



Universidade de Brasília  
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade  
Departamento de Administração

**ANDRÉ RODRIGUEZ ALVES COELHO**

**FATORES ANTECEDENTES DO PERFIL EMPREENDEDOR:  
UM ESTUDO COM UNIVERSITÁRIOS NOS CURSOS DE  
ADMINISTRAÇÃO E ENGENHARIA DE PRODUÇÃO DA  
UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA**

Brasília – DF  
2017

ANDRÉ RODRIGUEZ ALVES COELHO

**FATORES ANTECEDENTES DO PERFIL EMPREENDEDOR:  
UM ESTUDO COM UNIVERSITÁRIOS NOS CURSOS DE  
ADMINISTRAÇÃO E ENGENHARIA DE PRODUÇÃO DA  
UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA**

Projeto de monografia apresentado  
ao Departamento de Administração  
como requisito parcial à obtenção do  
título de Bacharel em Administração.

Professor Orientador: Ari Melo  
Mariano, Ph.D

Professora Co-Orientadora: Olinda  
Maria Gomes Lesses

Brasília – DF  
2017

ANDRÉ RODRIGUEZ ALVES COELHO

**FATORES ANTECEDENTES DO PERFIL  
EMPREENDEDOR: UM ESTUDO COM UNIVERSITÁRIOS  
NOS CURSOS DE ADMINISTRAÇÃO E ENGENHARIA  
DE PRODUÇÃO DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho  
de Conclusão do Curso de Administração da Universidade de  
Brasília do aluno

**André Rodriguez Alves Coelho**

---

Prof Ari Melo Mariano, Ph.D.  
Professor-Orientador

---

Mestre, Olinda Maria Gomes Lesses  
Professora-Examinadora

---

Roque Magno de Oliveira  
Professor-Examinador

Brasília, 30 de junho de 2017.

## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar agradeço a minha família pelo apoio que me proporcionaram desde criança para que conseguisse chegar até aqui. Sem eles, obviamente não conseguiria conquistar meus objetivos na vida.

Ao meu pai por me ensinar sobre a honestidade e seriedade no trabalho. Agradeço a minha mãe por me ensinar sobre a compaixão e se doar ao próximo sem pedir nada em troca. Ao meu irmão por sempre se importar com o meu futuro, me dando conselhos valorosos durante minha vida.

A minha namorada que sempre me apoiou nos momentos mais difíceis e que acredita incondicionalmente na minha capacidade.

Aos meus amigos, por me ajudarem nos momentos em que mais precisei, por estarem presentes nos bons e nos maus momentos.

A AD&M que me deu a oportunidade de ter o meu primeiro contato profissional, me ensinando na prática sobre administração, gerando um senso de maturidade muito forte em mim.

A Coera, que certamente me ensinou muito sobre empreendedorismo, se tornando uma excelente rede de amigos nas quais espero manter para toda a vida.

Ao prof. Ari Melo Mariano, PhD, por todo o tempo cedido para ajudar na elaboração desse trabalho e por todos os ensinamentos que foram passados por ele.

Por fim, também agradeço a todos os professores que passaram pela minha jornada acadêmica e que contribuíram para a minha formação. Obrigado por me motivarem a querer me tornar um profissional cada vez melhor e com amor naquilo que acredita.

Muito obrigado a todos vocês que me ajudaram  
na minha caminhada.

## RESUMO

O objetivo geral deste estudo foi apresentar os fatores que influenciam o perfil empreendedor dos discentes de Administração e Engenharia de Produção da Universidade de Brasília. Dessa maneira buscou-se entender como as características atitudinais do empreendedor e o locus de controle se correlacionam com o perfil empreendedor. Para que o resultado fosse alcançado foi realizada uma pesquisa quantitativa de caráter descritiva através das equações estruturais com o *SmartPLS*. O Planejamento, O Risco e Sociável foram propostos como fatores que influenciam o perfil empreendedor em alunos de Administração da UnB. A Auto Realização, a Liderança, a Inovação e Sociável são fatores que possuem forte influência em alunos de Engenharia de Produção da UnB. O instrumento foi validado e aplicado para um total de 209 alunos dos cursos de Administração e Engenharia de Produção da Universidade de Brasília. O modelo estrutural criado conseguiu explicar o Comportamento Empreendedor em 58,8% em Administração e em 65,2% em Engenharia de Produção. Os fatores que mais explicam o Comportamento Empreendedor em Administração são: O Risco (16,2%), Sociável (15,5%) e o Planejamento (8,3%). Em Engenharia de Produção os fatores que mais explicam o comportamento empreendedor são: A Auto Realização (21,56%), a Inovação (16,76%), a Liderança (9,73%), Sociável (8,41%), o Planejamento (5,26%). Uma das limitações de pesquisa é a falta de literatura para avaliar a relação do comportamento empreendedor com todas as variáveis apresentadas. Recomenda-se que trabalhos futuros verifiquem a correlação entre as variáveis: família, governo e universidade com o comportamento empreendedor.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Comportamento Empreendedor; Locus de Controle; Características atitudinais do empreendedor, Equações Estruturais, Meta-análise, Administração, Engenharia de Produção, Universidade de Brasília.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Cocitação e Comportamento Empreendedor .....	20
Figura 2: Abstract e o comportamento empreendedor .....	22
Figura 3: Modelo de equações estruturais - Comportamento Empreendedor..	28
Figura 5: Evolução do quantitativo de publicações .....	35
Figura 6: Evolução do quantitativo de citações .....	36
Figura 7: Países que mais pesquisaram sobre Comportamento Empreendedor .....	40
Figura 8: Áreas que mais publicaram sobre Comportamento Empreendedor..	41
Figura 9: Universidades que mais publicaram sobre Comportamento Empreendedor.....	44
Figura 10: Divisão dos respondentes por idade .....	46
Figura 11: Atividades já realizadas pelos respondentes .....	47
Figura 12: Modelo depurado em Administração com foco no $R^2$ e $\beta$ .....	55
Figura 13: Modelo depurado em Engenharia de Produção com foco no $R^2$ e $\beta$	56
Figura 14: Bootstrapping em Administração.....	59
Figura 15: <i>Bootstrapping</i> Engenharia de Produção.....	61

**LISTA DE TABELAS**

Tabela 7: Atributos e seus respectivos itens.....	24
Tabela 8: Atributos de Locus de Controle e suas respectivas questões .....	24
Tabela 9: Comportamento Empreendedor e seus respectivos itens .....	24
Tabela 10: Situações para aplicar o PLS .....	26
Tabela 1: Revistas com o maior fator de impacto para a administração .....	32
Tabela 2: Revistas com maior fator de impacto relacionadas ao Comportamento Empreendedor .....	33
Tabela 3: Autores mais citados .....	36
Tabela 4: Artigos mais citados .....	37
Tabela 5: Autores que mais publicaram .....	39
Tabela 6: Principais conferências.....	42
Tabela 11: Confiabilidade de item em Administração .....	48
Tabela 12: Depuração em Administração .....	49
Tabela 13: Confiabilidade de item em Engenharia de Produção.....	50
Tabela 14: Depuração em Engenharia de Produção .....	51
Tabela 15: Índices de confiabilidade e validade do modelo em Administração	52
Tabela 16: Índices de confiabilidade e validade do modelo em Engenharia de Produção.....	53
Tabela 17: Variância Discriminante em Administração .....	53
Tabela 18: Variância discriminante em Engenharia de Produção .....	54
Tabela 19: Teste de Hipótese em Administração.....	58
Tabela 20: Teste de Hipótese em Engenharia de Produção.....	59

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	11
1.1	Contextualização.....	11
1.2	Formulação do problema .....	12
1.3	Objetivo Geral .....	12
1.4	Objetivos Específicos .....	12
1.5	Justificativa.....	13
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	14
2.1	Empreendedorismo.....	14
2.2	Comportamento Empreendedor .....	15
2.3	Lócus de Controle .....	18
2.4	Comportamento Empreendedor na literatura .....	19
2.5	Abstract e Comportamento Empreendedor.....	21
3	MODELO E HIPÓTESES.....	23
4	ENFOQUE META-ANALÍTICO NO TEMA COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR.....	30
4.1	O método do enfoque meta analítico .....	30
4.1.1	Primeira etapa: Identificação de revistas com o maior fator de impacto.....	31
4.1.2	Segunda etapa: evolução do tema e de citações ano a ano .....	34
4.1.3	Terceira etapa: Identificação dos autores e artigos mais citados .	36

4.1.4	Quarta etapa: Identificação dos países e linhas de pesquisa por meio de palavras-chave .....	40
4.1.5	Quinta etapa: Identificação das principais áreas de pesquisa .....	41
4.1.6	Sexta etapa: Mapear as principais conferências .....	42
4.1.7	Sétima etapa: Encontrar as principais universidades que publicaram o tema.....	44
5	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA .....	23
5.1	Tipo e descrição geral da pesquisa.....	23
5.2	Instrumentos de pesquisa .....	23
5.3	População e amostra .....	25
5.4	Procedimentos de coleta e análise de dados.....	26
6	RESULTADOS E ANALISES .....	46
6.1	Dados Demográficos.....	46
6.2	Confiabilidade e validação do modelo e instrumento .....	48
6.3	Valoração do modelo estrutural .....	54
6.4	Aplicações Práticas .....	62
7	CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES .....	64
8	REFERÊNCIAS.....	65
9	APÊNDICE A .....	70

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 Contextualização

O mundo vivenciou nas últimas décadas recentes crises econômicas. Vários países mudaram seus panoramas e tiveram de se ajustar de acordo com suas novas necessidades. O Brasil não foi diferente e atualmente também busca se recuperar economicamente. O empreendedorismo é uma resposta ao desemprego que ocorre no mercado.

Em um panorama no qual os índices de desemprego são crescentes no Brasil, de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, realizada pelo IBGE (2017), a taxa de desemprego do primeiro trimestre do ano de 2017 foi de 14,2 milhões de desempregados, sendo 1,7% superior ao último trimestre de 2016. Portanto o empreendedorismo surge como uma opção para muitos brasileiros e isso independe de sexo, idade ou classe social. A vontade de ter seu próprio negócio, ser o próprio chefe, estimula muitas pessoas, seja por oportunidade de momento ou necessidade circunstancial. Sendo assim, ocorre mais uma alternativa para a geração do trabalho autônomo e para a formação da classe empresarial local, de modo que são criadas também novas opções de produtos e serviços para a sociedade (PAIVA JR. e CORDEIRO, 2002).

De acordo com Shaver e Scott (1991) para que seja possível entender sobre empreendedorismo, é necessário levar em consideração vários fatores considerados de grande relevância: marketing, situações econômicas, capacidade de financiamento e fatores governamentais, na qual nenhum dos fatores tem a capacidade de individualmente ser responsável pela criação de um novo empreendimento.

Para entender melhor sobre empreendedorismo, é importante compreender o que leva uma pessoa a abrir uma empresa. Desse modo há a importância de se ter conhecimento se a pessoa está apta ou não a empreender. Segundo Neto et al (2013), a Orientação Empreendedora está altamente correlacionada a três fatores: a Inovação, a proatividade e o risco. A inovação deve ter um papel de suporte às ações competitivas da organização em relação a criação

de novas ideias, experimentações, produtos e processos diferentes das práticas e tecnologias já existentes.

Há autores que acreditam que existam diversas características que são consideradas fundamentais para que uma pessoa venha a abrir seu próprio negócio. Bohnenberger e Freitas (2007) elencam oito características que ajudam a compreender melhor o comportamento de um empreendedor. Há também uma linha de pesquisa que defende que o comportamento empreendedor possui forte relação com o Locus Interno e o Locus Externo, ou seja, esse comportamento pode ser definido por questões de sorte ou então através das competências de determinado indivíduo (MACIEL E CAMARGO, 2010).

## 1.2 Formulação do problema

Desse modo, o estudo questiona quais são os fatores considerados mais importantes para a criação de um perfil empreendedor e pergunta-se: **Existe diferença entre os fatores que influenciam o perfil empreendedor entre alunos de Administração e Engenharia de Produção da Universidade de Brasília?**

## 1.3 Objetivo Geral

Apresentar os fatores que influenciam o perfil do empreendedor dos discentes de **Administração e Engenharia de Produção da Universidade de Brasília.**

## 1.4 Objetivos Específicos

Para o alcance do objetivo geral, são propostos os seguintes objetivos específicos:

- I. Mapear os fatores importantes na construção de um perfil empreendedor;
- II. Integrar os fatores encontrados em um modelo de mensuração;
- III. Validar um modelo integrador de fatores que impactam no perfil empreendedor nos cursos de Administração e Engenharia de produção.

## 1.5 Justificativa

Conforme o anexo 4 deste trabalho, há 330 publicações nessa área de estudo e esse número aumenta ano após ano desde o início dessa década. Esses números indicam a importância do tema ser estudado. Justificando cientificamente o tema. Este estudo é importante para os cursos de Administração e Engenharia de Produção, pois permite entender as características do perfil empreendedor dos alunos desses dois cursos da Universidade de Brasília.

Tendo em vista o cenário no qual os índices de desemprego estão cada vez maiores no Brasil, o empreendedorismo surge como importante ferramenta para a criação de emprego e renda da população. Dessa maneira, conhecer o que torna as pessoas mais empreendedoras é fundamental para que futuramente o país melhore seus índices de emprego.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Empreendedorismo

De acordo com Fillion (1999) a primeira definição da palavra empreendedorismo teria surgido no século XVIII, por Richard Cantillon, que definiu o empreendedor como um indivíduo que comprava e vendia algo com o objetivo de revendê-lo a um preço superior. Em Dornelas (2004), empreendedorismo é realizar algo novo, buscando sempre por novas oportunidades, com foco em inovar e a criar valor. Seriam várias as definições para empreendedorismo, mas o alicerce pode ser resumido em fazer diferente, utilizando os recursos disponíveis de forma inovadora e também assumindo riscos.

De acordo com Shane, Locke e Collins (2003) o empreendedorismo não é somente resultado da ação humana, pois fatores internos do dia-a-dia da empresa podem ser influenciados por fatores externos. Ou seja, os processos que a empresa executa diariamente podem ser influenciados por fatores que não competem à empresa, como por exemplo, situações de mercado, de governo ou questões ambientais. Isso ajuda a determinar a permanência ou não da empresa no mercado.

É importante ressaltar que o empreendedorismo não deve estar associado somente com a criação de um negócio e sim a criação de algo novo, de valor, portanto, empreendedorismo não é somente a criação de novas organizações (SHANE; VENKATARAMAN, 2000; DORNELAS, 2008). O Empreendedorismo possui em sua formação, duas características consideradas como base: a criação de ideias e a intenção empreendedora. As ideias possuem forte relação com as vontades pessoais, enquanto que as intenções empreendedoras são consideradas fundamentais para que seja possível transformar ideias em novos tipos de negócios (KRUEGER. CARSRUD, 1993, BIRD 1988).

Segundo Fillion (1999), o empreendedorismo é descrito examinando-se as habilidades, efeitos sociais e econômicos e as características de determinado empreendedor. Dolabela (1999) ressalta também que o termo empreendedorismo é determinado pelos os estudos que possuem relação ao



empreendedor. Portanto, pode-se perceber que o empreendedorismo é considerado uma atividade de elevado grau de complexidade e está amplamente relacionado aos indivíduos que exercem tais atividades empreendedoras.

O empreendedorismo pode ser descrito como o processo de criar algo novo e que tenha valor, através dos esforços necessários, assumindo riscos psicológicos, financeiros e sociais para que conseqüentemente receba-se a recompensa econômica ou pessoal (HISRICH; PETERS, 2004).

Inserido na análise do empreendedorismo, o consórcio *Entrepreneurship Monitor* (GEM) é um dos principais responsáveis por pesquisar no planeta, os fatores que aumentam ou diminuem as iniciativas de se empreender. O consórcio *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2015) mostrou em seu último relatório do ano de 2015 que em cada 100 brasileiros, 21 estão envolvidos em uma atividade empreendedora em estágio inicial, apontando também que houve um aumento da taxa de empreendedorismo total no Brasil de 34,4% em 2014, para 39,3% em 2015.

Ainda de acordo com o estudo realizado pelo GEM (2015) O desenvolvimento de empresas que abrem no país é impulsionado por: fatores, por eficiência ou pela inovação. Dentro dos seguimentos de economias impulsionadas pela eficiência, o Brasil passou de décimo para o oitavo lugar, comparando-se os períodos de 2014 e 2015,

Por fim, o estudo realizado pelo GEM (2015) indica que no ano de 2015, 39,3% dos brasileiros eram empreendedores, o que representaria na época cerca de 80 milhões de pessoas.

Existem diversos fatores chaves que influenciam positivamente ou negativamente na criação do comportamento empreendedor, será visto a seguir quais seriam esses fatores.

