

Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade

**INTENÇÃO EMPREENDEDORA COM SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL:
UMA TENDÊNCIA INTRÍNSECA AOS NOVOS EMPREENDEDORES, SERÁ?**

**ENTREPRENEURIAL INTENT WITH CORPORATE SUSTAINABILITY: AN
INTRINSIC TENDENCY TO YOUNG ENTREPRENEURS, WILL BE?**

Camila Borges Fialho e Andrieli De Fatima Paz Nunes

RESUMO

O conceito de empreendedorismo sustentável tem sido um tema muito debatido atualmente e de grande importância na literatura acadêmica. Hockerts e Wüstenhagen (2010) definem a intenção empreendedora dos novos negócios como a criação de empreendimentos que combinam, ao mesmo tempo, a geração de valor econômico, social e ambiental. Devido a relevância do tema, procurou-se analisar a relação entre a intenção empreendedora e a preocupação com a sustentabilidade de novos negócios na percepção de discentes de Administração de uma Instituição de Ensino Superior privada. Trata-se de uma pesquisa de campo, descritiva e quantitativa. O instrumento de coleta de dados foi dividido em três partes (intenção empreendedora dos discentes, preocupação com a sustentabilidade dos novos negócios e o perfil dos respondentes). Para a análise dos dados, os mesmos foram tabulados com a utilização do *Excel* e posteriormente realizadas as análises estatísticas pelo software SPSS v.21. De forma geral, foi possível analisar que os discentes possuem interesse e gostariam de abrir o próprio negócio e, além disso, verificou-se também que os futuros empreendedores estão mais comprometidos com a dimensão social, seguidos da dimensão ambiental e por último da econômica.

Palavras-chave: empreendedorismo, sustentabilidade, intenção empreendedora, discentes.

ABSTRACT

The concept of sustainable entrepreneurship has been a hotly debated topic currently of great importance in the academic literature. Hockerts and Wüstenhagen (2010) define the entrepreneurial intention of the new business and the creation of enterprises that combine at the same time, the generation of economic, social and environmental value. Because of the relevance of the theme, we tried to analyze the relationship between the entrepreneurial intention and concern about the sustainability of new businesses in the perception of students of management of a private higher education institution. This is a field research, descriptive and quantitative. The data collection instrument was divided into three parts (entrepreneurial intention of academics, concern for the sustainability of new business and the profile of the respondents). To analyze the data, they were tabulated using Excel and later performed the statistical analysis by SPSS v.21 software. Overall, it was possible to analyze the students have interest and would like to open his own business and, in addition, also examined whether that future entrepreneurs are more committed to the social dimension, followed by environmental concerns and ultimately economic.

Keywords: entrepreneurship, sustainability, entrepreneurial intention, students.

1 INTRODUÇÃO

O cenário econômico tem exigido dos empresários a elaboração de estratégias desafiadoras e criativas para que os mesmos possam manter os negócios competitivos em relação aos concorrentes. Frente a essa competitividade, a gestão de um negócio torna-se um desafio constante em que os gestores precisam estar capacitados e comprometidos com a organização.

Tendo em vista os desafios para a gestão dos negócios, a intenção empreendedora e o empreendedorismo se destacam, a fim de responder as exigências do mercado. Para se tornar um empreendedor é necessário “ter imaginação fértil para conceber as ideias, capacidade de iniciativa, flexibilidade para adaptação, criatividade para transformar oportunidades em negócios, motivação para pensar e a capacidade para ver, perceber a mudança como uma oportunidade” (LEITE, 2000, p.7).

A intenção empreendedora pode ser definida como uma vontade pessoal para desenvolver o próprio negócio. Através de metas e objetivos traçados é possível criar um novo empreendimento. Segundo Espi et al. (2007), as instituições de ensino superior têm papel importante no incentivo ao empreendedorismo dos estudantes. Atualmente, a forte competição no mercado de trabalho faz com que a busca e a conquista de um emprego seja apenas o início dos desafios da carreira profissional. Para acompanhar e reagir a essa realidade, o profissional deve estar atento às outras possibilidades existentes, como se tornar um empreendedor.

Empreender, de acordo com Salim et al. (2004), tem sido a escolha por muitos jovens recém-formados, que, depois de trabalhar como empregados, resolvem empreender por conta própria. Entretanto, ser empreendedor, para Dolabela (1999), não é somente uma questão de acúmulo de conhecimento, mas possuir valores, atitudes, comportamentos, formas de percepção do mundo e de si mesmo voltados para atividades em que o risco, a capacidade de inovar, perseverar e de conviver com a incerteza são elementos indispensáveis.

Neste sentido, Silva et al. (2012, p.01) citam que “existe um grande desafio no sentido de se buscar formas de desenvolver inovações que, ao mesmo tempo, alavanquem a sustentabilidade econômica, social e ambiental das comunidades, considerando seus valores e necessidades”. Barbieri e Álvares (2003) apontam que a inovação está relacionada com a criação de algo novo, que represente uma novidade e, além disso, traga algum tipo de benefícios a todos. Segundo os autores, a inovação pode estar relacionada com a transformação de ideias.

Certa feita, a sustentabilidade pode ser um fator chave para se destacar, empreender e inovar. A sustentabilidade se popularizou e deixou de ser apenas um tema que poucas pessoas tinham conhecimento. Nos dias atuais há muita informação e disseminação desta ideia.

O conceito de sustentabilidade, para Pereira e Souza (2013, p.6) “está relacionado à economia, cultura e ao meio-ambiente social, propondo que a sociedade preserve a biodiversidade e ecossistemas naturais através da criação de empreendimentos sustentáveis”. Ainda na visão dos autores, empreendimentos sustentáveis são economicamente viáveis, ecologicamente corretos, culturalmente aceitos e socialmente justos.

A prática sustentável por parte dos discentes trata-se de um diferencial na sua formação e que contribui com a sociedade como um todo. Percebe-se também que a sustentabilidade está cada dia mais inclusa nas organizações, mesmo muitas tendo o discurso apenas na teoria.

Preparar os futuros gestores para empreender de forma sustentável tanto em novos negócios, como no mercado de trabalho é papel tanto das instituições de ensino, como uma busca permanente dos discentes, visto a importância de estarem sempre atualizados. Além

disso, é transformar e agregar conhecimento e isso refletirá naturalmente no exercício profissional dos futuros administradores.

