

INTENÇÃO EMPREENDEDORA E CONSCIÊNCIA AMBIENTAL DE EMPRESÁRIOS JUNIORES

LUIS EDUARDO BRANDÃO PAIVA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

EVANGELINA DA SILVA SOUSA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

RAFAELA DE ALMEIDA ARAÚJO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

TEREZA CRISTINA BATISTA DE LIMA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

Agradecimento à orgão de fomento:

Agradecemos à CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) pelo incentivo e apoio à pesquisa.

INTENÇÃO EMPREENDEDORA E CONSCIÊNCIA AMBIENTAL DE EMPRESÁRIOS JUNIORES

1. Introdução

A educação é vista como agente transformadora na vida das pessoas. Nesse contexto, cabe mencionar, no que se refere à sustentabilidade, que os cursos de Programas de Graduação, sobretudo os direcionados à Gestão, têm adotado suas perspectivas (ambiental, social e econômica) em seus currículos, e isto tem contribuído como uma forma de conscientizar os comportamentos dos estudantes, uma vez que estes podem ser futuros empreendedores ou gestores de empresas – tomando decisões complexas e incertas, inclusive sobre questões sustentáveis (Jacobi, Raufflet, & Arruda, 2011; Paiva, Lima, Rebouças, Ferreira, & Fontenele, 2018; Silva, Czykiel, Figueiró, Santos, & Galvão, 2013).

De acordo com Sinay, Dalbem, Loureiro e Vieira (2013), no Brasil, a educação com foco ambiental tornou-se obrigatória em todos os níveis de ensino apenas a partir de 1999, principalmente, com a lei nº 9.795, instituindo a Política Nacional de Educação Ambiental (PNEA). Sendo assim, a sustentabilidade é um assunto necessário dentro dos cursos de Graduação e Pós-graduação, tendo em vista a necessidade da inclusão de ações favoráveis ao meio ambiente na formação dos estudantes universitários (Silva et al., 2013).

Diante desse cenário educacional, as empresas juniores são espaços de formação profissional complementar para estudantes do ensino superior (Campos, Abbad, Macedo, & Silva, 2015), pois há uma preocupação com a consolidação e a valorização do conhecimento, assim como das competências desses estudantes (Almeida, Daniel, & Figueiredo, 2019; Valadão Júnior, De Almeida, & Medeiros, 2014), sendo alinhadas à teoria e prática de ensino, pesquisa e extensão. As empresas juniores tendem a favorecer o desenvolvimento de atividades empreendedoras, além de desenvolvimento pessoal e profissional, favorecendo a empregabilidade e propiciando a sustentabilidade nos negócios, e isto ainda possibilita o crescimento de negócios locais que se beneficiam dos serviços dessas empresas juniores (Almeida et al., 2019). Assim, os estudantes associados às empresas juniores potencializam características empreendedoras, como: autoeficácia, liderança, sociabilidade, inovação e capacidade para assumir riscos calculados (Moraes, Iizuka, Rocha, & Diaféria, 2021).

Nesse sentido, outro quesito relevante é compreender como as intenções empreendedoras se manifestam, uma vez que a intenção é a principal preditora do comportamento empreendedor, que é quando o indivíduo, de fato, empreende (Liñán & Chen, 2009; Paiva et al., 2018; Zaremohzzabieh et al., 2019). A partir da operacionalização de modelos teóricos que buscam explicar o comportamento humano, tem-se a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) (Ajzen, 1991; 2015), como estrutura conceitual que compreende o comportamento diante das diferentes possibilidades de atuação, mediante alguns antecedentes da intenção, como atitudes pessoais, normas subjetivas e controle comportamental percebido, e isso pode incluir também ações e práticas sustentáveis.

Ao levar em conta o aumento do número de instituições de ensino superior que passaram a formar estudantes com conhecimentos e habilidades para a suas futuras tomadas de decisões sustentáveis dentro das organizações (Jacobi, Raufflet, & Arruda, 2011) e que as empresas juniores são consideradas ambientes propícios para expansões teóricas e práticas, sobretudo direcionadas ao empreendedorismo (Barros, Miranda, Almada, & Quintas, 2017; Bicalho & De Paula, 2012; Campos et al., 2015; Lourenço, 2014; Peres, Carvalho, & Hashimoto, 2004), torna-se pertinente compreender como tais conhecimentos estão sendo realizados pelos empresários juniores, sobretudo no que se refere as suas consciências frente aos impactos ambientais, uma vez que quando eles têm consciência do impacto de suas ações e posturas no meio ambiente,

tendem a incorporar essas práticas na criação de negócios (Kuckertz & Wagner, 2010; Makhamed & Bendassolli, 2017; Paiva et al., 2018).

Diante do exposto e considerando a intenção empreendedora e a sustentabilidade, sobretudo com foco na consciência ambiental dos empresários juniores, eles que são considerados agentes de mudança e que atuam em espaços direcionados para o empreendedorismo, reunindo diversas áreas e interesses; surge o seguinte questionamento para o desenvolvimento desta pesquisa: qual a relação entre consciência ambiental e intenção empreendedora de empresários juniores? Este estudo tem como objetivo, portanto, analisar a influência da Teoria do Comportamento Planejado (atitudes pessoais, normas subjetivas e controle comportamental percebido) e da consciência ambiental na intenção empreendedora de empresários juniores.

Este estudo justifica-se, pois, apesar da crescente expansão de estudos que versam sobre sustentabilidade, incluindo futuros administradores e/ou empreendedores (Demajorovic & Silva, 2012; Frankenberger, Amarante, & Vieira, 2017; Gonçalves-Dias, Teodósio, Carvalho, & Silva, 2009; Pinheiro, Peñaloza, Monteiro, & Nascimento, 2014; Venzke & Nascimento, 2013), constata-se baixa a incidência de estudos que alinham intenção empreendedora e sustentabilidade (por meio da consciência ambiental) na perspectiva de empresários juniores, sobretudo no cenário nacional. Espera-se, portanto, que este estudo propicie reflexões para o fomento de políticas e práticas universitárias voltadas às empresas juniores, principalmente com foco sustentável nas práticas empreendedoras desses estudantes.

Além desta seção introdutória, este artigo está estruturado em mais quatro seções. A seguir, apresenta-se a fundamentação teórica, detendo-se conceitos e abordagens sobre os empresários juniores e a consciência ambiental; e, logo após, a Teoria do Comportamento Planejado, enfatizando a intenção empreendedora. Na terceira seção, destacam-se os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa. Em seguida, a análise e discussão dos resultados e, por fim, na quinta seção, as considerações finais do estudo com as limitações da pesquisa e reflexões para futuras investigações sobre os temas.