## 2.2 Comportamento Empreendedor

O estudo do perfil empreendedor não é algo novo. Diversas revistas acadêmicas internacionais que estudam exclusivamente o tema

empreendedorismo, como por exemplo, o *Entrepreneurship Teory and Practice* e *International Entrepreneurship and Management Journal*. No Brasil ainda não há revistas exclusivas para discutir o empreendedorismo, sendo mais comum o assunto estar relacionado a revistas de Administração.

De acordo com Bohnenberger e Freitas (2007), para que se fosse ampliada a base conceitual sobre o Perfil Empreendedor (PE), é necessário analisar as características atitudinais do empreendedor. Tais características eram encontradas através das diversas definições encontradas na literatura. A seguir será possível compreender as principais características do comportamento empreendedor baseadas no trabalho de Bohnenberger e Freitas (2007):

**Autoeficaz:** pode ser considerada como uma capacidade de cognição de uma pessoa, na qual ela é capaz de mobilizar suas motivações, seus recursos cognitivos e também seus cursos de ação que exercitam todos os controles acerca dos eventos que ocorrem na sua vida (CHEN e GREENE et al., 1998).

De acordo com Carvalho e Gonzáles (2006) ser autoeficaz é explicar o nível em que uma pessoa crê em suas próprias capacidades para executar uma tarefa. É um traço de personalidade que afeta a motivação para que se realize com sucesso as tarefas, a seleção de uma carreira profissional e também o grau de tolerância para que se enfrente as situações adversas, além de também ser a percepção individual acerca do risco existente.

**Assume Riscos Calculados:** De acordo com Drucker (1986), não se tornam bons empreendedores, pessoas que necessitam contar com a certeza o tempo todo, ou seja, que possuem plena segurança em tudo que realizam. Segundo Henrique e Cunha (2008), a educação empreendedora deve estar focada em desenvolver habilidades que tornem mais fáceis a tomada de decisões, as quais se destacariam a capacidade de inovar, assumir riscos e resolver problemas.

**Planejador:** Fillion (1999) diz que empreendedores não definem situações somente, como também imaginam sobre o que querem atingir no futuro. Sua principal tarefa é na maioria dos casos a de imaginar e traçar o que querem executar, como também de que maneira irão fazê-lo. Seguindo uma linha de pensamento semelhante, Cupertino e Mendonça (2012) retratam que o planejamento é fundamental para desenvolver um novo negócio, pois o mercado por si próprio é sujeito a riscos e crises. Desse modo se não há um

planejamento feito de maneira correta, o pequeno empreendedor não estará pronto para atuar em momentos de crise e esse empreendedor passa a fazer parte da triste lista de empresas que não resistem aos cinco primeiros anos de vida.

**Detecta Oportunidades:** Prando (2010) relata que a urgência dos empreendedores acontece de diferentes maneiras, podendo ocorrer devido a ações do Estado, que colabora no aparecimento de empreendedores por necessidade, que surgem devido a crises econômicas ou má distribuição de renda. Há também os que são conhecidos como empreendedores por oportunidade, ou seja, que vão em busca de um sonho e aproveitam as oportunidades que surgiram. De acordo com Neto et al (2013) um importante elemento das características de um empreendedor é a sua proatividade, também entendida como a busca de novas oportunidades, que tem relação ou não com as atividades da empresa, com o desenvolvimento de produtos ou serviços novos, a eliminação estratégica de áreas, a presença ou não em mercados emergentes assim como também na antecipação de novas oportunidades.

**Persistente:** De acordo com Lima e Nassif (2016), empreendedores persistentes e com autoeficácia elevada possuem uma maior chance de definirem maiores expectativas de crescimento, que é segundo os autores uma característica desafiadora. Desse modo é possível que suas empresas continuem a persistir em seus esforços de liderança e realizem suas metas. Markman, Baron e Balkin, (2005), mostram que a capacidade para se reerguer de adversidades vividas é fundamental para persistir contra o alto risco e condições desfavoráveis de recurso. Dessa maneira os autores reforçam sobre a importância do empresário ser persistente perante às diversas situações que podem vivenciar durante sua trajetória de negócios.

**Sociável:** Carland et al. (1984) definem o empreendedor como aquele que é responsável por estabelecer um empreendimento, gerenciando com o objetivo de crescimento e obtenção de resultados. Para Neto et al. (2013, p. 240), a definição de empreendedor seria: “o agente econômico, gerente ou proprietário do negócio, que emprega as ações empreendedoras na busca do crescimento empresarial”.

Inovador: Carland et al. (1984) chegam a conclusão de que o empreendedorismo é resultado principalmente de quatro elementos: a personalidade da pessoa, a disposição em inovar, a capacidade de enfrentar riscos e a postura estratégica. Covin e Miles (1999) defendem que o empreendedorismo não pode existir sem inovação.

Liderança: Para Fillion (1999), o comportamento empreendedor possui atitudes de inovação, independência, liderança assim como também a utilização da autoridade formal. Para Souza et al. (2016) o estilo de liderança é um atributo essencial do empreendedorismo, sendo um dos fatores decisivos que corroboram para um indivíduo empreender e liderar sua equipe.

O comportamento empreendedor não é apenas uma questão relacionada às diversas posturas apresentadas e está também bastante relacionado a questões cognitivas, que dentro da literatura são estabelecidos como Locus de Controle.

### **2.3 Locus de Controle**

O conceito de Locus de Controle já é bastante consolidado e de acordo com Maciel e Camargo (2010) esse assunto surgiu na Psicologia, onde a partir daí se expandiu para diversas áreas do conhecimento, alcançando a área de empreendedorismo. O termo locus de controle pode ser compreendido como a crença do indivíduo em relação à quantidade de controle de seu próprio destino, havendo duas principais vertentes quanto a esse conceito: o locus de controle interno e o locus de controle externo. A primeira vertente acredita que os fatores internos são mais responsáveis para controlar o próprio destino, enquanto a segunda defende que fatores externos a pessoa possui uma maior responsabilidade nesse controle (MACIEL E CAMARGO, 2010).

Wenzel (1993) diz que o locus de controle é resultado de como uma pessoa percebe a relação de um evento em relação aos seus esforços. Se a relação ficou clara para essa pessoa, é entendido que ele é internamente orientado. Quando a relação não é clara, diz-se que ela é externamente orientada. Nesse caso a pessoa responsabiliza outros fatores pelo sucesso ou

fracasso de uma ação em específico. Segundo Smith, Dugan e Trompenaars (1997), o *locus* de controle interno é inversamente relacionado ao grau de desenvolvimento de determinada nação, na qual sugere-se que empreendedores de países em desenvolvimento possuam um *locus* de controle interno superior ao de empreendedores de países desenvolvidos. Callado, Gomes e Tavares (2006), baseando-se nos estudos sobre o *Locus* Interno, resolvem estudar as características dos empreendedores brasileiros nessa ótica, com o objetivo de descrever traços de personalidade, mais precisamente o *locus* de controle em estudantes e empreendedores brasileiros.

## 2.4 Comportamento Empreendedor na literatura

Por meio do capítulo 4 criou-se as análises bibliométricas para revelar os autores mais importantes, abordagens e análise dos *abstracts* e títulos.

De acordo com Grácio (2016) a análise relacional de citação é feita através dos métodos de *Cocitação* e de Acoplamento Bibliográfico, conhecido como *coupling*, têm sido utilizados de maneira individual para auxiliar na compreensão da comunicação científica, a frente de pesquisa e a estrutura intelectual de domínios científicos. “Em todo domínio do conhecimento, o ciclo espiral da produção científica tem como premissa o fato de um pesquisador construir seu trabalho sustentado em trabalhos anteriores”. (GRÁCIO, 2016, p.83). Dessa maneira a autora reforça que há uma interligação sobre os trabalhos e seus temas, ou seja, um novo tema que surge, costuma se basear em trabalhos passados, por mais que sejam completamente diferentes.

O estudo de *Cocitações* é derivado da análise de citações e diz respeito à frequência na qual dois documentos ou autores são citados juntamente na produção do conhecimento de determinado setor ou área. (CASTANHA et al., 2016). Grácio (2016) reforça o conceito apresentando que a *Cocitação* mede a relação entre dois artigos de acordo com o número de publicações em que esses aparecem citados simultaneamente.

Foi utilizada a *Cocitação* entre autores com o objetivo de entender as principais contribuições dos autores em relação ao tema Comportamento

Empreendedor. Como a quantidade de autores é elevada, foi realizada a análise daqueles autores mais relevantes ou que contribuam de forma mais participativa com esse tema Comportamento Empreendedor.

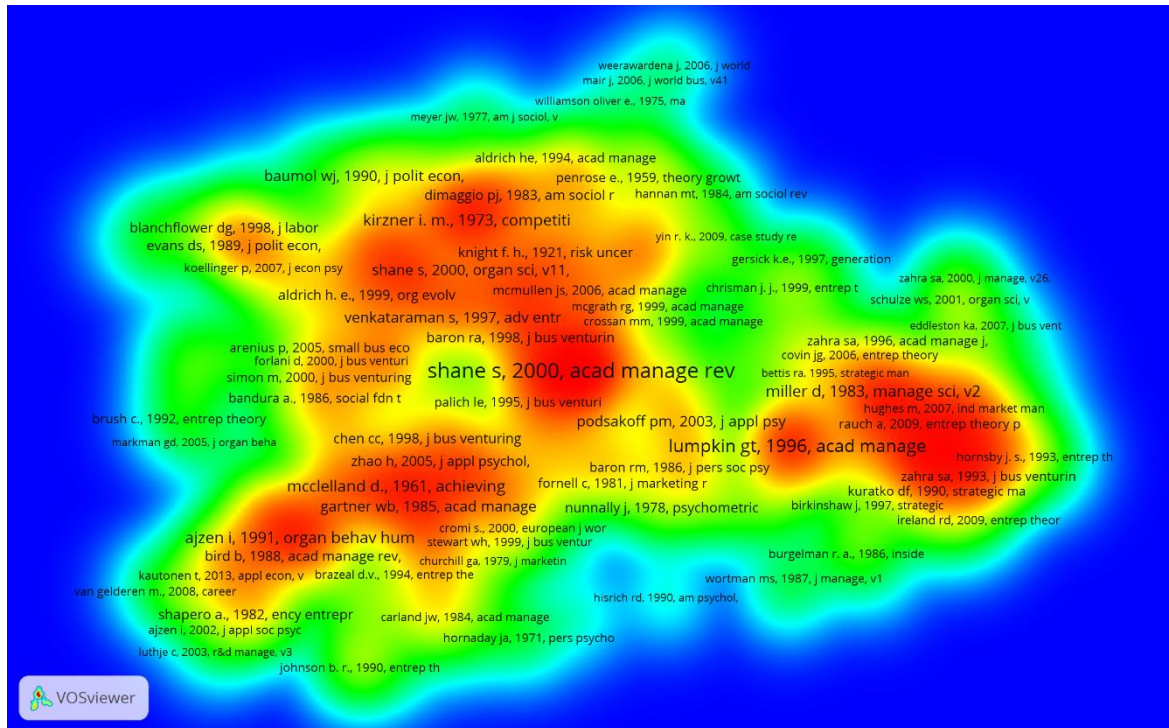


Figura 1: Cocitação e Comportamento Empreendedor

Fonte: Elaborado pelo autor, adaptado das informações da plataforma Web of Science

A figura 1 apresenta três grandes pontos em tons avermelhados cujo significado é de que os autores possuem temas de pesquisas semelhantes, com maiores quantidades de aparições. Ou seja, quanto mais próximos, maior a tendência de que esses autores tenham uma abordagem parecida. Nas extremidades há autores que possuem estilos de trabalhos pouco relacionados entre si.

Na região mais avermelhada a direita da imagem, Lumpkin (1996) discute principalmente sobre Orientação Empreendedora, de acordo com o *Web of Science* esse autor é um dos que mais publicou sobre esse tema em particular. Em Lumpkin et al., (2009) os autores procuram entender, mensurar e relacionar a autonomia do indivíduo com a Orientação Empreendedora, buscando compreender qual a importância em ser autônomo para estar orientado a

empreender. Na mesma região da imagem, Andreas Rauch discute as relações entre educação empreendedora e comportamento empreendedor. Em Rauch e Hulsink (2014) os autores sugerem que a educação empreendedora é efetiva e possui um caráter positivo no comportamento empreendedor. O estudo mostra que crianças que participaram do programa aplicado demonstraram maior intenção empreendedora. Por fim o estudo também relaciona a educação empreendedora com a criação de novos negócios.

A parte inferior esquerda e mais avermelhada da imagem relaciona autores que tem importância em teorias do comportamento e fatores motivacionais. McClelland aparece como um dos autores mais antigos. Em *The Achieving Society* (1961), David McClelland cria a famosa teoria das três necessidades. Gartner que está presente num local próximo na imagem, também estuda as questões sobre o comportamento humano e o empreendedorismo.

## **2.5 Abstract e Comportamento Empreendedor**

A figura 2 apresenta o *Abstract*, que em português também é conhecido como pequeno resumo. O objetivo é mostrar as principais linhas de pesquisa dentro do tema.

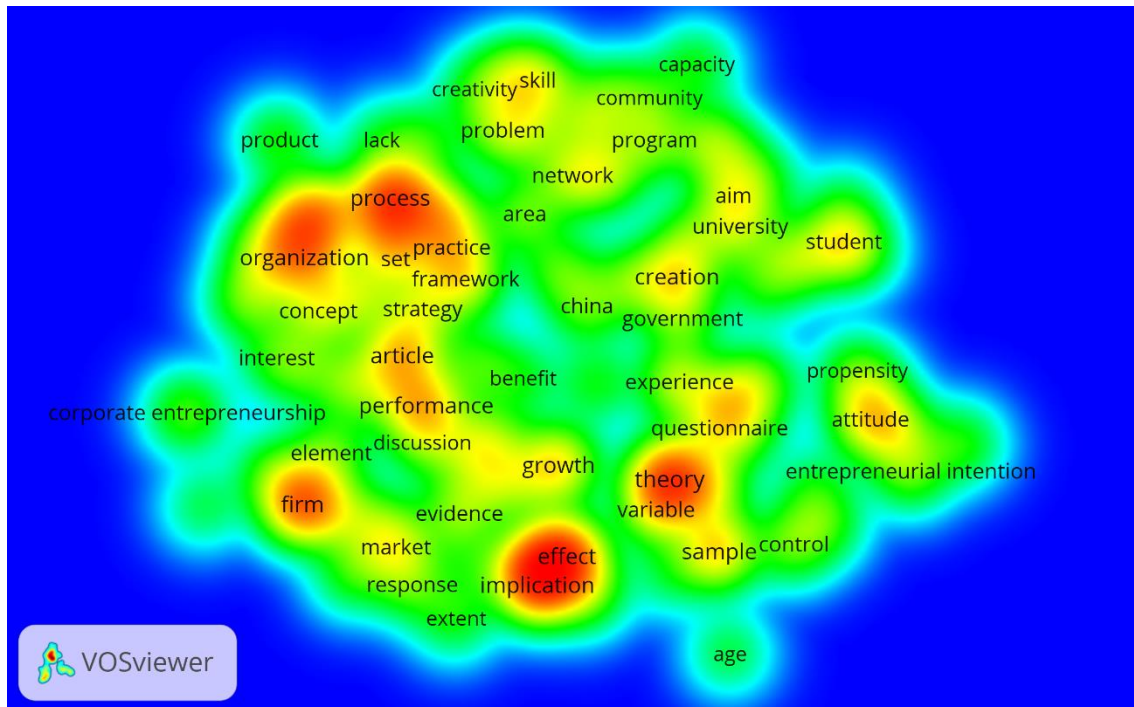


Figura 2: Abstract e o comportamento empreendedor

Fonte: Elaborado pelo autor, adaptado da plataforma Web of Science

A partir das informações obtidas na figura 2 é possível identificar aproximadamente 50 termos relacionados ao comportamento empreendedor. Isso quer dizer que do total de 330 publicações encontradas no Anexo 4 deste trabalho, todas possuem os termos descritos na figura 2. Oito termos são considerados os mais recorrentes, são eles: Firma, que remete a empresa; Organização; Processo; Prática; Efeito; Implicação; Teoria e variável. Nota-se que as palavras mais distantes são: Idade e empreendedorismo corporativo. Isso significa que uma quantidade menor de estudos aborda esses dois termos, o que se sugere estas abordagens como qualificadoras da revisão da literatura.



### **3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA**

Neste capítulo será abordada a construção do modelo de medição e os procedimentos de coleta e análise de dados.

#### **3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa**

Este trabalho utiliza como base a taxonomia apresentada por Vergara (2000) e segundo o autor há dois aspectos de classificação de pesquisa: quanto aos meios e quanto aos fins.

Quanto aos meios, a pesquisa será bibliográfica e de campo. A parte bibliográfica será realizada através do enfoque meta-analítico de Mariano, et al (2011), utilizando a base de dados *Web of Science*, no qual foram encontrados 330 estudos sobre Perfil Empreendedor, conforme foi visto no Anexo 4. A pesquisa de campo foi realizada através da aplicação de questionários, cujo objetivo é coletar dados primários. Esses dados foram obtidos tanto de forma online quanto presencial.