Assim, evidencia-se a importância em entender como os futuros empreendedores irão agregar as práticas de sustentabilidade econômica, ambiental e social na geração de novos empreendimentos, sendo uma forma de analisar o comportamento dos possíveis empreendedores, e como estes atuarão em relação a sustentabilidade. A aplicação dos conceitos de sustentabilidade parece ser um importante instrumento de transformação dos padrões predominantes do sistema organizacional e das formas de comportamento das pessoas e das organizações.

Deste modo, esta pesquisa traz a tona diversas inquietações, tais como: (I) será que os futuros empreendedores tem conhecimento sobre as práticas de sustentabilidade? (II) será que os novos negócios, fruto do empreendedorismo das novas gerações, serão economicamente, ambientalmente e socialmente sustentáveis? Tendo em voga estas questões para debate, a presente pesquisa tem como problema: Qual a relação entre a intenção empreendedora e a preocupação com a sustentabilidade de novos negócios na percepção de discentes de Administração de uma IES privada?

Diante de tal realidade, o presente estudo propõe-se a analisar a relação entre a intenção empreendedora e a preocupação com a sustentabilidade de novos negócios na percepção de discentes de Administração de uma IES privada. Justifica-se a pesquisa pela importância da formação empreendedora dos indivíduos, pela capacidade de correr riscos calculados e pela formação de profissionais criativos e inovadores. Além disso, estar a intenção empreendedora dos discentes está calcada na compreensão de que a criação de novos empreendimentos pode ser uma alternativa para enfrentar as adversidades do mercado de trabalho e deste modo, e por que não, estarem aptos a ter o próprio negócio.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo são apresentados os conceitos que nortearam esta pesquisa, com a intenção de construir uma revisão de literatura. Para desenvolver o tema deste estudo decidiu-se por subdividi-lo em: empreendedorismo e formação acadêmica e atitude empreendedora e sustentabilidade dos negócios.

2.1 Empreendedorismo e formação acadêmica

O surgimento do termo empreendedorismo ocorreu no século XIX, através de indivíduos que identificaram oportunidades de obter ganhos assumindo os riscos referentes as atividades desenvolvidas (FILION, 1997). Neste mesmo sentido, Dolabela (1999) concorda com essa visão, defendendo que o empreendedor seria alguém que adquirir ou cria uma empresa, sendo que por meio deste negócio são feitas inovações e assumidos os riscos originários do empreendimento. Empreendedor é toda a pessoa que constitui um negócio com o objetivo de lucratividade e crescimento de forma idealista, com comportamento inovador e de conduta estratégica (GIMENEZ; INÁCIO JR; SUZIN, 2001).

Nesta perspectiva, Maximiano (2006) defende que o espírito empreendedor está de fato associada a pessoas realizadoras, que correm riscos e que mobilizam recursos para iniciar novas organizações. Para Dornelas (2003, p. 12), o comportamento empreendedor “está intimamente ligado com uma orientação para ação, pensando de forma diferente, buscando incessantemente novas oportunidades para o negócio, criando algo novo e entendendo como essas novas oportunidades poderão trazer lucros para a organização”.

A partir dos anos 90, o tema ganhou maior destaque no Brasil pelo fato de surgir uma organização criada para assessoria aos empreendedores, do Serviço Brasileiro de Apoio a

Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. Atualmente existem diversos outros programas de auxílio ao empreendedorismo. Conforme o Sebrae (2016) o empreendedorismo continua crescendo, sendo muito favorável para a abertura de novos empreendimentos. O Sebrae oferece também, cursos gratuitos para o desenvolvimento das habilidades técnicas ao empreendedor. São cursos, oficinas e palestras, oficinas para quem pensa em abrir sua empresa para aqueles que já iniciaram o próprio negócio.

Segundo a *Global Entrepreneurship Monitor* (2015) três em cada dez brasileiros entre 18 e 64 anos estão envolvidos com a criação de um negócio próprio ou possuem uma empresa. Nos últimos dez anos a taxa total de empreendedorismo no Brasil aumentou de 23% para 34,5% (GEM, 2015). A pesquisa ainda indica que a cada 100 brasileiros que começam um negócio próprio, 71 são motivados por uma oportunidade de negócio e não pela necessidade. Assim, pode-se verificar que através do empreendedorismo é possível desenvolver e promover a economia do país, e por consequência o número de empregos, geração de riqueza e poder aquisitivo.

Destaca-se, no que tange a atividade empreendedora nas Instituições de Ensino Superior, que até o final da década de 80 havia uma fragmentação entre o setor universitário e o empresarial. Através do aumento do volume das relações entre os países e das novas perspectivas provenientes da tecnologia percebeu-se uma aproximação entre esses setores. Através desta consolidação foi reformulado o modelo de formação profissional até então existente (FERREIRA; MATOS, 2003).

Estudos revelam que para criar um negócio, não é absolutamente necessário ter um nível de educação elevado. No entanto, percebe-se que quanto maior o nível de escolaridade pode-se pressupor uma vantagem competitiva do futuro empresário.

Segundo Filion (1991) aprender pode ser caracterizado como um processo onde o aluno reflete, incorpora, investiga e muda sua percepção de mundo conforme seu aprendizado. O empreendedor enquadra-se nesse contexto, pois precisa ser criativo, ousado e intuitivo para criar seu negócio. Através do ensino do empreendedorismo nas instituições superiores, os acadêmicos são apresentados a uma alternativa de futuro profissional, além de desenvolver habilidades e competências que serão úteis em qualquer carreira (SANTOS et al., 2006).

Unir práticas que façam com que os estudantes aprendam vivenciando a teoria com a realidade que se encontram é de fundamental importância. Lopes (2010) aponta que aliar métodos tradicionais com a criação de planos de negócios, consultorias de pequenas empresas e intercâmbio faz o estudante unir a teoria com a prática.

Cada vez mais as instituições de nível superior se destacam pela responsabilidade de adequar os futuros profissionais com o mercado de trabalho. A sociedade precisa de indivíduos que sejam capazes de imaginar situações e prever soluções. Desta forma é possível se adaptar a realidade do mercado e atender as exigências e demandas exigidas.

