

Intenção Empreendedora e Consciência Ambiental de Empresários Juniores

Entrepreneurial Intention and Environmental Awareness of Junior Entrepreneurs

Intención Emprendedora y Conciencia Ambiental de los Jóvenes Emprendedores

Luis Eduardo Brandão Paiva¹
Evangelina da Silva Sousa²
Rafaela de Almeida Araújo³
Tereza Cristina Batista de Lima⁴

Resumo

Este estudo teve como objetivo analisar a influência da Teoria do Comportamento Planejado (atitudes pessoais, normas subjetivas e controle comportamental percebido) e da consciência ambiental na intenção empreendedora de empresários juniores. Trata-se de uma pesquisa quantitativa e descritiva, com 165 empresários juniores de 17 estados brasileiros. O instrumento de pesquisa adotado foi baseado nos arcabouços teóricos de Gonçalves-Dias *et al.* (2009), para a consciência ambiental; e de Liñán e Chen (2009), para a Teoria do Comportamento Planejado. Foram adotadas técnicas de análise de multivariada de dados, como a análise fatorial exploratória e a regressão logística. Os resultados permitiram apontar que existem influências das atitudes pessoais e do controle comportamental percebido na intenção empreendedora dos empresários juniores. Não foi possível confirmar a influência das normas subjetivas e da consciência ambiental na intenção empreendedora dos empresários juniores. A partir disso, constata-se a necessidade de um maior alinhamento dessas práticas sustentáveis, por meio das universidades, políticas públicas e das próprias empresas juniores, para estimular esses futuros empreendedores a incorporarem práticas sustentáveis nos negócios. Ademais, as empresas juniores, espaços que estimulam o espírito empreendedor dos graduandos, devem incentivar ainda mais o empreendedorismo com foco na sustentabilidade, a fim de contribuir para o empreendedorismo sustentável.

Palavras-chave: consciência ambiental; empresários juniores; intenção empreendedora.

Abstract

This study aimed to analyze the influence of the Theory of Planned Behavior (personal attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control) and environmental awareness on the entrepreneurial intention of junior entrepreneurs. This is a quantitative and descriptive research, with 165 junior entrepreneurs from seventeen Brazilian states. The research instrument adopted was based on the theoretical framework of Gonçalves-Dias *et al.* (2009), for environmental awareness; and Liñán and Chen (2009) for the Theory of Planned Behavior. Multivariate data analysis techniques were adopted, such as exploratory factor analysis and logistic regression. The

-  Pós-Doutorando em Administração pelo Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Nove de Julho (UNINOVE). Doutor em Administração e Controladoria pelo Programa de Pós-graduação em Administração e Controladoria da Universidade Federal do Ceará.
-  Doutora em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (2020), linha de pesquisa: Organizações, Estratégia e Sustentabilidade - com Doutorado Sanduíche na Universidade do Minho (Doutoramento em Marketing e Estratégia). Mestra em Desenvolvimento e Meio Ambiente - Rede Prodema-UFPI (2015). Especialista em Gestão Estratégica de Pessoas - Centro Unificado de Ensino de Teresina (2008). Graduada em Ciências Contábeis pela Faculdade Novaunes (2011) e em Administração pela Universidade Federal do Piauí (2007). Atuo como Administradora na Universidade Federal do Piauí, exercendo, desde 2020, a função de Pró-Reitora de Administração. Tenho interesse em pesquisas na área de Administração, com ênfase nos temas: sustentabilidade, consumo, intenção comportamental e empreendedorismo..
-  Doutoranda e Mestre em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (2020) - área de concentração: Gestão Organizacional. Bacharel em administração pela Universidade Federal do Ceará (2017). Participou do Programa de Educação Tutorial (PET Adm - UFC). Foi bolsista PIBIC - CNPq. Integrante do grupo de pesquisa Diversidade, Subjetividade e Trabalho no contexto laboral contemporâneo, cadastrado no CNPq, sob a coordenação da Profa. Dra. Tereza Cristina Batista de Lima. Tem experiência na área de Administração, atuando principalmente nos seguintes temas: sociologia das profissões, processo de socialização profissional e organizacional, sentido do trabalho, gestão de pessoas, comportamento organizacional, desenvolvimento de carreiras e diversidade.
-  Doutora em Educação pela Universidade Federal do Ceará. Professora do Programa de Pós-graduação em Administração e Controladoria da Universidade Federal do Ceará.

results showed that there are influences of personal attitudes and perceived behavioral control in the entrepreneurial intention of junior entrepreneurs. It was not possible to confirm the influence of subjective norms and environmental awareness on the entrepreneurial intention of junior entrepreneurs. From this, there is a need for greater alignment of these sustainable practices, through universities, public policies and junior companies themselves, to encourage these future entrepreneurs to incorporate sustainable practices in their business. Furthermore, junior companies, spaces that encourage the entrepreneurial spirit of undergraduates, should further encourage entrepreneurship with a focus on sustainability, to contribute to sustainable entrepreneurship.

Keywords: *environmental awareness; junior entrepreneurs; entrepreneurial intention.*

Resumen

Este estudio analizó la influencia de la Teoría del Comportamiento Planificado (actitudes personales, normas subjetivas y control conductual percibido) y la conciencia ambiental en la intención emprendedora de jóvenes emprendedores. Se trata de una investigación cuantitativa y descriptiva, con 165 jóvenes emprendedores de diecisiete estados brasileños. El instrumento de investigación adoptado se basó en los marcos teóricos de Gonçalves-Dias et al. (2009), para la conciencia ambiental; y Liñán y Chen (2009), para la Teoría del Comportamiento Planificado. Se adoptaron técnicas de análisis de datos multivariados, como el análisis factorial exploratorio y la regresión logística. Los resultados mostraron que existen influencias de las actitudes personales y el control conductual percibido sobre la intención emprendedora de los jóvenes emprendedores. No fue posible confirmar la influencia de las normas subjetivas y la conciencia ambiental en la intención emprendedora de los jóvenes emprendedores. Así, surge la necesidad de un mayor alineamiento de estas prácticas sustentables, a través de las universidades, las políticas públicas y las propias empresas junior, para incentivar a estos futuros emprendedores a incorporar prácticas sustentables en los negocios. Además, las empresas juniors, espacios que estimulan el espíritu emprendedor de los graduados universitarios, deben incentivar aún más el emprendimiento con enfoque de sustentabilidad, con el fin de contribuir al emprendimiento sustentable.