Quanto aos fins, a pesquisa será descritiva, quantitativa e possui o objetivo de descrever a relação entre as 9 variáveis. Dessa forma será realizada uma análise multivariada nos seguintes fatores: autoeficácia, capacidade de assumir riscos calculados, planejador, detecta oportunidades, persistência, sociável, inovação, liderança, lócus interno e lócus externo. As variáveis anteriores serão relacionadas com a variável comportamento empreendedor.

#### **3.2 Instrumentos de pesquisa**

Para essa pesquisa, foi utilizado o instrumento adaptado do trabalho de Bohnenberger e Freitas (2007). Para isso, utilizou-se como base os 6 atributos que os autores apresentam em seu trabalho, como também foi utilizado como base o questionário criado por eles, adaptado aos objetivos desse trabalho. A

tabela 7 mostra o atributo e quantas questões foram utilizadas para cada um deles.

Tabela 1: Atributos e seus respectivos itens

<i>Fatores</i>	<i>Itens</i>
<i>Auto-realização</i>	AR1, AR2, AR3, AR4, AR5
<i>Lider</i>	L1, L2, L3, L4, L5
<i>Planejador</i>	P1, P2, P3
<i>Inovador</i>	I1, I2
<i>Assume riscos</i>	R1, R2, R3, R4
<i>Sociável</i>	S1, S2, S3

Fonte: Elaborado pelo autor da pesquisa, tendo como base o trabalho de Bohnenberger e Freitas (2007)

Além da teoria utilizada no trabalho de Bohnenberger e Freitas (2007), utilizou-se para mensurar o Locus Interno e externo, o estudo de Xavier (2005) no qual foram utilizadas 16 questões no total, oito para locus externo e o restante para locus interno.

Tabela 2: Atributos de Locus de Controle e suas respectivas questões

<i>Fatores</i>	<i>Itens</i>
<i>Locus Externo</i>	LE1, LE2, LE3, LE4, LE5, LE6, LE7, LE8
<i>Locus Interno</i>	LI1, LI2, LI3, LI4, LI5, LI6, LI7, LI8

Fonte: Elaborado pelo autor

Por fim, para a mensuração da variável Comportamento Empreendedor, utilizou-se como base o trabalho de Maciel e Camargo (2010), na qual quatro questões foram utilizadas como referência.

Tabela 3: Comportamento Empreendedor e seus respectivos itens

<i>Fatores</i>	<i>Itens</i>
----------------	--------------

As questões foram adaptadas ao trabalho para que pudesse haver sentido na aplicação das perguntas. Foi utilizada a escala *Likert* de 7 itens, sendo eles: Discordo Totalmente, Discordo, Discordo Moderadamente, Neutro (nem discordo, nem concordo), Concordo Moderadamente, Concordo e Concordo Totalmente. No apêndice A é possível encontrar o questionário.

### 3.3 População e amostra

Segundo o anuário estatístico da UnB (2016) a universidade conta com 37.982 alunos matriculados em cursos de graduação. De acordo com o site da Universidade de Brasília, o departamento de Administração é o maior da UnB, possuindo 532 alunos do período noturno e 554 alunos no período diurno. Enquanto a faculdade de tecnologia da UnB possui 3642 alunos, de acordo com o anuário estatístico da UnB (2016), sendo que 586 alunos pertencem ao curso de Engenharia de Produção.

A amostra estatística usada foi gerada a partir da seguinte fórmula

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}$$

O nível de confiança adotado é de 90%, com um erro amostral de 5%. A população é de aproximadamente 1672 alunos. Foram obtidas 230 respostas, sendo 209 válidas. 108 respostas são referentes a alunos do curso de Administração, enquanto 101 respostas são de alunos do curso de Engenharia de Produção.

### 3.4 Procedimentos de coleta e análise de dados

O questionário foi aplicado presencialmente e também através das demais mídias sociais: *facebook*, *e-mail*, *whatsapp*. As aplicações presenciais ocorreram na UnB, na Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – FACE. Também foram aplicados questionários no Pavilhão João Calmon – PJC, Pavilhão Anísio Teixeira - PAT e por fim na Faculdade de Tecnologia – FT. Todos os questionários foram aplicados entre os dias 10 de maio e 15 de maio de 2017 e somente alunos dos cursos de Administração e Engenharia de Produção da Universidade de Brasília participaram da pesquisa.

Utilizou-se as equações estruturais como técnica estatística. Essa técnica trabalha com análise multivariada e usa o programa *SmartPLS (Smart Partial Least Square)*. Roldán (2000) mostra que a finalidade da modelização do PLS é explicar os desvios das variáveis observáveis e inobserváveis. Desse modo é possível prever as variáveis latentes e manifestas.

Os dados obtidos nos questionários foram lançados numa planilha de Excel, devidamente organizados para a utilização do programa *SmartPLS*. Todos os cálculos de regressão múltipla e correlação entre variáveis foram obtidos de acordo com o modelo criado no capítulo 3. De acordo com Cepeda e Roldán (2004), o modelo de equações estruturais com *PLS* é uma técnica estatística multivariada para provar e estimar relações causais a partir de dados estatísticos e as funções qualitativas de causalidade.

O *SPLS* é uma fórmula de modelo de equações estruturais e este método modela uma rede causal de variáveis latentes baseado em indicadores (CEPEDA e ROLDÁN, 2004). O PLS pode ser entendido como uma sólida compreensão da análise de componentes principais, análise path e regressões (BARCLAY, THOMPSON e HIGGINS, 1995, p. 290). De acordo com Chin (1998) existem 14 situações que o uso de PLS é ideal, são elas:

Tabela 4: Situações para aplicar o PLS

CONDIÇÕES TEÓRICAS	
1	As hipóteses se derivam de uma teoria macro na qual não se conhecem todas as variáveis relevantes ou destacadas.

<b>2</b>	As relações entre os construtos teóricos e suas manifestações são vagas.
<b>3</b>	As relações entre os construtos são conjecturais.
<b>CONDIÇÕES DE MEDIDA</b>	
<b>1</b>	Algumas ou todas as variáveis são categóricas ou apresenta diferentes níveis de medida.
<b>2</b>	As variáveis manifestas tem um certo grau de não confiabilidade.
<b>3</b>	Os resíduos das variáveis latentes e manifestas se encontram correlacionadas.
<b>CONDIÇÕES DA DISTRIBUIÇÃO DOS DADOS.</b>	
<b>1</b>	Os dados provêm de distribuições desconhecidas ou não normais.
<b>CONDIÇÕES PRÁTICAS</b>	
<b>1</b>	Se usa desenhos de pesquisa não experimentais como por exemplo questionários, dados secundários, desenhos de pesquisa quase experimentais, entre outros.
<b>2</b>	Modelam-se grande número de variáveis latentes e manifestas.
<b>3</b>	Dispõem-se de muitos casos, ou de muito poucos.

Fonte: Elaborado pelo autor, baseado em Chin 1998.

Chin (1998), afirma que o PLS é uma ótima opção para se aplicar no campo da Administração de empresas e Marketing, pois nessas áreas encontram-se bastante as condições vistas na tabela 10. O PLS pode trabalhar com “modelos complexos e tamanhos amostrais pequenos na qual a amostra requerida será aquela que sirva de base para a regressão múltipla mais complexa que se pode encontrar” (BARCLAY, THOMPSON e HIGGINS, 1995, p 292).

### 3.5 Modelo e Hipóteses

Para compreender os fatores que levam uma pessoa a empreender é fundamental ter ciência das variáveis que estão ligadas a essa capacidade abrir um negócio. Bohnenberger e Freitas (2007), Xavier (2005) e Maciel e Camargo (2010) desenvolveram modelos próprios para explicar as relações do comportamento empreendedor e diversas variáveis. Para este estudo, adaptou-se os três modelos utilizados por Bohnenberger e Freitas (2007), Xavier (2005) e Maciel e Camargo (2010) e criou-se um modelo próprio formado por 9 variáveis: Auto-realização, Liderança, Planejador, Inovador, Assume Riscos, Sociável, Lócus Interno, Lócus Externo e Comportamento Empreendedor. Não encontrou-se na literatura trabalhos que explicam as relações entre essas variáveis. A figura 1 apresenta o modelo descrito.

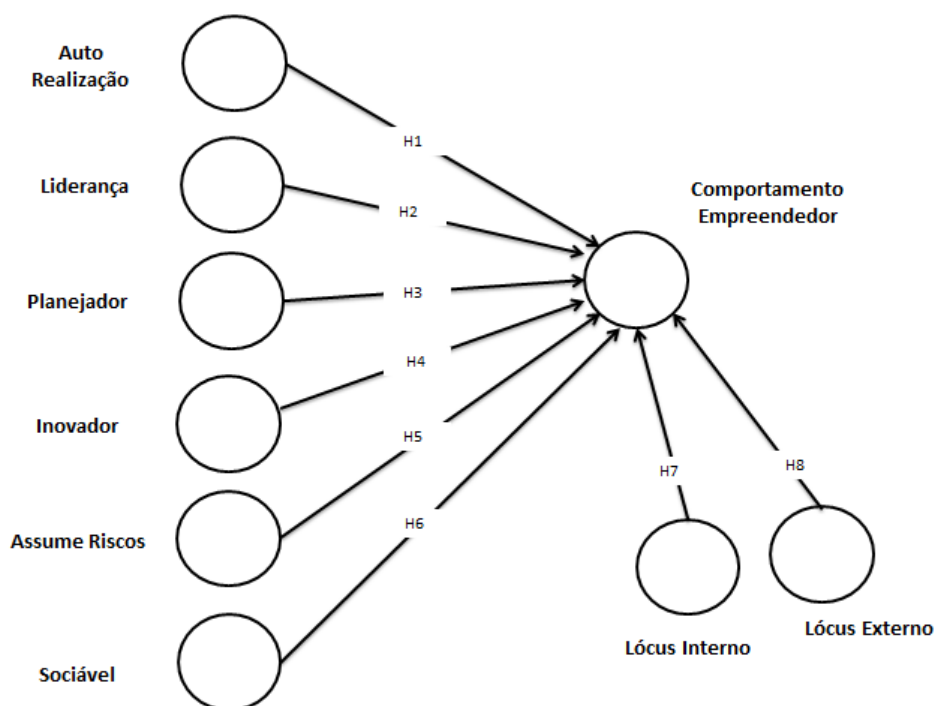


Figura 3: Modelo de equações estruturais - Comportamento Empreendedor

Fonte: Adaptado de Bohnenberger e Freitas (2007); Xavier (2005); Maciel e Camargo (2010)

Assim, surgem as hipóteses:

- H1- A auto realização está relacionada positivamente com o Comportamento Empreendedor.
- H2- A liderança possui uma relação positiva com o Comportamento Empreendedor.
- H3- O Planejamento está relacionado positivamente com o Comportamento Empreendedor.
- H4- A Inovação possui relação positiva com o Comportamento Empreendedor.
- H5- A capacidade de assumir riscos está relacionada positivamente com o Comportamento Empreendedor.
- H6- A capacidade de ser sociável possui relação positiva com o Comportamento Empreendedor.
- H7- O lócus Interno está relacionado positivamente com o Comportamento Empreendedor
- H8- O lócus externo está relacionado de maneira positiva com o Comportamento Empreendedor.

## **4 ENFOQUE META-ANALÍTICO NO TEMA COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR**

Este capítulo explica o método de revisão sistemática utilizada para encontrar os trabalhos e autores mais relevantes na literatura e os dados para criação dos mapas de calor do capítulo 2.

É importante que se realize uma investigação daquilo que já foi pesquisado sobre o tema, desse modo, é imprescindível a procura por estudos que já tenham ido a campo para investigar o problema de pesquisa proposto. Com isso, surge a necessidade de se fazer uma revisão bibliográfica que seja capaz de reduzir o tempo de pesquisa e contribuindo para o repasse de conhecimento acerca do tema.

Segundo Mariano et al. (2011), para se pesquisar é necessário trabalhar com dados e ter conhecimento sobre como obtê-los, para que se possa adquirir uma nova informação. Antigamente havia uma dificuldade de recopilar material, tanto para confecção do estado da arte, como para precisar o problema de pesquisa e também existia uma dificuldade do que se pode fazer com as informações obtidas, o que atrapalha a seleção de estudos certos e dificulta a criação de uma síntese eficiente (MARIANO et al., 2011).

Garcia e Ramirez (2004) propuseram um método conhecido como Enfoque Meta-Analítico, que corrobora com o que foi escrito anteriormente, na qual deve-se auxiliar o processo de construção do estado da arte.

### **4.1 O método do enfoque meta analítico**

O Enfoque meta-analítico surge através da Meta-Análise e sua função era realizar a identificação da literatura. A Meta-Análise foi aplicada primeiramente por Smith e Glass (1977) para comprovar a eficiência da psicoterapia. De acordo com Mariano et al. (2011) a Meta-Análise foi criada como uma metodologia que integraria pesquisas empíricas sobre o mesmo tema.

Apesar de não ser uma técnica considerada simples, diversos estudos (KLAUS et al., 2000; CALAZANS et al., 2015; CHAVES e VIEIRA, 2002;



MARIANO et al, 2011) utilizam dessa técnica com o objetivo de obter melhores resultados. Esse método possui quatro passos que utilizam o critério de impacto das publicações para a escolha do referencial teórico a ser utilizado.

Portanto, o Enfoque meta analítico tem o objetivo de realizar o desenvolvimento sistemático da literatura, oferecendo ao pesquisador, os autores, as revistas que mais publicaram sobre o tema, os artigos mais citados, países, a quantidade de publicações ano a ano. Já a Meta-Análise tem o objetivo de realizar a integração de pesquisas empíricas.

Para este trabalho, adotou-se uma adaptação do modelo proposto por García e Ramirez (2005), e ele deve seguir os seguintes passos:

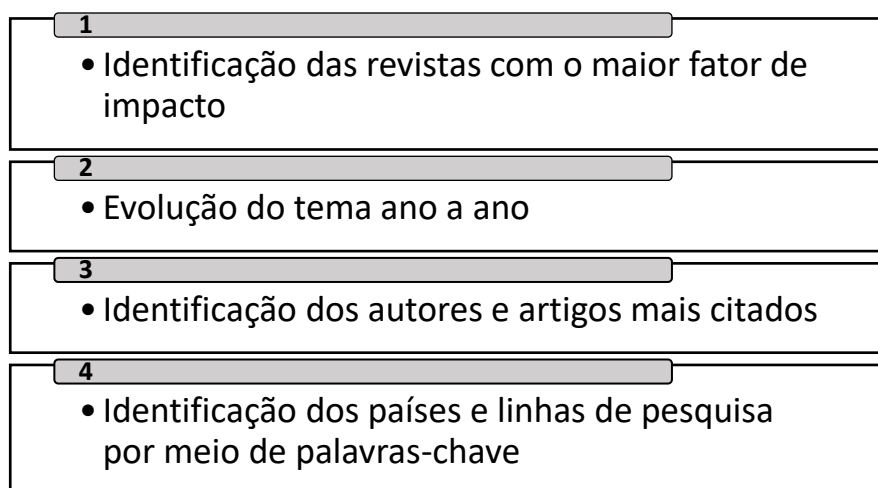


Figura 4: Metodologia com enfoque meta-analítico

Fonte: adaptado de García e Ramírez (2005)

#### 4.1.1 Primeira etapa: Identificação de revistas com o maior fator de impacto

O índice fator de impacto é calculado por meio da equação:

$$FI_{2017} = (X1 + X2) / (Y1 + Y2)$$

Onde,  $FI_{2017}$  = fator de impacto no ano de 2017,  $X1$  = número de citações no ano de 2016,  $X2$  = número de citações no ano de 2015,  $P1$  = número de

publicações da revista no ano de 2016 e P2 = número de publicações no ano de 2015.

Este cálculo é realizado anualmente pela base de dados *Web of Science*, que de acordo com Garcia e Ramirez (2005) é reconhecida mundialmente como uma das melhores e mais completas bases de dados. Os resultados são organizados dentro de uma seção chamada *Journal Citation Reports (JCR)*. Na tabela 1 observa-se os resultados das revistas com maior fator de impacto para a administração, assim como a quantidade de citações utilizadas por artigos publicados nessas revistas. Aqui foram apresentadas somente as vinte e cinco primeiras.

