



Ângela Maria Ramalho Capela Peixoto

**PODE CEO SIGNIFICAR CRIMINALIDADE ECONÓMICA OCUPACIONAL?
UM ESTUDO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE O EMPREENDEDORISMO E
O DESVIO.**

Dissertação apresentada à Faculdade de Direito da Universidade do Porto para obtenção
do grau de Mestre em Criminologia

2019

Ângela Maria Ramalho Capela Peixoto

**PODE CEO SIGNIFICAR CRIMINALIDADE ECONÓMICA OCUPACIONAL?
UM ESTUDO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE O EMPREENDEDORISMO E
O DESVIO.**

Dissertação apresentada à Faculdade de Direito da Universidade do Porto para obtenção do grau de Mestre em Criminologia elaborada sob orientação do Professor Doutor Pedro R. Almeida e coorientação da Professora Doutora Rita Faria

*«As academics we have the moral duty to make things in a good way.
To apply science, and to leave a better world for our sons.
Otherwise, we have failed as academics.»*

Nikos Passas, 8 de julho de 2019.

RESUMO

A presente dissertação pretendeu diferenciar empreendedores e não-empreendedores ao nível da personalidade e da tolerância a atitudes antiéticas no empreendedorismo, bem como explorar os preditores da tolerância a atitudes antiéticas. Em concreto, pretendeu perceber se empreendedores teriam padrões diferentes de personalidade do que não empreendedores (especialmente nos traços negros de personalidade), e se teriam mais tolerância a atitudes antiéticas no meio empreendedor. Também se explorou a influência dos diversos preditores (*e.g.* traços de personalidade e ser ou não empreendedor) na tolerância a atitudes antiéticas. Em termos conceptuais, o trabalho ambicionava estabelecer uma ponte entre a tolerância a atitudes antiéticas por parte dos empreendedores no meio empreendedor, e a possibilidade de expressão de comportamentos considerados como crimes de colarinho branco.

Para cumprir os objetivos esta dissertação utilizou-se a metodologia quantitativa de recolha e análise de dados. Foram aplicados questionários que operacionalizavam os traços negros de personalidade (*Dirty Dozen - Dark Triad*); os *Big Five* (BFI-10 e NEO-FFI-20) e foi construída de raiz uma escala de tolerância a atitudes antiéticas no empreendedorismo (TUBE) e relativa à utilização de *Initial Coin Offerings*. Os questionários foram preenchidos por um total de 141 indivíduos, 49 dos quais empreendedores.

Os principais resultados apontam os empreendedores como significativamente mais maquiavélicos que não-empreendedores e exibindo maior tolerância a comportamentos antiéticos no empreendedorismo. Num teste *ad hoc* dos preditores que poderiam influenciar a tolerância a atitudes antiéticas, verificou-se que 13,6% da tolerância a atitudes antiéticas pode ser explicada pelo Maquiavelismo e pelo facto de ser empreendedor.

Os resultados desta dissertação, apesar de providenciarem algumas respostas, levantam ainda mais questões sobre as quais a investigação futura se deve debruçar.

Palavras-chave: Crime, empreendedorismo, personalidade, Maquiavelismo, empreendedorismo destrutivo, criptomoedas

ABSTRACT

The present dissertation aimed to differentiate entrepreneurs and non-entrepreneurs regarding personality traits and tolerance towards unethical behaviour on entrepreneurship. It also explored which variables were significant predictors of the tolerance towards unethical behaviour. Specifically, we analysed whether entrepreneurs show distinct personality patterns (especially dark personality traits) from non-entrepreneurs, and if they tolerate more unethical behaviour on the entrepreneurial ecosystem than non-entrepreneurs. The influence of various predictors (*e.g.* dark personality traits and being (or not) an entrepreneur) on this tolerance towards unethical behaviour was also explored.

Conceptually, this work aimed at to bridge the gap between tolerance to unethical behaviour by entrepreneurs in the entrepreneurial ecosystem and the possibility of expressing behaviours considered as white collar crime.

