



## RELAÇÕES DO ESTILO COGNITIVO COM A INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO

**MIGUEL ANGEL VERDINELLI**

Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI  
[nupad@univali.br](mailto:nupad@univali.br)

**SUZETE ANTONIETA LIZOTE**

Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI  
[lizote@univali.br](mailto:lizote@univali.br)

**JOSÉ CARLOS TERRES**

Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI  
[jcterres@terra.com.br](mailto:jcterres@terra.com.br)

**ELEN SAUER CAMOZZATTO**

Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI  
[adm12ele@gmail.com](mailto:adm12ele@gmail.com)

### RESUMO

A realidade econômica da atualidade tem incentivado o trabalho autônomo e em face da capacidade que manifestam os empreendedores torna-se importante estudar aspectos que os caracterizem. Assim, esta pesquisa tem como objetivo analisar a intenção empreendedora, a partir da visão da teoria do comportamento planejado (TCP) de Ajzen (1991), dos alunos concluintes do curso de administração de uma universidade comunitária de Santa Catarina e sua relação com seus estilos cognitivos, segundo o modelo de Allinson e Hayes (2012). Para atingir esse objetivo empregaram-se os seguintes métodos estatísticos: análise fatorial exploratória (AFE), análise fatorial confirmatória (AFC) e análise de variância (ANOVA). Os resultados obtidos indicam que os estudantes com estilo analítico foram os que demonstraram possuir maior intenção empreendedora. E isso mesmo foi refletido quando se usou o gênero como preditor sendo os do sexo masculino que exibem maior intenção que as alunas. Paralelamente, o estilo que teve menor relação com a intenção, o quase intuitivo, que predominou entre as mulheres. Estudos desta natureza podem contribuir para definir novas ações na educação superior buscando estimular a formação de empreendedores como futuros agentes de inovação. Também, podem abrir novas perspectivas ao empreendedorismo.

**Palavras chave:** Intenção empreendedora. Estilos cognitivos. Relações. Graduandos

## 1. INTRODUÇÃO

Um empreendedor não tem seu perfil propriamente definido, este indivíduo deve obter características, tais como: disciplina, saber identificar os riscos, ter capacidade de planejamento, ser capaz de visualizar uma oportunidade de negócio antes de realizar um investimento, ser tolerável com os erros e buscar aprender com estes, ser um líder capaz de motivar e gerenciar pessoas e processos que envolvem uma organização (REIS; ARMOND, 2012). Para Kickul *et al.* (2009) a criação de negócio está atrelada a busca por oportunidades, ao planejamento para o novo empreendimento, a recursos, dentre outras questões. Neste contexto, conhecer melhor o perfil do empreendedor ou seu potencial empreendedor se configura com parte preponderante das influências as quais este indivíduo está exposto para a criação ou não do seu próprio negócio.

Com o intuito de compreender e conhecer o potencial empreendedor dos brasileiros algumas pesquisas empíricas foram realizadas com estudantes universitários (CULTI-GIMENEZ, 2006; PENZ *et al.*, 2014), com comerciantes (VIEIRA *et al.*, 2013), clientes e futuros empreendedores (FERREIRA; GIMENEZ; RAMOS, 2005; FREITAS *et al.*, 2009), e ainda, com empresários (KORNIJEZUK, 2004). Os achados destas pesquisas apontam a presença do potencial empreendedor dentre os brasileiros.

Diante desse contexto a presente pesquisa tem como objetivo geral analisar as conexões entre o estilo cognitivo dos estudantes com sua intenção empreendedora, sob a influência do comportamento planejado, que declaram ter. Para realizar a análise das associações entre os referidos constructos irão se mensurar o estilo cognitivo, aferir a influência do comportamento planejado quanto as suas atitudes em relação ao empreendedorismo, normas subjetivas e controle comportamental percebido e, quantificar a intenção empreendedora.

As ideias que envolvem o empreendedorismo nas últimas décadas se intensificaram em função das transformações econômicas, as oportunidades surgidas com o movimento da globalização, a redução dos postos de trabalho e a mobilização dos profissionais em busca de novos espaços para exposição de seus talentos (FEUERSCHÜTTE; ALPERSTEDT; GODOI, 2012). Estudar as características psicossociais que perpassam o empreendedorismo, sobretudo a figura do empreendedor é uma linha de pesquisa de grande interesse dada atual situação econômica. Assim como as necessidades das organizações de recrutar indivíduos que saibam aproveitar oportunidades no mercado globalizado (MORIANO; PALACÍ; MORALES, 2006)

Diante deste contexto surge a pergunta que norteia a presente pesquisa: Como se relacionam a o estilo cognitivo e a intenção empreendedora, sob a influência do comportamento planejado, dos estudantes do curso de Administração?