2.2 Intenção empreendedora e sustentabilidade dos negócios

A fim de alcançar uma meta, a intenção pode ser identificada como um estado de espírito em que a atenção e os objetivos do indivíduo estão focados para determinada situação (BIRD, 1988). As intenções são utilizadas para capturar os fatores motivacionais que influenciam o comportamento e são indicadores de quanto às pessoas estão dispostas a tentar ou a se esforçar para executar o comportamento (AJZEN, 1991).

As intenções são consideradas fundamentais no estudo do comportamento humano (ARAÚJO, 2014). Através da intenção empreendedora é possível entender o processo de empreendedorismo em um âmbito geral. Ainda segundo a autora, intenção pode ser a representação de um objetivo que a pessoa almeja alcançar e também, como o plano de ação que será fundamental na busca pela realização do objetivo a ser alcançado.

A intenção empreendedora pode ser identificada por uma vontade própria que uma pessoa possui de abrir um novo negócio. Pode ser algo concreto ou que nunca virá a acontecer. É algo que há potencial, mas que precisa ser despertado, desenvolvido e aperfeiçoado para que aconteça.

Sabe-se que intenções e atitudes variam de uma pessoa para outra. Por este motivo, existem fatores que são influenciadores na intenção de empreender. Dentre os principais podemos destacar as crenças, os hábitos, os valores pessoais, os desejos, as necessidades e as oportunidades que o sujeito se encontra. Segundo Araújo (2014) os fatores externos também são influenciadores e estão associados com as atitudes de um indivíduo em relação a se tornar ou não um empreendedor.

A decisão de se tornar um empreendedor pode ser considerada em muitas pessoas voluntária e consciente. Hecke (2011) argumenta que a intenção empreendedora é o primeiro passo para o processo de criação de uma empresa. A intenção empreendedora é vista como um dos conceitos fundamentais e crucial e é muito utilizada em pesquisas sobre o empreendedorismo.

Neste mesmo sentido, Davidsson (1995) defende que intenção empreendedora pode ser prever, embora de forma imperfeita, determinado comportamento de um indivíduo em relação a fundar a sua própria empresa. Perceber as boas oportunidades para se começar um novo empreendimento é imprescindível. Além disso, possuir conhecimentos, habilidades e experiências para começar um negócio, podem ser fundamentais para transformar a intenção empreendedora em um ato empreendedor, ou seja, colocá-lo em ação.

A intenção empreendedora é objeto de estudo de muitos artigos, monografias, dissertações e teses. Ainda é um tema pouco estudado, porém vários autores têm se dedicado ao estudo do perfil empreendedor, abordando suas características, atributos, motivações, e também os fatores situacionais (ARAUJO, 2014).

Nesta perspectiva de se tornar um empreendedor, surge um novo padrão aos novos negócios, aliar o empreendedorismo com a sustentabilidade. Este conceito sustentável está se disseminando e criando um novo olhar ético e abrangente tanto para os futuros empreendedores, como para a sociedade em geral. Fica claro diariamente que cada vez mais é necessária a busca por novas formas que contribuam não somente para os empreendimentos, como para o bem social de todos.

O crescimento desordenado, a falta de conhecimento e a utilização errada dos recursos naturais pelas empresas, geraram muitas degradações ao meio ambiente, como sacrificar a fauna e flora, a emissão de poluentes das grandes indústrias, contaminações, gases poluentes, maquinários, desmatamentos, entre outras práticas. Surge então uma nova visão em busca da solução para estes erros cometidos, a sustentabilidade.

Atualmente o foco da sustentabilidade são as empresas, através das leis designadas a elas em busca do principal objetivo da sustentabilidade, ou seja, a preservação da fauna e flora, o crescimento urbano de forma correta sem sacrificar os recursos naturais. A questão é que essas mudanças muitas vezes necessitam de recursos financeiros altos e não geram lucros, em conjunto com mudanças culturais e de paradigmas nas empresas e na sociedade (TACHIZAWA, 2010).

A adoção dos atos de sustentabilidade garante a médio e longo prazo um mundo em boas ações para o desenvolvimento das diferentes formas de vida, de modo inclusivo. Garante os recursos naturais cogentes para as chegadas gerações, permitindo a manutenção dos recursos naturais garantindo uma boa qualidade de vida para as futuras gerações (BARBIERI, 2010).

Ainda para o autor, a sustentabilidade está absolutamente relacionada ao aumento econômico e material sem agredir o meio ambiente, usando os recursos naturais de forma inteligente para que eles se mantenham no futuro. Entre as ações excluídas à sustentabilidade,

temos o desenvolvimento da gestão sustentável nas empresas para diminuir o desperdício de matéria-prima. Além disso, sustentabilidade é um termo usado para a definição de atos e atividades humanas que visam preencher as indigências atuais dos seres humanos, sem empenhar o futuro das próximas gerações.

Na prática seria acrescentar na missão e cultura do empreendimento a ideia de minimizar os impactos ambientais e maximizar o seu impacto social, colocando a mesma importância dada aos lucros, nas pessoas e na natureza. Devido aos choques sofridos ao meio ambiente, o termo sustentabilidade tem sido foco de discussão em fóruns e encontros de ambientalistas. A busca é para que se consiga conciliar uma vida tecnológica e aconchegada com a sustentabilidade do meio ambiente. A essência da sustentabilidade é adaptar as tecnologias para um uso consequente e renovável. Produtos recicláveis e de fontes renováveis, reforçam o desenvolvimento da sustentabilidade do meio ambiente. A sustentabilidade é ampliada por um tripé (Figura 1), adotado de três conceitos principais, onde cada um desses aspectos deverá ficar unido e de forma bem definida. Divide-se em ambiental, social e econômico (PEREIRA; SILVA; CARBONARI, 2011).