In order to accomplish the goals of this dissertation, a quantitative methodology was used to collect and analyse data.

A set of questionnaires operationalizing personality traits: Dark Triad (the Dirty Dozen scale); Big Five (BFI-10 and NEO-FFI-20), and a scale was built regarding the tolerance toward unethical behaviour in entrepreneurship, and concerning the awareness and use of Initial Coin Offerings. The questionnaires were fulfilled by 141 individuals, 49 of which were entrepreneurs.

The main results show that entrepreneurs are significantly higher in Machiavellianism than non-entrepreneurs, and also tolerate significantly more unethical behaviours in entrepreneurship.

In an *ad hoc* test of predictors that could influence tolerance to unethical attitudes, one model revealed that 13.6% of tolerance to unethical attitudes in entrepreneurship can be explained by Machiavellianism and being an entrepreneur.

Although the results of this dissertation provide some answers, they raise even more questions about which future investigation must lean over.

Keywords: Crime, entrepreneurship, personality, Machiavellianism, destructive entrepreneurship, cryptocurrencies.

AGRADECIMENTOS

O meu primeiro agradecimento é dirigido ao meu orientador, Prof. Doutor Pedro Almeida. Já se passaram sete anos – sete... – desde que conheci o melhor dos piores orientadores, e tu conheceste a melhor das piores alunas. Sete anos de muita aprendizagem, muitas lutas e muito boa disposição. O meu agradecimento muito especial por todo o conhecimento transmitido, particularmente nos últimos quatro anos em que me orientaste na academia e na vida. És um exemplo de mestre, de amigo e de cuidador. Obrigada por me incutires o espírito científico e me ensinares – à força toda – a ser paciente e a esperar que o pombo-correio traga de volta a resposta ao que te pergunto. Foi uma honra partilhar contigo todos estes anos. Thank you for walking with me in hell!

Em segundo lugar, à minha co-orientadora, Professora Doutora Rita Faria. Para mim um exemplo de uma mulher profissional e de sucesso. Ser mulher, e especialmente uma mulher forte na academia é uma missão que só alguém especial consegue levar a cabo. Pelo seu espírito crítico, pela paixão com que me transmitiu o seu conhecimento e as suas ideias, e pelo rigor com que se (e me) orienta, o meu muito obrigada.

Gostava de agradecer também à minha mais recente aquisição, a Doutora Tânia Gouveia. Apesar da tua tardia chegada, foste (e és e serás) fundamental para o meu percurso. Apareceste no momento certo, escancaraste a porta – como é tão típico teu porque o mundo não precisa de meias coisas ou desenxabidas. O teu espírito jovem, e o teu ar de gazilionária fazem de ti uma coco-orientadora muito especial. Obrigada pela partilha constante de conhecimento e experiências. Acredito que essa porta de entrada na minha vida está de tal forma aberta que não vamos conseguir fechar.... Valham-nos os teus faróis, ainda que murchinhos, para iluminar o nosso caminho.

I also want address a word of gratitude to the MiscRisk research team for the shared moments and knowledge and for trust me for the position. Being part of MiscRisk has allowed me to hone my research skills, work spirit and resilience. Many thanks to Prof. Pedro Sousa, Prof. Jorge Quintas, Prof. Inês Sousa Guedes, Prof. José Neves Cruz and Prof. Nikos Passas.

Agradeço também ao Pedro Moreira por me esclarecer dúvidas de última hora, pela constante partilha de conhecimento, pelo apoio e pelo convite para madrinha da sua cria. Quando for maior (maior que 1,60m) quero ser como tu a defender teses de doutoramento.

À minha amiga Carla. A amiga de todas as horas e ocasiões. És o melhor exemplo da persistência, de resiliência e de solidariedade. Desconfio que em vez de teres um coração, tens dois.... Só isso justifica a tua bondade e lealdade. A forma como tu olhas para o *outro* e como, dentro da tua própria escuridão, consegues ver nele a luz é algo muito bonito e muito raro. És fantástica e não tenho palavras suficientes para te agradecer, nem a ti nem ao Universo por te ter posto no meu caminho.