2. Fundamentação Teórica

2.1 Empresas juniores e consciência ambiental

As empresas juniores são organizações sem fins lucrativos pertencentes ao contexto acadêmico, as quais têm como objetivo possibilitar a interação dos estudantes com o mundo profissional, geralmente sob a orientação de um mentor (professor). Sua importância pedagógica é relevante, já que se propõe a desenvolver o discente por meio da complementação do conhecimento teórico, oriundo da sua área de formação, que o direciona para a prática do trabalho (Barros et al., 2017; Bicalho & De Paula, 2012; Campos et al., 2015; Cesconetto, Nunes, & Moretto Neto, 2012; Lourenço, 2014; Peres et al., 2004).

De acordo com Ferreira-da-Silva e Pinto (2011) e Cortez, Veiga e Salvador (2019), com a evolução dos modelos de gestão empresarial, o empreendedorismo ganhou destaque dentro das universidades. A partir disso, considera-se que as empresas juniores, criadas e gerenciadas pelos próprios discentes, são organizações que prestam serviços abaixo do valor de mercado e investem, ainda, o faturamento na capacitação dos empresários juniores. Os principais clientes são os micros e pequenos empresários que buscam uma alternativa de baixo custo e qualificada para a solução dos problemas de suas empresas.

Para Jacobi, Raufflet e Arruda (2011), foi a partir dos anos 2000 que ocorreu um aumento de módulos, cursos e programas relacionados à sustentabilidade no ensino superior. Ainda neste sentido, as atitudes pró-ambientais tornam-se essenciais para os estudantes universitários, pois estes devem buscar comportamentos direcionados para que as empresas parem de ser a causa dos problemas ambientais e passem, então, a buscar soluções para os

problemas econômicos, sociais e ambientais (Gonçalves-Dias et al., 2009; Pinheiro et al., 2014; Silva et al., 2013), uma vez que a responsabilidade ambiental vai desde hábitos e comportamentos individuais (Mondini, Borges, Mondini, & Dreher, 2018).

Essa necessidade de adequação surgiu a partir dos próprios profissionais com formação na área; porém, nem sempre o que é visto na atuação profissional, é possível ser afirmado no aspecto pessoal do futuro gestor, pois não necessariamente há um alinhamento entre a consciência e comportamento ambiental, já que estes são fatores que vão além do meio acadêmico (Gonçalves-Dias et al., 2009; Teixeira, Silva Filho, & Meireles, 2016).

As mudanças geradas pela conscientização podem ser vistas no ambiente empresarial, em que os estudantes podem ser tomadores de decisões e, assim, influenciar na criação e manutenção de diferentes modelos de gestão (Gonçalves-Dias et al., 2009; Silva et al., 2013). A difusão do ensino das questões ambientais tem se dado em diferentes contextos, sendo desde professores, que introduzem discussões e abordagens relacionadas dentro de suas respectivas disciplinas, até o desenvolvimento de disciplinas específicas para os discentes com interesses em sustentabilidade (Gonçalves-Dias et al., 2009).

Dessa forma, na perspectiva da preocupação do indivíduo com as questões ambientais, que se alinha também com questões sociais e culturais (Gonçalves-Dias et al., 2009), destaca-se a consciência ambiental, que detém base no contexto individual das preocupações com o meio ambiente. Ao considerar a perspectiva teórico-metodológica de Gonçalves-Dias et al. (2009), esta pesquisa procura mensurar a consciência ambiental por meio de cinco dimensões, conforme podem ser observadas na Tabela 1.

Tabela 1 – Dimensões da consciência ambiental

| Dimensão | Descrição |
|------------------------|--|
| Consumo engajado | Responsável pela maior parte da variância dos dados, agrupa variáveis relativas às atitudes dos respondentes quanto ao consumo. Tais variáveis expressam o nível de conscientização dos indivíduos sobre as questões ambientais que envolvem a postura dos fabricantes e 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 | Agrega variáveis ligadas ao comportamento do indivíduo na vida domiciliar, relacionadas ao uso cotidiano de recursos naturais, como energia elétrica e água. |

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

Em relação às questões ambientais, é notável a necessidade de um novo comportamento dos gestores, para que as empresas modifiquem suas posturas e deixem de causar problemas ambientais – com o intuito de impactar positivamente no meio ambiente, trazendo soluções para a proteção e conservação ambiental (Gonçalves-Dias et al., 2009; Paiva et al., 2018; Pinheiro et al., 2015). Nesse sentido, as empresas juniores têm um importante papel, haja vista que buscam alinhar o que é visto em sala de aula com a prática profissional, e isto faz com que os discentes possam realizar práticas sustentáveis nas empresas em que realizam consultorias, assim como nos seus futuros negócios.

2.2 Teoria do Comportamento Planejado e intenção empreendedora

A Teoria do Comportamento Planejado postula que as crenças sobre atitudes, as normas subjetivas e o controle comportamental percebido são influenciadores da intenção, e esta é diretamente a principal antecedente do comportamento (Ajzen; 1991, 2015; Kautonen,

Gelderen, & Fink, 2015). É por meio destes conceitos que a TCP busca entender e prever as particularidades do comportamento em determinados contextos, muitas vezes incertos e complexos (Ajzen; 1991; 2015).

A intenção empreendedora é amplamente abordada no âmbito dos empresários juniores, uma vez que estes buscam se inserir no mercado por meio das experiências de consultoria nas empresas que atuam, e isto possibilita a eles estarem cada vez mais próximo do contexto do empreendedorismo. Ademais, as empresas juniores são espaços que estimulam e incentivam práticas empreendedoras (Ferreira-Da-Silva & Pinto, 2011). Como os empresários juniores têm a possibilidade de aplicar a teoria que tem sido vista em sala de aula, assim como a sustentabilidade tem crescido na grade curricular das Instituições de Ensino Superior (Jacobi, Raufflet, & Arruda, 2011; Teixeira et al., 2016), é possível perceber se esta realidade tem se alinhado nas consultorias prestadas pelos empresários juniores.

Ainda nessa perspectiva dos empresários juniores e da intenção empreendedora, a Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991; 2015) tem sido considerada como referência para identificar e examinar as ações realizadas pelos indivíduos; além disso, auxilia na compreensão geral das contínuas mudanças que podem guiar as ações empreendedoras (Silveira et al., 2017; Souza, Lopez Júnior, Bornia, & Alves, 2013).

Percebe-se que diferentes motivações podem levar a níveis distintos de atitude pessoal, norma subjetiva e controle comportamental percebido (Ajzen, 2015) e, por meio deles, as diferentes intenções empreendedoras (Fayolle, Liñán, & Moriano, 2014). Sendo assim, e ainda visando propor um modelo cognitivo para a compreensão da intenção, Liñán e Chen (2009) idealizaram um modelo teórico dominante – com o intuito de prever a intenção empreendedora, sendo influenciada por atitudes pessoais, normas subjetivas e controle comportamental percebido, dimensões da Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991), aplicadas no contexto do empreendedorismo.