Com a finalidade de dar resposta ao questionamento que originou esta pesquisa estabeleceu-se como objetivo geral analisar as conexões entre o estilo cognitivo dos estudantes com a intenção empreendedora, sob a influência do comportamento planejado, que declaram ter. E como objetivos específicos: a) mensurar o estilo cognitivo (EC) segundo o modelo Allinson e Hayes (2012); b) aferir a influência do comportamento planejado (CP) quanto as suas atitudes em relação ao empreendedorismo, normas subjetivas e controle comportamental percebido sob a ótica de Ajzen (1991); e: c) quantificar a intenção empreendedora (IE) a partir da proposta de Liñan e Chen (2009).

Empreender pode significar transformação social, econômica e pessoal. Um ambiente propício para constatação do desejo latente de empreender são as Instituições de Ensino Superior, em especial as voltadas para o gerenciamento, como é curso de Administração. Desta forma, estudar o estilo cognitivo de uma pessoa é muito relevante para a seleção, colocação, treinamento, orientação e desenvolvimento profissional, além da composição de equipes e o gerenciamento de conflitos (ALLINSON; HAYES, 2012). Kickul *et al.* (2009) ressaltam que quando os indivíduos têm a possibilidade de se tornarem empreendedoras e

pensarem sobre as diferentes competências necessárias para se criar um novo empreendimento, seus estilos cognitivos podem de fato promover uma autopercepção e inibir outros, reforçando os diferentes tipos de autoeficácia necessários neste processo.

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

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Nesta seção apresenta-se a fundamentação teórica que serve de base conceitual para o estudo, bem como as pesquisas empíricas sobre os temas abordados: estilo cognitivo e intenção empreendedora.

### **2.1 ESTILO COGNITIVO**

No atual contexto organizacional, o ambiente exige das empresas uma maior qualificação de seus colaboradores. Devem ser proativos e que em conjunto com seus dirigentes, identifiquem as oportunidades e ameaças do mercado. Com relação a isso, pesquisadores e gestores têm procurado refletir sobre quais características podem contribuir para o desempenho organizacional e conseqüentemente a longevidade e sucesso da empresa. A partir dos estudos de Kirton (1976), Hayes e Allinson (1994), Hodgkinson e Sadler-Smith (2003) e Schlaegel e Koenig (2014) surge a necessidade de estudar a utilização dos estilos cognitivos no contexto organizacional.

Na concepção de Kirton (1976), estilos cognitivos são diferenças individuais estáveis na preferência por modos de obter, de organizar e utilizar a informação na tomada de decisão. Desta forma, considera-se que eles influenciam a adoção de comportamentos na formulação de políticas e objetivos organizacionais, nas soluções de problemas e no processo de tomada de decisões. Gimenez (1998) orienta a importância de explorar escolhas estratégicas através da avaliação do papel exercido pelas características pessoais de tomadores de decisão em empresas. “Principalmente na pequena empresa o dirigente é normalmente o único responsável pela tomada de decisão, e a sua personalidade pode estar refletida em suas escolhas, afetando diretamente os rumos estratégicos da organização.” (FERREIRA; RAMOS, 2004).

Devido aos diferentes estilos cognitivos dos dirigentes, algumas organizações, mesmo enfrentando o mesmo ambiente competitivo e tendo semelhantes objetivos, seguem caminhos diferentes para alcançá-los (FERREIRA; RAMOS, 2004). A investigação da relação entre cognição e características individuais tem auxiliado o entendimento da relação entre cognição e estratégia e deve ser entendido como o segundo argumento comum da escola cognitivista (RAMOS; FERREIRA; GIMENEZ, 2011). Na concepção de Allinson e Hayes (2012) estilo cognitivo é a maneira preferida de recolha, processamento e dados de avaliação de um indivíduo. Ela influencia a forma como poderá ver os ambientes de informação, como se organizam e se interpretam, e como se integram as interpretações em modelos mentais e teorias subjetivas que guiam o comportamento.

Hayes e Allinson (1994) colocam que diferentes níveis de habilidades cognitivas podem levar a diferentes níveis de desempenho, estilos não têm relação com eficácia ou eficiência e podem ser julgados mais ou menos adequados a determinadas situações. “Uma pessoa está predisposta ou tem uma preferência por um modo de pensar ou de comportamento

que irá cair em algum lugar ao longo de um *continuum*. Muitos, por conseguinte, visualizam a cognição intuitiva e analítica representando os polos de uma única dimensão”. (ALLINSON; HAYES, 2012).