Palabras clave: *conciencia ambiental; emprendedores junior; intención emprendedora.*

A educação é vista como uma forma de transformador a vida das pessoas, uma vez que atua como mediadora na concepção da cidadania responsável e da consciência coletiva sobre a finitude dos recursos naturais (Souza, 2020). Ao levar em conta a educação sob a perspectiva do ensino superior, a sustentabilidade ambiental vem contribuindo para a formação acadêmica, nos níveis teórico e prático, além de refletir na gestão organizacional das instituições de ensino superior (IES) (Rohrich & Takahashi, 2019).

Rohrich e Takahashi (2019) destacam ainda a predominância de duas correntes de pensamento que relacionam o papel das IES na sustentabilidade ambiental: a primeira envolve a prática da educação ambiental na qualificação do corpo acadêmico; e a segunda compreende a implementação e a utilização de sistemas de gestão ambiental como modelos para uma gestão socioambiental.

Desta forma, no que se refere à sustentabilidade, os cursos de graduação, sobretudo os direcionados à Gestão, têm adotado as suas perspectivas (ambiental, social e econômica) em seus currículos, com o intuito de buscar impactar no modo de conscientizar os comportamentos dos estudantes, em virtude de que estes podem ser futuros empreendedores ou gestores de empresas – tomadores de decisões complexas e incertas, inclusive sobre questões sustentáveis (Jacobi, Raufflet, & Arruda, 2011; Paiva, Lima, Rebouças, Ferreira, & Fontenele, 2018; Silva, Czykiel, Figueiró, Santos & Galvão, 2013).

De acordo com Sinay, Dalbem, Loureiro & Vieira (2013), no Brasil, a educação com foco ambiental se tornou obrigatória em todos os níveis de ensino a partir de 1999, principalmente, com a Lei nº 9.795, instituindo a Política Nacional de Educação Ambiental (PNEA). A sustentabilidade é um assunto necessário dentro dos cursos de graduação e pós-graduação, tendo em vista a necessidade da inclusão de ações favoráveis ao meio ambiente na formação dos estudantes universitários (Danesi, Souza, Güths, & Araújo, 2020; Gonçalves-Dias, Teodósio, Carvalho & Silva, 2009; Silva *et al.*, 2013).

Diante desse cenário educacional, as empresas juniors são espaços para a formação profissional complementar de estudantes do ensino superior (Campos, Abbad, Macedo & Silva, 2015), pois há uma preocupação com a consolidação e a valorização do conhecimento, assim como das competências desses estudantes (Almeida, Daniel & Figueiredo, 2019; Valadão, Almeida & Medeiros, 2014), sendo alinhado à teoria e prática de ensino, pesquisa e extensão.

As empresas juniors tendem a favorecer o desenvolvimento de atividades empreendedoras, além de desenvolvimento pessoal e profissional, favorecendo a empregabilidade e propiciando a sustentabilidade nos negócios, e isto ainda possibilita o crescimento de negócios locais que se beneficiam dos serviços dessas empresas juniors (Almeida *et al.*, 2019). Assim, os estudantes associados às empresas juniors potencializam características empreendedoras, como: autoeficácia, liderança, sociabilidade, inovação e capacidade para assumir riscos calculados (Moraes, Iizuka, Rocha & Diaféria, 2021).

Neste sentido, conforme Palassi, Martinelli e Paula (2020) as empresas juniores se aproximam do experienciado de uma organização empresarial, que valoriza o discurso empreendedor. Assim, no empreendedorismo a intenção é considerada a principal preditora desse comportamento, momento em que, de fato, o indivíduo inicia suas atividades empreendedoras (Barba-Sánchez, Mitre-Aranda & Brío-González, 2022; Liñán & Chen, 2009; Ferreira, Loiola, & Gondim, 2017; Paiva *et al.*, 2018; Zaremohzzabieh *et al.*, 2019). A partir da operacionalização de modelos teóricos que tentam explicar o comportamento humano, tem-se a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) (Ajzen, 1991; 2015), como estrutura conceitual que compreende o comportamento diante das diferentes possibilidades de atuação, mediante alguns antecedentes da intenção, como atitudes pessoais, normas subjetivas e controle comportamental percebido, e isto pode incluir também ações e práticas sustentáveis.

Ao considerar a ampliação do número de instituições de ensino superior que passaram a formar estudantes com conhecimentos e habilidades para tomada de decisões sustentáveis dentro das organizações (Jacobi, Raufflet, & Arruda, 2011) e que as empresas juniores são consideradas ambientes propícios para expansões teóricas e práticas, especialmente direcionadas ao empreendedorismo, que pode contribuir e impactar tanto na economia como na sociedade e no meio ambiente (Barros, Miranda, Almada & Quintas, 2017; Bicalho & Paula, 2012; Campos *et al.*, 2015; Lourenço, 2014; Peres, Carvalho & Hashimoto, 2004), torna-se pertinente compreender como esses conhecimentos estão sendo realizados pelos empresários juniores, sobretudo no que se refere às suas consciências frente aos impactos ambientais, uma vez que quando eles têm consciência do impacto de suas ações e posturas no meio ambiente, tendem a incorporar práticas sustentáveis na criação de negócios (Kuckertz & Wagner, 2010; Makhamed & Bendassolli, 2017; Paiva *et al.*, 2018; Sousa, Paiva, Santos, Rebouças & Fontenele, 2020).