Tabela 5: Revistas com o maior fator de impacto para a administração

<b>Rank</b>	<b>Nome da Revista</b>	<b>Fator de Impacto</b>	<b>N° de Citações</b>
1	Academy Of Management Annals	9.741	1,530
2	Academy Of Management Review	7.288	22,261
3	Academy Of Management Journal	6.233	25,339
4	Journal Of Management	6.051	12,419
5	Mis Quartely	5.384	11,320
6	Administrative Science Quartely	5.316	13,725
7	International Journal Of Management Reviews	4.854	1,890
8	Journal Of Information Technology	4.775	1,695
9	Organizational Research Methods	4.727	3,508
10	Journal of Supply Chain Management	4.571	1,475
11	Annual Review of Organizational Psychology and Organizacional Behavior	4.478	113
12	Journal Of Business Venturing	4.204	5,628
13	Family Business Review	4.147	1,936
14	Journal Of Management Studies	4.131	7,525
15	Personnel Psychology	4.057	5,360
16	Journal Of Operations Management	4.000	6,807
17	Omega-International Journal Of Management Science	3.962	4,990

<b>Rank</b>	<b>Nome da Revista</b>	<b>Fator de Impacto</b>	<b>N° de Citações</b>
18	Academy of Management Perspectives	3.940	1,313
19	Journal of Marketing	3.885	17,131
20	Journal of Applied Psychology	3.810	26,895
21	Journal Of The Academy Of Marketing Science	3.744	6,558
22	Journal Of International Business Studies	3.620	8,566
23	Business Strategy and the Environment	3.479	2,359
24	Research Policy	3.470	13,078
25	Entrepreneurship Theory and Practice	3.414	4,939

Fonte: *Journal Citation Reports 2016*

Entretanto, as revistas de maior impacto nem sempre possuem determinado tema com muita aceitação. Deste modo, foi feita uma busca na base de dados *Web of Science* pela palavra chave *Entrepreneur Behavior*, que em português pode ser traduzida como Comportamento Empreendedor. Para isso foi utilizado a maior delimitação de tempo possível nesta base de dados, com publicações variando do ano de 1945 a 2016, totalizando 71 anos. O tema gerou 330 documentos, sendo 210 artigos empíricos, 102 artigos de procedimento, 13 artigos de revisão e 5 artigos de material editorial. O primeiro estudo que foi publicado em uma revista dentro do *Journal Citation Reports*, sobre o tema surgiu no ano de 1968.

A tabela 2 mostra as 10 principais revistas de maior fator de impacto em que as 330 publicações foram divididas.

Tabela 6: Revistas com maior fator de impacto relacionadas ao Comportamento Empreendedor

<b>Revistas</b>	<b>Registros</b>	<b>% of 330</b>
Journal of Business Venturing	22	6.667
Entrepreneurship Theory and Practice	15	4.545
Small Business Economics	13	3.939
Procedia Social and Behavior Sciences	7	2.121
International Entrepreneurship and Management	7	2.121

Journal		
Strategic Entrepreneurship Journal	6	1.818
Journal of Small Business Management	6	1.818
Journal of Business Research	6	1.818
Journal of Technology Transfer	4	1.212
Industrial Marketing Management	4	1.212

*Fonte: ISI Web of Science*

Observa-se que o tema Comportamento Empreendedor está amplamente relacionado com a Administração. Suas principais revistas têm forte relação com empreendedorismo, economia e gestão, pequenos negócios, estratégia, tecnologia e gestão de marketing industrial.

#### 4.1.2 Segunda etapa: evolução do tema e de citações ano a ano

Após identificar os artigos e as principais revistas sobre o tema comportamento empreendedor, é importante realizar uma análise de publicações feitas ano a ano. Através da figura 5 é possível analisar uma clara evolução da quantidade de publicações na área, o que confirma a importância científica em se pesquisar o tema.

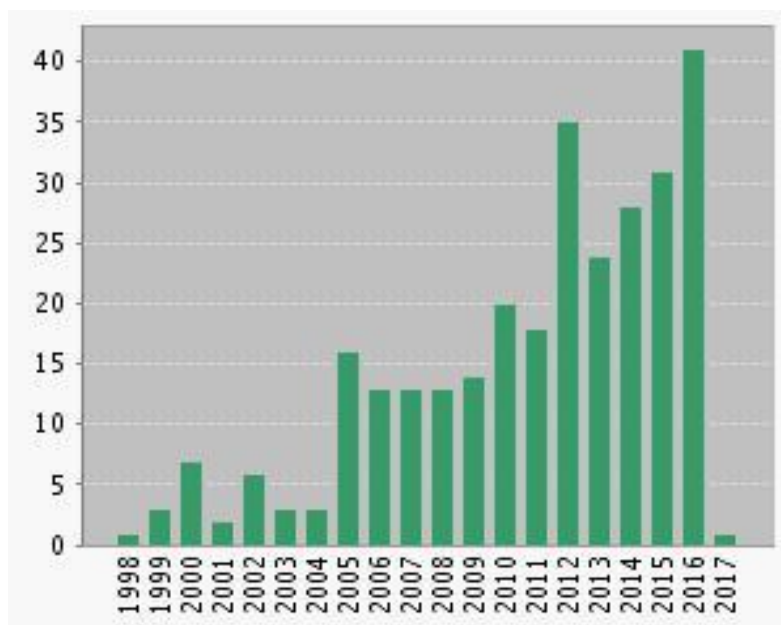


Figura 4: Evolução do quantitativo de publicações

Fonte: ISI Web of Science

É possível analisar na figura 5, que desde o final da década de noventa o tema era pouco publicado. A partir de 2005 a quantidade de publicações mais que triplicou em relação ao ano anterior. Esse resultado demonstra o aumento da relevância de se pesquisar o tema a partir da década passada. Em 2010 o número de publicações já representava praticamente quatro vezes mais do que o número de publicações do ano 2000. Nos últimos quatro anos, é possível notar um aumento crescente do tema, que representou ao final de 2016, uma quantidade superior de quarenta publicações. Ao ser realizada a comparação esse número do ano passado com os números do início da atual década, é possível notar que dobrou-se a quantidade de publicações sobre o tema Comportamento Empreendedor e isso reforça a importância de se estudar o assunto.

Além do número de publicações é possível analisar a importância do tema devido ao aumento do número de citações. Dessa forma comprova-se o alcance representativo do tema que evoluiu ano após ano. A figura 6 retrata essa evolução.

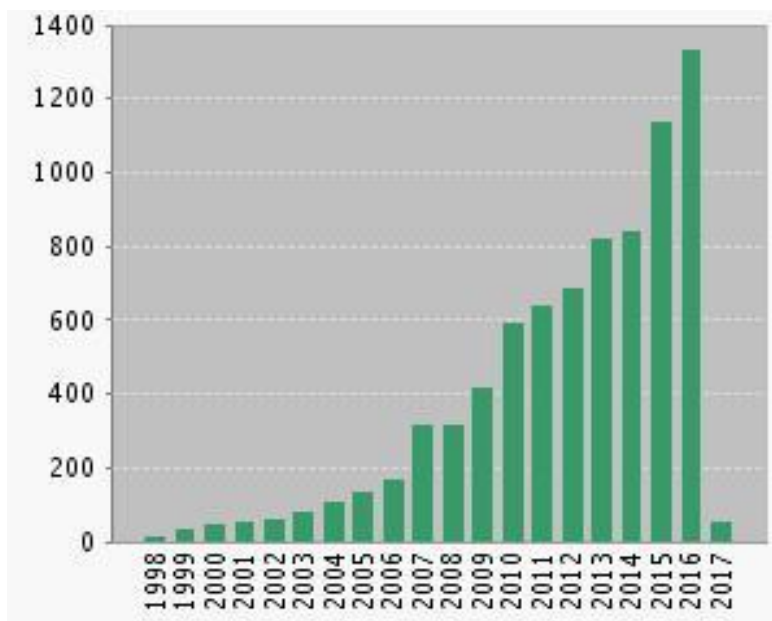


Figura 5: Evolução do quantitativo de citações

Fonte: ISI Web of Science

A soma do número de citações sobre o tema é de 8029, com uma média de 24,33 citações por ano.

#### 4.1.3 Terceira etapa: Identificação dos autores e artigos mais citados

Após identificar as revistas com maior fator de impacto e demonstrar a evolução quantitativa das publicações e citações sobre o tema, é necessário identificar os autores e artigos que possuem maior representação por meio da quantidade de citações.

Tabela 7: Autores mais citados

Autores	Nº Citações	% de 8029
<b>Minniti, Maria</b>	748	9,31%
<b>Autio E; Sapienza, HJ</b>	734	9,14%
<b>Covin, JG</b>	587	7,31%
<b>Nelson, RE</b>	584	7,27%
<b>Krueger, NF; Reilly,</b>	577	7,18%

Autores	N° Citações	% de 8029
<b>MD</b>		
<b>Baker, T</b>	565	7,03%
<b>Zahra, SA</b>	550	6,85%
<b>Gaglio, CM; Katz, JA</b>	285	3,54%
<b>Kuratko, DF</b>	260	3,23%
<b>Arenius, P</b>	217	2,27%

Fonte: *ISI Web of Science*

Ao total foram realizadas 8029 citações sobre trabalhos que cobrem esse tema, demonstrando como o tema é difundido e discutido por muitas pessoas. A tabela 3 mostra os dez autores mais citados e eles representam aproximadamente 63% do total de citações, o que demonstra serem autores importantes para o tema. Maria Minniti é a autora mais citada nesse tema e representa 9,31% das 8029 citações.

Tabela 8: Artigos mais citados

Título	Autores	Ano da publicação/ citações
<b>Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth</b>	Autio, E; Sapienza, HJ; Almeida, JG	2000/736
<b>Competing models of entrepreneurial intentions</b>	Krueger, NF; Reilly, MD; Carsrud, AL	2000/577
<b>Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage</b>	Baker, T; Nelson, RE	2005/565
<b>Contextual Influences on the</b>	Zahra, SA;	1995/446

Título	Autores	Ano da publicação/ citações
<b>Corporate Entrepreneurship Performance Relationship - A Longitudinal Analysis</b>	Covin, Jg	
<b>The psychological basis of opportunity identification: Entrepreneurial alertness</b>	Gaglio, CM; Katz, JA	2001/285
<b>Perceptual variables and nascent entrepreneurship</b>	Arenius, P; Minniti, M	2005/217
<b>Using cognitive theory to explain the entrepreneurial risk-taking – challenging conventional wisdom</b>	Palich, LE; Bagby, DR	1995/214
<b>Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness</b>	Mueller, SL; Thomas, AS	2001/171
<b>Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: A theoretical framework</b>	De Carolis, DM; Saparito, P	2006/153
<b>I think I can, I think I can: Overconfidence and entrepreneurial behavior</b>	Koellinger, Philipp; Minniti, Maria; Schade, Christian	2007/148

Fonte: ISI Web of Science

Os artigos mais citados representam um total de 43,7% do total de 8029 citações. É possível perceber que o artigo de Autio, E; Sapienza, HJ; Almeida, JG é o que possui o maior número de citações, chegando a um número de 9,16% do total de publicações citadas. Percebe-se também que a década passada foi de extrema importância para o tema, pois foi nessa década em que



ocorreram o maior número de citações. Em Autio et. al (2000), que é o artigo mais citado, os autores discutem a questão da inovação, na qual busca-se descobrir os efeitos do ano em que determinada inovação entra no mercado comparando-se também com o grau de imitabilidade de determinada tecnologia dentro da empresa. Já em Krueger et al. (2000), que é a segunda publicação mais citada, os autores discutem diversos modelos de intenção empreendedora, realizando comparações e pesquisando sobre o que já existe na academia sobre o assunto. Em Baker et. al (2005) foi realizado um estudo entre 29 empresas que variaram dramaticamente ao se modificar seu ambiente de trabalho.

Tabela 9: Autores que mais publicaram

Autores que mais publicaram	Registros	% de 330
<b>Minniti M</b>	7	2,12%
<b>Covin JG</b>	5	1,51%
<b>Kuratko DF</b>	4	1,21%
<b>Welter F</b>	3	0,9%
<b>Pickles AR</b>	3	0,9%
<b>Park JZ</b>	3	0,9%
<b>Ofarrell PN</b>	3	0,9%
<b>Neubert MJ</b>	3	0,9%
<b>Ma KS</b>	3	0,9%
<b>Levesque M</b>	3	0,9%

Fonte: *ISI Web of Science*

Dos autores que mais publicaram sobre o tema, apenas os três primeiros também aparecem na lista de autores mais citados. Para esses três autores, é interessante ressaltar que isso demonstra que o trabalho desses autores tem bastante valor e qualidade dentro do segmento. Os demais autores que mais publicaram não aparecem na lista dos mais citados, o que leva a crer que para esses autores, quantidade não é sinônimo de qualidade. Todos os autores representam 11,21% do total de publicações realizadas sobre o tema.

#### 4.1.4 Quarta etapa: Identificação dos países e linhas de pesquisa por meio de palavras-chave

Por fim, busca-se identificar quais países mais publicaram o tema e as palavras chaves que ajudam a entender os tipos de pesquisas mais estudados. É possível notar que os cinco países que mais publicaram o tema foram, Estados Unidos, China, Inglaterra, Alemanha e Espanha.

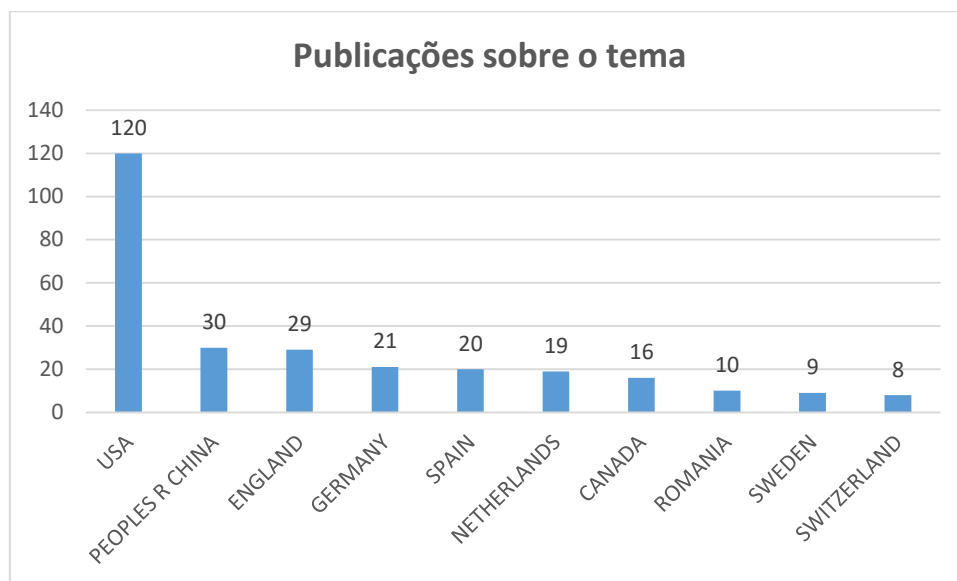


Figura 6: Países que mais pesquisaram sobre Comportamento Empreendedor

Fonte: ISI Web of Science

Do total dos 330 artigos, nota-se que Estados Unidos, China e Inglaterra representam 54,24% do total. O Brasil aparece na vigésima quarta posição, com 4 publicações apenas. Isso reforça a importância de se estudar o tema, que ainda é pouco explorado se for comparado com países citados anteriormente. Apesar do baixo número de publicações, o Brasil ainda possui o maior número de publicações na América do Sul. Não há registro de publicações de outros países dessa região que estejam presentes em revistas internacionais, conceituadas academicamente.

Segundo o *Web of Science*, em relação aos idiomas que os artigos são mais publicados o inglês aparece com uma vantagem muito superior em comparação com as demais. Cerca de 93,3% dos artigos são publicados em língua inglesa. Em seguida aparecem as línguas: espanhola, alemã, chinesa e a portuguesa. Juntas, elas representam 4,5% do total de publicações. Sendo

assim, é possível inferir que mesmo que um artigo não seja publicado em um país de língua inglesa, a probabilidade desse artigo ser publicado em inglês é alta. Esses dados reforçam a importância de dominar a língua inglesa para o entendimento acerca do assunto, como também em relação as pretensões de publicar sobre o tema.

#### 4.1.5 Quinta etapa: Identificação das principais áreas de pesquisa

Após identificar os principais países que pesquisaram sobre o tema, é interessante ter a ciência de quais áreas mais publicam o assunto. Com base nisso a figura 8 tem o objetivo de mostrar as dez principais áreas acadêmicas que mais discutem acerca do Perfil Empreendedor.