As atitudes pessoais para iniciar um empreendimento se referem ao grau em que o indivíduo faz uma avaliação pessoal positiva ou negativa sobre ser um empreendedor. Isso inclui, não somente o gostar da ideia de empreender, mas, sim, as considerações dele sobre vantagens e desvantagens para empreender (Krüger & Minello, 2017; Liñán & Chen, 2009). Outrossim, resultados das pesquisas empíricas realizadas por Oliveira, Vieira, Laguía, Moriano e Soares (2016), Paiva, Sousa, Lima e Silva (2020) e Sousa, Paiva, Santos, Rebouças e Fontenele (2020) evidenciaram que a atitude pessoal exerce influência positiva sobre a intenção empreendedora. Diante disso, surge a seguinte hipótese para o estudo: **H₁**: As atitudes pessoais influenciam positivamente na intenção empreendedora de empresários juniores.

As crenças relacionadas às normas subjetivas mensuram a pressão social percebida para realizar (ou não) comportamentos empreendedores, ou seja, se as pessoas consideradas como referências para os indivíduos, como amigos e familiares, aprovam ou não a decisão de ele se tornar um empreendedor (Kautonen et al., 2015; Liñán & Chen, 2009). A literatura aponta que essas referências podem incentivar a intenção empreendedora dos indivíduos, permitindo-se, portanto, mostrar mais uma hipótese para esta pesquisa: **H₂**: As normas subjetivas influenciam positivamente na intenção empreendedora de empresários juniores.

Além disso, outra dimensão que é preditora da intenção é o controle comportamental percebido, sendo definida como a percepção da facilidade ou dificuldade em exercer um determinado comportamento, ou seja, de o indivíduo se tornar empreendedor (Kautonen et al., 2015; Liñán & Chen, 2009). Sendo assim, levando-se em conta ainda a Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991; Liñán & Chen, 2009), emerge mais uma hipótese para o desenvolvimento desta pesquisa: **H₃**: O controle comportamental percebido influencia positivamente na intenção empreendedora de empresários juniores.

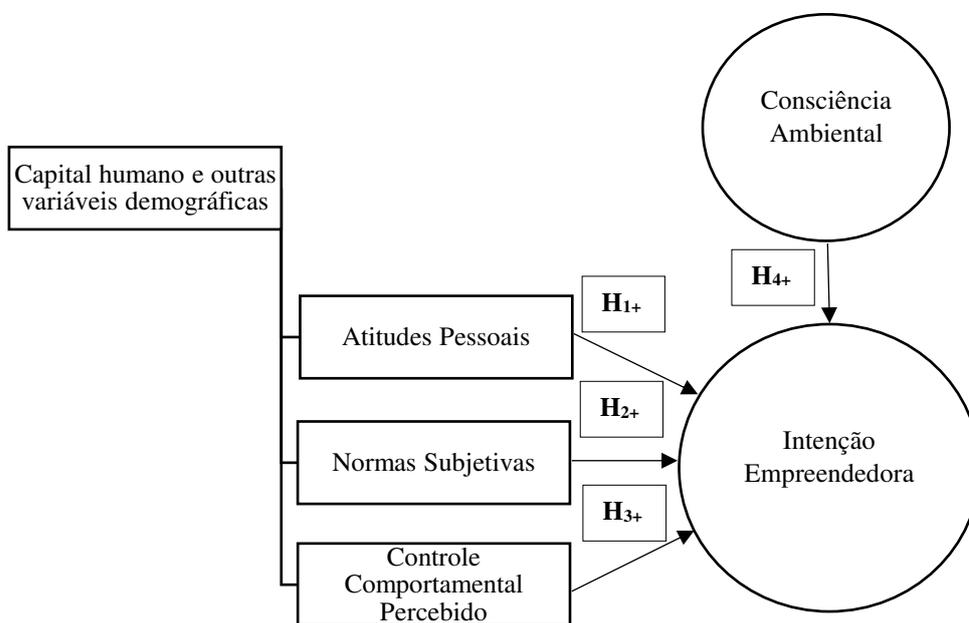
A decisão de se tornar empreendedor pode ser vista como espontânea e consciente, sendo a intenção o primeiro passo para a concretização de um empreendimento, pois é o desejo

e o elemento necessário para a realização do comportamento (Bae, Qian, Miao, & Fiet, 2014; Liñán & Chen, 2009; Silveira et al., 2017). A intenção empreendedora compreende a orientação ou aspirações vocacionais, a possibilidade de ser seu próprio empregador e o desejo de ter algum negócio (Bae et al., 2014; Paiva et al., 2018). O reconhecimento de uma oportunidade de negócio surge com a intenção de empreender e se concretiza na ação em si. Portanto, a intenção é a variável crucial para a criação ou não de novos negócios.

Ressalta-se a importância da educação alinhada ao empreendedorismo, tendo em vista que a prática aumenta o conhecimento (Barros et al., 2017; Bicalho & De Paula, 2012; Campos et al., 2015; Liñán & Chen, 2009; Lourenço, 2014; Peres et al., 2004), e também proporciona uma maior conscientização sobre a opção empreendedora (Liñán & Chen, 2009). A educação empreendedora busca alinhar as atitudes e habilidades empreendedoras (Bae et al., 2014; Liñán & Chen, 2009). Nesse sentido, quando se trata do empreendedorismo relacionado à consciência ambiental, faz-se necessário compreender as ações e posturas dos estudantes para que estes busquem soluções para mitigar os problemas ambientais, impactando positivamente na sociedade e no meio ambiente (Gonçalves-Dias et al., 2009; Paiva et al., 2018; Pinheiro et al., 2014; Silva et al., 2013). Nesse sentido, surge a seguinte hipótese: **H4**: A consciência ambiental influencia positivamente na intenção empreendedora de empresários juniores.

Com base na fundamentação teórica exposta, baseando-se na Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991) e na consciência ambiental (Gonçalves-Dias et al., 2009), que forneceram suporte e reflexões para o desenvolvimento das hipóteses da pesquisa, mostra-se, então, a Figura 1, que elucida o modelo da pesquisa com as hipóteses formuladas.

Figura 1 – Formulação das hipóteses da pesquisa



Fonte: Elaborado pelos autores com base em Liñán e Chen (2009).

Consoante as discussões abordadas e o desenvolvimento das hipóteses da pesquisa, mostra-se, a seguir, os procedimentos metodológicos realizados para a obtenção dos dados da pesquisa junto aos empresários juniores, os quais foram fundamentais para fornecer fontes de informações para a análise e discussão dos resultados do estudo.

3. Procedimentos Metodológicos

Trata-se de uma pesquisa quantitativa, de natureza descritiva (Collis & Hussey, 2005). A população compreende estudantes de graduação que atuam como empresários juniores. Cabe mencionar que as empresas juniores são locais para a prática da teoria, bem como para incentivar o empreendedorismo (Barros et al., 2017; Bicalho & De Paula, 2012; Campos et al., 2015; Lourenço, 2014; Peres, Carvalho, & Hashimoto, 2004), e isto possibilita constatar como estão as práticas ambientais realizadas por estes estudantes.