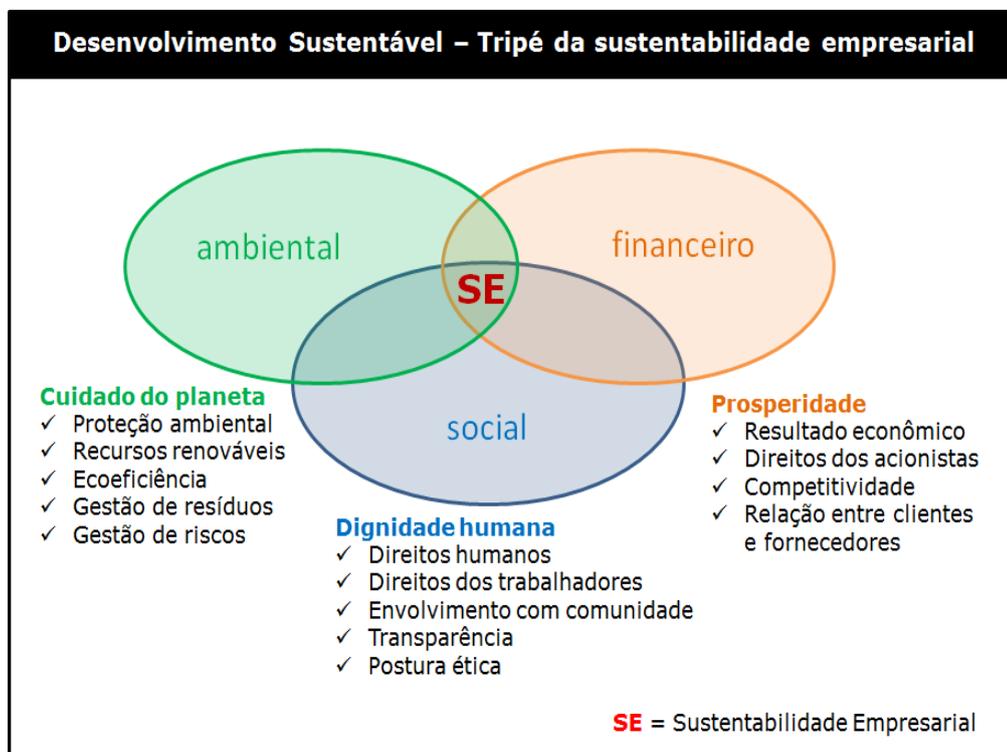


Figura 1 – Desenvolvimento Sustentável: Tripé da sustentabilidade Empresarial
Fonte: COPESUL (2016).

Os três segmentos da sustentabilidade se completam entre si e um depende reciprocamente do outro. O ambiental, o social e econômico são dependentes porque se uma das partes não funcionar corretamente as outras serão afetadas. A preservação do meio ambiente e a busca por programas de tratamento dos fluentes, resíduos poluentes e redução na emissão de gases e diminuição do uso da energia elétrica (SANTANA, 2008).

O meio social busca a interação da sociedade a fim de criar uma educação ambiental, incentivos à saúde e bem estar das pessoas, capacitação de profissionais integrando a comunidade a empresa com o intuito de disseminar a responsabilidade social e engajamento da sociedade (SANTANA, 2008).

O meio econômico tem por finalidade levantar recursos para investimentos voltados para a sustentabilidade como a aquisição de maquinários mais modernos, com tecnologias desenvolvidas para evitar a degradação dos recursos naturais e tratamento para os resíduos poluentes emitidos pelas empresas.

3 MÉTODO DE PESQUISA

A vontade própria que uma pessoa possui de abrir um novo negócio pode ser representada pela intenção empreendedora. Em relação ao empreendedorismo a intenção está relacionada com a intenção de um indivíduo criar ou não um empreendimento. Neste trabalho busca-se aliar a preocupação sustentável na geração de novos negócios com a intenção empreendedora.

Para tanto, apresenta-se o perfil dos discentes pesquisados, revelando questões sobre sua experiência no mercado de trabalho e empreendedora. A pesquisa ainda objetiva identificar, de acordo com as variáveis econômica, ambiental e social, qual a preocupação dos discentes com cada um destes aspectos ao considerar a abertura de um negócio.

Neste sentido, o estudo caracteriza-se como descritivo, pois tem a intenção de descrever determinados comportamentos de uma população, mais especificamente, a intenção empreendedora de discentes de um Curso de Administração, relacionando esta intenção à preocupação com a sustentabilidade dos negócios futuramente gerados por eles (discentes). Para Gil (2010), a pesquisa descritiva tem por objetivo descrever as características de determinada população ou fenômeno e o estabelecimento de relações entre as variáveis, envolvendo a utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados como questionário e observação sistemática.

Visando atender aos objetivos elencados, realizou-se uma pesquisa de campo com discentes para obter informações e/ou respostas acerca do problema definido. A pesquisa de campo define-se pela observação de fatos ou fenômenos que ocorrem espontaneamente, buscando respostas em relação a tais fatos (MARCONI; LAKATOS, 2010). Certa feita, esse estudo visou coletar as informações junto à amostra definida por meio da utilização de um questionário.

O questionário foi dividido em três partes, sendo a primeira sobre a **intenção empreendedora** dos discentes (CHEN; LIÑAN, 2006, adaptado de AJZEN, 1991), a segunda sobre a **preocupação com a sustentabilidade dos novos negócios**, utilizando as dimensões da sustentabilidade empresarial sugeridos por Mahler e Kearney (2007) e Dalmoro (2009) e a terceira parte sobre o **perfil dos respondentes**. A segunda parte foi elaborada com base no trabalho de Oliveira (2002), o qual desenvolveu seu estudo ancorado na Lista de Verificação para Auditoria da SA 8000, seguindo o modelo da ISO 9001. Deste modo, utilizou-se no questionário a escala Likert de 5 pontos, que é usada com bastante frequência em questionários e em pesquisas de opinião. A gradação da escala referiu-se a: discordo totalmente; discordo; indeciso; concordo; concordo totalmente.

Ressalta-se que o instrumento de coleta fora baseado no modelo de pesquisa desenvolvido para este estudo (Figura 2), o qual contempla os construtos pertinentes a Intenção Empreendedora e também as dimensões da sustentabilidade.