À minha Camila Pão de Queijo. Admiro-te muito, pelo teu esforço, inteligência, sensibilidade, coragem, ousadia, resiliência. És um ser humano cheio de Luz! Espero poder partilhar muitos, muitos sucessos contigo. Foi uma honra partilhar trabalho, conhecimento, e pão de queijo contigo. És muito especial. Obrigada por tudo.

Às minhas amigas que, não partilhando o mesmo espaço de trabalho e às vezes nem a mesma cidade, sempre me apoiaram e que permitiram que eu (não) perdesse a cabeça. Carolina, Cláudia, Luísa, Pipas, Catarina, Rita, Sofia Silva, Joana Gomes, Ana Pedrosa, Natacha e Ana Manuel vocês são fantásticas e é uma honra e um privilégio ter amigas como vocês.

Ao João e Andreia (vocês são só um). Obrigada por serem tão espetaculares. Obrigada por me receberem tão bem na vossa casa e no vosso lar perdido no meio do Atlântico. Foi um percurso maravilhoso ao vosso lado. Obrigada por partilharem tantos momentos de risadas, o nascer e o pôr do sol no meio do Oceano Atlântico, os “*chouriços à bombeiro*” e tantos serões a olhar para o céu de Valongo. Poucas pessoas marcaram tanto o meu percurso na faculdade quanto vocês, é um privilégio e uma honra ter passado estes 7 anos com vocês (longe ou perto). Venham mais sete, catorze, vinte e um... E que sejamos todos inspetores!!

Ao meu Joaquim. Que não se chama Joaquim. E que para além de Próspero é também virtuoso. Obrigada por todos os *brainstorms* e todas as discussões sobre o sentido da vida! Obrigada por todos os momentos de partilha e riso.

Ao Luís, por ser um espetacular comediante e me fazer trabalhar o meu *six pack* quando, a meio da tarde, envia vídeos engraçados pelo Whats. Por ser um ótimo ajudante na cozinha, dados os seus 2m. Obrigada por apareceres em momentos críticos e fazeres com que o fardo fique mais leve.

À malta com quem partilhei a sala do CJS – Raquel, Arlindo, Mariana, Beatriz – porque passámos tão bons momentos.... Pelos nossos pic-nics, pelas nossas gargalhadas, por tudo o que vivemos e partilhámos: obrigada.

Liebe Freundin Katharina ... Vielen Dank für die Zeit, die du mit mir verbracht hast. Vielen Dank, dass du mir dein gutes und freundliches deutsches Herz zeigen hast. Du bist ein verdammt besonderes mädchen!!

Ao meu primo Diogo (D-Lay). Uma fonte de inspiração pela paixão com que se dedica aos seus projetos, pela coragem, pela força e resiliência. Pelos valores que tens e transmites, pelas boleias, pelas canecas, pelos jogos do Sporting com direito a francesinhas e canecos. Por tudo o que partilhas comigo, desde sempre e para sempre. O meu muito obrigada!

À minha prima e madrinha Isabel. Desde sempre um exemplo a seguir. A minha comparsa e o meu *role model* desde pequenina. O exemplo mais pró-social da minha infância e adolescência. Sem ti não teria chegado aqui. Obrigada.

À minha Milocas. A ti que nunca me abandonaste. Já há muitos anos tens dotes de marinha, porque foste muitas vezes o meu bote salvador. Às vezes não precisamos de muita coisa; só precisamos de alguém que esteja lá. És o meu maior exemplo de mulher forte e independente. Acreditasses em ti como eu acredito e não terias um dia triste. Obrigada por estares não estando. E não estando, estando. É um dom estranho que tens... És a minha irmã.

À minha família, por serem o núcleo duro que me sustenta e por fazerem de mim a pessoa que sou hoje (menos as coisas más, as coisas más fui tudo eu, não se preocupem!). Por me apoiarem, por me respeitarem e quererem o melhor para mim.

