

# Administração, Empreendedorismo e Inovação 2

Clayton Robson Moreira da Silva  
(Organizador)



**Atena**  
Editora

Ano 2019

Clayton Robson Moreira da Silva  
(Organizador)

# Administração, Empreendedorismo e Inovação 2

Atena Editora  
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Natália Sandrini e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

#### Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

A238 Administração, empreendedorismo e inovação 2 [recurso eletrônico] /  
Organizador Clayton Robson Moreira da Silva. – Ponta Grossa  
(PR): Atena Editora, 2019. – (Administração, Empreendedorismo  
e Inovação; v. 2)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-315-6

DOI 10.22533/at.ed.156190805

1. Administração. 2. Empreendedorismo. 3. Inovações  
tecnológicas. I. Silva, Clayton Robson Moreira da. II. Série.

CDD 658.421

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de  
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos  
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

## APRESENTAÇÃO

A obra “Administração, Empreendedorismo e Inovação” compreende uma série com três volumes de livros, publicados pela Atena Editora, os quais abordam diversas temáticas inerentes ao campo da administração. Este segundo volume é composto por dezenove capítulos desenvolvidos por pesquisadores renomados e com sólida trajetória na área.

Dessa forma, esta obra é dedicada àqueles que desejam ampliar seus conhecimentos e percepções sobre Administração, Empreendedorismo e Inovação, por meio de um arcabouço teórico especializado. Ainda, ressalta-se que este livro agrega ao campo da Administração, Empreendedorismo e Inovação à medida em que reúne um material rico e diversificado, proporcionando a ampliação do debate sobre os temas e conduzindo gestores, empreendedores, técnicos e pesquisadores ao delineamento de novas estratégias de gestão. A seguir, apresento os estudos que compõem os capítulos deste volume, juntamente com seus respectivos objetivos.

O primeiro capítulo é intitulado “As Intenções Empreendedoras na Carreira de *Digital Influencer*” e objetivou entender as intenções empreendedoras na carreira de *digital influencers*. O segundo capítulo tem como título “Papéis e Desafios de Mulheres Cientistas no Empreendedorismo Brasileiro” e objetivou analisar alguns fatores que ainda contribuem para a pouca presença de mulheres cientistas - sobretudo na área do empreendedorismo - no Brasil. O terceiro capítulo, intitulado “Relações do Estilo Cognitivo com a Autoeficácia e a Intenção Empreendedora”, objetivou analisar as relações entre estilos cognitivos com a autoeficácia e a intenção empreendedora de estudantes, sob influência do comportamento planejado.

O quarto capítulo é intitulado “Empreendedorismo Social no Brasil: diferentes conceitos e um mesmo objetivo” e teve como objetivo realizar uma revisão de autores nacionais e internacionais, dos conceitos de empreendedorismo, empreendedorismo social e negócios sociais. O quinto capítulo, intitulado “Empreendedorismo Social: diagnóstico do ambiente de negócio de um empreendimento social”, buscou diagnosticar o modelo de negócio de um empreendimento social, considerando as pessoas e o associativismo. O sexto capítulo tem como título “Comunicação para a Transformação: empreendedorismo social e sustentabilidade no projeto pedagógico do curso de publicidade e propaganda” e objetivou analisar no âmbito do Projeto Pedagógico do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Metodista acerca das práticas pedagógicas que são desenvolvidas a partir de uma abordagem de comunicação participativa, dialógica e transformadora, de forma a envolver os alunos e aproximar todos os públicos de interesse, na gestão dos seus processos de comunicação onde se amplia possibilidades reais na comunicação social.

O sétimo capítulo é intitulado “Empreendedorismo e Desenvolvimento: uma análise multivariada do Programa Microempreendedor Individual – MEI” e objetivou apresentar um cenário do Microempreendedor Individual - MEI, de forma a analisar

os benefícios e a efetividade deste programa. O oitavo capítulo tem como título “Uma Análise Bibliométrica da Produção Científica sobre Economia Solidária no Brasil” e objetivou identificar e analisar a literatura sobre economia solidária, através da busca de publicações, em periódicos e eventos nacionais, relacionadas ao tema no Brasil, objetivando destacar sua importância no desenvolvimento local e regional, no período de doze anos (2003-2015). O nono capítulo, intitulado “Empresas Juniores e seu Papel Social quanto Projeto de Extensão”, trata-se de um relato de experiência que traz o papel social de uma empresa júnior junto à sociedade.

O décimo capítulo, intitulado “O Caso da ENACTUS: uma rede para atenuar os desafios no uso da pesquisa participativa ativa”, trata-se de um ensaio que examina como os métodos participativos podem desempenhar um papel crucial, produzindo resultados socialmente robustos que contribuem para a solução de problemas complexos. O décimo primeiro capítulo tem como título “Ensino da Gestão no Brasil: a produção científica no quadriênio 2013-2016” e buscou responder a seguinte questão de pesquisa: quais os padrões da produção científica brasileira acerca do tema “Ensino de Administração no Brasil”, na base SPELL, entre 2013 e 2016?. O décimo segundo capítulo, intitulado “Otimização do Ensino Prático por Meio da Utilização da Plataforma SIMULAVest”, teve como objetivo relatar a satisfação de um grupo de discentes facilitadores extensionistas de um projeto de cursinho preparatório na elaboração de simulados através de uma maneira mais dinâmica e prática, que é através da plataforma do *software* SIMULAVest.

O décimo terceiro capítulo tem como título “RochaGo: uma atividade real baseada em um jogo virtual” e trata-se de um estudo prático que buscou aproveitar o conceito geral de busca no mundo real do *game* para fomentar que os alunos do quarto ano do curso de Geologia da UNIMONTE fossem “ao mundo real” buscar rochas reais, em ambientes até então inusitados para eles, na disciplina Geologia do Brasil. O décimo quarto capítulo é intitulado “Um resgate empírico sobre a internacionalização na hotelaria: apresentando um framework das abordagens teóricas no segmento” e buscou propor um resgate de estudos empíricos acerca da internacionalização na hotelaria. O décimo quinto capítulo é intitulado “Opções de Financiamento da Inovação: uma visão do pequeno e médio empresário” e tem o intuito de debater como são compreendidas as políticas de financiamento à pesquisa e ao desenvolvimento para as pequenas e médias empresas no cenário nacional, além de apresentar os mecanismos de financiamento e seu funcionamento nas políticas de divulgação de massa, para a evolução do parque tecnológico no Brasil.

O décimo sexto capítulo tem como título “Eventos para e com o Consumidor. Como? *Design Thinking*” e propõe o uso da Metodologia do *Design Thinking* (imersão, problematização, ideação, prototipagem e teste) para agregar inovações aos encontros de pessoas nos diversos modelos de eventos. O décimo sétimo capítulo é intitulado “A Inovação como Geradora de Competitividade Econômica e Mercadológica: uma análise baseada no setor de serviços na sociedade contemporânea” e propõe uma

reflexão sobre o atual cenário e as perspectivas de inovação no universo da prestação de serviços. O décimo oitavo capítulo tem como título “As Contribuições da Teoria Comportamental da Administração para a Inovação das Políticas de Gestão de Recursos Humanos: O *homo administrativus* como parte central da evolução da organização” e objetivou apresentar as principais características atualmente apresentadas pelas políticas de recursos humanos, verificando as prerrogativas e semelhanças com a Teoria Comportamental. O décimo nono capítulo, intitulado “Excelência no Ensino da Gestão no Brasil: a produção científica no quadriênio 2013-2016”, teve como objetivo apresentar respostas à questão de pesquisa: quais os padrões da produção científica brasileira acerca do tema “Ensino de Administração no Brasil”, na base SPELL, entre 2013 e 2016?

Assim, agradecemos aos autores pelo empenho e dedicação que possibilitaram a construção dessa obra de excelência, e esperamos que este livro possa contribuir para a discussão e consolidação de temas relevantes para a área de Administração, Empreendedorismo e Inovação, levando pesquisadores, docentes, gestores, analistas, técnicos, consultores e estudantes à reflexão sobre os assuntos aqui abordados.