Diante do exposto e considerando a intenção empreendedora e a sustentabilidade, especificamente, com foco na consciência ambiental dos empresários juniores, eles que são considerados agentes de mudança e que atuam em espaços direcionados para o empreendedorismo, reunindo diversas áreas e interesses, surge o seguinte questionamento para o desenvolvimento desta pesquisa, fundamentando-se na Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991; Liñán & Chen, 2009): qual a influência da consciência ambiental na intenção empreendedora de empresários juniores? A partir disso, este estudo tem como objetivo analisar a influência da Teoria do Comportamento Planejado (atitudes pessoais, normas subjetivas e controle comportamental percebido) e da consciência ambiental na intenção empreendedora de empresários juniores.

Este estudo justifica-se, pois, apesar da crescente expansão de estudos sobre sustentabilidade (com foco ambiental), incluindo futuros administradores e/ou empreendedores (Gonçalves-Dias, Teodósio, Carvalho & Silva, 2009; Pinheiro, Peñaloza, Monteiro & Nascimento, 2014; Venzke & Nascimento, 2013), constata-se baixa a incidência de pesquisas que alinham intenção empreendedora e sustentabilidade (por meio da consciência ambiental) na perspectiva de empresários juniores, especialmente no cenário nacional.

Consoante a isso, tendo em vista que na graduação em administração tem crescido o debate acerca da responsabilidade ambiental, torna-se relevante compreender se a consciência ambiental pode interferir no fato de eles terem ou não intenção de empreendedor (Silva & Chauvel, 2011). Portanto, espera-se que este estudo propicie reflexões para o fomento de políticas e práticas universitárias voltadas às empresas juniores, principalmente com foco sustentável nas práticas empreendedoras desses estudantes – com o intuito de que eles possam trazer benefícios, além do econômico, social e ambiental.

Fundamentação Teórica

Empresas juniores e consciência ambiental

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

Com a evolução dos modelos de gestão empresarial, o empreendedorismo ganhou mais destaque nas universidades. As empresas juniores, criadas e gerenciadas pelos próprios discentes, são organizações que prestam serviços que são, muitas vezes, abaixo do valor de mercado e investem ainda o faturamento na capacitação dos empresários juniores. Os principais clientes são os micros e pequenos empresários que buscam uma alternativa de baixo custo e qualificada para a solução dos problemas de suas empresas (Cortez, Veiga & Salvador, 2019; Ferreira-da-Silva & Pinto, 2011; Ipiranga, Freitas & Paiva, 2010).

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

soluções para mitigar problemas econômicos, sociais e ambientais (Gonçalves-Dias *et al.*, 2009; Paiva *et al.*, 2018; Ploum, Blok, Lans & Omta, 2018; Pinheiro *et al.*, 2014; Silva *et al.*, 2013).

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

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

Nesse sentido, ao levar em conta a perspectiva da preocupação do indivíduo com as questões ambientais, que se alinha também com questões sociais e culturais (Gonçalves-Dias *et al.*, 2009; Paiva *et al.*, 2018), enfatiza-se a consciência ambiental, que detém base no contexto individual das preocupações frente à questão ambiental. Ao considerar a perspectiva teórico-metodológica de Gonçalves-Dias *et al.* (2009), a consciência ambiental é um constructo multidimensional, instituído por fatores atitudinais, cognitivos e comportamentais, cujas dimensões adotadas nesta pesquisa podem ser observadas na Tabela 1.

Tabela 1

Dimensões da consciência ambiental

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

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

Quanto às questões ambientais, é notável a necessidade de um novo comportamento dos gestores, para que as empresas modifiquem suas posturas e deixem de causar problemas ambientais – com o intuito de impactar positivamente no meio ambiente, trazendo soluções para a proteção e conservação ambiental (Gonçalves-Dias *et al.*, 2009; Paiva *et al.*, 2018, Pinheiro *et al.*, 2014). As empresas juniores apresentam um importante papel, pois alinham o que é visto em sala de aula com a prática profissional, e isto faz com que os discentes possam realizar práticas sustentáveis nas empresas em que realizam consultorias, assim como nos seus futuros negócios.

Teoria do Comportamento Planejado e intenção empreendedora

A Teoria do Comportamento Planejado destaca que as crenças sobre atitudes pessoais, normas subjetivas e controle comportamental percebido tendem a ser influenciadores e preditores da intenção, e esta é a principal antecedente do comportamento (Ajzen, 1991, 2015; Kautonen, Gelderen & Fink, 2015; Liñán & Chen, 2009; Shi, Yuan, Bell & Wang, 2020). É por meio desses conceitos que a TCP busca entender e prever as particularidades do comportamento em determinados contextos (Ajzen, 1991, 2015).

A intenção empreendedora é amplamente abordada no âmbito dos empresários juniores, em virtude de que esses indivíduos buscam se inserir no mercado de trabalho, sobretudo por meio das experiências de consultoria nas empresas que atuam, e isto possibilita a eles estarem cada vez mais próximos do contexto do empreendedorismo. Ademais, as empresas juniores são espaços que estimulam e incentivam as práticas empreendedoras (Ferreira *et al.*, 2017; Ferreira-da-Silva & Pinto, 2011). Como os empresários juniores têm a possibilidade de aplicar a teoria que tem sido vista em sala de aula, assim como a sustentabilidade tem crescido e sido amplamente abordada na grade curricular das Instituições de ensino superior (Jacobi, Raufflet & Arruda, 2011; Teixeira *et al.*, 2016), é possível

perceber que essa realidade tem se alinhado cada vez mais nas consultorias prestadas pelos empresários juniores.