Kirton (1976) postula que qualquer indivíduo pode ser colocado em um contínuo que vai desde uma abordagem extremamente adaptável à tomada de decisão, resolução de problemas e criatividade para uma abordagem extremamente inovadora. Considerando que o adaptador prefere um estilo cognitivo que se manifesta em fazer as coisas melhores, o estilo do inovador leva a fazer as coisas de forma diferente. Para Sadler-Smith (2000) podem ser identificadas as seguintes características relativas a estilos cognitivos: dizem respeito à forma em detrimento ao conteúdo do processamento da informação; podem ser identificados através de testes psicométricos; são estáveis ao longo do tempo; são bipolares e podem ser valorados diferencialmente, ou seja, estilos descrevem diferentes modos de processar informação ao invés de melhores modos de processar informação. Após a observação de que de forma característica as pessoas produzem soluções qualitativamente diferentes para problemas aparentemente semelhantes, foi construído um inventário que distingue adaptadores de inovadores (KIRTON, 1976).

No entendimento de Kirton (1976), se nas organizações há pessoas com estilos tanto adaptador como inovador, e se essas características podem ser medidas, então seria útil explorar empiricamente a interação entre adaptadores e inovadores nas suas diversas configurações organizacionais. Como exemplo, assumiu que os adaptadores e inovadores trazem pontos de vista incomensuráveis e soluções diferentes a problemas administrativos e organizacionais. Tal conhecimento pode permitir uma melhor apreciação mútua e consequente cooperação entre aqueles com diferentes – e potencialmente igual de valiosos – modos de percepção e resolução de problemas. De acordo com as colocações apontadas sobre estilos cognitivos, existem diferenças na maneira como as pessoas captam eventos e fazem julgamentos. Assim, pode-se dizer que os estilos cognitivos podem exercer influência na formação e implementação da estratégia. (FERREIRA; RAMOS, 2004)

Com o objetivo de identificar a preferência por um estilo cognitivo, Kirton (1976) criou um instrumento denominado Kirton Adaptation-Innovation Inventory (KAI) que já foi testado e validado, entre outros, por Goldsmith (1984), Kirton (1987), Foxall e Hackett (1992) e, Gimenez (2000). Os resultados do KAI variam entre um mínimo de 32 (extremo adaptador) e um máximo de 160 (extremo inovador) com média entre 95 e 96. Gimenez (2000) destaca que o objetivo da teoria de adaptação-inovação é auxiliar o sujeito a compreender sua preferência e a de outras pessoas, assim como seus possíveis comportamentos, o que, de certa forma, pode auxiliá-los a ter um desempenho mais eficiente.

Por sua parte, Allinson e Hayes (1996) desenvolveram o Índice de Estilo Cognitivo (Cognitive Style Index - CSI) que busca traçar um modelo cognitivo e de aprendizagem desenvolvido para ambientes organizacionais. Inicialmente o índice foi projetado para se utilizar com gerentes e grupos profissionais, porém tem sido aplicado com estudantes e gestores que ocupam cargos de gerência (ALLINSON; HAYES, 1996). O CSI compreende cinco estilos: os intuitivos, quase intuitivos, adaptativos, quase analíticos e analíticos. Sua diferenciação é feita com base na pontuação dada a 38 questões a serem respondidas como verdadeira, falsa ou incerta, que segundo um gabarito próprio criado pelos autores recebem pontuações de 0, 1 ou 2 (ALLINSON; HAYES, 2012).

## 2.2 INTENÇÃO EMPREENDEDORA

As intenções, de acordo com Ajzen (1991) compreendem os fatores motivacionais que influencia o comportamento, são indicadores de quanto é forte a vontade de tentar, de quanto esforço o indivíduo pretende desenvolver para manifestar um comportamento. Diante dos diversos estudos sobre empreendedorismo, sobressaem-se aqueles que se propõem a

investigar o desencadeamento do comportamento empreendedor. Fontenele, Brasil e Sousa (2012, p. 3) destacam que “é crescente o número de pesquisas relacionadas à intenção empreendedora, e que buscam identificar os constructos que mais influenciam na intenção empreendedora ou motivação empreendedora”.

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

O grau de intensidade da intenção empreendedora nos indivíduos pode variar razoavelmente de pessoa para pessoa, e ainda variar para a mesma pessoa em diferentes pontos no tempo, dependendo das circunstâncias vivenciadas por este indivíduo. Fontenele, Brasil e Sousa (2012, p. 2) asseveram que “o uso de modelos de intenção empreendedora decorre do fato de que a opção para iniciar uma atividade empresarial é um comportamento planejado. Os indivíduos, em geral, analisam diversos fatores antes de empreender”.

No campo teórico encontramos vários modelos que abordam a intenção empreendedora. Krueger e Carsrud, em 1993, aplicaram de maneira pioneira no âmbito do Empreendedorismo a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) de Ajzen (1991). A TCP prevê que o comportamento e a intenção de agir resultam da combinação de três condições: (i) atitude individual diante desse comportamento, (ii) da norma subjetiva que lhe é implícita e (iii) da percepção sobre o controle do comportamento em causa. Para Almeida (2005, p. 4) a TCP impôs-se como uma das mais difundidas teorias do comportamento humano no contexto das ciências sociais e, tem sido testado em vários estudos como modelo explicativo do comportamento humano, cujos resultados revelam capacidade explicativa satisfatória.