Clayton Robson Moreira da Silva

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
AS INTENÇÕES EMPREENDEDORAS NA CARREIRA DE <i>DIGITAL INFLUENCER</i>	
Fabio Eduardo de Oliveira Júnior	
DOI 10.22533/at.ed.1561908051	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>15</b>
PAPÉIS E DESAFIOS DE MULHERES CIENTISTAS NO EMPREENDEDORISMO BRASILEIRO	
Isabel Cruz Pinheiro	
Samara Miyuki Mamede Shimon	
DOI 10.22533/at.ed.1561908052	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>20</b>
RELAÇÕES DO ESTILO COGNITIVO COM A AUTOEFICÁCIA E A INTENÇÃO EMPREENDEDORA	
Sabrina do Nascimento	
Suzete Antonieta Lizote	
Amélia Silveira	
DOI 10.22533/at.ed.1561908053	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>37</b>
EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL: DIFERENTES CONCEITOS E UM MESMO OBJETIVO	
Vitoria Minto Pinatto	
Christiano França da Cunha	
DOI 10.22533/at.ed.1561908054	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>45</b>
EMPREENDEDORISMO SOCIAL: DIAGNÓSTICO DO AMBIENTE DE NEGÓCIO DE UM EMPREENDIMENTO SOCIAL	
Ana Paula Cavalcante de Santana	
Aluísio Sampaio Neto	
Andressa de Jesus T. de Lessa	
Deranor Gomes de Oliveira	
Isadora Rodrigues Vasconcelos	
Jairo da Silva Ferreira	
DOI 10.22533/at.ed.1561908055	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>54</b>
COMUNICAÇÃO PARA A TRANSFORMAÇÃO: EMPREENDEDORISMO SOCIAL E SUSTENTABILIDADE NO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	
Marina Jugue Chinem	
DOI 10.22533/at.ed.1561908056	

<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>60</b>
EMPREENDEDORISMO E DESENVOLVIMENTO: UMA ANÁLISE MULTIVARIADA DO PROGRAMA MICROEMPREENDEODR INDIVIDUAL – MEI	
Jean Gleyson Farias Martins	
Walid Abbas El-Aouar	
Jizabely De Araújo Atanasio	
Graziele Mayara Silva Rocha	
Arthur William Pereira Da Silva	
Alípio Ramos Veiga Neto	
Rodrigo José Guerra Leone	
<b>DOI 10.22533/at.ed.1561908057</b>	
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>79</b>
UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE ECONOMIA SOLIDÁRIA NO BRASIL	
Taís Pentiado Godoy	
Leoni Pentiado Godoy	
Murilo Sagrillo Pereira	
Luana Inês Damke	
Domingos Athaides Pires Barbosa Junior	
Clandia Maffini Gomes	
<b>DOI 10.22533/at.ed.1561908058</b>	
<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>95</b>
EMPRESAS JUNIORES E SEU PAPEL SOCIAL QUANTO PROJETO DE EXTENSÃO	
Sudário Alves Batista	
<b>DOI 10.22533/at.ed.1561908059</b>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>100</b>
O CASO DA ENACTUS: UMA REDE PARA ATENUAR OS DESAFIOS NO USO DA PESQUISA PARTICIPATIVA ATIVA	
Alexandre da Trindade e Oliveira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.15619080510</b>	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>107</b>
OTIMIZAÇÃO DO ENSINO PRÁTICO POR MEIO DA UTILIZAÇÃO DA PLATAFORMA SIMULAVEST	
Igor Antônio Gomes Teles	
Gilzamir Ferreira Gomes	
George Edson Albuquerque Pinto	
Thiago Rodrigues Magalhães	
Quitéria Larissa Teodoro Farias	
<b>DOI 10.22533/at.ed.15619080511</b>	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>119</b>
“ROCHAGO”, UMA ATIVIDADE REAL BASEADA EM UM JOGO VIRTUAL	
Samara Cazzoli y Goya	
<b>DOI 10.22533/at.ed.15619080512</b>	



<b>CAPÍTULO 13</b> .....	<b>133</b>
UM RESGATE EMPÍRICO SOBRE A INTERNACIONALIZAÇÃO NA HOTELARIA: APRESENTANDO UM <i>FRAMEWORK</i> DAS ABORDAGENS TEÓRICAS NO SEGMENTO	
Fábio Aurélio de Mario Fabiane Cortez Verdu	
<b>DOI 10.22533/at.ed.15619080513</b>	
<b>CAPÍTULO 14</b> .....	<b>154</b>
OPÇÕES DE FINANCIAMENTO DA INOVAÇÃO: UMA VISÃO DO PEQUENO E MÉDIO EMPRESÁRIO	
Giuliano Carlo Rainatto Fernando Rodrigues Da Silva Norberto De Almeida Andrade	
<b>DOI 10.22533/at.ed.15619080514</b>	
<b>CAPÍTULO 15</b> .....	<b>174</b>
EVENTOS PARA E COM O CONSUMIDOR. COMO? DESIGN THINKING	
Ana Carolina Corrêa Baracho dos Santos Buongiorno Vinicius Diniz De Carvalho	
<b>DOI 10.22533/at.ed.15619080515</b>	
<b>CAPÍTULO 16</b> .....	<b>185</b>
A INOVAÇÃO COMO GERADORA DE COMPETITIVIDADE ECONÔMICA E MERCADOLÓGICA: UMA ANÁLISE BASEADA NO SETOR DE SERVIÇOS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA	
Diego José Casagrande Janaina de Oliveira Natalia Maria Casagrande	
<b>DOI 10.22533/at.ed.15619080516</b>	
<b>CAPÍTULO 17</b> .....	<b>199</b>
AS CONTRIBUIÇÕES DA TEORIA COMPORTAMENTAL DA ADMINISTRAÇÃO PARA A INOVAÇÃO DAS POLÍTICAS DE GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS: O <i>HOMUS ADMINISTRATIVUS</i> COMO PARTE CENTRAL DA EVOLUÇÃO DA ORGANIZAÇÃO	
Maria Helena Carvalho Costa Thaís Carneiro de Brito Aline Guimarães Carvalho Maria da Penha Medeiros Noêmia Climintino Leite Olívio Medeiros de Oliveira Netto	
<b>DOI 10.22533/at.ed.15619080517</b>	
<b>CAPÍTULO 18</b> .....	<b>211</b>
EXCELÊNCIA NO ENSINO DA GESTÃO NO BRASIL: A PRODUÇÃO CIENTÍFICA NO QUADRIÊNIO 2013-2016	
Marcelo Ribeiro de Carvalho Silva Marcus Brauer Leonel Estevao Finkelsteinas Tractenberg	
<b>DOI 10.22533/at.ed.15619080518</b>	
<b>SOBRE O ORGANIZADOR</b> .....	<b>233</b>

## RELAÇÕES DO ESTILO COGNITIVO COM A AUTOEFICÁCIA E A INTENÇÃO EMPREENDEDORA

### Sabrina do Nascimento

Universidade do Oeste de Santa Catarina,  
Departamento de Ciências Contábeis, Chapecó,  
SC

### Suzete Antonieta Lizote

Universidade do Vale do Itajaí, Programa de Pós-  
Graduação em Administração, Itajaí, SC

### Amélia Silveira

Universidade Federal de Santa Catarina,  
Programa de Pós-Graduação em Administração,  
Florianópolis, SC.