A coleta de dados foi realizada por meio de questionário estruturado com 165 empresários juniores de dezessete estados brasileiros e de trinta e seis cursos dos programas de graduação de cinquenta Instituições de Ensino Superior Públicas e Privadas. A amostragem foi não probabilística, por conveniência (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2009), tendo como critério de escolha a disponibilidade do respondente em participar da pesquisa.

O instrumento de pesquisa foi inspirado nas pesquisas de Gonçalves-Dias et al. (2009), para compreender as questões ligadas à consciência ambiental do indivíduo; e Liñán e Chen (2009), com o intuito de verificar as intenções empreendedoras, detendo-se base na Teoria do Comportamento Planejado, por meio dos antecedentes: atitudes pessoais, normas subjetivas e controle comportamental percebido. Para tanto, foram propostas 31 assertivas referentes a essas escalas, sendo 16 sobre consciência ambiental e 15 com base na Teoria do Comportamento Planejado. Ademais, foram abordadas algumas questões sobre o perfil, como idade, sexo, semestre, se tem pais empreendedores, entre outras. Em relação à coleta dos dados, utilizou-se a versão final do instrumento, baseando-se em uma escala do tipo *Likert*, composta por cinco pontos, variando entre 1 "discordo totalmente" e 5 "concordo totalmente" (Tabela 2).

Tabela 2 – Itens do instrumento da pesquisa

| Dimensão | Item | Assertiva |
|-----------------------------------|------|--|
| Intenção empreendedora | IE | Tenho a intenção de me tornar empreendedor nos próximos 5 anos. |
| Atitudes Pessoais | AT1 | Para mim, ser um empreendedor traz mais vantagens do que desvantagens. |
| | AT2 | Uma carreira como empreendedor me parece atrativa. |
| | AT3 | Se eu tivesse uma oportunidade e recursos necessários, eu gostaria de abrir uma empresa. |
| | AT4 | Ser empreendedor me trará grande satisfação. |
| | AT5 | Mesmo considerando outras opções, eu preferiria me tornar um empreendedor. |
| Normas Subjetivas | NS1 | Meus amigos aprovaram minha decisão de me tornar um empreendedor. |
| | NS2 | Minha família aprovaria minha decisão de me tornar um empreendedor. |
| | NS3 | Meus colegas da faculdade aprovariam minha decisão de me tornar um empreendedor. |
| Controle Comportamental Percebido | CCP1 | Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim. |
| | CCP2 | Estou preparado para iniciar uma empresa que seja viável financeiramente. |
| | CCP3 | O processo de criação de uma empresa é algo que eu posso fazer. |
| | CCP4 | Sei como preparar um projeto para criação de uma empresa. |
| | CCP5 | Conheço os detalhes práticos necessários para se iniciar uma empresa. |
| | CCP6 | Conheço os detalhes práticos necessários para se iniciar uma empresa. |
| Consciência Ambiental | CA1 | Já paguei mais por produtos ambientalmente corretos. |
| | CA2 | Eu procuro comprar produtos feitos de material reciclado. |
| | CA3 | Eu já convenci outras pessoas a não comprarem produtos que prejudicam o meio ambiente. |
| | CA4 | As preocupações com o meio ambiente interferem na minha decisão de compra. |
| | CA5 | Leio o rótulo atentamente antes de decidir a compra. |
| | CA6 | Quando não tem lixeira por perto, guardo o papel que não quero mais no bolso. |
| | CA7 | Evito jogar papel no chão. |
| | CA8 | Ajudo a manter as ruas limpas. |

| | |
|------|---|
| CA9 | Compro produtos de uma empresa mesmo sabendo que ela polui o meio ambiente. |
| CA10 | Evito usar produtos fabricados por empresas que poluem o meio ambiente. |
| CA11 | Falo sobre a importância do meio ambiente com outras pessoas. |
| CA12 | Mobilizo as pessoas para a conservação dos espaços públicos. |
| CA13 | Procuro reduzir o meu consumo de recursos naturais escassos. |
| CA14 | Tomo banho demorado. |
| CA15 | Fico com a geladeira aberta muito tempo, olhando o que tem dentro. |
| CA16 | Quando estou em casa, deixo as luzes acesas em ambientes não são usados. |

Fonte: Elaborada pelos autores.

Para a análise dos dados, além da estatística descritiva e inferencial, utilizaram-se técnicas de análise de multivariada de dados, como a análise fatorial exploratória e a regressão logística. A escolha dessas técnicas estatísticas se deu devido à possibilidade de identificar a influência das variáveis independentes (atitudes pessoais, normas subjetivas, controle comportamental percebido e consciência ambiental) na variável dependente (intenção empreendedora) (Corrar, Paulo, & Dias Filho, 2014). As análises foram realizadas com auxílio do *software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*, versão 26, que permitiu mostrar os resultados desta pesquisa, apresentados na seção a seguir.

4. Análise dos Dados e Discussão dos Resultados

4.1 Perfil da amostra

Em relação à amostra, destaca-se que, dos 165 indivíduos, 86 se declararam mulheres, 78 homens e 1 se caracterizou de outro gênero. Ao serem indagados sobre o período de participação na empresa júnior, o mais experiente esteve na empresa júnior por 33 meses, enquanto 19 respondentes estiveram por 4 meses e 16 por 3 meses. Em relação a ter ou não intenção empreendedora, predominou empresários juniores com intenção empreendedora (120 estudantes, isto é, 72,7% da amostra); enquanto isso, 45 não manifestaram ter intenção empreendedora (27,3%).

No que concerne ao semestre letivo em que estão, constata-se que a maioria é de semestres iniciais, e isto mostra que a medida em que os indivíduos vão avançando nos semestres na universidade, começando estágios e/ou trabalhos, tendem a sair do trabalho da empresa júnior para se dedicar a outras atividades, conforme apresentado na Tabela 3.

Tabela 3 – Semestre dos indivíduos da amostra

| Semestre | Frequência | Porcentagem acumulada |
|----------|------------|-----------------------|
| 1,00 | 42 | 25,5 |
| 2,00 | 21 | 12,7 |
| 3,00 | 32 | 19,4 |
| 4,00 | 17 | 10,3 |
| 5,00 | 23 | 13,9 |
| 6,00 | 10 | 6,1 |
| 7,00 | 14 | 8,5 |
| 8,00 | 5 | 3,0 |
| 9,00 | 1 | 0,6 |
| Total | 165 | 100,0 |

Fonte: Dados da pesquisa.

No que se refere à associação entre os pais empreendedores e a intenção empreendedora dos empresários juniores, é pertinente ressaltar que 60 deles têm pelo menos um dos pais empreendedores; 19 tiveram pais empreendedores, porém não são mais empreendedores; e 86 nunca tiveram pais empreendedores. Além disso, constata-se que a maioria tem intenção empreendedora (72,7%); todavia, o contexto familiar não mostrou ter associação

estatisticamente significativa com a intenção empreendedora dos empresários juniores, conforme pode ser observado pela Tabela 4.