A teoria do comportamento planejado apresentada por Ajzen em 1991 acabou por ser um importante modelo de processo cognitivo de avaliação de intenção empreendedora (KOE *et al.*, 2012). O modelo explica a complexidade da relação entre o comportamento humano e os determinantes que são relevantes. O mais importante é a identificação do comportamento humano como causa da intenção. De acordo com Ajzen (1991), a intenção de realizar um ato é afetada por três antecedentes: atitude, normas subjetivas e comportamento controlado. A atitude está relacionada a possíveis reações provocadas pela consumação de um comportamento, que pode ser preditor de determinadas consequências para o indivíduo. As normas subjetivas se correlacionam com crenças normativas ou relações sociais, é a percepção do indivíduo quanto ao julgamento da sociedade quanto às suas atitudes. Por fim, o comportamento controlado vem da facilidade ou dificuldade do indivíduo em realizar determinado comportamento, baseado em experiências passadas, impedimentos e obstáculos.

A partir disto, Liñan e Chen (2009) criaram um instrumento com o objetivo de mensurar a intenção empreendedora. Esses autores, adaptando o modelo desenvolvido por Ajzen (1991) para manifestação do comportamento humano em determinadas situações, desenvolveram o questionário de intenção empreendedora. Ao aplicar este instrumento em alunos de graduação de dois países de culturas bem diferentes, os autores concluíram que tem aplicabilidade em diferentes culturas.

Neste estudo, optou-se por testar o modelo de Liñan e Chen (2009) no contexto brasileiro para aferir a intenção empreendedora de estudantes universitários. Para os autores o instrumento de pesquisa voltado para a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) é

composta por quatro subescalas, sendo elas: atitude em relação ao empreendedorismo, normas subjetivas, controle comportamental percebido e a intenção empreendedora.

### 3. METODOLOGIA

Os dados desta pesquisa *survey* (BABBIE, 2003) foram colhidos junto aos estudantes do último ano de graduação no curso de Administração de uma universidade comunitária do Estado de Santa Catarina. Para tanto se utilizou um questionário de autopreenchimento organizado em três blocos. No primeiro se registraram os dados dos estudantes: sexo, período que cursavam e se trabalhavam além de estudar.

No segundo bloco se levantou o estilo cognitivo segundo o modelo de Allinson e Hayes (2012). O índice do estilo cognitivo é composto a partir das respostas dadas a trinta e duas (38) questões que são contestadas como verdadeira, falsa ou não sabe responder. E no terceiro bloco, segundo a proposição de Liñan e Chen (2009), se colheram dados sobre a intenção empreendedora por meio de questões que focam: 1) atitudes pessoais, com quatro itens; 2) normas subjetivas, ou seja, a percepção que os respondentes têm sobre as pressões sociais, com quatro itens; 3) controle comportamental percebido, com seis itens; e, 4) intenção empreendedora, com quatro itens.

Todos os instrumentos preenchidos foram organizados em uma planilha eletrônica Excel®, na qual se fez o pré-tratamento dos dados (HAIR Jr. *et al.*, 2009). Identificaram-se os dados faltantes, que ao não superar o limite máximo admitido e por não se associar a nenhum padrão, optou-se por preencher as células vazias com o valor da mediana do indicador correspondente. A possível presença de *outliers* foi avaliada por meio da função gráfica *Box Plots* do software Statistica®, utilizando um coeficiente de 1,5 desvios.

Os métodos estatísticos empregados foram análise fatorial exploratória (AFE), análise fatorial confirmatória (AFC) e análise de variância (ANOVA). Antes de realizar as análises fatoriais se calculou o coeficiente alfa de Cronbach para cada dimensão do constructo intenção empreendedora e a correlação do item com a total, conforme o procedimento sugerido por Churchill Jr. (1979). Para definir os itens que refletem as distintas dimensões se consideraram cargas fatoriais acima de 0,6 e variância extraída maior do que 50%.

Com a finalidade de avaliar a normalidade da distribuição das variáveis geradas como os somatórios dos itens que refletem cada dimensão do constructo se efetuaram o cálculo da média, desvio padrão, assimetria e curtose (HAIR Jr. *et al.*, 2009). Segundo afirmam Finney e DiStefano (2006) os dados com coeficientes de até 2 de assimetria e até 7 de curtose, em módulo, podem ser considerados quase normais.