**RESUMO:** A realidade econômica da atualidade tem incentivado o trabalho autônomo e em face da capacidade que manifestam os empreendedores torna-se importante estudar os aspectos que os caracterizam. Esta pesquisa foi realizada com estudantes concluintes dos cursos de administração e ciências contábeis de duas universidades comunitárias, se analisaram as relações que têm seus estilos cognitivos com a autoeficácia e a intenção empreendedora que declaram ter, sob influência do comportamento planejado. Para atingir os objetivos foram feitas comparações de médias com testes t e Anovas e usadas análise fatorial e modelagem em equações estruturais. Os resultados mostraram que os estudantes que possuem estilo intuitivo ou quase intuitivo manifestam maior autoeficácia e intenção empreendedora

que aqueles de estilo analítico. Por sua vez, verifica-se uma relação positiva e significativa da autoeficácia empreendedora dos estudantes com o comportamento planejado. A associação entre a autoeficácia empreendedora e a intenção empreendedora também foi positiva e significativa. E, de igual modo, o comportamento planejado dos alunos se correlaciona com a intenção empreendedora.

**PALAVRAS-CHAVE:** Estilo Cognitivo. Autoeficácia Empreendedora. Intenção Empreendedora.

### 1 | INTRODUÇÃO

As ideias que envolvem o empreendedorismo nas últimas décadas se intensificaram em função das transformações econômicas, das oportunidades surgidas com o movimento da globalização, da redução dos postos de trabalho e da mobilização dos profissionais em busca de novos espaços para exposição de seus talentos (FEUERSCHÜTTE; ALPERSTEDT; GODOI, 2012). Estudar as características psicossociais que perpassam o empreendedorismo, sobretudo, a figura do empreendedor, é uma linha de pesquisa de grande interesse dada a situação econômica atual e as necessidades do meio organizacional de recrutar indivíduos que saibam aproveitar as

oportunidades de um mercado globalizado (MORIANO; PALACÍ; MORALES, 2006).

Ao longo dos anos, pesquisadores do empreendedorismo têm buscado demonstrar em suas pesquisas a ligação entre a autoeficácia e a intenção empreendedora, cujos achados revelam uma relação positiva entre os dois constructos (BOYD; VOZIKIS, 1994; KRUEGER; BRAZEAL, 1994; CHEN; GREEN; CRICK, 1998; DE NOBLE; JUNG; EHLICH, 1999). E poucos estudos têm sido realizados com o intuito de examinar a relação do modelo cognitivo no desenvolvimento da autoeficácia empreendedora no contexto do processo de criação de um novo empreendimento, representada pela intenção empreendedora (KICKUL et al., 2009).

Estudar o estilo cognitivo de uma pessoa é muito relevante para a seleção, colocação, treinamento, orientação e desenvolvimento profissional, além da composição de equipes e o gerenciamento de conflitos (ALLISON; HAYES, 2012). Kickul et al. (2009) ressaltam que quando os indivíduos tem a possibilidade de se tornarem empreendedoras e pensarem sobre as diferentes competências necessárias para se criar um novo empreendimento, seus estilos cognitivos podem de fato promover uma autopercepção e inibir outros, reforçando os diferentes tipos de autoeficácia necessários neste processo.

Os estágios que envolvem a criação de um novo negócio como a procura de oportunidades, planejamento, recursos e implementação podem ser não lineares e interativos. Estes estágios podem ser percebidos pelos aspirantes a empreendedores por meio da lente de diferentes estilos cognitivos. Pouco se sabe sobre as maneiras pelas quais os estilos cognitivos facilitam ou inibem a capacidade desses indivíduos, sua intenção ou autoeficácia quando se confrontam com os desafios associados às diferentes etapas do processo de criação do negócio (KICKUL et al., 2009).

Em linha com o estudo realizado por Kickul et al. (2009), emerge a pergunta que norteia a presente pesquisa: *Como se relacionam a autoeficácia e a intenção empreendedora, sob a influência do comportamento planejado, dos estudantes dos cursos de Administração e Ciências Contábeis com seus estilos cognitivos?*

Para responder a essa indagação, definiu-se como objetivo geral neste estudo, analisar as conexões entre o estilo cognitivo dos estudantes com a autoeficácia e a intenção empreendedora, sob a influência do comportamento planejado, que declaram ter. Para realizar a análise das associações entre os três constructos, foram definidos os seguintes objetivos específicos: a) Mensurar o estilo cognitivo (EC) segundo o modelo de Allinson e Hayes (1996); b) Medir a autoeficácia empreendedora (AE) a partir da escala de De Noble, Jung e Ehrlich (1999); c) Aferir a influência do comportamento planejado (CP) quanto as suas atitudes em relação ao empreendedorismo, normas subjetivas e controle comportamental percebido sob a ótica de Jaén e Liñán (2013); e d) Quantificar a intenção empreendedora (IE) a partir de Jaén e Liñán (2013).

## 2 | OS ESTILOS COGNITIVOS A PARTIR DO COGNITIVE STYLE INDEX (CSI)

Allison e Hayes (2012) entendem por estilo cognitivo a maneira que cada um de nós possui uma predisposição para coletar, processar e analisar informações de uma maneira particular e única. Essa preferência afeta diretamente a maneira como aprendemos, resolvemos problemas e tomamos decisões. Para Ramos, Ferreira e Gimenez (2011) o estilo cognitivo pode ser definido “como um molde em que é coletada, processada e analisada a informação e refere-se a processos de pensamentos e padrões empregados pelos indivíduos”. Nesse mesmo sentido já Kickul et al. (2009) asseveravam que o estilo cognitivo de um indivíduo pode influenciar a preferência por diferentes tipos de aprendizado, o acúmulo de conhecimento, processo de informações e tomada de decisão. Ou seja, muitos dos comportamentos críticos enfrentados por um empreendedor no seu cotidiano.

Existem trabalhos que abordam os diferentes estilos cognitivos. Dentre os estudos dispersos no campo teórico muitos conceituam a dimensão genérica da cognição tradicionalmente como uma dicotomia do pensamento humano que oscila entre a dimensão intuitiva e analítica (ALLISON; HAYES, 1996). Kirby (2005) ressalta que a divisão do cérebro em dois hemisférios segue uma perspectiva neuropsicológica.

A dimensão intuitiva que trata da intuição e apresenta características voltadas para o lado direito do cérebro e correspondem ao julgamento imediato com base no sentimento e adoção de uma perspectiva global. Pessoas que utilizam mais o lado direito do cérebro apresentam características dominantes como a não conformidade, preferem uma abordagem mais aberta para solução de problemas, confiam em métodos de exploração aleatórios, lembram-se de imagens espaciais mais facilmente e trabalham melhor com ideias que requerem uma avaliação global da situação (ALLISON; HAYES, 1996). Kirby (2005) destaca que o lado direito é lateral, não convencional, não sistemático e não estruturado. As funções deste lado do cérebro são, na sua maioria, associadas às habilidades, atributos e comportamentos característicos de um indivíduo empreendedor.

Na dimensão analítica as características representam o lado esquerdo do cérebro e referem-se ao julgamento com base no raciocínio mental e detalhado. As pessoas que utilizam mais o lado esquerdo tendem a ser mais complacentes, utilizam uma abordagem estruturada para a resolução de problemas, dependem de métodos sistemáticos de investigação, lembram com maior frequência de informações verbais e são especialmente confortáveis com ideias que exigem uma avaliação passo a passo da situação (ALLISON; HAYES, 1996). Kirby (2005) assevera ainda que o lado esquerdo trata diretamente da linguagem, da lógica e símbolos de forma orientada e sistemática.

A dicotomia existente entre as dimensões intuitiva e analítica foi tratada na teoria de diferentes maneiras. Atualmente, entende-se que os atributos humanos raramente podem ser pensados como uma simples dicotomia, considerando uma coisa em

detrimento de outra. Em vez disso, acredita-se que uma pessoa está predisposta para coisa ou tem uma preferência por uma maneira de pensar ou ainda, um comportamento que cai em algum lugar ao longo de um continuum. Entender a cognição intuitiva e analítica como a representação de dois polos de uma única dimensão. Nesse contexto, muitos estudos consideram que o estilo cognitivo como um traço de personalidade, que pode ser pensado como um único fator termos estatísticos e sugere que o mais analítico de um indivíduo é menos intuitivo que ele vai ser e vice-versa (ALLISON; HAYES, 2012). Depreende-se que a dicotomia entre as dimensões intuitiva e analítica de acordo com a Teoria Cognitiva do Continuum configura-se como um processo contínuo ao longo do qual são possíveis todos os graus de estilo cognitivo.