Tabela 4 – Intenção empreendedora e pais empreendedores

| Intenção Empreendedora | Sim | Não | Total |
|--|--------------|-------------|-------------|
| Sim, pelo menos um é empreendedor | 42 70% | 18 30% | 60 100% |
| Não, mas pelo menos um já foi empreendedor | 16 84,2% | 3 15,8% | 19 100% |
| Não, nenhum nunca foi empreendedor | 62 72,1% | 24 27,9% | 86 100% |
| Total | 120 72,7% | 45 27,3% | 165 100% |

Fonte: Dados da pesquisa.

Observa-se, desta forma, que dos empresários juniores que têm intenção empreendedora, 42 têm pelo menos um dos pais que é empreendedor; 16 não têm pais empreendedores, porém já tiveram; e 62 nunca tiveram pais empreendedores, e isto mostra que a intenção empreendedora foi preponderante para a maioria, independentemente de ter ou não pais empreendedores.

4.2 Análise fatorial para as dimensões do modelo da pesquisa

Realiza-se, inicialmente, a análise fatorial para as dimensões que antecedem a intenção empreendedora, considerando a perspectiva teórico-metodológica de Liñán e Chen (2009), a partir da Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991). Essa análise fatorial apresenta 67,18% de variância explicada, com o valor do *Kaiser-Meyer-Olkin* ($KMO = 0,806$) e o teste de esfericidade de *Bartlett* (qui-quadrado = 896,594), e isto mostra que a análise pode ser considerada significativa, atendendo a todos os pressupostos preestabelecidos para a viabilidade da análise fatorial exploratória (Tabela 5).

Tabela 5 – Análise fatorial para as dimensões da Teoria do Comportamento Planejado

| | Dimensões | | | Comunalidades |
|-------------|-------------------|-------------------|-----------------------------------|---------------|
| | Atitudes Pessoais | Normas Subjetivas | Controle Comportamental Percebido | |
| AT2 | ,707 | | | ,553 |
| AT3 | ,856 | | | ,759 |
| AT4 | ,847 | | | ,774 |
| AT5 | ,842 | | | ,782 |
| CCP1 | | ,654 | | ,521 |
| CCP2 | | ,592 | | ,412 |
| CCP3 | | ,750 | | ,637 |
| CCP4 | | ,860 | | ,746 |
| CCP5 | | ,785 | | ,617 |
| NS1 | | | ,869 | ,779 |
| NS2 | | | ,839 | ,733 |
| NS3 | | | ,826 | ,748 |

Fonte: Dados da pesquisa.

Adota-se, com base nessa análise, o critério da variável substituta para cada dimensão da Teoria do Comportamento Planejado, destacando a variável com maior carga fatorial dentro de cada dimensão: Atitudes Pessoais – AT3: “Se eu tivesse uma oportunidade e recursos necessários, eu gostaria de abrir uma empresa” (carga fatorial de 0,856); Controle Comportamental Percebido – CCP4: “Sei como preparar um projeto para criação de uma empresa (plano de negócios, por exemplo)” (carga fatorial de 0,860); e Normas Subjetivas – NS1: “Meus amigos aprovaram minha decisão de me tornar um empreendedor” (carga fatorial de 0,869).

Para a outra análise adotada, leva-se em conta a consciência ambiental do indivíduo, detendo-se base do arcabouço teórico-metodológico de Gonçalves-Dias et al. (2009). Assim como na análise fatorial anterior, esta também foi considerada significativa, atendendo a todos os pressupostos estabelecidos na literatura, apresentando variância explicada de 79,724%, valor do *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO = 0,763) e teste de esfericidade de *Bartlett* (qui-quadrado = 535,639) (Tabela 6).

Tabela 6 – Análise fatorial para as dimensões da consciência ambiental

| | Dimensões | | | | | Comunalidades |
|-------------|------------------|------------------------|-------------|---------------------|--------------------|---------------|
| | Consumo engajado | Preocupação com o lixo | Mobilização | Boicote via consumo | Ambiente doméstico | |
| CA1 | ,844 | | | | | ,773 |
| CA10 | ,735 | | | | | ,704 |
| CA6 | | ,884 | | | | ,820 |
| CA7 | | ,912 | | | | ,851 |
| CA8 | | ,839 | | | | ,754 |
| CA12 | | | ,811 | | | ,764 |
| CA13 | | | ,784 | | | ,761 |
| CA3 | | | | ,856 | | ,929 |
| CA15 | | | | | ,863 | ,825 |
| CA16 | | | | | ,819 | ,791 |

Fonte: Dados da pesquisa.

A partir dessa análise, consideram-se cinco dimensões: Consumo Engajado – CA1: "Já paguei mais por produtos ambientalmente corretos" (carga fatorial de 0,844); Preocupação com o Lixo – CA7: "Evito jogar papel no chão" (carga fatorial de 0,912); Mobilização – CA12: "Mobilizo as pessoas para a conservação dos espaços públicos" (carga fatorial de 0,811); Boicote via Consumo – CA3: "Eu já convenci outras pessoas a não comprarem produtos que prejudicam o meio ambiente" (carga fatorial de 0,856); e Ambiente Doméstico – CA15: "Fico com a geladeira aberta muito tempo, olhando o que tem dentro" (carga fatorial de 0,789).

4.3 Comparação entre a intenção empreendedora de acordo com o modelo da pesquisa

Nesta análise, realiza-se o teste de hipótese para comparar o nível de concordância entre os empresários juniores, detendo-se base nos que têm e os que não têm intenção empreendedora. Para isso, considera-se a variável dependente “tenho intenção de empreender nos próximos 5 anos”, por meio da comparação dessas médias mediante as variáveis independentes, extraídas de cada dimensão do modelo adotado.

Na análise da comparação entre os grupos, é pertinente enfatizar o teste t e o teste de Mann-Whitney (u), ambos evidenciando diferenças estatisticamente significantes para valores menores do que 0,05 (5%), consoante a literatura propõe (Hair et al., 2009), conforme pode ser observado pela Tabela 7.

Tabela 7 – Comparação entre os grupos com e sem intenção empreendedora

| Dimensões | Intenção empreendedora | N | Média | Desvio Padrão | Teste t | Teste u |
|--|------------------------|------------|---------------|----------------|-------------|-------------|
| Atitudes Pessoais | Não | 45 | 3,8889 | 1,04929 | ,000 | ,000 |
| | Sim | 120 | 4,6667 | ,73717 | | |
| Normas Subjetivas | Não | 45 | 3,9778 | ,98832 | ,172 | ,169 |
| | Sim | 120 | 4,2000 | ,90377 | | |
| Controle Comportamental Percebido | Não | 45 | 2,9111 | 1,37877 | ,018 | ,027 |
| | Sim | 120 | 3,4333 | 1,20037 | | |
| Consumo engajado | Não | 45 | 2,8889 | 1,02740 | ,310 | ,349 |
| | Sim | 120 | 2,7167 | ,94543 | | |
| Preocupação com o lixo | Não | 45 | 4,8222 | ,44153 | ,625 | ,542 |
| | Sim | 120 | 4,7750 | ,58644 | | |
| Mobilização | Não | 45 | 3,3556 | 1,22763 | ,957 | ,764 |
| | Sim | 120 | 3,3667 | 1,14447 | | |
| Ambiente doméstico | Não | 45 | 1,9111 | 1,01852 | ,209 | ,944 |
| | Sim | 120 | 2,1417 | 1,05556 | | |
| Boicote via consumo | Não | 45 | 2,6444 | 1,24600 | ,616 | ,169 |
| | Sim | 120 | 2,7500 | 1,18286 | | |

Fonte: Dados da pesquisa.