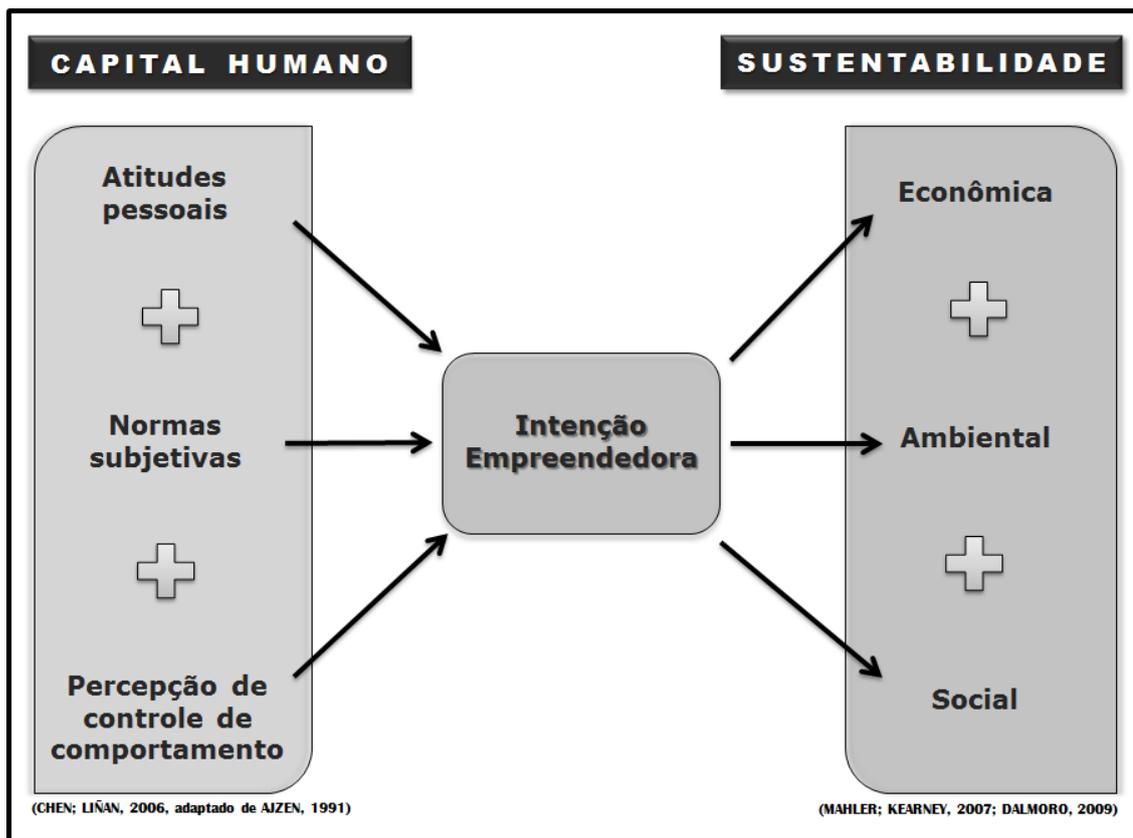


Figura 2: Modelo de pesquisa
Fonte: elaborado pelos autores

A população do estudo foi constituída por 250 discentes de um Curso de Administração de uma instituição privada de nível superior. Destaca-se que o pesquisador deve estar certo que a população escolhida possui o conhecimento e as informações necessárias para atender aos requisitos do projeto (REA; PARKER, 2000).

De acordo com Lakatos e Markoni (2010, p. 27), amostra “é uma porção ou parcela, convenientemente selecionada do universo (população); é o subconjunto do universo”. Para definir a amostra desta pesquisa, considerou-se um erro amostral de 0,06 e um percentual estimado de 0,5. Assim, definiu-se uma amostragem aleatória mínima de 130 respondentes. Ressalta-se que, após a coleta, a amostra final foi composta por 140 questionários válidos (houve a exclusão de 12 questionários não preenchidos completamente).

Ainda, essa pesquisa utilizou a abordagem quantitativa que consiste em uma investigação empírica com a finalidade de delinear as características dos fatos ou fenômenos (MARCONI; LAKATOS, 2010). A pesquisa quantitativa foi utilizada uma vez que os dados foram tratados de modo sistemático através de técnicas de estatística descritiva.

Para a análise dos dados, os mesmos foram tabulados com a utilização do *Microsoft Office Excel®* e posteriormente foram realizadas as análises estatísticas como média, frequência e correlações através dos resultados obtidos pelo software *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS v.21).

4 RESULTADOS DA PESQUISA

Com a finalidade de responder aos objetivos propostos, este trabalho visa analisar a intenção empreendedora dos discentes do curso de Administração de uma IES privada, observando a relação do empreendedorismo com a preocupação sustentável dos novos

negócios. Na sequência, com base nos objetivos específicos, serão analisados: (I) o perfil dos respondentes; (II) a intenção empreendedora dos discentes; (III) a intenção empreendedora aliada à preocupação sustentável.

A amostra pesquisada foi composta por 140 discentes graduandos em Administração de uma Instituição de Superior privada. Com o objetivo de compreender melhor o perfil dos participantes da pesquisa, o instrumento de coleta contou com questões envolvendo variáveis como gênero, faixa etária, semestre e experiências de mercado.

No que se refere ao gênero dos respondentes, o resultado foi bastante equilibrado, com 71 respondentes do gênero feminino (50,7%) e 69 do gênero masculino (49,3%). Em relação à faixa etária, 69 discentes (49,3%) têm entre 17 a 26 anos, representando em sua maioria, jovens universitários. Segundo Degen (2009) o universitário pode ser considerado o melhor empreendedor e que através do ambiente acadêmico ele reforça a ideia de empreendedorismo e consegue desenvolver toda sua capacidade e criatividade. Destaca-se ainda que a faixa etária variou entre 17 e 66 anos. No que diz respeito ao semestre em curso, 59 discentes (42,1 %) estão entre o quarto e o sexto semestre.

Os autores Bosma, van Praag e de Wit (2000) em seus estudos provaram que ter experiência profissional é decisiva para o sucesso de um novo empreendimento. Através destes autores é possível observar que a maioria (77,1%) dos discentes trabalha e estuda, sendo que 61,4% estão entre 1 mês e 4 anos na empresa em que atuam. Este resultado indica que grande parte dos participantes da pesquisa já está inserida no mercado de trabalho, o que facilita a compreensão sobre as variáveis do ambiente organizacional, uma vez que este estudo relaciona a ideia de ser empreendedor com questões sobre sustentabilidade.