Nos estudos que buscam entender o estilo cognitivo e seus diferentes graus, nos deparamos na literatura com a Teoria da Aprendizagem Experimental (ELT) que fornece um modelo do processo de aprendizagem desenvolvido por Kolb (1984) que compreende por meio dos estilos cognitivos o desenvolvimento humano, ou seja, como as pessoas aprendem, crescem e se desenvolvem. Para entender melhor o funcionamento dos diferentes estilos cognitivos no campo organizacional ao longo de uma escala psicométrica os professores Christopher Allison e John Hayes, da Universidade de Leeds na Inglaterra, por meio de pesquisas publicadas no *Management Practice* em 1994 e no *Journal of Management Studies* em Janeiro de 1996, desenvolveram o Índice de Estilo Cognitivo – *Cognitive Style Index* (CSI). O CSI busca traçar um modelo cognitivo e de aprendizagem desenvolvido para ambientes organizacionais. Inicialmente o índice foi projetado para ser utilizado com gerentes e grupos profissionais, mas também tem sido aplicado com sucesso em estudantes e colaboradores que não ocupam cargos de gerência (ALLISON; HAYES, 1996).

O CSI é composto por um inventário de 38 perguntas pontuadas em uma escala de três pontos (Verdadeiro, Incerto e Falso) para mensurar a dimensão intuitiva e analítica do estilo cognitivo. Sendo que a pontuação dessas perguntas varia de 2, 1 ou 0 atribuídas para cada uma das 38 perguntas. A pontuação máxima de 76 indica um estilo cognitivo analítico e uma pontuação próxima de zero indica um estilo cognitivo intuitivo (ALLISON; HAYES, 1996, 2012). Allison e Hayes (1996) enfatizam que a dicotomia das dimensões intuitiva e analítica caracteriza-se na verdade por um processo contínuo ao longo do qual são possíveis todos os graus de estilo. A escala do CSI compreende cinco estilos cognitivos.

### **3 | AUTOEFICÁCIA EMPREENDEDORA**

A teoria da autoeficácia foi apresentada por Bandura como um traço de personalidade que afeta a motivação para realizar com sucesso as tarefas ou o grau de tolerância para enfrentar determinadas situações adversas. Compreende também a percepção individual acerca do risco (BANDURA, 1977). Segundo o autor, os indivíduos

com maior autoeficácia são mais capazes de perseguir e persistir numa tarefa do que aqueles que a tem em menor escala. Esta teoria foi aplicada, por alguns autores no estudo da intenção empreendedora. Dentre eles, Boyd e Vozikis (1994); Chen, Green e Crick (1998); De Noble, Jung e Ehrlich, (1999) evidenciaram a existência de uma relação positiva entre esses dois constructos.

Outros estudos apontam que a autoeficácia positiva está relacionada com a persistência, a dedicação e a satisfação das ações que são realizadas (SALANOVA et al. 2001). As pesquisas de Zhao et al. (2005) sugerem que os indivíduos que escolhem tornarem-se empreendedores possuem elevada autoeficácia empreendedora. Deste modo, a crença do indivíduo em ser bem sucedido no lançamento de um empreendimento, segundo de McGee *et al.* (2009) é uma variável muito importante, pois é um forte preditor das intenções empreendedoras.

Pesquisas também afirmam a relação entre autoeficácia e intencionalidade, isto é, indivíduos com elevada autoeficácia tendem a ter maiores intenções empreendedoras (CHEN; GREEN; CRICK, 1998, DE NOBLE; EHRLICH, 1999, JUNG et al., 2001, SEGAL; BORGIA; SCHOENFELD, 2002). Estes autores sugerem que os educadores e as políticas educacionais podem aumentar as intenções empreendedoras dos discentes estimulando a autoconfiança dos alunos, incentivando-os, desta forma na busca de uma carreira empresarial de sucesso.

#### 4 | INTENÇÃO EMPREENDEDORA

A intenção empreendedora reside na iniciativa dos indivíduos de criarem ou abrirem seu próprio negócio. A compreensão dos fatores que predizem a intenção é fundamental, porque o comportamento empreendedor é o resultado da intenção (KOE *et al.*, 2012). Fontenele, Brasil e Sousa (2012, p. 3) destacam que “é crescente o número de pesquisas relacionadas à intenção empreendedora, e que buscam identificar os constructos que mais influenciam na intenção empreendedora ou motivação empreendedora”. Neste sentido, grande parte dos estudos da intenção empreendedora tem sido limitada à intenção genérica para iniciar um novo negócio (DOUGLAS, 2013).

Thompson (2009) entende à intenção empreendedora como a convicção de autorreconhecimento que uma pessoa tem sobre si e que esta aspira criar um novo negócio. A pessoa conscientemente pretende fazê-lo em algum ponto no futuro. Entretanto esse ponto no futuro pode ser iminente, indeterminado ou nunca poderá ser alcançados. O autor afirma que, as pessoas com intenção empreendedora não precisam realmente criar um novo negócio porque alguns fatores pessoais ou circunstâncias ambientais podem se opor a isso. Em contrapartida, outras pessoas com intenção empreendedora podem avançar neste processo e serem empreendedoras nascentes, ou seja, que empreendem ações avançadas e criam formalmente uma nova empresa.

Os pesquisadores Jaén e Liñán (2013), que com um estudo empírico realizado

com 2.974 adultos. O objetivo foi medir a importância dos valores culturais de uma região para determinar o seu nível de capital empreendedor e considerar ainda como isso pode afetar as características da força de trabalho. Os autores ressaltam a necessidade proveniente do meio organizacional por empresas mais flexíveis, dinâmicas e inovadoras. Para que as empresas possam adotar essa nova postura os autores destacam o papel do capital empreendedor representada pela intenção empreendedora que pode contribuir para uma força de trabalho mais empreendedora com valores de trabalho alinhados às necessidades da organização, tornando-se um dos recursos estratégicos da empresa. A teoria que fundamenta o estudo tem por base a abordagem de Schwartz (2004) para mensurar os valores culturais e a intenção empreendedora oriunda da Teoria do Comportamento Planejado proposta por d'Ajzen (1991).

Neste estudo, optou-se por testar o modelo de Jaén e Liñán (2013) no contexto brasileiro para aferir a intenção empreendedora de estudantes universitários. Para os autores o instrumento de pesquisa voltado para a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) é composta por quatro subescalas, sendo elas: atitude em relação ao empreendedorismo, normas subjetivas, controle comportamental percebido e a intenção empreendedora.

A dimensão de atitudes em relação ao empreendedorismo é tratada por Jaén e Liñán (2013) como uma variável independente que corresponde aos antecedentes da Teoria do Comportamento Planejado (TCP) e estimada por meio de dois conjuntos de seis itens que avaliam os resultados que o indivíduo quer alcançar em sua carreira empresarial (ser um empreendedor) e a necessidade desses resultados em sua vida. A segunda dimensão de normas subjetivas foram mensuradas com o auxílio de dois conjuntos de três itens cada, estes avaliam os resultados correspondentes às crenças nas normas e a motivação desses indivíduos para cumprirem essas normas e convenções familiares. A terceira dimensão do controle comportamental percebido foi medida por meio de uma escala de seis itens que combinavam elementos de autoeficácia e controlabilidade, sendo que os escores mais altos indicam um nível mais elevado da variável. E por fim, a dimensão da intenção empreendedora como uma variável dependente, foi medida utilizando cinco itens onde cada qual avalia a probabilidade percebida de um indivíduo escolher uma carreira empresarial e seus resultados mais altos refletem as intenções empreendedoras mais fortes.