Ao levar em conta as atitudes pessoais e o controle comportamental percebido, constata-se que os testes t e u apresentam valores p inferiores a 5% (0,05), registrando diferenças estatisticamente significantes entre as atitudes pessoais e controle comportamental percebido dos empresários juniores com relação à intenção empreendedora. Os empresários juniores com intenção empreendedora têm uma média mais elevada (4,6667) nas atitudes pessoais, alinhando-se com os estudos de Schaefer, Nishi, Grohmann, Löbler e Minello (2017) e Sousa et al. (2020). Enquanto isso, o controle comportamental percebido apresentou média menor (3,4333), mas detendo diferença estatisticamente significativa entre os dois grupos (com e sem intenção empreendedora), tendo maior média para o grupo com intenção empreendedora, e isto corrobora com o que foi enfatizado por Oliveira, Vieira, Laguía, Moriano e Salazar Soares (2016) e Sousa et al. (2020).

Nesse sentido, constata-se que não foram encontradas diferenças significantes entre as dimensões da consciência ambiental com base nas diferenças entre as médias dos grupos de empresários juniores com e sem intenção empreendedora. Logo, há evidências para discorrer o fato de que a consciência ambiental pode não ter influência na intenção empreendedora dos empresários juniores. Sendo assim, não há evidências do impacto de práticas e posturas sustentáveis na intenção empreendedora deles.

A seguir, mostra-se o modelo de regressão abordado para verificar, com mais consistência e rigor metodológico, a influência das dimensões da Teoria do Comportamento Planejado e da consciência ambiental na intenção empreendedora de empresários juniores.

4.4 Análise do modelo de regressão logística

O modelo de regressão logística foi ajustado tendo como variáveis independentes as atitudes pessoais, as normas subjetivas, o controle comportamental percebido, o consumo engajado, a preocupação com o lixo, a mobilização, o ambiente doméstico, o boicote via

consumo, assim como as variáveis sociodemográficas, com o intuito de prever a variável dependente: “tenho intenção de empreender nos próximos cinco anos”, que foi mensurada por meio de uma variável dicotômica (“sim” ou “não”).

Em relação ao desempenho do modelo, o pseudocoefficiente de determinação de Cox & Snell apresentou um valor de 0,285; o de Nagelkerke foi de 0,414; e o valor do teste de Hosmer e Lemeshow de 4,742. A Tabela 8 mostra os resultados do modelo de regressão logística adotado nesta pesquisa.

Tabela 8 – Resultados do modelo de regressão logística

| Dimensões | B | Sig. | Exp(B) |
|---|-------------|-------------|--------------|
| Atitudes Pessoais | ,977 | ,000 | 2,657 |
| Normas Subjetivas | -,004 | ,986 | ,996 |
| Controle Comportamental Percebido | ,467 | ,036 | 1,596 |
| Consumo engajado | -,400 | ,122 | ,670 |
| Preocupação com o lixo | -,580 | ,190 | ,560 |
| Mobilização | ,016 | ,942 | 1,016 |
| Ambiente doméstico | ,251 | ,282 | 1,285 |
| Boicote via consumo | ,252 | ,247 | 1,287 |
| Tempo_Empresa_Junior | -,114 | ,095 | ,892 |
| Semestre_Empresa_Júnior | -,093 | ,788 | ,911 |
| Familiares_Empreendedores (Pais empreendedores) | ,303 | ,528 | 1,355 |
| Familiares_Empreendedores (Pais empreendedores, porém não mais) | ,752 | ,875 | ,739 |
| Idade | ,581 | ,225 | 6,681 |
| Constante | -13,961 | 5,112 | 7,459 |

Fonte: Dados da pesquisa.

As atitudes pessoais apresentaram influências positivas na intenção empreendedora dos empresários juniores, com os seguintes valores: B de 0,977; p de 0,000; e Exp (B) de 2,657, e isto permite evidenciar que os indivíduos com atitudes mais favoráveis ao empreendedorismo têm duas vezes mais chances de terem intenção empreendedora do que os que não apresentam tais atitudes. Isto posto, há evidências fortemente suficientes para não rejeitar a hipótese **H₁**: as atitudes pessoais influenciam positivamente na intenção empreendedora de empresários juniores, e isto corrobora com os achados das investigações realizadas por Oliveira et al. (2016), Paiva et al. (2020) e Sousa et al. (2020), uma vez que tais pesquisas confirmaram a influência das atitudes pessoais na intenção empreendedora de estudantes universitários.

As normas subjetivas não tiveram influências na intenção empreendedora dos estudantes, uma vez que apresentou como valores B de 0,467; p de 0,986; e Exp (B) de 0,996. A partir disso, constata-se que não houve influência das normas sociais, amigos e familiares, na formação da intenção empreendedora dos empresários juniores, revelando que o contexto familiar e as normas subjetivas não detêm influência estatisticamente significativa na intenção empreendedora, e isto faz com que se rejeite a hipótese **H₂**: As normas subjetivas influenciam positivamente na intenção empreendedora de empresários juniores. Tal achado entra em consonância com as pesquisas de Paiva et al. (2020) e Sousa et al. (2020), indicando que as normas subjetivas são os preditores com menor influência na concepção da intenção empreendedora de estudantes universitários ou, em muitos casos, não têm influência.

O controle comportamental percebido influenciou positivamente na intenção empreendedora dos empresários juniores, apresentando os seguintes valores: B de 0,467; p de 0,036; e Exp (B) de 1,596, e isto possibilita inferir que os que percebem suas habilidades e competências para criar um negócio têm mais possibilidades de empreender quando comparado com os empresários juniores que não têm tal percepção. Dessa forma, há indícios suficientes

para não rejeitar a hipótese **H3**: o controle comportamental percebido influencia positivamente na intenção empreendedora de empresários juniores, apoiando os resultados das pesquisas de Oliveira et al. (2016), Paiva et al. (2020) e Sousa et al. (2020), em que os universitários, ao reconhecerem suas competências e habilidades, sentem-se mais estimulados a empreender.