Ao meu Hugo. Não podia pedir melhor companhia de viagem. O meu melhor amigo, o meu amor, o meu UBER, o meu supermodelo, o meu humorista, o meu psicólogo, o meu psiquiatra, o meu ansiolítico... Não tenho palavras suficientes para descrever a gratidão pelas jornadas que temos percorrido juntos. És o meu refúgio. Se um dia me descrevessem o quão extraordinário és e me dissessem que existias mesmo eu nunca (nunca, nunca) teria acreditado. É como se Deus tivesse adormecido enquanto te estava a fazer e tivesse entornado todos os bons ingredientes para dentro do tacho. Estou tão feliz por te ter conhecido e tão honrada por teres ficado que parece mentira. «*Like a river flows surely to the sea, darling, so it goes some things are meant to be. Take my hand, take my whole life too, for I can't help falling in love with you.*». Obrigada!

Aos meus pais e ao meu irmão. Sem os quais eu nunca teria chegado aqui. Obrigada por todos os esforços e toda a paciência. Obrigada pelo vosso amor incondicional. Este momento é uma vitória minha, e é uma vitória vossa, e quero que saibam e sintam que estou muito agradecida por me terem calhado na rifa dos pais e irmãos.

Índice

RESUMO	III
ABSTRACT	IV
AGRADECIMENTOS.....	V
LISTA DE ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS	X
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XI
ÍNDICE DE TABELAS.....	XII
INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I – OS CONCEITOS	5
1. O EMPREENDEDORISMO.....	6
1.1. O conceito de empreendedorismo.....	6
1.2. Etapas da evolução de uma startup.....	7
1.3. Oportunidades para empreender e tipos de empreendedorismo.....	10
2. A PERSONALIDADE	12
2.1. Modelo dos Cinco Fatores de Personalidade (Big Five).....	13
2.2. A Tríade Negra (Dark Triad).....	16
3. DESVIO ÉTICO E CRIME NO MUNDO DOS NEGÓCIOS	21
3.1. A (anti)ética no empreendedorismo.....	21
3.2. O Crime de Colarinho Branco e a Criminalidade Económica Ocupacional.....	25
3.3. As Initial Coin Offerings	29
CAPÍTULO II – AS RELAÇÕES	33
1. O PAPEL DA PERSONALIDADE NO EMPREENDEDORISMO	34
1.1. Big Five e intenção empreendedora.....	35
1.2. Dark Triad e intenção empreendedora	36
1.3. Personalidade e sucesso no empreendedorismo	44
2. A ANTIÉTICA E A PERSONALIDADE.....	48
CAPÍTULO III – METODOLOGIA E RESULTADOS.....	50
1. OBJETIVOS E HIPÓTESES.....	51
1.1. DESCRIÇÃO E FUNDAMENTAÇÃO DA METODOLOGIA.....	52
1.1.1. Desenho de Investigação.....	52
1.1.2. Constituição da Amostra	54

1.1.3. Variáveis e operacionalização	55
2. SCREENING DOS DADOS	64
2.1. Primeira amostra	64
2.2. Segunda amostra	65
2.3. Amostra agregada	66
3. ANALISES CORRELACIONAIS ENTRE AS VARIÁVEIS EM ESTUDO	68
3.1. Primeira amostra	68
3.2. Segunda amostra	70
4. TESTE DAS HIPÓTESES CONCEPTUAIS	72
4.1. TESTE DE HIPÓTESES CONCEPTUAIS PARA A PRIMEIRA AMOSTRA.....	73
4.2. TESTE DE HIPÓTESES CONCEPTUAIS PARA A SEGUNDA AMOSTRA.....	73
4.3. TESTE DE HIPÓTESES CONCEPTUAIS PARA A AMOSTRA AGREGADA.....	74
5. TESTES AD HOC	77
CAPÍTULO IV – DISCUSSÃO	80
1. DISCUSSÃO GERAL	81
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	91
ANEXO I.....	103
ANEXO II.....	114