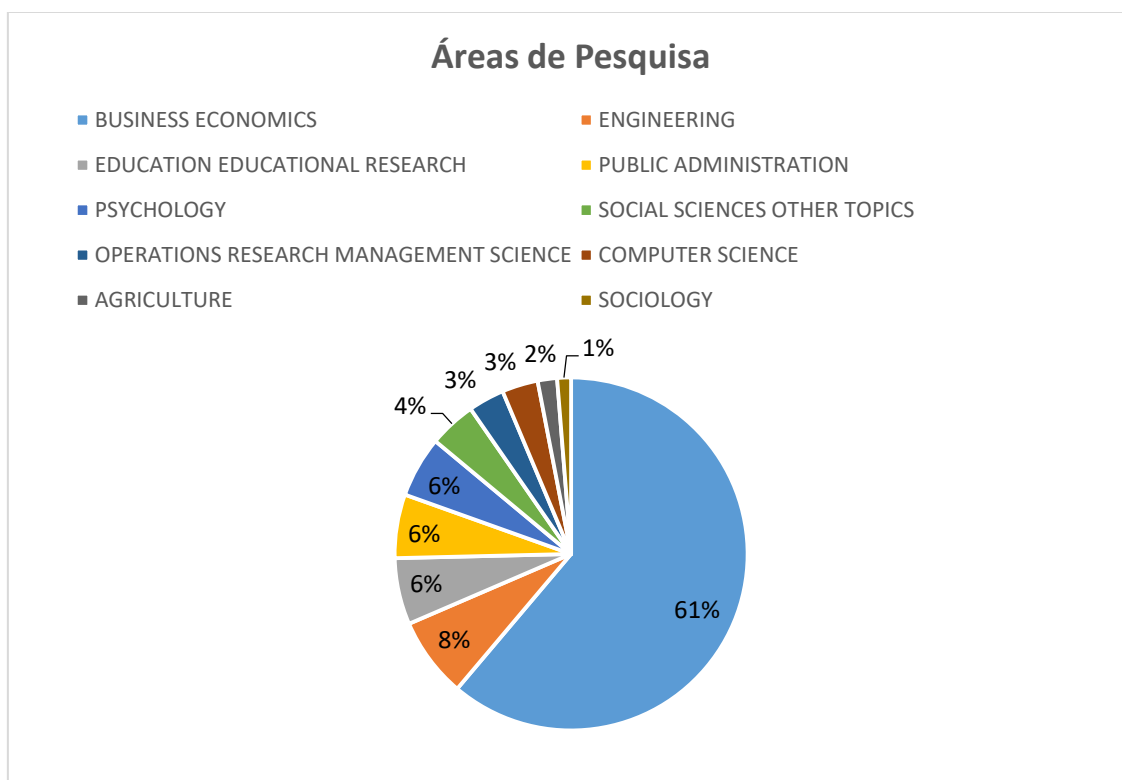


Figura 7: Áreas que mais publicaram sobre Comportamento Empreendedor

Fonte: ISI Web of Science

Conforme a figura 8, a área acadêmica de Economia de negócios (*Business Economics*) é a que possui o maior número de publicações, ou seja, das 330 publicações encontradas sobre o tema, 241 publicações são dessa

área. Isso representa mais de 60% das publicações. Em segundo lugar, está a área de Engenharias (*Engineering*), entretanto, nota-se um número muito inferior de publicações ao realizar a comparação com a primeira área citada. Ao total, a área de Engenharias representa um número de 29 trabalhos publicados e esse número representa aproximadamente 8,8% do total.

As demais áreas são: Pesquisa Educacional (*Educational Research*); Administração Pública (*Public Administration*); Psicologia (*Psychology*); Ciências Sociais (*Social Sciences*); Ciência da Gestão e Investigação em Operações (*Operations Research Management Science*); Ciência da Computação (*Computer Science*); Agricultura (*Agriculture*); Sociologia (*Sociology*). Todas elas representam 37,5% do total, alcançando um valor de 124 publicações.

Esses dados reforçam a importância e o peso da área de Economia de Negócios, considerada a mais influente nos trabalhos publicados sobre Comportamento Empreendedor.

#### 4.1.6 Sexta etapa: Mapear as principais conferências

Tão importante quanto saber as principais áreas de pesquisa, é também identificar os principais congressos ou conferências que costumam abordar sobre o tema principal dessa pesquisa. A tabela 6 tem o objetivo de destacar quais conferências são essas e as quantidades de vezes em que elas já receberam o tema.

Tabela 10: Principais conferências

Títulos das conferências	Registros	% de 330
<b>8TH INTERNATIONAL CONFERENCE OF EDUCATION RESEARCH AND INNOVATION ICERI</b>	3	0,9%

Títulos das conferências	Registros	% de 330
<b>INTERNATIONAL CONFERENCE ON ENTREPRENEURSHIP EDUCATION A PRIORITY FOR THE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS</b>	2	0,6%
<b>INTERNATIONAL CONFERENCE ON EMOTION AND ORGANIZATIONAL LIFE</b>	2	0,6%
<b>ASEE ANNUAL CONFERENCE</b>	2	0,6%
<b>8TH EUROPEAN CONFERENCE ON INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP ECIE</b>	2	0,6%
<b>7TH EUROPEAN CONFERENCE ON INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP ECIE</b>	2	0,6%
<b>6TH INTERNATIONAL CONFERENCE ON EDUCATION RESEARCH AND INNOVATION ICERI</b>	2	0,6%
<b>5TH INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON MANAGEMENT OF TECHNOLOGY</b>	2	0,6%
<b>2ND INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SOCIAL SCIENCE ICASS 2012</b>	2	0,6%
<b>2ND EUROPEAN CONFERENCE ON ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION</b>	2	0,6%
<b>1ST INTERNATIONAL SCIENTIFIC SYMPOSIUM ECONOMY OF EASTERN CROATIA YESTERDAY TODAY TOMORROW</b>	2	0,6%

É possível perceber que ainda há um número pequeno de publicações que estão presentes nas principais conferências científicas. Aproximadamente 7% do total de publicações estiveram presentes nos congressos descritos na tabela 6, o que representa a dificuldade de ter esse assunto amplamente divulgado e discutido. Anteriormente foi possível notar um crescimento sobre a quantidade de publicações sobre o tema na última década, o que reforça a ideia de que esse assunto ainda deve crescer mais nas próximas décadas, pois o número de publicações vem aumentando constantemente.

#### 4.1.7 Sétima etapa: Encontrar as principais universidades que publicaram o tema

Anteriormente foi visto que os Estados Unidos são o país que mais publica sobre Comportamento Empreendedor. Agora será possível observar quais universidades possuem o maior número de publicações que estejam presentes nas revistas de maior relevância academicamente sobre o tema.

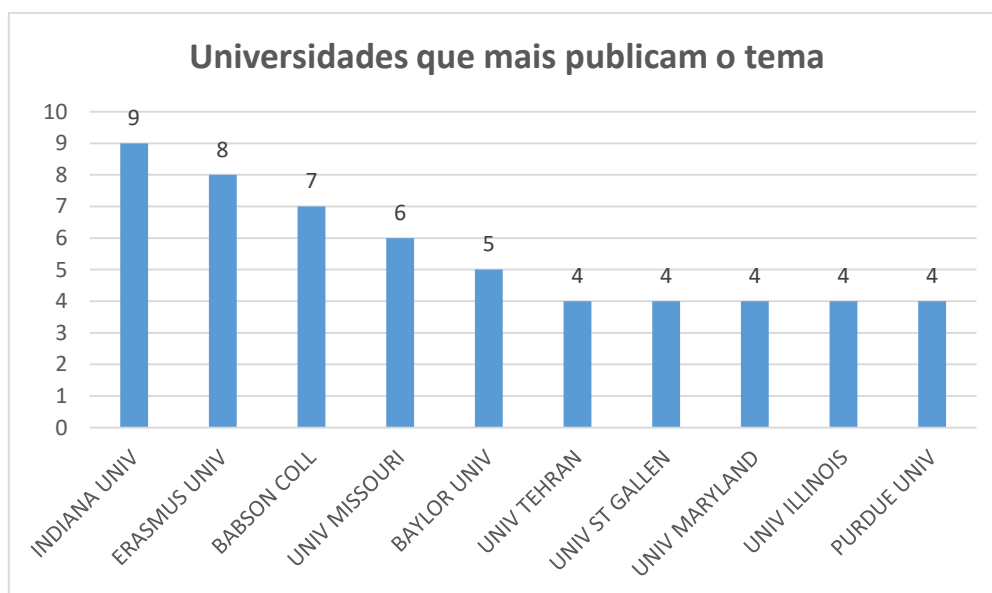


Figura 8: Universidades que mais publicaram sobre Comportamento Empreendedor

Fonte: ISI Web of Science

A figura 9 mostra as dez universidades com o maior número de publicações na área de comportamento empreendedor. Como já era esperado, os Estados Unidos são o país com maior representatividade. Das dez universidades que mais publicaram, seis são americanas. A Universidade de Indiana é a que aparece na primeira colocação, com um total de nove publicações. Em segundo lugar está a universidade holandesa Erasmus, com oito publicações. Um ponto importante a ser destacado é a presença da Universidade Tehran, que pertence ao Irã. Assim como o Brasil, o Irã é um país em desenvolvimento e mesmo assim consegue estar presente em revistas de alto impacto. O Brasil não possui ainda nenhuma universidade com publicação nesse tema, presente numa revista de relevância internacional.

Todas as dez universidades citadas no gráfico acima representam aproximadamente 16,6% do total de publicações. Ao todo foram registradas 80 universidades que têm alguma publicação relacionada ao tema. Isso quer dizer que há um número consideravelmente alto de universidades publicando o assunto no mundo.

## 5 RESULTADOS E ANALISES

Os resultados serão divididos em três etapas. A primeira etapa possui o objetivo de apresentar os resultados demográficos, informações de faixa-etária do público. A segunda etapa será realizada a análise de confiabilidade e validade do modelo criado. Por fim, na terceira etapa o modelo será mensurado e seus resultados serão devidamente explicados.

### 5.1 Dados Demográficos

Dos 209 questionários válidos, 121 respondentes são do gênero masculino, representando 57,9% do total de respondentes. A quantidade de respondentes do gênero feminino é de 88 respostas, representando um valor de 42,1% do total. 101 respondentes são do curso de Engenharia de Produção enquanto que 108 representam o curso de Administração, ambos da Universidade de Brasília. As idades dos respondentes variaram de 17 anos a 42 anos, sendo a média de idades de 21 anos. A figura 10 representa a idade dos entrevistados.

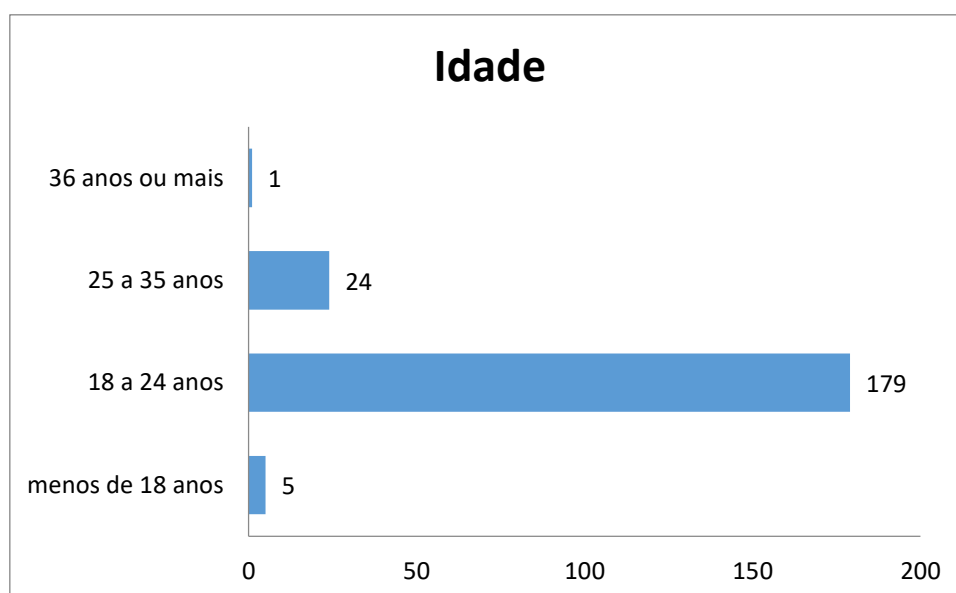


Figura 9: Divisão dos respondentes por idade

Fonte: elaboração própria



A figura 10 mostra uma faixa etária comum encontrada nos cursos de graduação nas principais universidades do país, na qual 85,6% das pessoas se enquadram nas idades de 18 a 24 anos. Vinte e quatro entrevistados possuem de 25 a 35 anos; Cinco entrevistados possuem menos de 18 anos e apenas um entrevistado tem mais de 35 anos.



Figura 10: Atividades já realizadas pelos respondentes

Fonte: Elaboração própria

A figura 11 apresenta os tipos de atividades já trabalhadas pelos respondentes. Do total dos entrevistados, 42,6% já trabalhou em Empresa Jr; 47,4% estagiaram ou possuíram emprego em empresas privadas; 39,7% trabalharam ou estagiaram em órgãos públicos; 19,1% trabalharam na própria empresa; 12% ainda não trabalharam. A categoria “Outro” representa 10% do total de entrevistados, sugere-se que ela represente Organizações não Governamentais.

Os dados da figura 11 mostram que a grande maioria dos entrevistados já teve algum contato com algum tipo de trabalho durante seu período de graduação e isso certamente é algo positivo para a pesquisa, uma vez que eles puderam relacionar as atividades já vivenciadas nesses trabalhos com as questões elaboradas no questionário.

## 5.2 Confiabilidade e validação do modelo e instrumento

No Anexo 3 foi apresentado o modelo base adaptado a partir dos trabalhos de Bohnenberger e Freitas (2007), Xavier (2005) e Maciel e Camargo (2010). Sendo assim, criou-se um modelo novo e que necessita ser validado. Para realizar a análise da confiabilidade do modelo, primeiramente calcula-se a Confiabilidade de Item, que mensura as correlações entre variáveis e seus indicadores. De acordo com Chin (1998), os coeficientes devem estar entre 0,6 e 0,7 para que os indicadores possuam um forte grau de correlação com suas variáveis e desse modo a análise de confiabilidade de item é considerada satisfatória. Para a confiabilidade de itens se aceita valores acima de 0,5 desde que ele não influencie nos valores de *variância média extraída*.

O modelo criado para esse trabalho foi analisado de maneira diferenciada para cada um dos cursos. Para o curso de Administração, representado na tabela 11, os itens AR3, L1, L5, R1, S1, LE1, LE2, LE3, LE4, LE5, LE6, LE8, LI1, LI2, LI4, LI5, LI6 e LI7 não foram considerados satisfatórios por não apresentarem valores superiores ou iguais a 0,5, portanto eles foram eliminados do modelo. Chin (1998) chama a eliminação desses itens de depuração.

Tabela 11: Confiabilidade de item em Administração

Variáveis	Índice de Correlação
<b>Auto Realização</b>	AR1 = 0,626 ; AR2 = 0,715; AR3 = 0,596; AR4 = 0,695; AR5 = 0,702
<b>Comportamento Empreendedor</b>	CE1 = 0,773; CE2 = 0,849; CE3 = 0,768; 0,773
<b>Inovador</b>	I1 = 0,908; I2 = 0,906
<b>Líder</b>	L1 = 0,575; L2 = 0,816; L3 = 0,749; L4 = 0,744; L5 = 0,437
<b>Lócus Externo</b>	LE1 = 0,549; LE2 = 0,579; LE3 = 0,148; LE4 = -0,144; LE5 = -0,363; LE6 = -0,188; LE7 = 0,604; LE8 = 0,514
<b>Lócus Interno</b>	LI1 = 0,164; LI2 = 0,459 ;LI3 = 0,742; LI4 = 0,567; LI5 = 0,585; LI6 = 0,536; LI7 = 0,428;

	<b>LI8</b> = 0,693
<b>Planejador</b>	<b>P1</b> = 0,790; <b>P2</b> = 0,822; <b>P3</b> = 0,916
<b>Risco</b>	<b>R1</b> = -0,059; <b>R2</b> = 0,682; <b>R3</b> = 0,782; <b>R4</b> = 0,805
<b>Sociável</b>	<b>S1</b> = -0,549; <b>S2</b> = 0,720; <b>S3</b> = 0,910

Fonte própria: extraída de *SmartPLS 3.0*

Devido as eliminações serem feitas item a item, é comum que os indicadores restantes sofram alterações a cada eliminação. Sendo assim, indicadores que anteriormente haviam ficado inferiores a 0,5 passaram a ficar superiores após a depuração e também indicadores que antes eram superiores a 0,5 se tornaram inferiores. A figura 12 mostra de que maneira os indicadores permaneceram após que foi realizada a depuração.

Tabela 12: Depuração em Administração

Fatores	Itens
Auto realização	AR1, AR2, <del>AR3</del> , AR4, <del>AR5</del>
Líder	<del>L1</del> , L2, L3, L4, <del>L5</del>
Planejador	P1, P2, P3
Inovador	I1, I2
Assume riscos	<del>R1</del> , R2, R3, R4
Sociável	<del>S1</del> , S2, S3
Lócus Externo	<del>LE1</del> , <del>LE2</del> , <del>LE3</del> , LE4, LE5, <del>LE6</del> , <del>LE7</del> , LE8
Lócus Interno	<del>LI1</del> , <del>LI2</del> , LI3, <del>LI4</del> , <del>LI5</del> , <del>LI6</del> , <del>LI7</del> , LI8
Comportamento Empreendedor	CE1, CE2, CE3, CE4

Fonte: Elaborada pelo autor

Percebe-se na tabela 12 que foram excluídos do modelo: AR5 e LE7. Também nota-se que foram incluídos novamente no modelo as variáveis: LE4; LE5 e LI4. Por meio da depuração garante-se ao modelo sua confiabilidade (CHIN, 1998). Ao todo foram depurados 17 itens, sendo elas: AR2, AR5, L1, L5, R1, S1, LE1, LE2, LE3, LE6, LE7, LE8, LI1, LI2, LI5, LI6 e LI7.