Ainda na perspectiva dos empresários juniores e da intenção empreendedora, a Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991, 2015) tem sido considerada referência para identificar e examinar as ações realizadas pelos indivíduos; além disso, busca auxiliar na compreensão geral das contínuas mudanças que podem guiar diretamente as ações empreendedoras (Liñán & Chen, 2009; Silveira *et al.*, 2017).

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

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

As crenças relacionadas às normas subjetivas mensuram a pressão social percebida para realizar (ou não) comportamentos empreendedores, ou seja, se as pessoas consideradas como referências para o indivíduo, como amigos e familiares, aprovam ou não a decisão de ele se tornar um empreendedor (Kautonen *et al.*, 2015; Liñán & Chen, 2009; Paiva *et al.*, 2020). A literatura aponta que essas referências próximas do indivíduo podem incentivar a intenção empreendedora. A partir disso, mostra-se mais uma hipótese para esta pesquisa: **H₂**: As normas subjetivas influenciam positivamente na intenção empreendedora de empresários juniores.

Ademais, outra dimensão que é preditora da intenção é o controle comportamental percebido, sendo definida como a percepção da facilidade ou dificuldade em exercer um determinado comportamento, ou seja, de o indivíduo se tornar empreendedor (Kautonen *et al.*, 2015; Liñán & Chen, 2009; Sousa *et al.*, 2020). Sendo assim, levando-se em conta ainda a Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991; Liñán & Chen, 2009), emerge mais uma hipótese para o desenvolvimento deste estudo: **H₃**: O controle comportamental percebido influencia positivamente na intenção empreendedora de empresários juniores.

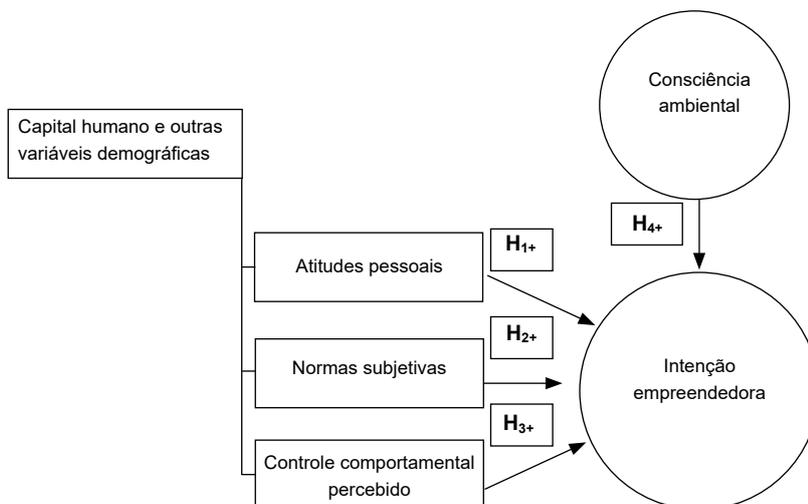
A decisão de se tornar empreendedor é vista como espontânea e consciente, sendo a intenção o primeiro passo para a concretização de um empreendimento, pois é o desejo e o elemento necessário para a realização do comportamento (Bae, Qian, Miao & Fiet, 2014; Liñán & Chen, 2009; Silveira *et al.*, 2017).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

Diante dessas discussões, considera-se também a importância da educação alinhada ao empreendedorismo, em virtude de que a prática aumenta o conhecimento (Barros *et al.*, 2017; Bicalho & Paula, 2012; Campos *et al.*, 2015; Liñán & Chen, 2009; Lourenço, 2014; Peres *et al.*, 2004), e ainda proporciona uma maior conscientização sobre a opção empreendedora (Liñán & Chen, 2009). Assim, quando se trata do empreendedorismo relacionado à consciência ambiental, faz-se necessário compreender as ações e posturas dos estudantes para que estes busquem soluções para mitigar os problemas ambientais, impactando positivamente na sociedade e no meio ambiente, uma vez que um indivíduo que tem uma consciência ambiental positiva pode incorporar práticas positivas relacionadas ao meio ambiente no seu negócio (Gonçalves-Dias *et al.*, 2009; Paiva *et al.*, 2018; Pinheiro *et al.*, 2014; Silva *et al.*, 2013). A partir disso, surge a seguinte hipótese: **H₄**: A consciência ambiental influencia positivamente na intenção empreendedora de empresários juniores.

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

Figura 1

Formulação das hipóteses da pesquisa



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

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

Procedimentos Metodológicos

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

A coleta de dados foi realizada por meio de questionário estruturado com 165 empresários juniores de 21 estados brasileiros, de todas as regiões do país. A amostra contempla estudantes de 36 cursos dos programas de graduação de 50 instituições de ensino superior, sendo 38 IES públicas e 12 IES privadas. A amostragem foi não probabilística, por conveniência (Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, 2009), tendo como critério de escolha a disponibilidade do respondente em participar da pesquisa.