LISTA DE ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS

ACP – Análise de componentes Principais

AFC – Análise Fatorial Confirmatória

AFE – Análise Fatorial Exploratória

BIDR – *Balanced Inventory of Desirable Responding*

BTC – *Bitcoin*

CCB – Crime de Colarinho Branco

CEO – *Chief Executive Officer*

DD-DT – *Dirty Dozen – Dark Triad*

DT – *Dark Triad*

ICO – *Initial Coin Offering*

MCF – Modelo dos Cinco Fatores de Personalidade

MEQ - Modelos de Equações Estruturais

NEO-PI – *Neuroticism, Extraversion, Openness Personality Inventory*

NEO-PI-R – *Neuroticism, Extraversion, Openness Personality Inventory (Revised)*

NPI – *Narcissistic Personality Inventory*

PCL-R – Psychopathy Checklist Revised

TBC – Tecnologia *Blockchain*

TUBE – *The Tolerance to Unethical Behaviors on Entrepreneurship scale*

TUBE_RED - *The Tolerance to Unethical Behaviors on Entrepreneurship scale REDUCED.*

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. A trajetória de uma <i>startup</i> bem sucedida	8
Figura 2. Gráfico de floresta descritivo da relação Narcisismo e Intenção Empreendedora (n=1426).....	41
Figura 3. Gráfico de floresta descritivo da relação Maquiavelismo e Intenção Empreendedora (n=1426).....	42
Figura 4. Gráfico de floresta descritivo da relação Psicopatia e Intenção Empreendedora (n=1426).....	42
Figura 5. Modelo final da análise fatorial confirmatória da Dirty Dozen. Valores estandardizados. NARC = narcisismo, PSIC = psicopatia e MAQ = Maquiavelismo.	58
Figura 6. Scree plot para diagnóstico visual do ponto de inflexão para a análise fatorial exploratória da TUBE.	62
Figura 7. Boxplots para diagnóstico de outliers para não empreendedores	67
Figura 8. Boxplots para diagnóstico de outliers para o grupo dos empreendedores	68
Figura 9. Modelo de Equações Estruturais ilustrativo da hipotetizada relação entre as variáveis Maquiavelismo, Psicopatia, Empreendedor e TUBE (valores estandardizados).	79

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1. Correlações de Pearson entre Maquiavelismo, Psicopatia, Narcisismo e Desejabilidade Social	18
Tabela 2. Coeficientes de correlação de Perason para os Resultados da investigação de Hemieleski e Lerner (2016).....	39
Tabela 3. Tabela de frequências relativa ao nível de escolaridade (empreendedores e não-empreendedores)	56
Tabela 4. Coeficientes de alfas de Cronbach obtidos para a Dirty Dozen (12 itens).....	57
Tabela 5. Coeficientes de alfas de Cronbach obtidos para o Big Five Inventory -10 itens	59
Tabela 6. Coeficientes de alfas de Cronbach obtidos para NEO- Five Factor Inventory 20 ..	60
Tabela 7. Matriz de Padrão relativa à AFE da escala TUBE - Tolerance to Unethical Behaviour on Entrepreneurship scale	63
Tabela 8. Coeficientes de correlação de Spearman para primeira amostra (não empreendedores)	69
Tabela 9. Coeficientes de correlação de Spearman para primeira amostra (empreendedores)	69
Tabela 10. Coeficientes de correlação de Spearman para segunda amostra (não empreendedores)	70
Tabela 11. Coeficientes de correlação de Spearman para segunda amostra (empreendedores)	71
Tabela 12. Coeficientes de correlação de Pearson para amostra agregada (não empreendedores)	72
Tabela 13. Coeficientes de correlação de Pearson para amostra agregada (empreendedores)	72
Tabela 14. Teste de Mann-Whitney para amostras independentes (1ª Amostra).....	73
Tabela 15. Teste de Mann-Whitney para amostras independentes (2ª Amostra).....	74
Tabela 16. Resultados de estatística descritiva relativa às variáveis psicopatia, narcisismo, Maquiavelismo e TUBE.....	75
Tabela 17. Resultados do teste-t para comparação de médias entre empreendedores e não empreendedores.....	76
Tabela 18. Frequências absolutas de respostas a cada questão relativa às ICOs.	76
Tabela 19. Modelo de regressão múltipla hierárquica para predizer comportamento antiético no empreendedorismo.	77