## 5 | MATERIAL E MÉTODOS

Os dados para esta pesquisa foram colhidos junto aos estudantes do último ano de graduação nos cursos de Administração e de Ciências Contábeis de duas universidades comunitárias do Estado de Santa Catarina. Para tanto, foi feita uma *survey* utilizando um questionário de autopreenchimento. Foram levantados dados

com graduandos que estudam no período noturno e, além de estudar, trabalham durante o dia.

O instrumento de pesquisa estava organizado em quatro blocos. No primeiro os estudantes deviam completar os 38 itens referidos ao índice de estilo cognitivo, de Allinson e Hayes (1996, 2012). As respostas podiam ser dadas como verdadeira, falsa ou incerta. Neste último caso o valor atribuído é 1 e para as outras duas opções, conforme o procedimento propostos pelos autores, as respostas recebiam a pontuação com valores 0 ou 2. As categorias possíveis intuitivo, quase intuitivo, adaptador, quase analista e analista se determinam em função da pontuação atingida no somatório dos itens.

O segundo bloco esteve composto por 23 itens, conforme a proposta de De Noble, Jung e Ehrlich (1999). A diferença com o formato original, validado na Espanha por Moriano, Palací e Morales (2006), foi empregar uma escala tipo Likert de 7 pontos, indo desde “completamente incapaz” (1) até “completamente capaz” (7). Os valores atribuídos se trabalharam a partir das seis subescalas (SE) assinaladas pelos autores do instrumento: 1) SE1: desenvolvimento de produtos e oportunidades de mercado; 2) SE2: construção de um ambiente de inovação; 3) SE3: definição do principal objetivo do negócio; 4) SE4: desenvolvimento de recursos humanos chave para a empresa; 5) SE5: estabelecimento de relação com possíveis investidores; e, 6) SE6: capacidade de enfrentar mudanças não previstas.

No terceiro bloco, segundo a proposição de Jaén e Liñan (2013), obtiveram-se resposta à intenção empreendedora. Foram consideradas: i) atitudes pessoais, com 12 itens repartidos de maneira igualitária nas seções A e B; ii) normas subjetivas, ou seja, a percepção que os respondentes tem sobre as pressões sociais, com 3 itens na seção C, de crenças normativas, e mais 3 na seção D, de motivação para cumpri-las; iii) controle comportamental percebido, com 6 itens formando a seção E; e, iv) intenção empreendedora, com 5 itens compondo a seção F. Por fim, no último bloco registraram-se os dados do respondente, incluindo o gênero, idade, curso que frequenta, semestre que está cursando, se trabalha e qual o setor em que trabalha.

Recolheram-se 271 questionários que se organizaram numa planilha eletrônica Excel® para efetuar o pré-processamento segundo recomendações de Hair Jr. et al. (2009). Inicialmente eliminaram-se os questionários que tivessem acima de 10% de dados faltantes nos blocos de autoeficácia ou intenção empreendedora e em aqueles nos que houver algum dado faltante no bloco de estilo cognitivo. Após esse procedimento verificou-se que os 23 dados faltantes na base, 7 no bloco de autoeficácia e 16 no de intenção empreendedora, não tivessem algum padrão reconhecível. Confirmada tal condição se utilizou a mediana do item para preencher o dado omissos. Como último ajuste se excluíram os respondentes que não trabalhavam e desse modo a base final ficou composta por 245 estudantes.

A seguir os dados foram importados para os softwares Statistica® e SPSS® como os que se efetuaram as análises estatísticas. Foram feitas comparação de médias



com o teste t usando o gênero, o curso, o semestre e a instituição como variáveis de grupo. Como variáveis dependentes se usaram os escores fatoriais das subescalas da autoeficácia, das seções do comportamento planejado e da intenção empreendedora. Quando se usou o estilo cognitivo como preditor categórico foi utilizada a análise de variância unifatorial (Anova).

Para trabalhar as relações entre autoeficácia (AE), comportamento planejado (CP) e intenção empreendedora (IE) foi usado o modelo fatorial e a modelagem em equações estruturais. Antes de efetuar a análise fatorial exploratória (AFE) se avaliou a confiabilidade pelo alfa de Cronbach, a correlação do item com o total, a correlação média inter itens, segundo o sugerido por Churchill Jr. (1979). De modo complementar se efetuou o teste de Bartlett e a medida de adequação da amostra de Kaiser, Meyer e Olkin (KMO).

As AFE foram feitas para cada subescala do questionário de autoeficácia de De Noble, Jung e Ehrlich (1999) e para cada setor do questionário de Jaén e Liñan (2013), referidos à atitude pessoal (setor A e B), normas subjetivas (C e D), controle comportamental percebido (E) e intenção empreendedora (F). Utilizou-se o método de componentes principais, que não requer multinormalidade, e o critério de Kaiser para matrizes de correlação para extrair os fatores. Por sua vez, para manter um item entre os dados a analisar colocou-se como restrição que ele tivesse uma carga fatorial igual o maior do que 0,7 com o fator extraído. Mas como toda dimensão ou setor devia estar representado por 3 itens no mínimo, houve a necessidade de se fazer uma exceção para a SE6 da autoeficácia (capacidade de enfrentar mudanças não previstas) e manter um item com carga de 0,649. Selecionados todos os indicadores que se usariam para cada dimensão se avaliaram a assimetria e a curtose desses itens seguindo a indicação de Finney e DiStefano (2006) que apontam que valores que não ultrapassem 2 para assimetria e 7 para curtose (em módulo) permitem considerar que essa distribuição é quase normal. Esta condição é necessária para efetuar a modelagem em equações estruturais (MEE).

Antes de esses procedimentos se fizeram análises fatoriais confirmatórias (AFC) para cada dimensão e setor individualmente e a seguir em conjunto para o constructo. A AFC corrige possíveis deficiências do modelo exploratório e conduz a uma maior certeza das hipóteses que venham ser contrastadas através de modelos que expliquem os inter-relacionamentos existentes na estrutura de um questionário. Colocou-se como restrição que os indicadores devam ter um coeficiente padronizado entre o indicador e o constructo avaliado de, no mínimo, 0,50. Todos os indicadores que tinham sido selecionados foram mantidos e o modelo de mensuração validado, permitindo elaborar o modelo estrutural utilizando o software SPSS/AMOS®.

Também se geraram os escores fatoriais para cada subescala da autoeficácia e para cada setor do questionário de Jaén e Liñan (2013). Os que foram empregados como variáveis dependentes nas Anovas que tinham como preditor categórico os estilos cognitivos segundo o modelo de Allinson e Hayes (1996, 2012).

## 6 | ANÁLISE DOS RESULTADOS

Com os dados da amostra obtida, que compreendeu 245 questionários válidos e 52 variáveis, previamente a efetuar as análises fatoriais se realizaram os procedimentos descritos na seção anterior. Assim, seguindo o sugerido por Churchill Jr. (1979) se avaliou a confiabilidade através do alfa de Cronbach e as correlações do item com o total e o valor médio da correlação inter itens para confirmar a adequação dos dados. Os resultados obtidos se apresentam na Tabela 1, onde consta ainda o valor do teste de Kaiser, Olkin e Meyer (KMO) que também serve para confirmar a factibilidade de efetuar uma análise fatorial. Espera-se para o KMO valores acima de 0,7, mas podem-se aceitar valores maiores do que 0,6. Os resultados do teste de Bartlett não se apresentam na Tabela 1 uma vez que todos eles foram significativos ( $p < 0,001$ ).