Os resultados foram diferentes para os alunos de Engenharia de produção, mesmo contendo índices iguais aos vistos na tabela 11. A figura 14 mostra os índices de correlação encontrados em cada um dos itens.

Tabela 13: Confiabilidade de item em Engenharia de Produção

<b>Variáveis</b>	<b>Índice de Correlação</b>
<i>Auto Realização</i>	<b>AR1</b> = 0,626 ; <b>AR2</b> = 0,715; <b>AR3</b> = <b>0,596</b> ; <b>AR4</b> = 0,695; <b>AR5</b> = 0,702
<i>Comportamento Empreendedor</i>	<b>CE1</b> = 0,773; <b>CE2</b> = 0,849; <b>CE3</b> = 0,768; 0,773
<i>Inovador</i>	<b>I1</b> = 0,908; <b>I2</b> = 0,906
<i>Líder</i>	<b>L1</b> = <b>0,575</b> ; <b>L2</b> = 0,816; <b>L3</b> = 0,749; <b>L4</b> = 0,744; <b>L5</b> = <b>0,437</b>
<i>Lócus Externo</i>	<b>LE1</b> = <b>0,549</b> ; <b>LE2</b> = <b>0,579</b> ; <b>LE3</b> = <b>0,148</b> ; <b>LE4</b> = <b>-0,144</b> ; <b>LE5</b> = <b>-0,363</b> ; <b>LE6</b> = <b>-0,188</b> ; <b>LE7</b> = 0,604; <b>LE8</b> = <b>0,514</b>
<i>Lócus Interno</i>	<b>LI1</b> = <b>0,164</b> ; <b>LI2</b> = <b>0,459</b> ; <b>LI3</b> = 0,742; <b>LI4</b> = <b>0,567</b> ; <b>LI5</b> = <b>0,585</b> ; <b>LI6</b> = <b>0,536</b> ; <b>LI7</b> = <b>0,428</b> ; <b>LI8</b> = 0,693
<i>Planejador</i>	<b>P1</b> = 0,790; <b>P2</b> = 0,822; <b>P3</b> = 0,916
<i>Risco</i>	<b>R1</b> = <b>-0,059</b> ; <b>R2</b> = 0,682; <b>R3</b> = 0,782; <b>R4</b> = 0,805
<i>Sociável</i>	<b>S1</b> = <b>-0,549</b> ; <b>S2</b> = 0,720; <b>S3</b> = 0,910

Fonte: Elaborado pelo autor: extraído de SmartPLS 3.0

Ao realizar a depuração para os resultados encontrados em Engenharia de Produção, o modelo depurado sofreu uma alteração. Em Administração AR1, AR2 e AR4 foram considerados válidos, enquanto que para Engenharia de Produção foram válidos somente AR4 e AR5. Para engenharia de produção também foram considerados válidos LE1, LE2, LE7 e LE8.

Essa diferença ocorre devido a cada modelo ser único e ao se retirar uma variável que não é válida, o sistema deve ser rodado novamente, ocorrendo alterações nos valores encontrados. Desse modo a tabela 14 representa o modelo depurado para o curso de engenharia de produção

Tabela 14: Depuração em Engenharia de Produção

<i>Fatores</i>	<i>Itens</i>
<i>Auto realização</i>	AR1, AR2, AR3, AR4, AR5
<i>Líder</i>	L1, L2, L3, L4, L5
<i>Planejador</i>	P1, P2, P3
<i>Inovador</i>	I1, I2
<i>Assume riscos</i>	R1, R2, R3, R4
<i>Sociável</i>	S1, S2, S3
<i>Lócus Externo</i>	LE1, LE2, <del>LE3</del> , LE4, LE5, <del>LE6</del> , <del>LE7</del> , LE8
<i>Lócus Interno</i>	<del>LI1</del> , <del>LI2</del> , LI3, LI4, <del>LI5</del> , <del>LI6</del> , <del>LI7</del> , LI8
<i>Comportamento Empreendedor</i>	CE1, CE2, CE3, CE4

Fonte: Elaborado pelo autor

Após realizar a Confiabilidade de item, é necessário realizar a análise de Confiabilidade Composta, que tenta explicar de que modo o conjunto de indicadores se relacionam com sua variável latente, ou seja, é analisada a força dos indicadores de modo conjunto, agregando-os às suas variáveis. De acordo com a literatura, são considerados satisfatórios valores iguais ou superiores a 0,7 (RAMIREZ, MARIANO et al, 2014). As tabelas 15 e 16 mostram que os valores de confiabilidade composta são superiores a 0,7 nos resultados do curso de Administração e de Engenharia de Produção, o que reforça a confiabilidade do modelo para os dois cursos. A média de Confiabilidade Composta foi de 0,823 para Administração e de 0,845 para Engenharia de produção.

Depois de realizadas as análises de confiabilidade do modelo, é necessário verificar a validade do modelo. Para validar o modelo, realiza-se a Análise da variação média extraída (AVE), também conhecida como confiança média extraída. O AVE explica se os indicadores interferem apenas na sua variável, não interferindo em outras variáveis do modelo.

Dessa forma ajuda a representar a consistência do modelo, garantindo que ele meça o que ele se propôs a medir. Esse índice deve ser igual ou superior a 0,5, e isso significa uma diferença de mais de 50% de dos indicadores

(RAMIREZ e MARIANO et al, 2014). As tabelas 15 e 16 mostram que todos os fatores apresentaram valores acima de 0,5, para os dois cursos pesquisados e isso comprova a validade dos construtos. A média da AVE para o curso de Administração foi de 0,639, enquanto que a média para o curso de Engenharia de Produção foi de 0,666.

Além da AVE, há outro coeficiente que deve ser mensurado para verificar as validades dos modelos apresentados. Tal coeficiente é chamado de Fator de Inflação da Variância (VIF) e de acordo com Ramirez e Mariano et al. (2014), o VIF garante que um indicador não será igual a outro indicador da mesma variável, evitando-se assim problemas de multicolinearidade. De acordo com Myers (1990), quando o VIF for maior que 5, infere-se que há problemas de multicolinearidade, dessa forma, valores menores que 10 indicam bons resultados e irão contribuir com a validação do modelo. As tabelas 15 e 16 demonstram que o VIF foi abaixo de 5 para todos os resultados em Administração e em Engenharia de Produção.

Tabela 15: Índices de confiabilidade e validade do modelo em Administração

<b>Variáveis</b>	<b>Confiabilidade Composta</b>	<b>AVE</b>	<b>VIF</b>
Auto Realização	0,789	0,555	1,648
Comportamento Empreendedor	0,870	0,627	-
Inovação	0,903	0,823	1,304
Lider	0,858	0,669	1,436
Locus Externo	0,738	0,586	1,017
Locus Interno	0,753	0,506	1,223
Planejador	0,882	0,713	1,171
Risco	0,804	0,578	1,532
Sociável	0,814	0,691	1,204

Fonte: produção própria

Tabela 16: Índices de confiabilidade e validade do modelo em Engenharia de Produção

Variáveis	Confiabilidade Composta	AVE	VIF
Auto Realização	0,816	0,690	1,665
Comportamento Empreendedor	0,870	0,627	-
Inovação	0,903	0,823	1,316
Lócus Externo	0,901	0,694	1,082
Lócus Interno	0,753	0,506	1,218
Líder	0,858	0,669	1,482
Planejador	0,882	0,713	1,249
Risco	0,804	0,578	1,520
Sociável	0,814	0,691	1,152

Fonte: produção própria

Após os cálculos da Confiabilidade Composta, AVE e do VIF observados nas tabelas 15 e 16, se faz necessário realizar o cálculo da Validade Discriminante. A Validade Discriminante é responsável por verificar se uma variável é diferente de outra variável, indicando se o grau de um constructo apresentado é diferente dos outros (CEPEDA e ROLDÁN, 2004). Para valorar a Validade Discriminante, Fornell e Larcker (1981) afirmam que seu cálculo é realizado através dos valores da raiz quadrada do AVE, dessa forma, seus resultados necessitam ser superiores aos dos pesos fatoriais das demais variáveis latentes. As tabelas 17 e 18 apresentam coeficientes de variância discriminante positivos, tanto para o curso de Administração, quanto para o curso de Engenharia de Produção, contribuindo para que ambos os modelos sejam validados.

Tabela 17: Variância Discriminante em Administração

VARIÁVEIS	Auto Realização	Comportamento Empreendedor	Inovação	Liderança	Lócus Externo	Lócus Interno	Planejador	Risco	Sociável
Auto Realização	<b>0,745</b>								
Comportamento Empreendedor	0,567	<b>0,792</b>							
Inovação	0,345	0,410	<b>0,907</b>						
Liderança	0,466	0,513	0,177	<b>0,818</b>					
Lócus Externo	0,036	0,129	-0,048	0,072	<b>0,765</b>				
Lócus Interno	0,186	0,348	0,287	0,260	0,034	<b>0,711</b>			

Planejador	0,345	0,385	0,153	0,241	0,014	0,164	<b>0,845</b>		
Risco	0,458	0,497	0,392	0,422	-0,007	0,318	0,238	<b>0,760</b>	
Sociável	0,316	0,456	0,240	0,256	0,079	0,256	0,052	0,215	<b>0,831</b>

Fonte: produção própria

Tabela 18: Variância discriminante em Engenharia de Produção

VARIÁVEIS	Auto Realização	Comportamento Empreendedor	Inovação	Lócus Externo	Lócus Interno	Liderança	Planejador	Risco	Sociável
Auto Realização	<b>0,831</b>								
Comportamento Empreendedor	0,596	<b>0,792</b>							
Inovação	0,335	0,410	<b>0,907</b>						
Lócus Externo	-0,121	-0,093	-0,164	<b>0,833</b>					
Lócus Interno	0,216	0,348	0,287	-0,129	<b>0,711</b>				
Liderança	0,472	0,513	0,177	-0,196	0,260	<b>0,818</b>			
Planejador	0,416	0,385	0,153	0,056	0,164	0,241	<b>0,845</b>		
Risco	0,454	0,498	0,392	-0,116	0,318	0,422	0,238	<b>0,760</b>	
Sociável	0,198	0,456	0,240	-0,082	0,256	0,256	0,052	0,215	<b>0,831</b>

Fonte: produção própria

Os resultados mostram que os coeficientes apresentados nas tabelas 17 e 18 foram positivos, dessa maneira sugere-se que o instrumento e o modelo apresentados são confiáveis e também foram validados.

### 5.3 Valoração do modelo estrutural

Após o modelo ser confiável e validado, possuindo índices satisfatórios nos testes de confiabilidade e validade, se faz necessário realizar a valoração do modelo. Para que o modelo seja valorado, duas análises devem ser feitas através dos coeficientes de  $R^2$  e  $\beta$ . O objetivo de  $R^2$  é medir o valor na qual uma variável é prevista, indicando a porcentagem na qual um construto anterior prevê a variável dependente (CEPEDA e ROLDÁN, 2004).

Falk e Miller (1992), dizem que  $R^2$  deve ser maior ou igual a 0,1 para que seja considerado significativo, dessa forma, serão aceitos valores maiores ou iguais a 10%. Percebe-se na figura 12 que para o curso de Administração a variável Comportamento Empreendedor é predita em 58,8% pelas variáveis Planejador, Autor Realização, Liderança, Risco, Inovador, Sociável, Lócus



Interno e Locus Externo. Sendo assim, percebe-se que a variável é explicada satisfatoriamente pelas variáveis independentes.

A figura 13 retrata o índice de predição no curso de Engenharia de Produção, na qual a variável Comportamento Empreendedor é predita em 65,5% pelas mesmas variáveis independentes vistas na figura 12. Os outros 41,2% do Comportamento Empreendedor em Administração são explicados por variáveis que não foram representadas nesse modelo, assim como os outros 34,5% que não foram explicados em Engenharia de Produção. O levantamento dessas demais variáveis que afetam o Comportamento Empreendedor podem ser assuntos interessantes para futuros estudos nesse tema.

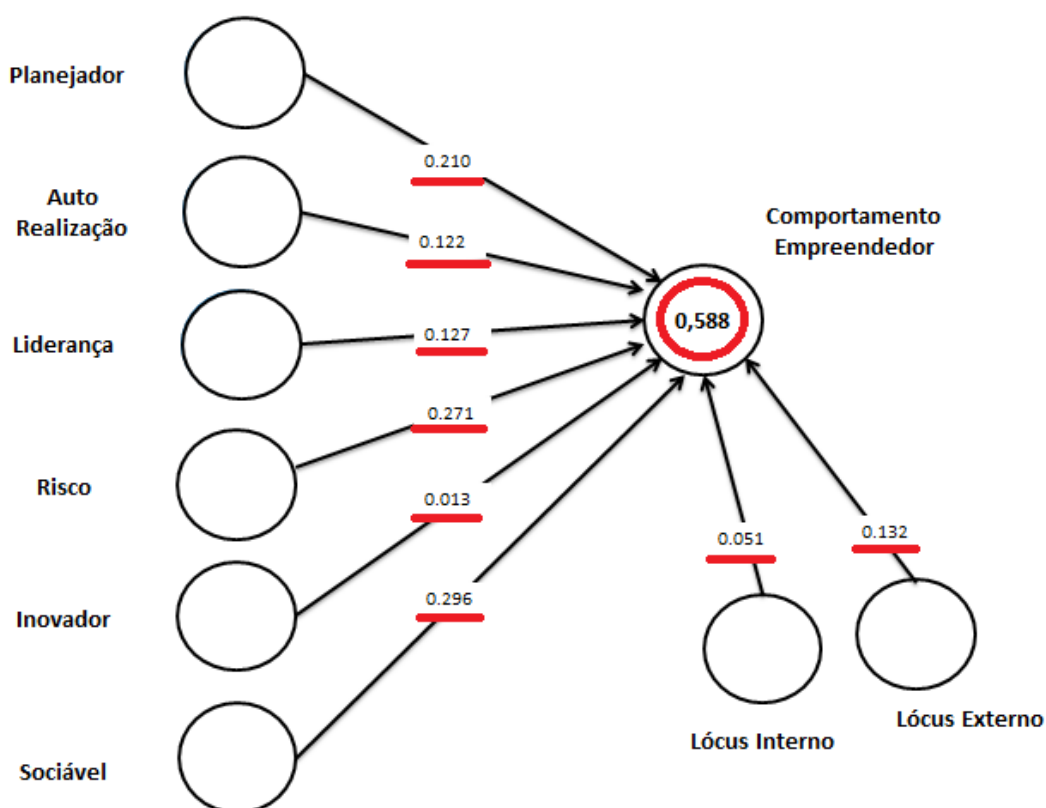


Figura 11: Modelo depurado em Administração com foco no R<sup>2</sup> e β

Fonte: Elaborado pelo autor adaptado do programa *SmartPLS 3.0*

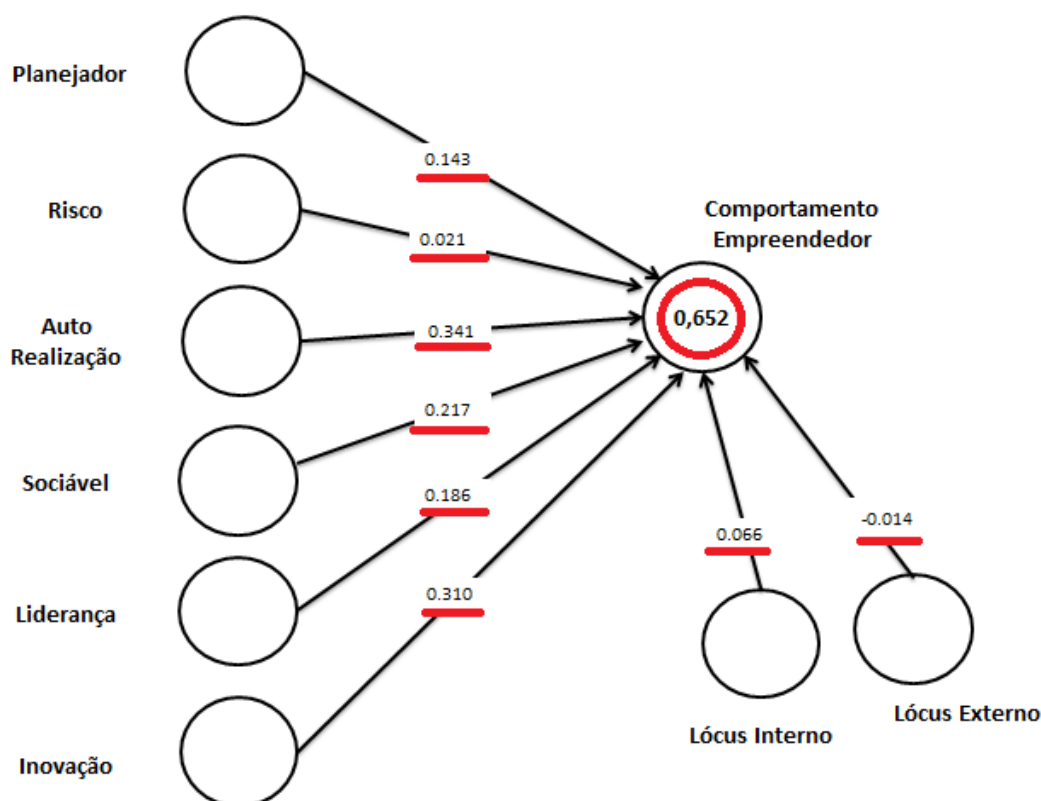


Figura 12: Modelo depurado em Engenharia de Produção com foco no R<sup>2</sup> e β

Fonte: Elaborado pelo autor adaptado do programa *SmartPLS 3.0*

O coeficiente  $\beta$  é a segunda análise a ser realizada para valorar o modelo estrutural. Os valores de  $\beta$  podem ser encontrados nas figuras 12 e 13 e foram sublinhados de vermelho nas flechas que fazem a ligação de cada constructo com a variável latente. De acordo com Cepeda e Roldán (2004),  $\beta$  pode ser conhecido como peso de regressão padrão e esse coeficiente é considerado satisfatório quando possui valores acima de 0,2.