Ainda, os discentes foram convocados a responder se já haviam empreendido e se sua família tem algum negócio. Os resultados apontaram que 13,6% dos discentes já empreenderam e que 22,1% tem algum familiar dono de um negócio. Os autores Delmar e Davidsson (2000) evidenciam a importância da vivência como empreendedor para obtenção de conhecimento, tomada de decisões e com isso maiores lucros para a organização.

4.1 Intenção Empreendedora

Em relação às atitudes pessoais os itens com maiores indicadores foram na perspectiva de empreender. Para os discentes ser um empreendedor iria trazer grande satisfação e se tivessem oportunidades e recursos, gostariam de criar uma empresa. Suas médias foram de 4,30% e 4,26% respectivamente. Neste sentido, as atitudes pessoais aliadas a intenção empreendedora seriam um elemento prévio e determinante do comportamento empreendedor já que a graduação tem a visão de gestão tanto no sentido de empreender em um negócio próprio ou de torná-lo um colaborador empreendedor .

O estudo de Chen e Liñan (2009) indica que as normas subjetivas são o primeiro filtro às intenções empreendedoras dos discentes. Neste artigo pode-se verificar que o item como maior índice corresponde a 4,26% e que há interesse em abrir o próprio negócio, caso se tenha visibilidade e amparo financeiro.

Em relação à intenção empreendedora os itens que mais se destacaram foram positivos e reforçam a ideia de que os discentes possuem vontade de abrir o próprio negócio. Os itens relacionados aos esforços para criar e manter sua própria empresa, com média de 3,82% e estar decidido a criar uma empresa no futuro com média de 3,79% se destacaram dos demais. Para Adjzen (1991, p. 181) as “intenções são utilizadas para capturar os fatores motivacionais que influenciam o comportamento e são indicadores de quanto às pessoas estão dispostas a tentar ou a se esforçar para executar o comportamento”.

Pode-se analisar que de forma geral que as médias foram bastante equilibradas, conforme a figura 3, evidenciando que há uma forte intenção de empreender, aliada ao meio

que estão inseridos e as oportunidades de negócios. Um dos motivos que podem ser apontados para este fato, é a liberdade em relação a tomada de decisão, criação e implantação de suas ideias e inovação para gerir o empreendimento.

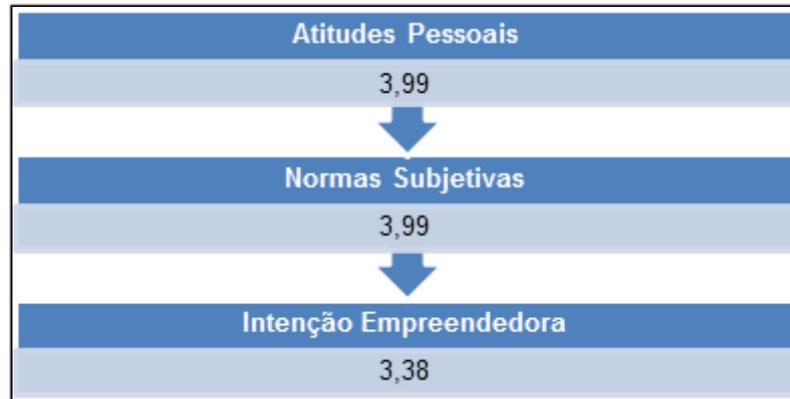


Figura 3: Intenção empreendedora
Fonte: dados da pesquisa

Corroborar nesta mesma perspectiva o autor Shook et al. (2003) que define o fenômeno empreendedor como um processo contínuo. Segundo os autores tem início com a intenção empreendedora, em seguida passa a buscar oportunidades viáveis de negócio, logo após passa, por uma fase de decisão, onde serão avaliadas as oportunidades, e por fim, a execução das atividades possibilite a criação de uma empresa.

4.2 Preocupação com a Sustentabilidade dos Novos Negócios

Referente a Dimensão Econômica, os discentes evidenciaram que caso viessem a empreender, iriam identificar os riscos do setor e iriam se preparar para enfrentá-los, com média de 4,01%. Além disso, destacaram que o ramo escolhido por eles iria gerar retorno financeiro necessário para se manter, com média de 3,77%. Analisa-se assim que há um comportamento favorável por parte dos empreendedores para a geração de emprego e renda. Esta constatação corrobora com Dornelas (2008) que diz que através do empreendedorismo é possível desenvolver a economia e a sociedade. Nesta mesma perspectiva, Barbieri e Cajazeira (2009) afirmam que a dimensão econômica é necessária para que as empresas gerem resultados e que consigam lucros. Acrescentam também, que é preciso dar atenção ao capital humano, que se encontra nas habilidades, competências e motivação dos colaboradores.

A Dimensão Social, foi a Dimensão com níveis mais elevados em relação a sustentabilidade. Este resultado reforça a ideia que Alessio (2008) traz em relação a responsabilidade social. Ele acredita que esta dimensão social torna a organização altruísta e mais humana, assumindo assim, outra forma de agir e pensar, contribuindo não só com a empresa, como com a sociedade em geral. Os futuros administradores concordam com esta concepção e afirmam que os funcionários serão tratados igualmente e não haverá preconceito por raça, idade, sexo ou religião (4,52%) e que as condições de trabalho na empresa serão adequadas (4,39%).

A dimensão ambiental reforça todos os dias a sua importância e está fazendo com que muitas organizações mudem a maneira de pensar. Esta crescente preocupação está agregando valor ao contexto ambiental, mostrando que um empreendimento ecológico estreita suas relações sociais, quebra paradigmas, além de buscar novas alternativas para a preservação do

meio ambiente (DALMORO, 2009). Em relação a esta dimensão os discentes destacaram que caso tivessem a própria empresa iriam fazer a reciclagem e reutilização das sobras (4,07%) e que seria utilizado materiais recicláveis nas empresas (3,91 %). Esta maneira de pensar está de acordo com Furtado (2005, p. 18) que fala que a dimensão ambiental representa a “conservação e qualidade dos estoques de recursos renováveis e extensão de vida-útil dos não renováveis”.

Verificou-se que os futuros empreendedores estão mais comprometidos com a dimensão social, seguidos da dimensão ambiental e por último da econômica, conforme figura 4. De maneira geral, percebe-se que os discentes prezam por condições de trabalhos dignas e igualitárias, serão empreendedores sustentáveis e seriam capazes de correr riscos e enfrentá-los.