Constructo	Subescala / Setor	Número de itens	$\alpha$ de Cronbach	Correlação		K-M-O
				Item total	Inter itens	
AE	SE1	5	0,8375	> 0,55	0,5100	0,831
	SE2	3	0,7732	> 0,55	0,5333	0,690
	SE3	4	0,8211	> 0,6	0,5354	0,800
	SE4	3	0,7424	> 0,55	0,4901	0,689
	SE5	4	0,7499	> 0,5	0,4296	0,614
	SE6	3	0,5615	> 0,3	0,3001	0,706
CP	A	3	0,6085	> 0,4	0,3418	0,635
	B	4	0,7198	> 0,45	0,3949	0,692
	C	6	0,8050	> 0,6	0,5819	0,696
	D	3	0,7316	> 0,45	0,4809	0,641
	E	3	0,8731	> 0,6	0,5361	0,882
IE	F	4	0,9353	> 0,8	0,7846	0,862

Tabela 1 - Indicadores de factibilidade de efetuar uma análise fatorial com os constructos Autoeficácia Empreendedora (AE), Comportamento Planejado (CP) e Intenção Empreendedora (IE)

Fonte: dados da pesquisa.

Dando sequência, se efetuaram as análises fatoriais exploratórias por meio das quais se fizeram outros ajustamentos na base de dados resultando no número final de itens por dimensão de cada constructo considerado. Para o número final de itens das seis subescalas (SE) da Autoeficácia Empreendedora (AE), as cinco dimensões do Comportamento Planejado (CP) e da Intenção Empreendedora (IE) que cumpriram com as condições descritas nos procedimentos metodológicos calcularam-se as médias, seu desvio padrão, a assimetria e a curtose. Como nenhum dos valores obtidos de assimetria ou de curtose ultrapassa os limites que foram sugeridos por Finney e DiStefano (2006) deve-se aceitar que a distribuição pode ser considerada quase normal e dar sequência aos processamentos estatísticos.

Definidas as variáveis nos processamentos realizados foi possível continuar a

análise de dados e fazer a comparação de médias para cada constructo. Para tanto, a variáveis dependentes foram às somatórias das pontuações atribuídas aos indicadores selecionados para AE, CP e IE. Na comparação entre respondentes se usou como variável categórica o gênero, o curso, o semestre e a instituição. De todos os testes t que se realizara apenas se verificou diferença ligada ao gênero do sujeito para a autoeficácia empreendedora, sendo o gênero masculino que possui a média maior, sentindo-se mais autoeficaz.

A seguir se avaliou a relação entre a autoeficácia empreendedora, mensurada pela escala de De Noble, Jung e Ehrlich (1999), e o constructo que se denominou como Comportamento Planejado (CP), fazendo referência à teoria do comportamento planejado utilizada no questionário de Jaén e Liñan (2013) a partir das dimensões atitude pessoal, normas subjetivas e controle comportamental planejado. Os resultados dessa modelagem de equações estruturais são apresentados na Tabela 2, onde se exibem os coeficientes padronizados da relação e sua significância.

Verifica-se na Tabela 2 que todas as relações são significantes. Para avaliar o ajustamento do modelo empregaram-se os seguintes índices: qui quadrado dividido pelos graus de liberdade ( $\chi^2/g.l.$ ); *Root Mean Square Error of Aproximation* (RMSEA); *Non-Normed Fit Index* (NNFI); *Comparative Fit Index* (CFI); e, *Root Mean Residual* (RMR). Os valores de referência sugeridos como adequados são:  $\chi^2/g.l.$  < 5; RMSEA < 0,08; NNFI > 0,90; CFI > 0,90; RMR < 0,10.

	Relação		Coeficiente	Significância
SE1	←	A. E.	0,996	***
SE2	←	A. E.	0,885	***
SE3	←	A. E.	0,985	***
SE4	←	A. E.	0,965	***
SE5	←	A. E.	0,931	***
SE6	←	A. E.	0,855	***
<b>A. E.</b>	<b>↔</b>	<b>C. P.</b>	0,637	***
A	←	C. P.	0,768	***
B	←	C. P.	0,691	***
C	←	C. P.	0,596	***
D	←	C. P.	0,331	***
E	←	C. P.	0,691	***

Tabela 2 – Coeficientes calculados na modelagem de equações estruturais e sua significância.  
\*\*\*: p < 0.001.

Fonte: dados da pesquisa.

No processamento dos dados desta relação os valores de ajustamento obtidos foram:  $\chi^2/g.l.$  = 1,889; RMSEA = 0,060; NNFI = 0,845; CFI = 0,855; e, RMR = 0,105. Assim sendo o ajuste se pode considerar como muito bom.

Em seqüência se ponderou a associação entre a autoeficácia empreendedora

(AE), medida pela escala de De Noble, Jung e Ehrlich (1999) e a intenção empreendedora (IE), mensurada pelo setor F do questionário de Jaén e Liñan (2013). Os resultados se expõem na Tabela 3, onde se mostra o valor dos coeficientes de covariância padronizados e sua significância.

Relação			Coeficiente	Significância
SE1	←	A. E.	0,966	***
SE2	←	A. E.	0,880	***
SE3	←	A. E.	0,925	***
SE4	←	A. E.	0,999	***
SE5	←	A. E.	0,932	***
SE6	←	A. E.	0,856	***
I. E.	←	A. E.	0,449	***

Tabela 3 – Coeficientes calculados na modelagem de equações estruturais e sua significância.  
\*\*\*:  $p < 0.001$ .

Fonte: dados da pesquisa.

No processamento dos dados desta relação os valores de ajuste obtidos foram:  $\chi^2/g.l. = 2,280$ ; RMSEA = 0,072; NNFI = 0,888; CFI = 0,899; e, RMR = 0,099. Com tais índices o ajuste também se pode considerar como muito bom.

Confirmada a relação entre a autoeficácia empreendedora (AE) e a intenção empreendedora (IE) se avaliou a associação desta última com o comportamento planejado (CP), medido este através das atitudes pessoais, as normas subjetivas e o controle do comportamento com o instrumento proposto por Jaén e Liñan (2013). Os resultados da modelagem efetuada são apresentados na Tabela 4, onde se expõem os coeficientes padronizados e sua significância. Os valores de ajustamento desta relação foram:  $\chi^2/g.l. = 2,229$ ; RMSEA = 0,071; NNFI = 0,883; CFI = 0,896; e, RMR = 0,144. Portanto o ajustamento se pode considerar como bom.

Relação			Coeficiente	Significância
A	□	C.P.	0,770	***
B	□	C.P.	0,715	***
C	□	C.P.	0,842	***
D	□	C.P.	0,608	***
E	□	C.P.	0,348	***
I. E.	←	C.P.	0,561	***

Tabela 4 – Coeficientes calculados na modelagem de equações estruturais e sua significância.  
\*\*\*:  $p < 0.001$ .

Fonte: dados da pesquisa.

O *Cognitive Style Index* (CSI) de Allinson e Hayes (1996, 2012) que corresponde ao constructo de estilo cognitivo (EC) os estudantes universitários foram separados e

classificados de acordo com os procedimentos sugeridos pelos autores. Observou-se que 7 estudantes estavam na dimensão intuitiva, 59 na dimensão quase intuitiva, 96 estavam na dimensão adaptativa, 67 na dimensão quase analítica e 16 na dimensão analítica, totalizando 245 estudantes universitários analisados. Estes achados corroboram com Allinson e Hayes (2012) quando afirmam que os indivíduos enquadram-se num *continuum* e aqueles que se encontram na dimensão adaptativa que perpassa confortavelmente pelos dois lados do cérebro, combinando características intuitivas e analíticas simultaneamente.

A autoeficácia mensurada pela escala de De Noble *et al.* (1999) se correlaciona com o comportamento planejado, conforme a mensuração que faz o questionário de Jaén e Liñan (2013) a partir das atitudes pessoais, as normas subjetivas e o controle do comportamento percebido. Entretanto cabe avaliar se o estilo cognitivo influencia na intenção empreendedora dos estudantes e naqueles constructos.