### 4. RESULTADOS

Os dados levantados com os estudantes do último ano do curso de Administração foram de 91 respondentes, sendo 47 alunos que cursavam o sétimo período e 44 o oitavo. Das 50 respondentes do sexo feminino, 26 cursavam o sétimo período e 24 o oitavo. Enquanto dos 41 alunos do sexo masculino 21 cursavam o sétimo e 20 o oitavo período. A maioria dos respondentes, 79 deles, trabalha além de estudar.

Depois de digitar os dados numa planilha Excel® se verificaram os dados faltantes. Para o bloco de intenção empreendedora se observaram onze dados omissos e como não mostravam nenhum padrão foram preenchidos com a mediana do item correspondente. Nas respostas dadas no bloco do estilo cognitivo se observaram seis dados faltantes, entretanto não se fez nenhum preenchimento, apenas se verificou *a posteriori* se o possível valor ia mudar o estilo que corresponderia ao aluno onde se verificou o dado omissos. Em nenhuma circunstância houve mudança do estilo, pois o somatório estava na faixa definida para o estilo.

Realizado o pré-tratamento dos dados a matriz foi importada para o *software* Statistica®. Com ele se avaliou a possível presença de *outliers* empregando a função gráfica *Box Plot*. Não foi constatado nenhum *outlier* usando um coeficiente de 1,5. A seguir se avaliou a possibilidade de efetuar a análise fatorial e para tanto se calcularam o alfa de Cronbach e a correlação do item com o total. O procedimento foi desenvolvido para cada dimensão da intenção empreendedora e se constatou que para a dimensão atitudes o alfa foi de 0,920 e todos os itens tiveram correlações com o total maiores do que 0,75. Para a dimensão normas subjetivas o alfa de Cronbach foi de 0,861 e as correlações do item com o total foram todas maiores do que 0,47. Para o controle comportamental percebido o valor do alfa chegou a 0,847 e as correlações maiores do que 0,43. Por fim, para a dimensão intenção empreendedora do constructo o alfa chegou à 0,915 e as correlações do item com o total sempre foram maiores do que 0,74.

Confirmada a possibilidade de realizar a análise fatorial aos efeitos de verificar as cargas fatoriais e a variância extraída no caso da unidimensionalidade se efetuaram os procedimentos exploratórios para cada dimensão. Os resultados se apresentam no Quadro 1, onde constam também a variância explicada e qual a porcentagem do total.

Quadro 1 – Itens retidos com cargas fatoriais acima de 0,60 para cada dimensão

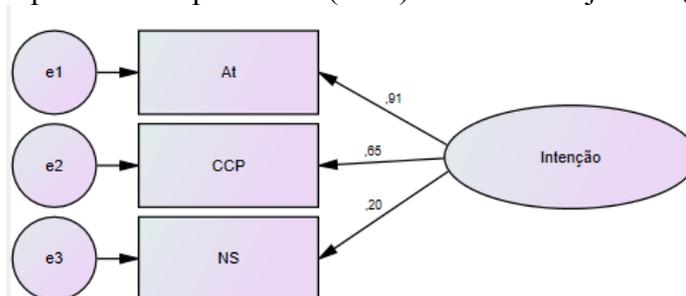
Variável	Fator 1						
IE1	0,601	At1	-0,871	CCP1	-0,873	NS1	-0,900
IE2	-0,859	At2	-0,916	CCP2	-0,768	NS2	-0,903
IE3	-0,927	At3	-0,911	CCP3	-0,885	NS3	-0,916
IE4	-0,935	At4	-0,894	CCP5	-0,754	NS4	-0,634
Var Expl.	2,834	Var Expl.	3,228	CCP6	-0,700	Var Expl.	2,868
% Var	70,86	% Var	80,71	Var Expl.	3,194	% Var	71,69
				% Var	63,88		

Legenda: IE – intenção empreendedora; At – Atitude; CCP – Controle comportamental percebido; NS – norma subjetiva.

Fonte: dados da pesquisa.

A continuação fez-se a análise fatorial confirmatória usando como antecedentes da intenção empreendedora aos somatórios das pontuações dadas aos itens retidos pela análise exploratória. O resultado que se exhibe na Figura 1 demonstra que as três dimensões se relacionam positiva e significativamente com a intenção.

Figura 1 – Relação da intenção empreendedora com as atitudes (AT), controle comportamental percebido (CCP) e normas subjetivas (NS)



Fonte: dados da pesquisa.

Depois de realizada a análise confirmatória com os somatórios se calcularam as estatísticas descritivas dos mesmos para avaliar a normalidade. Constatou-se que a assimetria e a curtose tiveram valores próximos de zero, que corresponderiam à normalidade. Confirmada essa condição foi possível efetuar a análise de variância (ANOVA) para analisar de os estilos cognitivos se associam com a intenção empreendedora. Os valores das estatísticas descritivas se expõem na Tabela 1.