Além disso, nenhuma das dimensões da consciência ambiental teve influência estatisticamente significativa na intenção empreendedora dos empresários juniores, e isto mostra que não houve impacto da sustentabilidade na intenção empreendedora dos estudantes universitários. A partir disso, há indícios fortemente suficientes para rejeitar a **H4**: A consciência ambiental influencia positivamente na intenção empreendedora de empresários juniores, o que contrapõe os achados das pesquisas de Kuckertz e Wagner (2010), pois houve uma influência da orientação para a sustentabilidade na intenção empreendedora de estudantes universitários; e também de Paiva et al. (2018), uma vez que o comportamento sustentável dos estudantes universitários dos cursos de gestão, por meio de suas consciências ambientais, mostrou-se preditor da intenção empreendedora.

Tais resultados sugerem que os empresários juniores ainda não internalizaram as questões ambientais de modo a desenvolver consciência ambiental, e isto corrobora com a perspectiva de Teixeira, Silva Filho e Meireles (2016), de que mesmo a formação acadêmica, exercendo efeitos na atuação profissional e pessoal do estudante universitário, não é possível associá-la à construção da consciência e do comportamento ambiental individual, uma vez que são aspectos que transcendem a vivência acadêmica. No entanto, ressalta-se a perspectiva de Quintana e Kitzmann (2020), acerca da necessidade de consolidação da sustentabilidade em Instituições de Ensino Superior, sendo a formação empreendedora uma ferramenta para a implementação de ações sustentáveis nas Instituições de Ensino Superior.

Cabe mencionar que, por meio das análises discutidas anteriormente, existem evidências para não rejeitar **H1** e **H3**. Todavia, há fortes indícios, por meio das análises adotadas, para rejeitar a **H2** e **H4**. Diante disso, mostra-se a Tabela 9, que demonstra uma síntese dos valores observados e esperados das hipóteses da pesquisa.

Tabela 9 – Comparação entre os grupos com e sem intenção empreendedora em relação as dimensões do modelo da pesquisa

| Hipótese | Dimensões | Valor esperado da hipótese | Valor observado da hipótese |
|-----------|-----------------------------------|---|-----------------------------|
| H1 | Atitudes Pessoais | Influência positiva na intenção empreendedora | Não Rejeita |
| H2 | Normas Subjetivas | Influência positiva na intenção empreendedora | Rejeita |
| H3 | Controle Comportamental Percebido | Influência positiva na intenção empreendedora | Não Rejeita |
| H4 | Consciência ambiental | Influência positiva na intenção empreendedora | Rejeita |

Fonte: Dados da pesquisa.

De modo geral, destaca-se que nenhuma das cinco dimensões da consciência ambiental (o consumo engajado, a preocupação com o lixo, a mobilização, o ambiente doméstico, o boicote via consumo) teve influência na intenção empreendedora dos empresários juniores, o que mostrou que esse contexto da sustentabilidade ambiental, detendo-se base na consciência ambiental desses indivíduos, não tem influência na intenção empreendedora. A partir disso, constata-se a necessidade de um maior alinhamento dessas práticas sustentáveis, por meio das universidades, políticas públicas e das próprias empresas juniores, para estimular esses futuros empreendedores a incorporarem práticas sustentáveis nos seus negócios.

5. Considerações Finais

Este estudo teve como objetivo analisar a influência da Teoria do Comportamento Planejado (atitudes pessoais, normas subjetivas e controle comportamental percebido) e da consciência ambiental na intenção empreendedora de empresários juniores. Diante disso, a metodologia aplicada se mostrou pertinente para atender ao objetivo proposto para o desenvolvimento da pesquisa, a qual trouxe importantes conclusões para esse campo do conhecimento científico.

Os resultados permitiram apontar que existem influências das atitudes pessoais, que se referem ao grau de avaliação que o indivíduo tem para ser realmente um empreendedor; e do controle comportamental percebido, no que diz respeito à percepção da facilidade ou dificuldade em se tornar um empreendedor, na intenção empreendedora dos empresários juniores. Assim, quanto mais evidente são as atitudes pessoais e o controle comportamental percebido, maior a probabilidade de os empresários juniores empreenderem. Todavia, as normas subjetivas, que se referem à pressão social para realizar ou não um comportamento, tendo ênfase a preocupação do indivíduo quanto às consequências de seu comportamento para outras pessoas, não obtiveram influências na intenção empreendedora dos empresários juniores.

Em relação às dimensões da consciência ambiental, nenhuma se mostrou estatisticamente significativa para influenciar as intenções empreendedoras dos empresários juniores, e isto evidencia que o empreendedorismo no contexto universitário deve ser abordado com ênfase na importância das práticas sustentáveis para toda a sociedade, de modo a incentivar os estudantes a incorporarem ações sociais e ambientais na criação de negócios. Ademais, as empresas juniores, espaços que incentivam o espírito empreendedor dos graduandos, devem estimular ainda mais o empreendedorismo com foco na sustentabilidade – a fim de que novos empreendimentos sejam criados para trazer benefícios sociais e ambientais.

As principais contribuições da pesquisa referem-se nas influências das atitudes pessoais e do controle comportamental percebido na intenção empreendedora dos empresários juniores e, ainda, no fato de que se deve, sobretudo por meio das empresas juniores, dar maior atenção para a sustentabilidade no contexto do empreendedorismo. Esta pesquisa buscou contribuir para fomentar a literatura empírica no campo do empreendedorismo, sobretudo ao adaptar o modelo de Liñán e Chen (2009), por meio da Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991), para prever a intenção empreendedora, alinhando ainda com a consciência ambiental no contexto dos empresários juniores, que estão atuando em espaços que incentivam o empreendedorismo.

Este estudo apresentou algumas limitações que não foram suplantadas, podendo-se apontar a quantidade de empresários juniores investigados, sendo contemplados apenas universitários brasileiros. Diante dessas limitações, sugere-se, para pesquisas futuras, utilizar o mesmo instrumento com empresários juniores de outros países, com o intuito de comparar com os resultados desta pesquisa. Além disso, poderiam ser realizadas entrevistas em profundidade sobre o alinhamento da intenção empreendedora e da sustentabilidade com empresários juniores brasileiros e estrangeiros.

Referências

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.

Ajzen, I. (2015). Consumer attitudes and behavior: the theory of planned behavior applied to food consumption decisions. *Italian Review of Agricultural Economics*, 70(2), 121-138.