INTRODUÇÃO

Corria o ano de 2015 quando, em outubro, se começaram a sentir abalos premonitórios, daquele que viria a ser o maior escândalo dos últimos anos a agitar Silicon Valley. Elizabeth Holmes, fundadora e CEO da unicórnio¹ Theranos, estava prestes a entrar em declínio depois de doze anos em ascensão e de a sua empresa ter sido avaliada em 9 biliões de dólares americanos (aproximadamente €8 mil milhões). A empresa Theranos prometia revolucionar o processo de colheita e avaliação de análises sanguíneas possibilitando que poucas gotas de sangue fossem suficientes para detetar uma panóplia de patologias, permitindo um diagnóstico praticamente indolor e antecipado. A empresa que havia sido fundada no ano de 2003, e permanecido num enorme secretismo até 2013, começou a ser colocada em causa pelos seus próprios funcionários e pelos media. Envolta em vários burburinhos e rumores sobre a fiabilidade dos seus testes sanguíneos, o resultado final foi o pior cenário possível: a princesa de Silicon Valley, a *woman in tech* mais admirada do século XXI, acabara de se revelar uma gritante fraude, com uma empresa de biliões, subitamente, a valer zero (Herper, 2016).

Para além de inspirar dezenas de artigos jornalísticos, livros, documentários e séries, este caso particular inspirou também esta dissertação. *Ab initio* várias questões de diferente importância foram levantadas, uma das que mais ecoava e inquietava é óbvia: “Será Elizabeth Holmes a única oportunista no meio empreendedor, ou existirão mais?”. O caso de Theranos aguça a curiosidade de qualquer pessoa que o conheça e estimula as mais diversas questões, desde a importância da emoção/intuição na decisão de investir ou não (*e.g.* Huang & Pearce, 2015) à imperativa questão “*como prevenir este tipo de acontecimentos?*” Há variadíssimas questões que pairam nas nossas cabeças sobre este assunto em particular. Achada a inspiração, torna-se imperativo tentar aprender e apreender o fenómeno de forma sistemática.

É de conhecimento geral que as *startups* (no meio empreendedor) funcionam, a maior parte das vezes, à margem de regulamentações permitindo assim uma maior amplitude de comportamentos eticamente “*cinzentos*” (Ciavarella, Buchholtz, Riordan, Gatewood & Stoke, 2004). Isto poderá permitir que pessoas com personalidades mais vocacionadas para o desvio/desonestidade aproveitem os vazios legais para atuarem impunemente. Alguma literatura no âmbito do *corporate crime* relaciona a propensão a estes desvios com traços de frieza emocional como a psicopatia (Babiak & Hare, 2006; Babiak, Neumann, & Hare, 2010).

¹ Unicórnio é o nome dado a uma *startup* avaliada em mais de 1 bilião de dólares.

Saliente-se que apesar de Elizabeth Holmes ser o ponto de partida para esta investigação, o que se pretende não é fazer dela um estudo de caso, mas sim utilizar o seu exemplo perceber de que forma os empreendedores toleram a desonestidade no ecossistema cujo *motto* é “*fake it until you make it*”; e também perceber se existe nos empreendedores (em comparação com não empreendedores) uma maior prevalência de traços de personalidade, sistematicamente, associados ao desvio na literatura.