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

Tabela 2

Itens do instrumento da pesquisa

Dimensão	Item	Assertiva
Intenção empreendedora	IE	Tenho a intenção de me tornar empreendedor nos próximos cinco anos.
Atitudes pessoais	AT1	Para mim, ser um empreendedor traz mais vantagens do que desvantagens.
	AT2	Uma carreira como empreendedor me parece atrativa.
	AT3	Se eu tivesse uma oportunidade e recursos necessários, eu gostaria de abrir uma empresa.
	AT4	Ser empreendedor me trará grande satisfação.
	AT5	Mesmo considerando outras opções, eu preferiria me tornar um empreendedor.
Normas subjetivas	NS1	Meus amigos aprovaram minha decisão de me tornar um empreendedor.
	NS2	Minha família aprovaria minha decisão de me tornar um empreendedor.
	NS3	Meus colegas da faculdade aprovariam minha decisão de me tornar um empreendedor.
Controle comportamental percebido	CCP1	Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim.
	CCP2	Estou preparado para iniciar uma empresa que seja viável financeiramente.
	CCP3	O processo de criação de uma empresa é algo que eu posso fazer.
	CCP4	Sei como preparar um projeto para criação de uma empresa.
	CCP5	Conheço os detalhes práticos necessários para se iniciar uma empresa.
	CCP6	Conheço os detalhes práticos necessários para se iniciar uma empresa.
Consciência ambiental	CA1	Já paguei mais por produtos ambientalmente corretos.
	CA2	Eu procuro comprar produtos feitos de material reciclado.
	CA3	Eu já convenci outras pessoas a não comprarem produtos que prejudicam o meio ambiente.
	CA4	As preocupações com o meio ambiente interferem na minha decisão de compra.
	CA5	Leio o rótulo atentamente antes de decidir a compra.
	CA6	Quando não tem lixeira por perto, guardo o papel que não quero mais no bolso.
	CA7	Evito jogar papel no chão.
	CA8	Ajudado a manter as ruas limpas.
	CA9	Compro produtos de uma empresa mesmo sabendo que ela polui o meio ambiente.
	CA10	Evito usar produtos fabricados por empresas que poluem o meio ambiente.
	CA11	Falo sobre a importância do meio ambiente com outras pessoas.
	CA12	Mobilizo as pessoas para a conservação dos espaços públicos.
	CA13	Procuro reduzir o meu consumo de recursos naturais escassos.
	CA14	Tomo banho demorado.
	CA15	Fico com a geladeira aberta muito tempo, olhando o que tem dentro.
	CA16	Quando estou em casa, deixo as luzes acesas em ambientes que não são usados.

Fonte: Elaborada pelos autores.

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

Análise dos Dados e Discussão dos Resultados

Perfil da amostra

Em relação à amostra investigada, destaca-se que, dos 165 respondentes, 86 se declararam mulheres, 78 homens e 1 se caracterizou de outro gênero. Ao serem indagados sobre o período de participação na empresa júnior,

o mais experiente esteve na empresa júnior por 33 meses, enquanto 19 respondentes estiveram por 4 meses e 16 por 3 meses. Em relação a ter ou não intenção empreendedora, predominou empresários juniores com intenção empreendedora (120 estudantes, isto é, 72,7% da amostra); enquanto isso, 45 não manifestaram ter intenção empreendedora (27,3%).

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

Tabela 3

Semestre dos indivíduos da amostra

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

Fonte: Dados da pesquisa.

Quanto à associação entre os pais empreendedores e a intenção empreendedora dos empresários juniores, é pertinente ressaltar que 60 deles têm pelo menos um dos pais empreendedores; 19 tiveram pais empreendedores, porém não são mais empreendedores; e 86 nunca tiveram pais empreendedores. Constata-se, ainda, que a maioria tem intenção empreendedora (72,7%); todavia, o contexto familiar não mostrou ter associação estatisticamente significativa na intenção empreendedora dos empresários juniores, conforme pode ser verificado pela Tabela 4.

Tabela 4

Intenção empreendedora e pais empreendedores

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

Fonte: Dados da pesquisa.

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

Análise fatorial para as dimensões do modelo da pesquisa

Realiza-se a análise fatorial para as dimensões que antecedem a intenção empreendedora, considerando a perspectiva teórico-metodológica de Liñán e Chen (2009), a partir da Teoria do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991). Essa análise fatorial apresenta 67,18% de variância explicada, com o valor do *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO = 0,806) e

o teste de esfericidade de *Bartlett* (qui-quadrado = 896,594), e isto mostra que a análise é considerada significativa, atendendo a todos os pressupostos preestabelecidos para a viabilidade da análise fatorial exploratória (Tabela 5).

Tabela 5

Análise fatorial para as dimensões da Teoria do Comportamento Planejado

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

Fonte: Dados da pesquisa.

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

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

Tabela 6

Análise fatorial para as dimensões da consciência ambiental

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

Fonte: Dados da pesquisa.

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

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

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

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

Tabela 7

Comparação entre os grupos com e sem intenção empreendedora

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

Fonte: Dados da pesquisa.

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

Diante desse achado, é pertinente mencionar que não foram encontradas diferenças significantes entre as dimensões da consciência ambiental com base nas diferenças entre as médias dos grupos de empresários juniores com e sem intenção empreendedora. Em virtude disso, há evidências para discorrer o fato de que a consciência ambiental pode não ter influência na intenção empreendedora dos empresários juniores. Sendo assim, não há evidências do impacto de práticas e posturas sustentáveis na intenção empreendedora deles.

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

Análise do modelo de regressão logística

O modelo de regressão logística foi ajustado e apresentou como variáveis independentes as atitudes pessoais, as normas subjetivas, o controle comportamental percebido, o consumo engajado, a preocupação com o lixo, a mobilização, o ambiente doméstico, o boicote via consumo, assim como as variáveis sociodemográficas, com o intuito de prever a variável dependente: “Tenho intenção de empreender nos próximos cinco anos”, que foi mensurada por meio de uma variável dicotômica (“sim” ou “não”).

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

Tabela 8

Resultados do modelo de regressão logística

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

Fonte: Dados da pesquisa.

As atitudes pessoais apresentaram influências positivas na intenção empreendedora dos empresários juniores, com os seguintes valores: B de 0,977; p de 0,000; e Exp (B) de 2,657, e isto permite evidenciar que os indivíduos com atitudes mais favoráveis ao empreendedorismo têm duas vezes mais chances de terem intenção empreendedora do que os que não apresentam tais atitudes. Nessa perspectiva, há evidências fortemente suficientes para não rejeitar a hipótese H_1 : As atitudes pessoais influenciam positivamente na intenção empreendedora de empresários juniores, e isto corrobora com os achados das investigações realizadas por Oliveira *et al.* (2016), Paiva *et al.* (2020) e Sousa *et al.* (2020), uma vez que tais pesquisas confirmaram a influência das atitudes pessoais na intenção empreendedora de estudantes universitários.