Analisando os resultados do  $\beta$  para o curso de Administração, verifica-se que a variável independente Planejador possui um  $\beta$  de 0,210 pontos com relação a variável dependente Comportamento Empreendedor, e segundo as definições vistas em Cepeda e Roldán (2004), significa dizer que há uma forte relação entre essas variáveis. As variáveis independentes Risco e Sociável possuíram  $\beta$  de 0,271 e 0,296 respectivamente e também foram consideradas variáveis de forte relação com a variável dependente Comportamento

Empreendedor. Já as variáveis Auto Realização, Líder, Inovador, Sociável, Locus Interno e Locus Externo, possuíram  $\beta$  (betas) menores do que 0,2, sendo assim, a relação delas com a variável dependente Comportamento Empreendedor não é forte.

Realizando a mesma análise para o curso de Engenharia de Produção, a variável Auto Realização possuiu  $\beta$  de 0,341 e foi considerada uma variável independente de forte relação com a variável dependente Comportamento Empreendedor. Esse resultado mostra uma grande diferença encontrada entre os dois cursos, na qual em Administração essa mesma variável não foi considerada forte. Além dela, as variáveis Sociável e Inovação também foram consideradas variáveis de fortes relações com a variável dependente Comportamento Empreendedor, possuindo  $\beta$  de 0,217 e de 0,310 respectivamente. As demais variáveis Planejador, Risco, Líder, Locus Interno e Locus Externo foram consideradas variáveis com fraca relação com a variável latente Comportamento Empreendedor.

Os testes realizados com o  $\beta$  no curso de Administração, nota-se que o Comportamento empreendedor é mais influenciado pelas variáveis *Sociável*, *Risco* e *Planejador*. Enquanto que para o curso de Engenharia de Produção, o Comportamento empreendedor é mais influenciado pela *Auto Realização*, *Inovação* e *Sociável*. A variável Sociável é a única que possuiu boa influência em ambos os cursos. Sugere-se que a diferença encontrada nos resultados seja devido a idade dos entrevistados.

O curso de Engenharia de Produção possuiu mais alunos do primeiro semestre respondendo os questionários do que o curso de Administração. Essa diferença de idade pode ser significativa, pois quanto menor a idade, a probabilidade do candidato nunca ter passado por uma experiência profissional é relativamente alta e isso pode ter influenciado da diferença dos resultados obtidos.

Entretanto, a fim de ratificar os resultados encontrados com o Beta, realizou-se outros testes para hipóteses mais regulares na literatura, como *T-student* e *p-value*. Estes testes são feitos via análise de *Bootstrapping*, que permite examinar a estabilidade na qual as estimativas foram oferecidas no PLS (CHIN, 1998). Ainda de acordo com Chin (1998), o valor do índice *T-Student* deve ser superior a 1,96 e o *p-value* inferiores à 0.05, para hipótese de

duas caudas. Na tabela 19 e figura 14, pode-se observar os valores para Administração e na tabela 20 e figura 15 para Engenharia de Produção.

Tabela 19: Teste de Hipótese em Administração

	<b>Hipótese</b>	<b>Beta (<math>\beta</math>)</b>	<b>%</b>	<b>T de Student</b>	<b>P Value</b>	<b>Resultado</b>
H1	Auto realização→ Comportamento Empreendedor	0.122	7,0%	1.362	0,173	Rejeitada
H2	Liderança→ Comportamento Empreendedor	0.127	6,4%	1.440	0,150	Rejeitada
H3	Planejamento→ Comportamento Empreendedor	0,210	8,93%	3,182	0.001	Aceita
H4	Inovador→ Comportamento Empreendedor	0.013	0,37%	0,120	0,905	Rejeitada
H5	Riscos→ Comportamento Empreendedor	0.271	16,2%	2,725	0,006	Aceita
H6	Sociável→ Comportamento Empreendedor	0.296	15,5%	3,832	0.000	Aceita
H7	Lócus Interno→ Comportamento Empreendedor	0.051	1,7%	1,327	0,185	Rejeitada
H8	Lócus Externo→ Comportamento Empreendedor	0.132	2,53%	1,744	0,081	Rejeitada

Fonte: O próprio autor

Para os resultados em administração, observa-se na tabela 19 que os índices de  $\beta$  somente foram superiores a 0,2 em H3, H5 e H6, portanto essas hipóteses foram aceitas. Os demais índices de  $\beta$  não foram próximos de 0,2, desse modo as demais hipóteses foram rejeitadas. Assim, para o curso de Administração foram validadas as seguintes hipóteses:

H3- O Planejamento está relacionado positivamente com o Comportamento Empreendedor.

H5- A capacidade de assumir riscos está relacionada positivamente com o Comportamento Empreendedor.

H6- A capacidade de ser sociável possui relação positiva com o Comportamento Empreendedor.

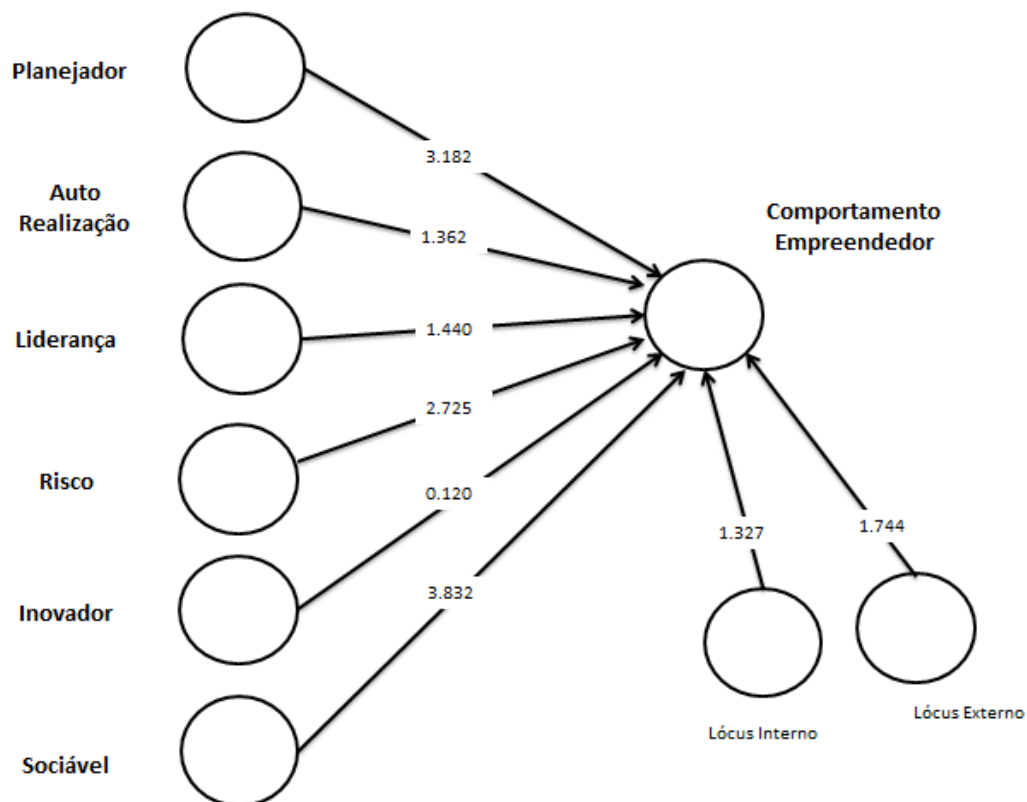


Figura 13: Bootstrapping em Administração

Fonte: Elaboração própria

Na figura 14 os índices de *T-student* foram representados nas setas. Os índices *t-student* reforçam o que já foi encontrado ao analisar  $\beta$ , no qual todos os fatores que tiveram  $\beta$  menor que 0,2, também apresentaram valores de *t-student* inferior a 1,96. Para o Curso de Engenharia de Produção, foram validadas as seguintes hipóteses:

Tabela 20: Teste de Hipótese em Engenharia de Produção

	Hipótese	Beta ( $\beta$ )	%	T de Student	P Value	Resultado
H1	Auto realização → Comportamento Empreendedor	0.341	21,56%	4,382	0.000	Aceita
H2	Liderança → Comportamento Empreendedor	0.186	9,73%	2,338	0.020	Aceita
H3	Planejamento → Comportamento Empreendedor	0.143	5,26%	2,118	0,035	Aceita
H4	Inovação → Comportamento Empreendedor	0.310	16,76%	4,281	0.000	Aceita

H5	Assumir Riscos → Comportamento Empreendedor	0.021	0,81%	0,262	0,794	Rejeitada
H6	Sociável → Comportamento Empreendedor	0.217	8,41%	2,937	0,003	Aceita
H7	Locus Interno → Comportamento Empreendedor	0.066	2,45%	0,795	0,427	Rejeitada
H8	Locus Externo → Comportamento Empreendedor	-0.014	0,19%	0,197	0,844	Rejeitada

Fonte: O próprio autor

Os resultados em Engenharia de Produção podem ser observados na tabela 20. Os índices de  $\beta$  somente foram superiores a 0,2 em H1, H4 e H6, portanto essas hipóteses foram aceitas. H2 e H3 apresentaram valores de  $\beta$  próximos a 0,2, portanto, nesse caso foi necessário analisar os demais índices. H2 e H3 passaram a serem aceitos, pois seus índices *t-student* foram superiores a 1,96 e seus índices *p value* foram inferiores a 0,05. As demais hipóteses foram rejeitadas por não possuírem índice  $\beta$  próximo a 0,2. Assim, para o curso de Engenharia de Produção foram validadas as seguintes hipóteses:

H1- A auto realização está relacionada positivamente com o Comportamento Empreendedor.

H2 – A liderança tem relação positiva com o Comportamento Empreendedor.

H3 – O planejamento está relacionado positivamente com o Comportamento Empreendedor.

H4- A Inovação possui relação positiva com o Comportamento Empreendedor.

H6- A capacidade de ser sociável possui relação positiva com o Comportamento Empreendedor.

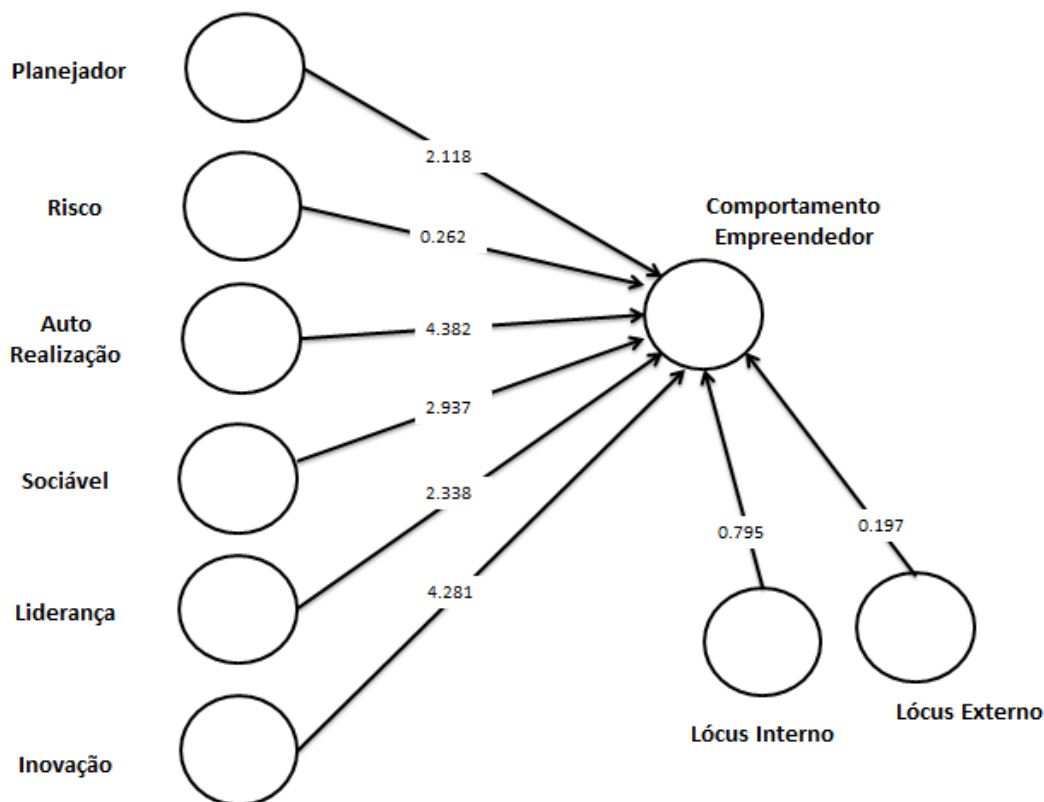


Figura 14: *Bootstrapping* Engenharia de Produção

Fonte: Elaboração própria

Na figura 15, é possível observar a força das relações de acordo com o valor de *t de student*, ajudando a explicar as principais relações das 8 variáveis dependentes com o Comportamento Empreendedor.

Desse modo, observa-se na literatura que a correlação negativa entre o Locus Externo e o Comportamento empreendedor segue o que foi apresentado em Maciel e Camargo (2010). Entretanto, os resultados para o Locus Interno não seguiram o que foi encontrado na literatura, na qual em Maciel e Camargo obteve-se uma relação significativa entre o Locus Interno e o Comportamento Empreendedor, o que não pode ser observado neste trabalho. Acredita-se que a diferença de idade entre os entrevistados tenha feito a diferença nos resultados, pois no curso de engenharia de produção grande parte dos respondentes entrou no curso de graduação ainda nesse ano e possuem idades e experiências profissionais menores.

Embora a modelagem de equações estruturais ser amplamente utilizada na maioria dos casos, para análises confirmatórias, como não há concordância na

literatura sobre o perfil empreendedor e seus antecedentes, pode-se dizer que a sugestão de modelagem neste estudo pode ser considerada de caráter exploratório, na qual buscou-se estimar as relações entre a variável independente e todas as variáveis dependentes em cada um dos cursos, Administração e Engenharia de Produção.

#### **5.4 Aplicações Práticas**

Os resultados permitem compreender uma diferença nas características do perfil empreendedor para os cursos de administração e engenharia de produção. Dessa forma é possível inferir que os cursos de graduação podem ministrar aulas visando fortalecer as características mais evidenciadas em cada curso. Desse modo, como a capacidade de se sociabilizar foi a que teve maior força no curso de administração, recomenda-se que o curso tenha um foco maior em ofertar matérias que tratem essa competência. Já para o curso de engenharia de produção poderiam ser ofertadas matérias com o foco em auto realização e inovação, pois essas características foram as que possuíram maior número dentro desse nicho de pesquisa.

Seguindo o pensamento de que a universidade poderia potencializar essas características citadas anteriormente, sugere-se que outros cursos busquem descobrir suas competências e ministrem conteúdos acerca dos interesses desses alunos.

Por fim, acredita-se através dos resultados obtidos, que os empreendedores de cada curso possuam modos diferentes de agir em relação ao seu negócio e priorizem as características que foram aceitas em seu respectivo nicho. Portanto, os empreendedores que cursarem administração na UnB tendem a valorizar mais as capacidades de serem sociáveis, de se planejarem e de estarem dispostos a arriscar em seu negócio. Enquanto que os empreendedores que passaram pelo curso de engenharia de produção também valorizam a capacidade de se socializar, buscam no



empreendedorismo a auto realização, são inovadores e acreditam que é necessário possuir características de liderança.