Tabela 1 – Valores da média, desvio padrão, assimetria e curtose para os somatórios das dimensões da intenção empreendedora

Variáveis	Média	Des pad	Assim.	Curtose
At	20,275	6,202	-0,882	0,431
CCP	18,868	6,291	-0,080	-0,397
NS	21,297	5,679	-0,788	0,293
IE	15,934	3,313	-0,552	0,443

Legenda: IE – intenção empreendedora; At – Atitude; CCP – Controle comportamental percebido; NS – norma subjetiva.

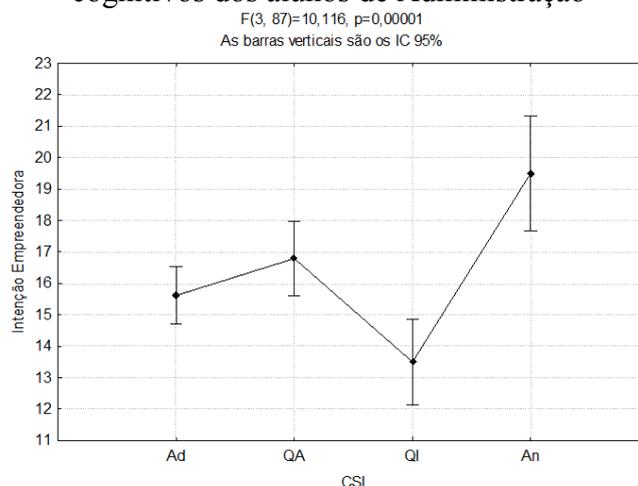
Fonte: dados da pesquisa.

Realizados os cálculos do modelo de estilos cognitivos de Allinson e Hayes (2012) se confirmou que não houve entre os alunos representantes do estilo intuitivo. Caracterizados como quase intuitivos (QI) foram 18 alunos. Os adaptadores (Ad) foram os que estiveram mais representados, chegando a 39 estudantes, sendo os quase analíticos (QA) os segundos mais frequentes com 24 respondentes e os analíticos (An) foram 10.

Realizada a ANOVA usando como preditor categórico os estilos cognitivos e como variável dependente a intenção empreendedora se teve como resultado que os alunos analíticos são os que se autoavaliam com maior intenção, seguido pelos quase analíticos. Os resultados da comparação simultânea de apresenta na Figura 2.

O valor do F, com 3 graus de liberdade no numerador e 87 no denominador foi altamente significativo ( $p < 0.001$ ), pelo que no se pode aceitar a igualdade das médias na sua comparação simultânea. Assim sendo, se deu prosseguimento realizando os testes pareados pelo método de Tukey. Os resultados obtidos confirmam que na comparação a *posteriori* os alunos com estilo analítico possuem uma média de 19,50, significativamente maior do que a dos adaptadores (15,62) e dos quase intuitivos (13,50). Por sua vez, a média dos quase analíticos (16,79) é estatisticamente igual aquela dos analíticos e dos adaptadores, mas maior que a dos quase intuitivos.

Figura 2 – Comparação simultânea das médias da intenção empreendedora segundo os estilos cognitivos dos alunos de Administração



Legenda: Ad – adaptador; QA – quase analítico; QI – quase intuitivo; An – analítico.

Fonte: dados da pesquisa.

Todas essas comparações são exibidas na Tabela 2, que no corpo da mesma mostra os valores p segundo o teste de Tukey.

Tabela 2 – Comparações pareadas das médias da intenção empreendedora segundo o estilo cognitivo dos estudantes de Administração.

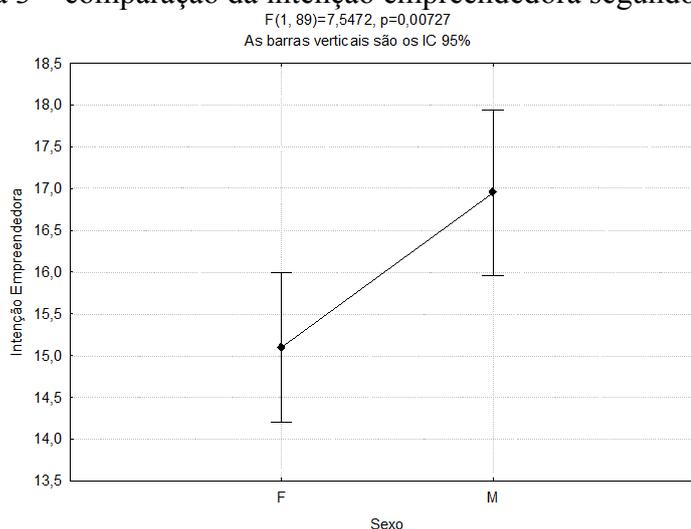
CSI	Ad	QA	QI	An
<b>Ad</b>		0,405	0,058	<b>0,002</b>
<b>QA</b>	ns		<b>0,003</b>	0,070
<b>QI</b>	ns	***		<b>0,000</b>
<b>An</b>	***	*	***	

Fonte: dados da pesquisa.