As normas subjetivas não tiveram influências na intenção empreendedora dos estudantes, uma vez que apresentou como valores B de 0,467; p de 0,986; e Exp (B) de 0,996. A partir disso, constata-se que não houve influência das normas sociais, amigos e familiares, na formação da intenção empreendedora dos empresários juniores, revelando que o contexto familiar e as normas subjetivas não detêm influência estatisticamente significativa na intenção empreendedora, e isto faz com que se rejeite a hipótese H_2 : As normas subjetivas influenciam positivamente na intenção empreendedora de empresários juniores. Esse achado entra em consonância com as pesquisas de Paiva *et al.* (2020) e Sousa *et al.* (2020), indicando que a dimensão normas subjetivas é o preditor com menor influência na intenção empreendedora de estudantes universitários ou, em muitos casos, não apresentam influência.

O controle comportamental percebido influenciou positivamente na intenção empreendedora dos empresários juniores, apresentando os seguintes valores: B de 0,467; p de 0,036; e Exp (B) de 1,596, e isto possibilita inferir que os que percebem suas habilidades e competências para criar um negócio têm mais possibilidades de empreender

quando comparado com os empresários juniores que não têm tal percepção. Há indícios suficientes para não rejeitar a hipótese H_3 : O controle comportamental percebido influencia positivamente na intenção empreendedora de empresários juniores, apoiando os resultados das pesquisas de Oliveira *et al.* (2016), Paiva *et al.* (2020) e Sousa *et al.* (2020), em que os universitários, ao reconhecerem suas competências e habilidades, sentem-se mais estimulados a empreender.

Ademais, nenhuma dimensão da consciência ambiental apresentou influência estatisticamente significativa na predição da intenção empreendedora dos empresários juniores, mostrando que não houve impacto da consciência ambiental na intenção empreendedora dos estudantes universitários. Há indícios fortemente suficientes para rejeitar a H_4 : A consciência ambiental influencia positivamente na intenção empreendedora de empresários juniores, o que contrapõe os achados das pesquisas de Kuckertz e Wagner (2010) e de Paiva *et al.* (2018), cujos resultados evidenciaram a influência de elementos atitudinais, cognitivos e comportamentais, em relação ao meio ambiente, na intenção empreendedora de estudantes universitários..

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

Cabe mencionar que, por meio das análises discutidas anteriormente, existem evidências para não rejeitar H_1 e H_3 . Todavia, há fortes indícios para rejeitar a H_2 e H_4 . Diante disso, mostra-se a Tabela 9, que exhibe uma síntese dos valores observados e esperados das hipóteses da pesquisa.

Tabela 9

Valores esperados e observados das hipóteses da pesquisa

Hipótese	Dimensões	Valor Esperado da Hipótese	Valor Observado da Hipótese
H_1	Atitudes pessoais	Influência positiva na intenção empreendedora	Não rejeita
H_2	Normas subjetivas	Influência positiva na intenção empreendedora	Rejeita
H_3	Controle comportamental percebido	Influência positiva na intenção empreendedora	Não rejeita
H_4	Consciência Ambiental	Influência positiva na intenção empreendedora	Rejeita

Fonte: Dados da pesquisa.

De modo geral, destaca-se que nenhuma das cinco dimensões da consciência ambiental (o consumo engajado, a preocupação com o lixo, a mobilização, o ambiente doméstico, o boicote via consumo) teve influência na intenção empreendedora dos empresários juniores. É pertinente mencionar que o contexto da sustentabilidade ambiental se encontra na base da consciência ambiental, e esta não apresentou influência na intenção empreendedora dos empresários juniores. Nessa perspectiva, constata-se a necessidade de um maior alinhamento dessas práticas sustentáveis, por meio de universidades, políticas públicas e das próprias empresas juniores – a fim de estimular esses futuros empreendedores a desenvolverem competências voltadas às questões ambientais para que, a partir disso, possam incorporar práticas sustentáveis nos seus negócios.

Considerações Finais

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

Os resultados demonstraram que existem influências das atitudes pessoais, que se referem ao grau de avaliação que o indivíduo tem para ser realmente um empreendedor; e do controle comportamental percebido, no que diz respeito à percepção da facilidade ou dificuldade em se tornar um empreendedor, na intenção empreendedora dos empresários juniores. Nesse contexto, percebeu-se que quanto mais evidente as atitudes pessoais e o controle

comportamental percebido, maior a probabilidade de os empresários juniores empreenderem. Todavia, as normas subjetivas, que se referem à pressão social para realizar ou não um comportamento, tendo ênfase a preocupação do indivíduo quanto às consequências de seu comportamento para outras pessoas, não obtiveram influências na intenção empreendedora dos empresários juniores.

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

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

Este estudo apresentou algumas limitações que não foram suplantadas no seu desenvolvimento, podendo-se apontar o tamanho da amostra que contempla 17 estados brasileiros. Diante dessas limitações, sugere-se, para pesquisas futuras, utilizar o mesmo instrumento com empresários juniores de outros países, com o intuito de realizar um estudo *cross-cultural* e comparar com os resultados desta pesquisa. Além disso, poderiam ser realizadas entrevistas em profundidade contemplando o alinhamento entre a intenção empreendedora e a sustentabilidade com empresários juniores brasileiros e estrangeiros. O principal foco para estudos futuros é ampliar, ainda mais, compreensões e entendimentos sobre a consciência ambiental e a intenção empreendedora de empresários juniores.

