSIO, A. S. S., CARVALHO, S.; SILVA, H. M. R. Consciência ambiental: um estudo exploratório sobre suas implicações para o ensino de administração. **RAE-eletrônica**, v. 8, n. 1, p. 1, 2009.

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.

HAIR, J. F.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. **Análise Multivariada de Dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HALLAM, C. ZANELLA, G., DOSAMANTES, C. A. D., CARDENAS, C. Measuring entrepreneurial intent? Temporal construal theory shows it depends on your timing. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 22, n. 5, p. 671-697, 2016.

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.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo-9**. AMGH Editora, 2014.

KAISER, F. G.; DOKA, G.; HOFSTETTER, P.; RANNEY, M. A. 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.

KIRTON, M. Adaptors and innovators: A description and measure. **Journal of applied psychology**, v. 61, n. 5, p. 622, 1976.

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.

LEWIS, P. The quest for invisibility: Female entrepreneurs and the masculine norm of entrepreneurship. **Gender, Work & Organization**, v. 13, n. 5, p. 453-469, 2006.

LOIOLA, E.; GONDIM, S. M. G.; PEREIRA, C. R.; FERREIRA, A. S. M. Ação planejada e intenção empreendedora entre universitários: analisando preditores e mediadores. **Revista Psicologia Organizações e Trabalho**, v. 16, n. 1, p. 22-35, 2016.

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.

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.

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.

MUELLER, S. L. Gender gaps in potential for entrepreneurship across countries and cultures. **Journal of developmental entrepreneurship**, v. 9, n. 3, pp. 199-220, 2004.

MUELLER, S. L.; DATO-ON, M. C. Gender-role orientation as a determinant of entrepreneurial self-efficacy. **Journal of Developmental Entrepreneurship**, v. 13, n. 01, p. 3-20, 2008.

PAIVA, L. E. B.; BANDEIRA, E. L.; SOARES, R. A. Aspectos comportamentais do empreendedorismo sustentável na intenção empreendedora dos estudantes universitários. Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, **Anais...** Costa do Saúpe, BA, 40, 2016.

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.

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.

RANDERSON, K. BETTINELLI, C.; FAYOLLE, A.; ANDERSON, A. Family entrepreneurship as a field of research: Exploring its contours and contents. **Journal of Family Business Strategy**, v. 6, n. 3, p. 143-154, 2015.

RICO, P.; CABRER-BORRÁS, B. Gender differences in self-employment in Spain. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 10, n. 1, p. 19-38, 2018.

SCHMUCK, P.; SCHULTZ, P. W. Sustainable development as a challenge for psychology. In: **Psychology of sustainable development**. Springer US, 2002. p. 3-17.

SCHRÖDER, E.; SCHMITT-RODERMUND, E. Crystallizing enterprising interests among adolescents through a career development program: The role of personality and family background. **Journal of Vocational Behavior**, v. 69, n. 3, p. 494-509, 2006.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalism, socialism and democracy**. Routledge, 2013.

- 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.
- 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.
- SIEGER, P.; MINOLA, T. The family's financial support as a “Poisoned gift”: A family embeddedness perspective on entrepreneurial intentions. **Journal of Small Business Management**, v. 55, n. S1, p. 179-204, 2017.
- SILVA, M. A.; GOMES, L. F.; CORREIA, M. Cultura e orientação empreendedora: uma pesquisa comparativa entre empreendedores em incubadoras no Brasil e em Portugal. **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, v. 13, n. 1, p. 57-71, 2009.
- SOOMRO, B. A.; SHAH, N. Developing attitudes and intentions among potential entrepreneurs. **Journal of Enterprise Information Management**, v. 28, n. 2, p. 304-322, 2015.
- 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.
- 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.
- 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.
- TILLEY, F.; PARRISH, B. D. Introduction. **Greener Management International**. 2009.
- WANG, C. K.; WONG, P. Entrepreneurial interest of university students in Singapore. **Technovation**, v. 24, n. 2, p. 163-172, 2004.
- WANG, D.; WANG, L.; CHEN, L. Unlocking the influence of family business exposure on entrepreneurial intentions. **International Entrepreneurship and Management Journal**, p. 1-24, 2017.
- WURTHMANN, K. Business students' attitudes toward innovation and intentions to start their own businesses. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 10, n. 4, p. 691-711, 2014.
- ZAMPETAKIS, L. A.; MOUSTAKIS, V. Linking creativity with entrepreneurial intentions: A structural approach. **The International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 2, n. 3, p. 413-428, 2006.