Legenda: ns = não significativo; \*  $p < 0,10$ ; \*\*\*  $p < 0,01$

Quando se usou como preditor o período que o aluno estava cursando ou se trabalhava ou não as médias foram estatisticamente iguais. Já quando se usou o sexo do respondente as médias diferem significativamente, como se mostra na Figura 3.

Figura 3 – comparação da intenção empreendedora segundo o sexo



Legenda: F – feminino; M – masculino.

Fonte: dados da pesquisa.

A diferença que se observa em relação ao sexo se explica pelo número de estudantes que possuem estilo cognitivo analítico e quase intuitivo. Com o primeiro estilo há 7 homens e 3 mulheres e com estilo quase intuitivo há 13 mulheres e 5 homens.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os objetivos propostos para esta pesquisa foram alcançados podendo analisar as conexões existentes entre os estilos cognitivos dos estudantes do último ano de Administração com as intenções empreendedoras que declaram ter. Para tanto foi mensurado o estilo cognitivo pelo modelo de Allinson e Hayes (2012), que caracteriza cinco estilos: intuitivo, quase intuitivo, adaptador, quase analítico e analítico. Cabe destacar que não foi classificado nenhum dos respondentes como intuitivo e também o predomínio dos adaptadores.

A teoria do comportamento planejado de Ajzen (1991) pode ser evidenciada entre os participantes do estudo, confirmando que a intenção empreendedora é influenciada pelas atitudes, o controle comportamental percebido e as normas subjetivas. Foi nessa mesma ordem em que o comportamento planejado apresentou a influência.

Por sua vez, a intenção empreendedora teve relação com o estilo cognitivo. Nos dados levantados para o estudo foram os estudantes com estilo analítico os que demonstraram possuir

maior intenção. E isso mesmo foi refletido quando se usou o gênero como preditor, pois o número de estudantes do sexo masculino com estilo analítico foi mais do que o dobro de as alunas. Paralelamente, o estilo que teve menor relação com a intenção, o quase intuitivo, que predominou entre as mulheres.

No trabalho existiram limitações, dentre as quais cabe ressaltar que no curso de Administração a disciplina de empreendedorismo se ministra no regime de optativa e entre os alunos de ambos os períodos considerados havia estudantes que não tinham participado dessas aulas. Acredita-se que esse possa ter sido um motivo pelo que não se observou diferenças entre as médias quando o preditor foi o período em que o respondente estava no curso. Futuramente, junto com os dados demográficos deve ser incluída uma pergunta a esse respeito.

Também se sugere para novas pesquisas sobre o tema a possibilidade de relacionar o estilo cognitivo ao desempenho do aluno e a intenção empreendedora com a autoeficácia empreendedora, uma vez que o papel das crenças e a autoconfiança podem influenciar na intenção.

## REFERÊNCIAS

AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 50, n. 2, p.179-211, 1991.

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

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

ALMEIDA, F. J. R.; SOBRAL, J. B. A. Os condicionantes psicológicos e estruturais da informatização organizacional: um estudo sobre empresas portuguesas utilizando o modelo de equações estruturais. *In: Anais do Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração (EnANPAD)*, 2005.

BABBIE, E. **Métodos de pesquisa de survey**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

CHURCHILL JR., G. A. A paradigm for developing better measures of marketing constructs. **Journal of Marketing Research**, v. 16, n. 1, p. 64-74, 1979.

CULTI-GIMENEZ, S.; COSTA, M. I.; SCHYPULA, A.; GIMENEZ, F. A. P. Comportamento empreendedor de alunos do curso de turismo. **Cadernos da Escola de Negócios**, v.4, n.4, 2006.

FERREIRA, J. M.; GIMENEZ, F. A. P.; RAMOS, S. C. Potencial empreendedor e liderança criativa: Um estudo com varejistas de materiais de construção da cidade de Curitiba/Pr. *In: Anais do Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração (EnANPAD)*, 2005.

FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C. Escolha estratégica e estilos cognitivos: uma correlação da tipologia de Miles e Snow e o modelo de Kirton. *In: Anais do Encontro Nacional de Engenharia de Produção (ENEGEP)*, 2004.

FEUERSCHÜTTE, S. G.; ALPERSTEDT, G. D.; GODOI, C. K. Empreendedorismo e competência: um ensaio sobre complementaridade e convergência dos constructos. **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v.10, n.3, p.509-538, 2012.