Assim, seguindo as lições da Criminologia “101”, torna-se obrigatório excluir a “especulação, as proposições estritamente dedutivas e as afirmações normativas que não se relacionem com os factos” (Cusson, 2007, p. 25) e dar à investigação o carácter empírico² que lhe é inerente. O empirismo é a primeira proposição que um criminólogo deve cumprir para ser considerado positivista³. O segundo prende-se com o objeto de estudo, que para os criminólogos positivistas é o *delinquente*⁴ e a sua diferença do *não-delinquente*. O terceiro pressuposto é a formulação de leis deterministas: o positivismo é um determinismo (idem).

Embora, idealmente, todos ambicionemos conhecer a realidade integralmente e encontrar as leis gerais que expliquem como tudo funciona, sabemos que a realidade – e concretamente a realidade social – é altamente complexa e rapidamente mutável e, por isso, este trabalho será regido por guias pós-positivistas. Embora igualmente ambicioso, existe no pós-positivismo uma dose de realismo que falta ao positivismo lógico, a noção de que “a realidade pode ser conhecida [apenas] aproximadamente, as hipóteses podem ser rejeitadas (...), mas não podem ser comprovadas definitivamente (o conhecimento é provisório e falível...)” (Ormston, Spencer, Barnard e Snape, 2014, p. 10).

É partindo das noções suprarreferidas que a presente dissertação se rege. Nas palavras de Cusson (2007) a Criminologia deve ambicionar diferenciar psicologicamente e socialmente os criminosos dos não criminosos e, como consequência:

“se o problema criminal se deve sobretudo a uma minoria de seres demasiado inclinados para o crime, é preciso procurar a sua solução através da prevenção do desenvolvimento

² “O empirismo encarna no método científico, entendido enquanto processo explícito e ordenado de verificação de hipóteses (...) impõe uma exigência de objetividade (...) quer no procedimento quer nas conclusões. A investigação empírica (...) serve para descrever um fenómeno, explica-lo e torna-lo inteligível. Procura tornar a realidade acessível ao espírito.” (Cusson, 2007, p.26).

³ O positivismo é uma corrente filosófica cujos propósitos de alcançar o conhecimento de um fenómeno, são erguidos sobre a experimentação e observação, e não na metafísica e na teologia (Cusson, 2007).

⁴ Note-se que no contexto da presente dissertação nunca se estudará diretamente um delito/crime, motivo pelo qual não existirá um delinquente/criminoso, que é substituído pelo “empreendedor”, partindo do pressuposto que o empreendedor terá mais tendência para o desvio ético, por oposição ao homem comum.

das suas predisposições e do tratamento ou neutralização dos indivíduos perigosos. Ou seja, em lugar de punir seria necessário impedir que a tendência para o crime se desenvolvesse, tratá-la quando a prevenção tenha falhado e, sobretudo, incapacitar os delinquentes incuráveis” (p. 60).

Embora não estude diretamente o fenómeno criminal – crime em sentido estrito – esta dissertação adquire relevância na área da criminologia, uma vez que estuda o desvio ético que teoricamente é ser considerado crime ocupacional por alguns autores (*e.g.* Friedrichs, 2002) ou, num sentido mais lato, de crime colarinho branco.

Para além da pertinência desta temática na área da Criminologia, este estudo é também relevante na agenda atual. Resultados de uma sondagem à população adulta realizados pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) concluíram que, em 2012, Portugal registou uma taxa de atividade empreendedora (TAE) de 7,7% (significando que a cada 100 adultos, entre 7 a 8 são empreendedores em *early-stage*). Este estudo apresenta dados que colocam Portugal na 7ª posição de TAE em 24 economias orientadas para a inovação (GEM, 2012). Ainda mais recentemente, verifica-se em Portugal um clima de apoio ao empreendedorismo que se prevê que resulte no aumento deste tipo de atividade: em 2016 Portugal recebeu, pela primeira vez, uma edição da *Web Summit* e existe uma vontade para a sua permanência em Lisboa até 2028. Considerada a maior conferência de empreendedorismo da Europa (com a presença de mais de 50000 pessoas e mais de 1500 *startups*), o Governo Português contribuiu com um incentivo de mais de 1 milhão de euros/ano. Para além disso, o governo Português lançou, ainda em 2016, o denominado plano “*Startup Portugal*”, que contém um conjunto de 15 medidas destinadas à promoção do empreendedorismo no país⁵. Deste ponto de vista, torna-se pertinente traduzir a investigação que se vai realizando acerca de crime empresarial para o contexto da criação de novas empresas.