As diferenças entre os fatores que influenciam o perfil empreendedor entre os alunos de Administração e Engenharia de Produção ajudam a reforçar o que já foi visto na literatura sobre não haver consenso sobre a definição de comportamento empreendedor. Desse modo verifica-se que de fato o comportamento empreendedor é distinto para cada um.

## 6 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Essa pesquisa teve como problema “Existe diferença entre os fatores que influenciam o perfil empreendedor entre alunos de Administração e Engenharia de Produção da Universidade de Brasília?”

Através dos resultados obtidos, pode-se perceber que houve sim diferença entre os fatores que influenciam o perfil empreendedor entre os alunos desses dois cursos. Para o curso de administração, o fator que possuiu maior correlação com a variável Comportamento Empreendedor foi a variável Riscos, correspondendo a 16,2%. Já em Engenharia de Produção a Auto Realização representa 21,56%, portanto, foi a variável com maior relação com o Comportamento Empreendedor de acordo com os alunos desse curso.

Assim, foi possível alcançar o objetivo geral da pesquisa que era apresentar os fatores que influenciam o perfil empreendedor dos discentes de Administração e Engenharia de Produção da Universidade de Brasília.

Um dos fatores limitantes da pesquisa foi a baixa adesão de respostas *online*, sendo necessário realizar uma pesquisa presencial nos Campus das duas faculdades, a FACE e a FT. Pode-se considerar outro fator limitante da pesquisa o fato de não haver na literatura um estudo semelhante para dar mais embasamento a pesquisa, desse modo não foi possível analisar os resultados das hipóteses com nenhum outro estudo acadêmico

Sugere-se que estudos posteriores nessa área pesquisem as relações da Família, do Governo e também das universidades, com o Comportamento Empreendedor. Acredita-se que essas variáveis possam influenciar no perfil empreendedor. Também se recomenda que essa pesquisa seja ampliada para outros cursos de graduação da Universidade de Brasília, buscando o que contribui na construção de um perfil empreendedor em cada um dos alunos de outros departamentos da universidade. Dessa forma será possível executar mais comparações acerca dos resultados obtidos.

## 7 REFERÊNCIAS

AUTIO, E; Sapienza, H. J.; Almeida, J. G. Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth. 2000.

BAKER, T.; Nelson, R. E. Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage. 2005.

BARCLAY, Donald; HIGGINS, Christopher; THOMPSON, Ronald. The partial least squares (PLS) approach to causal modeling: Personal computer adoption and use as an illustration. **Technology studies**, v. 2, n. 2, p. 285-309, 1995.

BIRD, B. Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management Review*, v. 13, n. 3, p. 442-453, 1988.

BOHNENBERGER, M. ; Freitas, E; Schmidt, S. A influência da Família na Formação Empreendedora, 2007

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. Disponível em: [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa\\_resultados.php?indicador=1&id\\_pesquisa=149](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?indicador=1&id_pesquisa=149). Acesso em: 10 de maio de 2017.

CALLADO, M. C.; GOMES, J. A.; TAVARES, L. E. Locus de controle interno: uma característica de empreendedores? In: ENANPAD,30., 2006. Salvador. Anais... Salvador: Anpad, 2006.

CALAZANS, A. T. S.; MARIANO, A. M.; PALDES, R. A. Uma revisão sistemática da bibliografia sobre métricas funcionais de tamanho de software utilizando o enfoque meta-analítico. **Universitas: Gestão e TI**, v. 5, n. 2, 2015.

CARLAND, J. W.; HOY, F.; BOULTON, W. R.; CARLAND, J. C. Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. *Academy of Management Review*, v. 9, n. 2, p. 354-359, 1984

CARVALHO, P.; González, L. Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora, v. 12, 2006

CASTANHA, R. C. G; LIMA, L. M. ; ÁVILA, D. M. Análise do discurso sob a perspectiva bibliométrica nos estudos de ciência da informação no Brasil. 2016

CEPEDA, Gabriel; ROLDÁN, José L. Aplicando en la práctica la técnica PLS en la Administración de Empresas. In: **Conocimiento y Competitividad. XIV Congreso Nacional ACEDE. Murcia.** 2004. p. 74-8

CHAVES, Sônia Cristina Lima; VIEIRA-DA-SILVA, Lígia Maria. A efetividade do dentifrício fluoretado no controle da cárie dental: uma meta-análise. *Rev Saúde Pública*, v. 36, n. 5, p. 598-606, 2002.

CHEN, C. C.; GREENE, P. G. et al. Does Entrepreneurial Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers? *Journal of Business Venturing*, v.13, 1998.

CHIN, Wynne W. ISSUES AND OPINION ON STRUCTURAL EQUATION MODELING. *MIS Quarterly*, v. 22, n. 1, 1998.

COVIN, J. G.; MILES, M. P. Corporate entrepreneurship and pursuit of competitive advantage. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 23, n. 3, p. 47-63, 1999.

CUPERTINO, M.; Mendonça, J. Empreendedorismo: Planejamento de Negócios Formais no Mercado Informal, 2012.

DOLABELA, F. Oficina do empreendedor. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo corporativo: Conceitos e aplicações. *Revista de negócios*, v. 9, n. 2, 2004.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, P. F. Inovação e Espírito Empreendedor. São Paulo: Pioneira, 1986.

FALK, R. F.; MILLER, N. B. A primer for soft modeling. 1992. Ohio University of Akron Press, Akron.

FILLION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, v. 34, n. 2, p. 05-26, 1999.

FORNELL, C., Larcker, D.F. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*. pg 39-50. 1981.

GARCÍA, C.R. Y RAMIREZ, C.P. El meta análisis como instrumento de investigación en la determinación y análisis del objeto del estudio: Aplicado al estudio de sistema de información, Congreso de Alicante, pgs. 1-13. 2004.

GARCÍA, C.R. Y RAMIREZ, C.P. Meta-Análisis Sobre La Implantacion De Sistemas De Planificación De Recursos Empresariales (Erp). Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação.. vol. 2, No. 3, pp. 245- 273. 2005.

GRÁCIO, C. C. Acoplamento bibliográfico e análise de cocitação: revisão teórico-conceitual. 2016

HENRIQUE, D.; Cunha, S. Práticas Didático-Pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. Revista de Administração, v. 9, 2008.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. Empreendedorismo. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KLAUS, H.; ROSEMAN, M. Y GABLE, G.G. What is ERP? .Information Systems Frontiers, Vol.2, nº 2, pgs.141-162.2000.

KRUEGER, N. F. JR.; CARSRUD, A. L. Entrepreneurial intentions: Applying theory of planned behaviour. Entrepreneurship and Regional Development, v. 5, n. 4, p. 315–330, 1993

KRUEGER, N. F.; Reilly, M. D.; Carsrud, A. L. Competing models of entrepreneurial intentions. 2000.

LIMA, L. G.; Nassif, V. M. J. Capital Psicológico e Comportamento Empreendedor: Uma análise da trajetória de mulheres empreendedoras, 2016.

LUMPKIN, G. T; COGLISER, C. C; SCHNEIDER, D. R. Understanding and measuring autonomy: Na entrepreneurial orientation perspective. 2009

LUMPKIN, G. T; Gregory, G. Dess. Clarifying the Entrepreneurial Orientation construct and linking it to performance. The Academy of Management Review, v. 21, 1996.

MACIEL, C. O.; Camargo, C. Locus de Controle, Comportamento empreendedor e desempenho de pequenas empresas. Revista de Administração Mackenzie, v. 11, n. 2, 2010.

MYERS, R.M. Classical and Modern Regression with Applications. 2 ed. Boston: Duxbury Press, 1990.

MARIANO, A. M. ; Paiva, C. P. Marketing boca a bocadigital no Facebook: Uma Pesquisa descritiva através das equações estruturais. Acervo da produção acadêmica discente do UniCEUB, 2014.

MARKMAN, G.D.; Baron, R.A.; Balkin, D.B. Are perseverance and self-efficacy costless? Assessing entrepreneurs' regretful thinking. *Journal of Organizational Behavior*, 2005

PAIVA JR, F. G; Cordeiro A. T. Empreendedorismo e o Espírito Empreendedor: Uma análise da Evolução dos Estudos na Produção Acadêmica Brasileira. 2002.

PRANDO, R. A. \_Empreendedor e empreendedorismo: História e sociedade - Trajetórias sociais de empreendedores brasileiros de sucesso. *Revista de Negócios*, v. 15, 2010

NETO, J. F. R.; Gallego, P. A. M.; Souza, C. C. ; Rodrigues, W. O. P. As conexões entre orientação empreendedora, capacidade de marketing e a percepção do desempenho empresarial: evidências empíricas das micro e pequenas empresas varejistas. *Revista de Administração*, v. 14, 2013

RAMÍREZ, P. E.; MARIANO, A. M.; SALAZAR, E. A. Propuesta Metodológica para aplicar modelos de ecuaciones estructurales con PLS: El caso del uso de las bases de datos científicas en estudiantes universitarios. In: Congresso Internacional de Administração – Ética e Transparência nas organizações, Ponta Grossa. Anais do ADMPG 2014. Ponta Grossa: Estúdio texto, 2014.

RAUCH, A; HULSINK, W. Putting entrepreneurship education where the intention to act lies. An investigation into the impacto of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior. 2014

ROLDÁN, José L. **Sistemas de información ejecutivos (EIS). Génesis, implantación y repercusiones organizativas.** 2000. Tese de Doutorado. Universidad de Sevilla.

SEBRAE, Global Entrepreneurship Monitor, 2015  
[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/4826171de33895ae2aa12cafe998c0a5/\\$File/7347.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4826171de33895ae2aa12cafe998c0a5/$File/7347.pdf)  
 Acesso em: 13/03/2017.

SHANE, Scott; LOCKE, Edwin A.; COLLINS, Christopher J. Entrepreneurial motivation. *Human resource management review*, v. 13, n. 2, p. 257-279, 2003.

SHAVER, K.; SCOTT, L. Person, process, choice: The psychology of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 16, n. 2, p. 23–45, 1991.

SMITH, M.L.; GLASS, G.V. Meta-analysis of psychotherapy outcome studies. **Am Psychol**, v.32, n.9, p.752-760, 1977.

MARIANO, A. M. ; CRUZ, R. G. ; GAITAN, J. A. . Meta Análises Como Instrumento de Pesquisa: Uma Revisão Sistemática da Bibliografia Aplicada ao Estudo das Alianças Estratégicas Internacionais.. In: Congresso Internacional de Administração - Inovação Colaborativa e Competitividade, 2011, Ponta Grossa. Anais do ADMPG 2011. Ponta Grossa: Estúdio texto, 2011.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, v. 25, n. 1, p. 217–226, 2000.

SMITH, P.B.; Dugan, S.; Trompenaars, F. Locus of control and affectivity by gender and occupational status. *Sex Roles*, v.36, n.1/2, p.51-77, 1997.

SOUZA, G. H. S.; Coelho, J. A. P. M.; Esteves. G. G. L. E.; Lima N. C. Santos, P. C. F. Inventário de barreiras e facilitadores ao empreendedorismo: construção e validação de um instrumento, v. 22, n 3, 2016.

WENZEL, S. L. Gender, ethnic group, and homelessness as predictors of locus of control among job training participants. *The Journal of Social Psychology*, 1993

VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

XAVIER, V. M. Locus de controle, comprometimento organizacional e satisfação no trabalho: Um estudo correlacional, 2005.

## 8 APÊNDICE A



# Pesquisa sobre comportamento empreendedor

## 1) Apresentação

Este questionário faz parte de uma pesquisa para elaboração de um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), pela Universidade de Brasília. Ele leva em média 7 minutos para ser respondido. O objetivo do estudo é avaliar o comportamento empreendedor em alunos do curso de Administração e Engenharia de Produção da UnB.

Serão respeitados todos os princípios éticos. Essa pesquisa é anônima, portanto, suas informações são confidenciais e apenas os dados resumidos serão utilizados como resultados acadêmicos.

## 2) Dados confidenciais do questionário

**Sexo:** Masculino (  ) Feminino (  )

**Idade:** \_\_\_\_\_

**Turno do curso:** Diurno (  ) Noturno (  )

**Qual semestre você entrou na UnB?** (exemplo: 2º 2011; 1º/2013) \_\_\_\_\_

**Quais dessas atividades vocês já trabalhou?** (assinalar quantas quiser)



<input type="checkbox"/>	Empresa Jr
<input type="checkbox"/>	Estágio ou emprego em empresas privadas
<input type="checkbox"/>	Estágio ou emprego em órgãos públicos
<input type="checkbox"/>	Na minha própria empresa
<input type="checkbox"/>	Ainda não trabalhei em lugar nenhum
<input type="checkbox"/>	Outro

### 3) Questões sobre Comportamento Empreendedor

<p>Por favor, circular o número apropriado que irá indicar o nível de concordância ou discordância com as afirmações em uma escala de 1-7, onde;</p> <p>1 = Discordo totalmente  2 = Discordo  3 = Discordo moderadamente  4 = Neutro(nem discordo, nem concordo)  5 =Concordo moderadamente  6 = Concordo  7 = Concordo totalmente.</p>	Discordo totalmente	Concordo totalmente
1) Frequentemente, detecto oportunidades de negócio no mercado.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>	
2) Creio que tenho uma boa habilidade em detectar oportunidades de negócio no mercado	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>	
3) Tenho controle sobre os fatores para minha realização profissional.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>	
4) Profissionalmente, considero-me uma pessoa muito mais persistente que as demais	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>	
5) Sempre encontro soluções muito criativas para problemas profissionais com os quais me deparo	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>	
6) Tenho um bom plano para minha vida profissional	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>	
7) Frequentemente, sou escolhido como líder em projetos ou atividades profissionais	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>	
8) Frequentemente, as pessoas pedem minha opinião sobre trabalho.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>	

9) As pessoas respeitam minha opinião.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
10) Relaciono-me facilmente com outras pessoas	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
11) No meu trabalho, sempre planejo muito bem tudo o que faço.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
12) Sempre procuro estudar muito a respeito de cada situação profissional que envolva algum	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
13) Tenho assuntos referentes ao trabalho sempre muito bem planejados.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
14) Prefiro um trabalho repleto de novidades do que uma atividade rotineira.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
15) Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
16) Incomoda-me muito ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
17) Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
18) No trabalho normalmente, Influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
19) Admito correr riscos em troca de benefícios.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
20) Meus contatos sociais influenciam bem pouco minha vida profissional	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
21) Os contatos sociais que tenho são muito importantes para minha vida pessoal.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
22) Conheço várias pessoas que me poderiam auxiliar profissionalmente, caso eu precisasse.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
23) Tenho desempenhado uma grande diversidade de ações para alcançar meus objetivos profissionais.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
24) Em relação aos profissionais da minha área de atuação, sou rápido para introduzir novas ações.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
25) Frequentemente realizo ações que outros profissionais da minha área se vêm obrigados a responder futuramente.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
26) Sou ousado em meus esforços para aumentar a probabilidade de aproveitar as	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
27) Conseguir o trabalho que se deseja é principalmente uma questão de sorte.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
28) Conseguir a remuneração desejada é principalmente uma questão de sorte.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>

<b>29)</b> Para conseguir realmente um bom trabalho você precisa ter parentes ou amigos em altas colocações.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
<b>30)</b> Ser promovido ou não é questão de sorte.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
<b>31)</b> Para conseguir um bom emprego é mais importante quem você é do que o que você sabe fazer. (Conhecimentos, Habilidades)	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
<b>32)</b> Para ser bem sucedido financeiramente, você deve conhecer as pessoas certas.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
<b>33)</b> Na maioria dos empregos é preciso muita sorte para conseguir ser um empregado excelente.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
<b>34)</b> A principal diferença entre pessoas que conseguem muito dinheiro daqueles que conseguem pouco dinheiro é a sorte de cada um.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
<b>35)</b> O trabalho É uma atividade positiva ou não a depender de como o trabalhador o encara.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
<b>36)</b> Na maioria dos empregos as pessoas podem conseguir o que querem	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
<b>37)</b> Se você sabe o que quer você pode achar o emprego certo	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
<b>38)</b> Se os empregados não estão satisfeitos com uma decisão do seu chefe, devem tentar corrigir a situação	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
<b>39)</b> A maioria das pessoas é capaz de realizar bem o seu trabalho desde que se esforce para tanto.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
<b>40)</b> Promoções são dadas a empregados que desempenham bem suas tarefas.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
<b>41)</b> Empregados que desempenham bem suas tarefas geralmente são recompensados por isso.	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>
<b>42)</b> A maioria dos empregados tem mais influência sobre os seus supervisores do que eles pensam que têm	<b>1 2 3 4 5 6 7</b>

Obrigado!