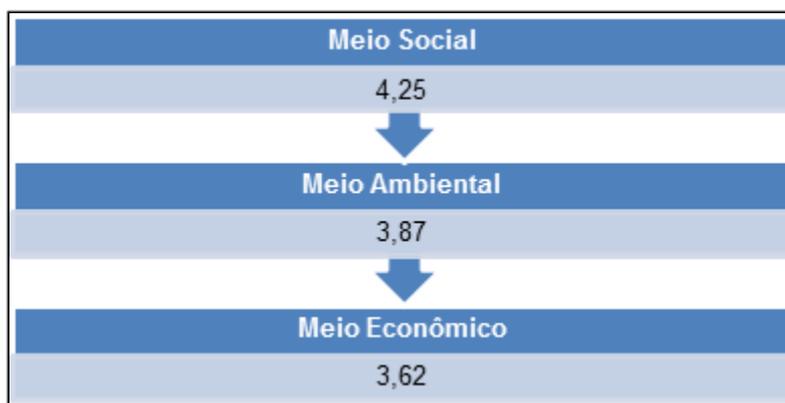


Figura 4: Preocupação com a sustentabilidade
Fonte: dados da pesquisa

Estas atitudes dos discentes indica que os mesmos estão atualizados e entendem que para uma organização ter sucesso, é preciso aliar o bem estar dos funcionários (social), com práticas sustentáveis no meio que está inserido (ambiental), e claro obter lucros (econômico). Assim, evidencia-se a importância que os futuros empreendedores dão em relação às práticas de sustentabilidade ambiental, social e econômico na geração de novos empreendimentos. Corroborar neste sentido, Hawken (2007), que defende que as práticas sustentáveis levam a formação de uma base surpreendente de inovação no contexto das empresas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa pesquisa teve como objetivo analisar a relação entre a intenção empreendedora e a preocupação com a sustentabilidade de novos negócios na percepção de discentes de Administração de uma IES privada. Através desta pesquisa foi possível evidenciar como o empreendedorismo e a sustentabilidade empresarial pode ser uma ótima oportunidade de novos negócios para os futuros administradores.

Em relação ao perfil dos discentes, percebeu-se que a maioria são jovens universitários, que possuem vivência de mercado e experiência com o empreendedorismo, tanto por vivência própria, como de algum familiar. Este fato pode ter sido crucial no resultado da pesquisa, já que a grande maioria tem interesse em ter o próprio negócio.

De maneira geral foi possível analisar que os discentes possuem interesse e gostariam de abrir o próprio negócio. Além disso, estão comprometidos com a dimensão social, seguidos da dimensão ambiental e por último da econômica em relação a preocupação sustentável dos novos negócios.

No âmbito da intenção empreendedora dois itens destacaram-se: as atitudes pessoais e as normas subjetivas, pois ficaram com as mesmas médias. Este fato pode ocorrer, devido a motivação que os discentes possuem de abrir o próprio negócio. Esta vontade acaba influenciando o comportamento dos mesmos e evidencia o quanto os acadêmicos estão dispostos a tentar e lutar para chegar ao objetivo.

Neste sentido, Ajzen (1991) afirma que as atitudes pessoais são referentes à atitude e crença em relação a um comportamento e define normas subjetivas como a influência da sociedade para exercer ou não um comportamento. Desta forma, fica claro que há intenção por parte dos acadêmicos, já que para Araújo (2014) a intenção empreendedora está associada a uma vontade própria que uma pessoa possui de abrir um novo negócio. Para que se consiga chegar ao objetivo final é preciso assumir riscos calculados, ser criado um plano de ação concreto e ter uma visão de mercado.

Quanto à preocupação sustentável dos novos negócios verificou-se que os futuros empreendedores estão mais comprometidos com a dimensão social, seguidos da dimensão ambiental e por último da econômica. É possível analisar que há preocupação sustentável, visto que muitos autores defendem que para existir empreendedorismo sustentável é preciso haver as três dimensões básicas. De maneira geral, percebe-se que os discentes prezam por condições de trabalhos igualitárias e dignas, serão empreendedores sustentáveis e serão capazes de correr riscos e enfrentá-los.

Através deste estudo foi possível ampliar o conhecimento sobre empreendedorismo, sustentabilidade, inovação e futuros empreendimentos. Por ser um tema em construção e recente para muitas pessoas, foi possível criar uma visão sobre o empreendedorismo sustentável dos futuros administradores, visto que as atitudes no âmbito acadêmico refletirão naturalmente no exercício profissional dos futuros gestores.

Em geral as pesquisas apresentam limitações, sejam elas de escopo teórico ou metodológico. Particularmente neste estudo, a principal dificuldade observada foi o índice de exclusão de questionários aplicados e que não puderam ser contabilizados na amostra, uma vez que não estavam completamente preenchidos.

Para pesquisas futuras, recomenda-se a realização de um estudo mais amplo e profundo, com a inserção do método qualitativo com entrevistas, que permita identificar o comportamento de empreendedores de pequenas empresas, e deste modo analisar a prática no dia-a-dia de uma gestão sustentável.

REFERÊNCIAS

AJZEN, I. **Comportamento organizacional e processos de decisões humanas**. v. 50, n. 2, p. 179-211, 1991.

ALESSIO, R. **Responsabilidade social das empresas no Brasil: reprodução de postura ou novos rumos?** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

ARAÚJO, C. M. B. **Intenção empreendedora dos alunos de graduação em administração da UNB: como a trajetória no curso os afeta?** Brasília, 2014.

BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

BARBIERI, J. C.; ÁLVARES, A. C. T. Inovações nas organizações empresariais. In: BARBIERI, José Carlos. Organizações inovadoras: estudos e casos brasileiros. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2003. p. 41 – 63.

BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática.** São Paulo: Saraiva, 2009.

BIRD, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intentions. *Academy of Management Review*, 13 (3), 442-454.

BOSMA, N.; VAN PRAAG, M.; DE WIT, G. **Determinants of Successful Entrepreneurship.** Research Report 0002/E. EIM Business and Policy Research, 2000.