Referências

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2015). Consumer attitudes and behavior: The theory of planned behavior applied to food consumption decisions. *Italian Review of Agricultural Economics*, 70(2), 121-138.
- Almeida, J., Daniel, A. D., & Figueiredo, C. (2019). The future of management education: The role of entrepreneurship education and junior enterprises. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 1-11.
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship theory and practice*, 38(2), 217-254.
- Barba-Sánchez, V., Mitre-Aranda, M., & Brío-González, J. (2022). The entrepreneurial intention of university students: An environmental perspective. *European Research on Management and Business Economics*, 28(2), 47-56.
- Barros, D. C., Borges, R. S. G., Miranda, M. G. C., Almada, L., & Quintas, C. A. (2017). *Satisfação no trabalho da geração z: Um estudo nas empresas júnior da UFMG* [Apresentação de trabalho]. Encontro da ANPAD – EnANPAD, São Paulo-SP. <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/45560>
- Bicalho, R. D. A., & Paula, A. P. P. D. (2012). Empresa Júnior e a reprodução da ideologia da Administração. *Cadernos EBAPE. BR*, 10(4), 894-910. <https://doi.org/10.1590/S1679-39512012000400008>
- Campos, E. B. D., Abbad, G. D. S., Macedo, A. G. A. P. S., & Silva, N. P. (2015). Necessidades de treinamento: Uma proposta de avaliação estratégica no contexto de empresas juniores brasileiras. *RAM Revista de Administração Mackenzie*, 16(6), 126-158.
- Cesconetto, S. M. M., Nunes, T. S., & MorettoNeto, L. (2013). As empresas juniores no desenvolvimento de competências empreendedoras e gerenciais. *Revista de Administração da UEG*, 3(2), 118-141.
- Collis, J., & Hussey, R. (2005). *Pesquisa em administração: Um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação*. Bookman.

- Corrar, L. J., Dias, J. M., Filho, & Paulo, E. (2009). *Análise multivariada para os cursos de administração, ciências contábeis e economia*. Editora Atlas.
- Cortez, P. A., Veiga, H. M. D. S., & Salvador, A. P. (2019). Impacto de personalidade e empresas juniores para estimular potenciais empreendedores. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, 71(2), 179-192.
- Danesi, L. C., Souza, R. V., Güths, H., & Araújo, E. B. (2020). O Ensino da sustentabilidade em instituições comunitárias de ensino superior na perspectiva da Triple Botton Line. *Brazilian Journal of Development*, 6(12), 96464-96475.
- Fayolle, A., Liñán, F., & Moriano, J. A. (2014). Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 679-689.
- Ferreira-da-Silva, R. C., & Pinto, S. R. D. R. (2011). Organização de aprendizagem em uma Empresa Júnior. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 12(1), 11-39. <https://doi.org/10.13058/raep.2011.v12n1.171>
- Ferreira, A. D. S. M., Loiola, E., & Gondim, S. M. G. (2017). Preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora entre universitários: Revisão de literatura. *Cadernos Ebape. BR*, 15, 292-308. <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cadernosebape/article/view/59595>
- Frankenberger, F., Cunha, J. G. M. C., & Vieira, A. M. D. P. (2017). Sustentabilidade no curso de administração: ensino é refletido no Enade? *Revista Gestão Universitária na América Latina-GUAL*, 10(2), 171-188.
- Gonçalves-Dias, S. L. F., Teodósio, A. D. S. D. S., Carvalho, S., & Silva, H. M. R. D. (2009). Consciência ambiental: Um estudo exploratório sobre suas implicações para o ensino de administração. *RAE Eletrônica*, 8(1), 1-22.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. Bookman editora.
- Ipiranga, A. S. R., Freitas, A. A. F. D., & Paiva, T. A. (2010). O empreendedorismo acadêmico no contexto da interação universidade-empresa-governo. *Cadernos Ebape. BR*, 8(4), 676-693.
- Jacobi, P. R., Raufflet, E., & Arruda, M. P. D. (2011). Educação para a sustentabilidade nos cursos de administração: reflexão sobre paradigmas e práticas. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 12(3), 21-50.
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655-674.
- Krüger, C., & Minello, I. F. (2017). Atitude empreendedora em discentes de graduação: entre a teoria e a prática. *Revista Alcance*, 24(2), 191-208.
- Kuckertz, A., & Wagner, M. (2010). The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions—Investigating the role of business experience. *Journal of business venturing*, 25(5), 524-539.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Lourenço, C. D. S. (2014). “*Eu não faço Adm, eu faço Empresa Júnior*”: *Compreendendo uma EJ por meio da Análise Crítica do Discurso*. [Apresentação de trabalho]. 38º Encontro Científico de Administração - EnANPAD, Rio de Janeiro, RJ.
- Makhamed, Y. M., & Bendassolli, P. F. (2017). Evidências de validade de um inventário de competências empreendedoras para empresários juniores. *Psico-USF*, 22(2), 285-297. <https://doi.org/10.1590/1413-82712017220208>
- Moraes, G. H. S. M., Iizuka, E. S., Rocha, A. K. L., & Diaféria, A. M. (2021). Junior enterprise and entrepreneurial behavior in Brazil. *Innovation & Management Review*, 19(2), 156-172. <https://doi.org/10.1108/INMR-09-2020-0119>
- Oliveira, B. M. D. F., Vieira, D. A., Laguía, A., Moriano, J. A., & Salazar Soares, V. J. (2016). Entrepreneurial intention among university students: Adaptation and validation of a scale (QIE). *Avaliação Psicológica*, 15(2), 187-196.