A comparação simultânea das médias de intenção empreendedora de cada estilo cognitivo mostrou diferenças muito significativas ( $p=0,009$ ). A somatória dos quatro itens da dimensão de intenção empreendedora obteve um valor médio para os intuitivos de 15,7, os quase intuitivos obtiveram 17,7, os adaptativos 16,5, os quase analistas 15,0 e os analistas 12,4. Realizado um teste *a posteriori* de Tukey se verificou que os quase intuitivos manifestam ter mais autoeficácia que os analistas. Os achados corroboram com os resultados de Kickul *et al.* (2009) os indivíduos classificados como intuitivos possuem níveis de intenção empreendedora diferentes dos analistas e por sua vez são mais autoeficazes.

Ao efetuar a Anova com as subescalas da autoeficácia em três delas, SE2 (construção de um ambiente de inovação), SE3 (definição do principal objetivo do negócio) e SE4 (desenvolvimento de recursos humanos chave para a empresa), não houve significância na comparação simultânea. Já nas outras ocorreram diferenças significativas, pelo que se deu sequência à análise usando o teste de Tukey para as comparações pareadas.

Na SE1 (desenvolvimento de produtos e oportunidades de mercado) os estudantes que manifestam um estilo cognitivo intuitivo sentem-se mais autoeficazes do que se classificam como quase analíticos ( $p=0,030$ ) e mais ainda dos analíticos ( $p=0,005$ ). Para a SE5 (estabelecimento de relação com possíveis investidores) também se verificam as mesmas diferenças de médias nas comparações pareadas pelo teste de Tukey. Assim os intuitivos se diferenciam por se considerar mais autoeficazes que os quase analíticos ( $p=0,045$ ) e que os analíticos ( $p=0,015$ ). Finalmente, para a SE6 (capacidade de enfrentar mudanças não previstas) a diferença somente acontece entre os extremos do *continuum* cognitivo, com os intuitivos sentindo-se mais autoeficazes que os analíticos ( $p=0,020$ ). Quando se fez a Anova com os setores do questionário de Jaén e Liñan (2013) em nenhuma das comparações simultâneas houve diferenças significativas.

## 7 | CONCLUSÃO

Esta pesquisa buscou analisar as conexões entre o estilo cognitivo dos estudantes com a autoeficácia e a intenção empreendedora sob a influência do comportamento planejado que declaram ter. A amostra foi composta por 245 estudantes universitários do último ano de graduação nos cursos de Administração e de Ciências Contábeis de duas universidades comunitárias do Estado de Santa Catarina. Para coleta de dados aplicou-se um questionário organizado em quatro blocos, sendo o primeiro composto de 38 itens referidos ao índice de estilo cognitivo de Allinson e Hayes (1996, 2012). O segundo bloco com 23 itens conforme a proposta de De Noble, Jung e Ehrlich (1999) e o terceiro bloco de 29 itens para mensurar a intenção empreendedora e o comportamento planejado segundo a proposição de Jaén e Liñan (2013), e por fim o quarto bloco onde se registraram os dados dos respondentes. Na análise dos dados, foram feitas comparações de médias (testes t e Anovas) e utilizaram-se técnicas multivariadas do modelo fatorial (análise fatorial exploratória e análise fatorial confirmatória), e a modelagem em equações estruturais.

O estilo cognitivo foi mensurado por meio do *Cognitive Style Index* (CSI) de Allinson e Hayes (1996, 2012) sendo os estudantes universitários classificados seguindo a escala psicométrica de pontuação proposta pelos autores. Nesta ocasião, verificou-se que 7 alunos enquadravam-se na dimensão intuitiva, 59 classificavam-se na dimensão quase intuitiva, 96 estavam na dimensão adaptativa, 67 enquadravam-se na dimensão quase analítica e por fim, 16 estudantes foram classificados na dimensão analítica. Estes achados corroboram com Allinson e Hayes (2012) quando afirmam que os indivíduos enquadram-se num *continuum*. Na amostra analisada houve um predomínio dos classificados na dimensão adaptativa que perpassa confortavelmente pelos dois lados do cérebro, combinando características das intuitivas e analíticas simultaneamente.

Em relação à quantificação da intenção empreendedora (IE) por meio do modelo de Jaén e Liñan (2013), os achados revelaram que a comparação das médias de IE de sob a perspectiva de cada estilo cognitivo mostrou-se com diferenças muito significativas ( $p=0,009$ ). Neste contexto, a somatória dos quatro itens que compõem a IE obtiveram um valor médio para a dimensão intuitiva na ordem de 15,7, sendo que os estudantes quase intuitivos atingiram uma média de 17,7, os adaptativos 16,5, os quase analíticos 15,0 e os analíticos 12,4. Depreende-se que os quase intuitivos manifestam ter mais intenção empreendedora que os estudantes classificados na dimensão analítica. Este resultados reforçam os achados de Kickul et al. (2009) quando afirmam que os indivíduos classificados como intuitivos possuem níveis de intenção empreendedora diferentes dos analistas e por sua vez são mais autoeficazes.

Quanto ao constructo da autoeficácia empreendedora (AE), mensurada por meio da escala de De Noble, Jung e Ehrlich (1999), sua relação com os estilos cognitivos foi parcial. Pois não houve significância para todas as subescalas. Por meio dos

achados da pesquisa verificou-se que o estilo cognitivo (EC) relaciona-se bem com a autoeficácia empreendedora em três subescalas – desenvolvimento de produtos e oportunidades de mercado (SE1), estabelecimento de relação com possíveis investidores (SE5) e capacidade de enfrentar mudanças não previstas (SE6), onde os indivíduos intuitivos se consideram mais autoeficazes que os analistas. Entretanto, o EC não se relaciona com as subescalas de AE – construção de um ambiente de inovação (SE2), definição do principal objetivo do negócio (SE3), desenvolvimento de recursos humanos chave para a empresa (SE4).

Por outro lado, verifica-se uma relação positiva e significativa da AE com o comportamento planejado (CP), alcançando um coeficiente de 0,637. Percebe-se ainda que no constructo do CP, as dimensões C e D, que correspondem às normas subjetivas obtiveram os menores coeficientes de correlação, 0,596 e 0,331 respectivamente. Depreende-se que os estudantes universitários analisados apresentam um nível baixo de crenças em normas e pouca motivação para cumprirem essas normas e/ou convenções estabelecidas.

A associação entre a autoeficácia empreendedora (AE) com a intenção empreendedora (IE) também se mostrou significativa com o coeficiente de 0,449. Estes achados confirmam os resultados de Boyd e Vozikis (1994), Krueger e Brazeal (1994), Chen, Green e Crick (1998) e De Noble, Jung e Ehlich (1999) que atestaram a ligação positiva entre esses dois constructos teóricos.

Para aferir a influência do comportamento planejado, que compreende as dimensões das atitudes em relação ao empreendedorismo (B), normas subjetivas (C + D) e o controle comportamental (E) percebido sob a ótica de Jaén e Liñán (2013), a modelagem em equações estruturais demonstrou que todas as relações foram significativas ao atingirem os coeficientes de 0,770 (A), 0,715 (B), 0,842 (C), 0,608(D) respectivamente, sendo que o controle comportamental percebido obteve o menor coeficiente de significância (0,348). Ressalta-se ainda que quando associado o comportamento planejado (CP) e a intenção empreendedora (IE) se observou uma associação significativa, uma vez que o coeficiente de correlação foi da ordem de 0,561.

## REFERÊNCIAS

ALLISON, C.; HAYES, J. The cognitive style index: a measure of intuition-analysis for organizational research. **Journal of Management Studies**, v. 33, n.1, Jan, p.119-135, 1996.

ALLISON, C.; HAYES, J. **The cognitive style index** : technical manual and user guide. United Kingdom: Pearson, 2012.

AUTIO, E.; KEELEY, R. H.; KLOFSTEN, M.; ULFSTEDT, T. Entrepreneurial intent among students. Testing an intent model in Asia, Scandinavia and USA. In **Frontiers of Entrepreneurship Research, Proceedings of the 17th Annual Babson College Entrepreneurship Research Conference**, 1997.