BRASIL. **Mapeamento da Educação Ambiental em Instituições Brasileiras de Educação Superior: elementos para políticas públicas.** Série Documentos Técnicos, no 12. Brasília: MMA/ME, 2007.

CHEN, Y.; LIÑAN, F. Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. **Teoria do empreendedorismo e Prática**, v. 33, n. 3, p. 593-617, 2009.

CONSELHO FEDERAL DE ADMINISTRAÇÃO - CFA . **Saiba mais sobre a profissão de administrador no Brasil.** Disponível em: <<http://www.cfa.org.br/administracao/sobre-afprofissao>>. Acesso em: 08 junho 2016.

COPELUL 2016. Disponível em: <www.copesul.com.br/site/ambiente/meio/index.html>. Acesso em: 22 junho 2016.

DALMORO, M. **A visão da sustentabilidade na atividade empreendedora: uma análise a partir de empresas incubadas.** Revista Gestão Organizacional, v. 2, n. 1, jan./jun. 2009.

DAVIDSSON, P. (1995). Determinant of entrepreneurial intentions. **Comunicação apresentada na conferência Rent IX**, Piacenza, Itália, 23-24 de Novembro.

DEGEN, R. J. **O Empreendedor: Empreender como opção de carreira.** São Paulo: 57 Pearson Prentice-Hall, 2009.

DELMAR, F.; DAVIDSSON, P. Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 12, p. 1-23, 2000.
DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa – Uma ideia, uma paixão e um plano de negócios:** como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo:** como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

_____. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

ESPI, M. H; et al. Perfil empreendedor do aluno universitário del campus de Gipuzkoa de la UPV/EHU. **Revista de Dirección y Administración de Empresas** No. 14, 2007, pp. 83-110.

FERREIRA, P. G. G.; MATOS, P. L. C. L. Empreendedorismo e práticas didáticas no curso de graduação em administração: os Estudantes Levantam o Problema. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, 27, 2003. **Anais...** Atibaia: ANPAD, 2003.

FILION, L. J. From Entrepreneurship to Entreprenology. **In:** Usasbe annual national conference, 1997, California. Proceedings. Winsconsin: Usasbe, 1997.

_____. O planejamento de seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas.** São Paulo, v.31,n.3, p.63-71, jul./set. 1991.

FURTADO, J. S. **Sustentabilidade empresarial:** guia de práticas econômicas, ambientais e sociais. Salvador: NEAMA/CRA, 2005.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIMENEZ, F. A. P.; INÁCIO JR.; SUNSIN, L. A. S. B. Uma investigação sobre tendências do comportamento empreendedor. **In:** SOUZA, E. C. L. (Org.). Empreendedorismo: competência essencial para pequenas e médias empresas. Brasília: ANPROTEC, 2001.

HAWKEN, P.; LOVINS, A.; LOVINS, L. H. **Capitalismo natural:** criando a próxima revolução industrial. São Paulo: Cultrix, 2007.

HECKE, A. P. **A intenção empreendedora dos alunos concluintes dos cursos de graduação:** em administração e ciências contábeis das Instituições de ensino superior de curitiba-PR. Curitiba: USP, 2011.

HOCKERTS, K., WÜSTENHAGEN, R. (2010). Greening Goliaths versus emerging Davids — Theorizing about the role of incumbents and new entrants in sustainable entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, 25, 481–492.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos da metodologia científica**. São Paulo. Atlas, 2010.

LEITE, E. F. **O fenômeno do empreendedorismo**. Recife: Bagaço, 2000 p. 7.

LOPES, R. M. A. Referenciais para a Educação empreendedora. **In:** LOPES, R.M. A. (Org.). Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. cap. 1. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: SEBRAE, 2010.

MAHLER, D.; KEARNEY, A. T. The sustainable supply chain. **Supply Chain Management Review**. Disponível em: <<http://www.scmr.com/article/CA6504627.html?q=mahler>>. Acesso 01 junho 2016.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

OLIVEIRA, M. A. L. **SA 8000: o modelo ISO 9000 aplicado à responsabilidade social**. 1 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

PEREIRA, A. C.; SILVA, G. Z. da; CARBONARI, M. E. E. **Sustentabilidade, responsabilidade social e meio ambiente**. São Paulo: Saraiva, 2011.

PEREIRA, J. A. G., SOUZA, L. F. Inovação no ensino de comunicação na perspectiva da educação socioambiental: estudo de caso sobre elaboração de plano de negócios para empreendimentos sustentáveis. **In:** EcoInovar 2013.

PIMENTEL, T. A. B.; REINALDO, H. O. A; OLIVEIRA, L. G. L. Empreendedorismo sustentável: uma análise da implementação da sustentabilidade empresarial em micro, pequenas e médias empresas industriais atendidas pelo peix - no nutec. **In:** SIMPOI 2010.

REA, L. M.; PARKER, R. A. **Metodologia de Pesquisa: do planejamento à execução**. São Paulo: Cengage Learning, 2000.

REVISTA EXAME. Brasil é o primeiro em Ranking de Empreendedorismo. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/brasil-e-o-primeiro-em-ranking-de-empreendedorismo>>. Acesso: 26 maio 2016.

SALIM, C.; NASAJON, C. et al. **Administração empreendedora: teoria e prática usando o estudo de casos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

SANTANA, N. B. **Responsabilidade socioambiental e valor da empresa: uma análise por envoltória de dados em empresas distribuidoras de energia elétrica**. 2008. 328f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2008.

SANTOS, S. de A.; LIMA, M. de O.; DANTAS, A. de B. Propensão ao Empreendedorismo dos Alunos do Ensino Fundamental: um Estudo Comparativo com alunos de 7ª e 8ª séries, entre Instituições de Ensino Municipais e Privadas de Maceió. **In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD**, 30, 2006. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006.

SEBRAE. Cursos Disponíveis ao Empreendedor. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>>. Acesso: 26 maio 2016.

SHOOK, C. L., PRIEM, R. L.; MCGEE, J. E. Venture creation and the enterprising individual: A review and synthesis, *Journal of Management*, v. 29, n. 3, 2003, p. 79-399.

SILVA, K. R. O.; SANTOS, R. A.; FERREIRA, A. P. A. L. **Inovação e Sustentabilidade**. Cruz Alta: Unicruz, 2012.

TACHIZAWA, E. T. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.