- Paiva, L. E. B., Lima, T. C. B. D., Rebouças, S. M. D. P., Ferreira, E. M. D. M., & Fontenele, R. E. S. (2018). Influência da sustentabilidade e da inovação na intenção empreendedora de universitários brasileiros e portugueses. *Cadernos EBAPE BR*, 16(4), 732-747. <https://doi.org/10.1590/1679-395167527>
- Paiva, L. E., Sousa, E. S., Lima, T. C., & Silva, D. D. (2020). Comportamento planejado e crenças religiosas como antecedentes da intenção empreendedora: Um estudo com universitários. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 21(2), 1-29. <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMG200022>
- Palassi, M. P., Martinelli, R. G. D. O., & Paula, A. P. P. D. (2020). Entre o discurso empreendedor e a consciência política: estudo exploratório do Movimento Empresa Júnior em uma universidade pública no sudeste do Brasil. *Cadernos EBAPE. BR*, 18(1), 3-12. <https://doi.org/10.1590/1679-395172642>
- Peres, R. S., de Carvalho, A. M. R., & Hashimoto, F. (2004). Empresa Júnior: Integrando teorias e práticas em Psicologia. *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho*, 4(2), 11-29.
- Pinheiro, L. V. S., Peñaloza, V., Monteiro, D. L. C., & Nascimento, J. C. H. B. (2014). Comportamento, crenças e valores ambientais: uma análise dos fatores que podem influenciar atitudes pró-ambientais de futuros administradores. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 8(1), 89-104.
- Ploum, L., Blok, V., Lans, T., & Omta, O. (2018). Exploring the relation between individual moral antecedents and entrepreneurial opportunity recognition for sustainable development. *Journal of Cleaner Production*, 172, 1582-1591. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.10.296>
- Quintana, C. G., & Kitzmann, D. I. S. (2020). Formação empreendedora sustentável: Estudo de caso em uma Instituição de Ensino Superior *Teoria e Prática em Administração*, 11(1), 136-151.
- Rohrich, S. S., & Takahashi, A. R. W. (2019). Sustentabilidade ambiental em Instituições de Ensino Superior, um estudo bibliométrico sobre as publicações nacionais. *Gestão & Produção*, 26(2), 1-13.
- Schaefer, R., Nishi, J. M., Grohmann, M. Z., Löbler, M. L., & Minello, I. F. (2017). Valores pessoais, atitudes e intenção empreendedora: Um estudo com estudantes de graduação em administração. *Revista Economia & Gestão*, 17(47), 123-143.
- Silva, R. C. M. D., & Chauvel, M. A. (2011). Responsabilidade social no ensino em administração: Um estudo exploratório sobre a visão dos estudantes de graduação. *Revista de Administração Pública*, 45(5), 1539-1563.
- Silva, M. E. D., Czykiel, R., Figueiró, P. S., Santos, W. S. F. D., & Galvão, U. P. (2013). Um espelho, um reflexo! A educação para a sustentabilidade como subsídio para uma tomada de decisão consciente do administrador. *RAM Revista de Administração Mackenzie*, 14(3), 154-182.
- Silveira, A., Ferreira, C., Silvente, G., & Carneiro da Cunha, J. (2017). Factors and Approaches of Entrepreneurial Intention. *REGPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 6(2), 263-290.
- Sinay, M. C. F. D., Dalbem, M. C., Loureiro, I. A., & Vieira, J. D. M. (2013). Ensino e pesquisa em gestão ambiental nos programas brasileiros de pós-graduação em administração. *RAM Revista de Administração Mackenzie*, 14(3), 55-82. <https://doi.org/10.1590/S1678-69712013000300004>
- Shi, Y., Yuan, T., Bell, R., & Wang, J. (2020). Investigating the relationship between creativity and entrepreneurial intention: the moderating role of creativity in the theory of planned behavior. *Frontiers in Psychology*, 11(1209), 1-12.
- Sousa, E. D. S., Paiva, L. E. B., Santos, A. R., Rebouças, S., P., M. D., & Fontenele, R. E. S. (2020). A influência das crenças religiosas na intenção empreendedora: uma análise sob a perspectiva da Teoria do Comportamento Planejado. *Cadernos EBAPE BR*, 18(1), 200-215. <https://doi.org/10.1590/1679-395175983>
- Souza, F. R. S. (2020). Educação Ambiental e sustentabilidade: uma intervenção emergente na escola. *Revista Brasileira de Educação Ambiental (RevBEA)*, 15(3), 115-121.

- Teixeira, L. I. L., Silva, J. C. L., Filho., & Meireles, F. R. S. (2016). Consciência e atitude ambiental em estudantes de instituições de ensino técnico e tecnológico. *Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental*, 20(1), 334-350.
- Valadão, M. V., Júnior., Almeida, R. C. de, & Medeiros, C. R. D. O. (2014). Empresa Júnior: espaço para construção de competências. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 15(4), 665-695.
- Venzke, C. S., & Nascimento, L. F. M. D. (2013). Caminhos e desafios para a inserção da sustentabilidade socioambiental na formação do administrador brasileiro. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 14(3), 26-54. <https://doi.org/10.1590/S1678-69712013000300003>
- Zaremohzzabieh, Z., Ahrari, S., Krauss, S. E., Samah, A. A., Meng, L. K., & Ariffin, Z. (2019). Predicting social entrepreneurial intention: A meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Journal of Business Research*, 96, 264-276.

Como citar:

Paiva, L. E. B., Sousa, E. da S., Araújo, R. de A., & Lima, T. C. B. de. (2023). Intenção Empreendedora e Consciência Ambiental de Empresários Juniores. *Revista Ciências Administrativas*, 29,1-16. <http://doi.org/10.5020/2318-0722.2023.29.e12979>

Endereço para correspondência:

Luis Eduardo Brandão Paiva
E-mail: edubrandas@gmail.com

Evangelina da Silva Sousa
E-mail: evangelinasousa@gmail.com

Rafaela de Almeida Araújo
E-mail: rafaela.aa@gmail.com

Tereza Cristina Batista de Lima
E-mail: tcblima@uol.com.br



Submetido em: 03/08/2021
Revisado em: 22/03/2022
Aprovado em: 07/06/2022