AZZI, R. G.; POLYDORO, S. Autoeficácia proposta por Albert Bandura. In: AZZI, R. G.; POLYDORO,

- S. (Org.). **Autoeficácia em diferentes contextos**. Campinas: Alínea, 2006. p. 9-23.
- BANDURA, A. Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. **Psychological Review**, v. 84, n. 2, p. 191-215, 1977.
- BANDURA, A. On the functional properties of perceived self-efficacy revisited. **Journal of Management**, v. 38, p. 9–44, 2012.
- BOYD, N. G.; VOZIKIS, G. S. The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 18, n. 4, p.63-77, 1994.
- CHEN, C. C., GREEN, P. G.; CRICK, A. Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? **Journal of Business Venturing**, v. 13, p. 295-316, 1998.
- CHURCHILL JR., G. A. A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs. **Journal of Marketing Research**, v. 16, n. 1, p. 64-74, 1979.
- COFFIELD, F.; MOSELY, D.; HALL, E.; ECCLESTONE, K. **Learning Styles and pedagogy in post-16 learning**: a systematic and critical review. London, UK; Learning and Skills Research Centre, 2004.
- D' AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 50, n.2, p..179-211, 1991.
- DE NOBLE, A.; JUNG, D.;EHRlich, S. **Entrepreneurial self-efficacy**: the development of a measure and its relationship to entrepreneurial actions. Trabalho apresentado em “**Frontiers of Entrepreneurship Research**”. Waltham, 1999.
- DOUGLAS, E. J. Reconstructing entrepreneurial intentions to identify predisposition for growth. **Journal of Business Venturing**, v. 28, p. 633-651, 2013.
- FELDER, R. M. Matters of style. **ASEE Prism**, v. 6, n.4, p.18-23, dec. 1996.
- FEUERSCHÜTTE, S. G.; ALPERSTEDT, G. D.; GODOI, C. K. Empreendedorismo e competência: um ensaio sobre complementaridade e convergência dos constructos. Revista Eletrônica de Gestão Organizacional. **Gestão.Org**, v.10, n.3, p.509-538, set./dez.2012.
- FINNEY, S. J.; DiSTEFANO, C. Non-normal and categorical data in structural equation modeling. In: HANCOK, G. R.; MUELEER, R. O. **Structural equation modeling**: a second course. Charlotte, NC: Information Age Publ. 2006.
- FONTENELE, R. E. S.; BRASIL, M. V. O.; SOUZA, A. M. R. Determinantes da intenção empreendedora de discentes em um instituto de ensino superior. In: SIMPÓSIO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, 27., 2012, Salvador. **Anais...** Rio de Janeiro:ANPAD. 2012. CD-ROM.
- HAIR Jr., J. F.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM R. L.; **Análise multivariada de dados**. 5. ed., Porto Alegre: Bookman, 2009.
- JAÉN, I.; LIÑÁN, F. Work values in a changing economic environment: the role of entrepreneurial capital. **International Journal of Manpower**, v. 34, n.8, p.939-960, 2013.
- JUNG, D. I., EHRlich, S. B., DE NOBLE, A. F., BAIK, K. B. Entrepreneurial self-efficacy and its relationship to entrepreneurial action: a comparative study between the US and Korea. **Management International**, v. 6, n. 1, p. 41-54, 2001.
- KICKUL, J.; GUNDRY, L. K.; BARBOSA, S. D.; WHITCANCAK, L. Intuition versus analysis? testing differential models of cognitive style on entrepreneurial self-efficacy and the new venture creation



process. **Entrepreneurship Theory and Practice (ET&P)**, march, 2009.

KIRBY, D. A. Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge. In **Proceedings of the 2005 San Francisco-Silicon Valley Global Entrepreneurship Research Conference**, USA, p. 173-193. 2005.

KOE, W.; SA'ARI, J. R.; MAJID, I. A.; ISMAIL, K. Determinants of entrepreneurial intention among millennial generation. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, v. 40, p. 197-208, 2012.

KOLB, D. A. **Experimental learning: experience as the source of learning and development**. New Jersey: Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1984.

KRUEGER, N.; CARSDUD, A. Entrepreneurship intentions: applying the theory of planned behavior. **Entrepreneurship & Regional Development**. v. 5, p. 316-323, 1993.

\_\_\_\_\_; BRAZEAL, D. Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v.18, n. 1, p. 91-104, 1994.

\_\_\_\_\_; REILLY, M. D.; CARSRUD, A. L. Competing models of entrepreneurial intentions. **Journal of Business Venturing**, v. 15, n. 5-6, p. 411-432, 2000.

KUMAR, R.; UZKURT, C. Investigating the effects of self efficacy on innovativeness and the moderating impact of cultural dimensions. **Journal of International Business and Cultural Studies**, v. 4, n. 1, p. 1-15, 2010.

LEE, L.; WONG, P. K.; FOO, M. D.; LEUNG, A. Entrepreneurial intentions: The influence of organizational and individual factors. **Journal of Business Venturing**, v.26, p. 124–136, 2011.

MARKMAN, G. D.; BALKIN, D. B.; BARON, R. A. Inventors and new venture formation: the effects of general self-efficacy and regretful thinking. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 27, n. 2, p. 149-165, 2002.

MARTÍNEZ, I.M.; SALANOVA, M. Autoeficacia en el trabajo: el poder de creer que tú puedes. **Estudios financieros**, [s.l.], n. 45, 2006.

McGEE, J. E.; PETERSON, M.; MUELLER, S. L.; SEQUEIRA, J. Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 33, n. 4, p. 965-988, 2009.

MIRANDA, L.; MORAIS, C. Estilos de aprendizagem: o questionário CHAE adaptado para língua portuguesa. **Learning Style Review – Revista de Estilos de Aprendizagem**, v.1, n.1, p.66-87, abr. 2008.

MORIANO, J. A.; PALACÍ, F. J.; MORALES, J. F. Adaptación y validación en España de la escala de autoeficacia emprendedora. **Revista de Psicología Social**, v. 21, n. 1, p. 51-64, 2006.

PIHIE, Z. A. L.; BAGHERI, A. Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention: The Mediation Effect of Self-Regulation. **Vocations and Learning**, v. 6, p. 385–401, 2013.

RAMOS, S. C.; FERREIRA, J. M.; GIMENEZ, F. A. P. Cognição do ambiente competitivo: um estudo dos constructos mentais utilizados por proprietários de pequenas empresas. **RAC**, v.15, n.3, p.392-412, mai./jun.2011.

SALANOVA, M.; GRAU, R.; LLORENS, S.; SCHAUFELI, W. B. Exposición a las tecnologías de la información, burnout y engagement: el rol modulador de la autoeficacia profesional. **Psicología Social Aplicada**, v. 11, n. 1, p. 69-89, 2001.

SCHWARTZ, S. H. Mapping and interpreting cultural differences around the world In VINKEN, H., SOETERS, J., ESTER, P. (EDs). **Comparing Cultures, Dimensions of Culture in a comparative perspective**, Brill: Leiden. 2004.

SEGAL, G., BORGIA, D., SCHOENFELD, J. Using social cognitive career theory to predict self-employment goals. **New England Journal of Entrepreneurship**, v. 5, n. 2, p. 47-56, 2002.

SHEPHERD, D. A.; KRUEGER, N. F., Jr. An intentions-based model of entrepreneurial teams' social cognition. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 27., n. 2, p. 167-185, 2002.

ZHAO, H.; SEIBERT, S.; HILLS, G. The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. **Journal of Applied Psychology**, v. 90, n. 6, p.1265-1272, 2005.

## **SOBRE O ORGANIZADOR**

**CLAYTON ROBSON MOREIRA DA SILVA** Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI). Doutorando em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Mestre em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Possui MBA em Gestão em Finanças, Controladoria e Auditoria pelo Centro Universitário INTA (UNINTA). Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA).

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-7247-315-6



9

788572 473156