- FINNEY, S. J.; DiSTEFANO, C. Non-normal and categorical data in structural equation modeling. *In: HANCOCK, G. R.; MUELEER, R. O. **Structural equation modeling: a second course.*** Charlotte, NC: Information Age Publ., 2006.
- FONTENELE, R. E. S.; BRASIL, M. V. O.; SOUZA, A. M. R. Determinantes da intenção empreendedora de discentes em um instituto de ensino superior. *In: **Anais do Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica,*** 2012.
- FOXALL, G. R.; HACKET, P. M. W. The factor structure and construct validity of Kirton adaption-innovation inventory. **Personality and Individual Differences**, v. 13, n. 9, p. 967-975, 1992.
- FREITAS, A. A. F.; RIBEIRO, R. C. L.; BARBOSA, R. T.; PATRICIO, P. E. A. O potencial empreendedor de empreendedores informais clientes de programas de microcrédito: uma avaliação sob as perspectivas de capital humano e gênero. *In: **Anais do Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração (EnANPAD),*** 2009.
- GIMENEZ, F. A. P. Escolhas estratégicas e estilo cognitivo: um estudo de caso com pequenas empresas. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 2, n. 1, p. 27-45, 1998.
- GIMENEZ, F. A. P. **O Estrategista na pequena empresa.** Maringá: [s.n.], 2000.
- GOLDSMITH, R. E. Personality characteristics associated with adaption-innovation. **The Journal of Psychology**, v. 117, p. 159-165, 1984.
- HAIR Jr., J. F.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM R. L. **Análise multivariada de dados.** 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- HAYES, J.; ALLINSON, C. W. Cognitive style and its relevance for management practice. **British Journal of Management**, v. 5, n. 1, p. 53-71, 1994.
- HODGKINSONH, G. P.; SANDLER-SMITH, E. Complex or unitary? a critique and empirical re-assessment of the Allinson-Hayes cognitive style index. **Journal of Occupational & Organizational Psychology**. v. 76, n. 2, 2003.
- KICKUL, J.; GUNDRY, L. K.; BARBOSA, S. D.; WHITCANCAK, L. Intuition versus analysis? testing differential models of cognitive style on entrepreneurial self-efficacy and the new venture creation process. **Entrepreneurship: Theory & Practice**, v. 33, n. 2, p.439-453, 2009.
- KIRTON, M. J. Adaptors and innovators: a description and measure. **Journal of Applied Psychology**, v. 61, n. 5, p. 622-629, 1976.
- KIRTON, M. J. **Kirton adaption-innovation inventory.** 2. ed. Hatfield, UK: Occupational Research Centre, 1987.
- KOE, W.; SA'ARI, J. R.; MAJID, I. A.; ISMAIL, K. Determinants of entrepreneurial intention among millennial generation. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, v. 40, p. 197-208, 2012.
- KORNIJEZUK, F. B. S. **Características empreendedoras de pequenos empresários de Brasília.** 2004. 129 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação e Documentação da Universidade de Brasília, 2004.
- KRUEGER Jr., N. F; CARSRUD, A. L. Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 5, n. 4, p. 315-330, 1993.

- LIÑÁN, F., CHEN, Y-W. Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. **Entrepreneurship: Theory & Practice**, v.33, n.3, p.593-617, 2009
- MORIANO, J. A.; PALACI, F. J.; MORALES, J. F. Adaptación y validación en España de la escala de autoeficacia emprendedora. **Revista de Psicología Social**, v.21, n.1, p.51-64, 2006.
- PENZ, D.; AMORIM, B. C.; NASCIMENTO, S.; SILEVIRA, A. Potencial empreendedor dos discentes do curso de administração de uma instituição de ensino superior privada a luz do Carland Entrepreneurship Index (CeI). *In: Anais do Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE)*, 2014.
- RAMOS, S. C.; FERREIRA, J. M.; GIMENEZ, F. A. P. Cognição do ambiente competitivo: um estudo dos constructos mentais utilizados por proprietários de pequenas empresas. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 3, p. 392-412, 2011.
- REIS, E. P.; ARMOND, A. C. **Empreendedorismo**. Curitiba: IESDE Brasil, 2012.
- SADLER-SMITH, E. Validity of the cognitive style index: replication and extension. **British Journal of Management**, v. 11, n. 2, p. 175-182, 2000.
- SCHLAEGEL, C.; KOENING, M. Determinants of Entrepreneurial intents: a meta-analytic test and integration of competing models. **Entrepreneurship: Theory & Practice**, v. 38, n. 2, p. 291-332, 2014.
- THOMPSON, E. R. Individual Entrepreneurial Intent: construct clarification and development of an internationally reliable metric. **Entrepreneurship: Theory & Practice**, v.33, n.3, p.669-694, 2009.
- VIEIRA, S. F.; NEGREIROS, L. F.; MELATTI, G. A.; GIMENEZ, F. A. P.; SOUZA, J. F. C. F.; PELISSON, C. Formação de estratégias em micro e pequenas empresas do comércio de Londrina: uma abordagem sob a perspectiva das configurações. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v.7, n. 1, 2013.