- Almeida, J., Daniel, A. D., & Figueiredo, C. (2019). The future of management education: The role of entrepreneurship education and junior enterprises. *The International Journal of Management Education*, 100318.
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship theory and practice*, 38(2), 217-254.
- Barros, D. C., Miranda, M. G. C., Almada, L., Quintas, C. A. (2017). Satisfação no trabalho da geração z: um estudo nas empresas júnior da UFMG. *In: EnAnpad – Encontro da Anpad*.
- Bicalho, R. D. A., & Paula, A. P. P. D. (2012). Empresa Júnior e a reprodução da ideologia da Administração. *Cadernos EBAPE. BR*, 10, 894-910.
- Campos, E. B. D., Abbad, G. D. S., Macedo, A. G. A. P. S., & Silva, N. P. (2015). Necessidades de treinamento: uma proposta de avaliação estratégica no contexto de empresas juniores brasileiras. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 16, 126-158.
- Cesconetto, S. M. M., Nunes, T. S., & Moretto Neto, L. (2013). As empresas juniores no desenvolvimento de competências empreendedoras e gerenciais. *Revista de Administração da UEG*, 3(2), 118-141.
- Collis, J., & Hussey, R. (2005). *Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação*. Bookman.
- Corrar, L. J., Dias Filho, J. M., & Paulo, E. (2009). *Análise multivariada para os cursos de administração, ciências contábeis e economia*. Editora Atlas.
- Cortez, P. A., Veiga, H. M. D. S., & Salvador, A. P. (2019). Impacto de personalidade e empresas juniores para estimular potenciais empreendedores. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, 71(2), 179-192.
- Demajorovic, J., & Silva, H. C. O. D. (2012). Formação interdisciplinar e sustentabilidade em cursos de administração: desafios e perspectivas. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 13, 39-64.
- Fayolle, A., Liñán, F., & Moriano, J. A. (2014). Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 679-689.
- Ferreira-da-Silva, R. C., & PINTO, S. R. D. R. (2011). Organização de aprendizagem em uma Empresa Júnior. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 12(1), 11-39.
- Frankenberger, F., Cunha, J. G. M. C., & Vieira, A. M. D. P. (2017). Sustentabilidade no curso de administração: ensino é refletido no Enade? *Revista Gestão Universitária na América Latina-GUAL*, 10(2), 171-188.
- Gonçalves-Dias, S. L. F., Teodósio, A. D. S. D. S., Carvalho, S., & Silva, H. M. R. D. (2009). Consciência ambiental: um estudo exploratório sobre suas implicações para o ensino de administração. *RAE eletrônica*, 8(1), 1-22.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. Bookman editora.

Jacobi, P. R., Raufflet, E., & Arruda, M. P. D. (2011). Educação para a sustentabilidade nos cursos de administração: reflexão sobre paradigmas e práticas. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 12, 21-50.

Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship theory and practice*, 39(3), 655-674.

Krüger, C., & Minello, I. F. (2017). Atitude empreendedora em discentes de graduação: entre a teoria e a prática. *Revista Alcance*, 24(2), 191-208.

Kuckertz, A., & Wagner, M. (2010). The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions—Investigating the role of business experience. *Journal of business venturing*, 25(5), 524-539.

Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617.

Lourenço, C. D. S. (2014). Eu não Faço Adm, eu Faço Empresa Júnior”: Compreendendo uma EJ por meio da Análise Crítica do Discurso. *XXXVIII Encontro da ANPAD*.

Makhamed, Y. M., & Bendassolli, P. F. (2017). Evidências de validade de um inventário de competências empreendedoras para empresários juniores. *Psico-USF*, 22, 285-297.

Mondini, V. E. D., Borges, G. R., Mondini, L. C., & Dreher, M. T. (2018). Influência dos fatores consciência ambiental e hábitos de consumo sustentável sobre a intenção de compra de produtos ecológicos dos indivíduos. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 12(2), 117-129.

Moraes, G. H. S. M., Iizuka, E. S., Rocha, A. K. L., & Diaféria, A. M. (2021). Junior enterprise and entrepreneurial behavior in Brazil. *Innovation & Management Review*.

Oliveira, B. M. D. F., Vieira, D. A., Laguía, A., Moriano, J. A., & Salazar Soares, V. J. (2016). Entrepreneurial intention among university students: adaptation and validation of a scale (QIE). *Avaliação Psicológica*, 15(2), 187-196.

Paiva, L. E. B., Lima, T. C. B. D., Rebouças, S. M. D. P., Ferreira, E. M. D. M., & Fontenele, R. E. S. (2018). Influência da sustentabilidade e da inovação na intenção empreendedora de universitários brasileiros e portugueses. *Cadernos EBAPE. BR*, 16, 732-747.

Paiva, L. E., Sousa, E. S., Lima, T. C., & Silva, D. D. (2020). Comportamento planejado e crenças religiosas como antecedentes da intenção empreendedora: Um estudo com universitários. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 21.

Peres, R. S., de Carvalho, A. M. R., & Hashimoto, F. (2004). Empresa Júnior: integrando teorias e práticas em Psicologia. *Revista Psicologia: organizações e trabalho*, 4(2), 11-29.

Pinheiro, L. V. S., Peñaloza, V., Monteiro, D. L. C., & Nascimento, J. C. H. B. (2014). Comportamento, crenças e valores ambientais: uma análise dos fatores que podem influenciar atitudes pró-ambientais de futuros administradores. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 8(1), 89.

Quintana, C. G., & Kitzmann, D. I. S. (2020). Formação empreendedora sustentável: Estudo de caso em uma Instituição de Ensino Superior *Teoria e Prática em Administração*, 11(1), 136-151.

Schaefer, R., Nishi, J. M., Grohmann, M. Z., Löbner, M. L., & Minello, I. F. (2017). Valores pessoais, atitudes e intenção empreendedora: Um estudo com estudantes de graduação em administração. *Revista Economia & Gestão*, 17(47), 123-143.

Silva, M. E. D., Czykiel, R., Figueiró, P. S., Santos, W. S. F. D., & Galvão, U. P. (2013). Um espelho, um reflexo! A educação para a sustentabilidade como subsídio para uma tomada de decisão consciente do administrador. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 14(3), 154-182.

Silveira, A., Ferreira, C., Silvente, G., & Carneiro da Cunha, J. (2017). Factors and Approaches of Entrepreneurial Intention. *REGPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 6(2), 263-290.

Sinay, M. C. F. D., Dalbem, M. C., Loureiro, I. A., & Vieira, J. D. M. (2013). Ensino e pesquisa em gestão ambiental nos programas brasileiros de pós-graduação em administração. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 14, 55-82.

Sousa, E. D. S., Paiva, L. E. B., Santos, A. R., Rebouças, S., P., M. D., & Fontenele, R. E. S. (2020). A influência das crenças religiosas na intenção empreendedora: uma análise sob a perspectiva da Teoria do Comportamento Planejado. *Cadernos EBAPE. BR*, 18, 200-215.

Souza, E. C. L. D., Lopez Júnior, G. S., Bornia, A. C., & Alves, L. R. R. (2013). Atitude empreendedora: validação de um instrumento de medida com base no modelo de resposta gradual da teoria da resposta ao item. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 14, 230-251.

Teixeira, L. I. L., Silva Filho, J. C. L., & da Silva Meireles, F. R. (2016). Consciência e atitude ambiental em estudantes de instituições de ensino técnico e tecnológico. *Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental*, 20(1), 334-350.

Valadão Júnior, M. V., De Almeida, R. C., & Medeiros, C. R. D. O. (2014). Empresa Júnior: espaço para construção de competências. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 15(4), 665-695.

Zaremohzzabieh, Z., Ahrari, S., Krauss, S. E., Samah, A. A., Meng, L. K., & Ariffin, Z. (2019). Predicting social entrepreneurial intention: A meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Journal of Business Research*, 96, 264-276.