Assim sendo, são objetivos gerais da presente dissertação: 1) comparar empreendedores e não empreendedores ao nível de traços de personalidade (entre os quais traços associados a frieza emocional como a psicopatia subclínica); 2) comparar empreendedores e não empreendedores ao nível da tolerância a atitudes antiéticas no empreendedorismo; 3) explorar as possíveis variáveis predictoras da tolerância a atitudes antiéticas no empreendedorismo; 4)

⁵ Ver <http://startupportugal.com>.

indicar pistas para investigação futura, bem como as implicações dos resultados obtidos neste trabalho.

Esta dissertação divide-se em quatro grandes capítulos:

No Capítulo I – Definição de Conceitos, serão definidos brevemente os conceitos alvo de estudo, nomeadamente o empreendedorismo, ética no empreendedorismo, a personalidade e os seus traços constituintes, segundo dois modelos teóricos, e o crime de colarinho branco onde se introduzirá o conceito de criptomoedas e de Oferta Inicial de Moeda como um mecanismo utilizado para defraudar investidores.

No Capítulo II - Estado da Arte serão relacionados os conceitos alvo através de estudos empíricos e resultado de uma revisão da literatura atual sobre os mesmos.

O Capítulo III - Estudo Empírico (Método e Resultados), refere-se ao estudo empírico, será realizado um relatório pormenorizado das atividades desenvolvidas para a sua realização, bem como a justificação da metodologia e análises adotadas, os resultados obtidos e sua respetiva discussão.

Finalmente, no Capítulo IV será realizada uma reflexão teórico-metodológica relativa ao tema, aos principais resultados quer do estudo apresentado quer de estudos pré-existentes, limitações do presente trabalho e pistas de investigação futura.

O propósito desta divisão, essencialmente ao nível do Capítulo I e do Capítulo II, é facilitar ao leitor a absorção dos conceitos e permitir a sua familiarização com os mesmos, para posterior interpretação clara dos estudos empíricos que relacionam os vários conceitos.

Note-se, ainda, que o facto de não existirem estudos empíricos – até à data – que relacionem todas as variáveis que nesta dissertação se contemplam, torna difícil sistematizar os achados empíricos e obriga a alguma flexibilidade para fazer a ligação conceptual e pontes teóricas entre os diversos conceitos. Pelos motivos referidos, considerou-se que esta divisão seria a melhor opção.

Capítulo I – Os conceitos

1. O Empreendedorismo

1.1. O conceito de empreendedorismo

A palavra *empreendedorismo* e derivados têm origem etimológica no termo francês “*entrepreneur*” (Hisrich, 2014; Fillion, 2011) composto pela aglutinação de dois diferentes termos: “*entre*” que significa em português “entre” ou “no meio de”, e “*preneur*” que corresponde ao indivíduo que toma partido de algo, um “*taker*” (Fillion, 2011). Neste seguimento, entende-se que o empreendedor é um indivíduo que toma parte de algo não explorado que outros não foram capazes de observar e atingir.

As definições de empreendedor foram variando ao longo das décadas⁶, sendo que a meio do século XX, surge a noção de empreendedor como um ator inovador, e a sua definição passa, também, pela sua função enquanto ator económico que contribui para o crescimento da economia.

“A função do empreendedor é reformar ou revolucionar o padrão de produção através da exploração de uma invenção ou, mais genericamente, um método tecnológico que nunca tenha sido tentado para a produção de uma nova mercadoria ou produzindo uma antiga de uma maneira nova, abrindo uma nova fonte de abastecimento de materiais ou um novo mercado para os produtos, através da organização de uma nova indústria.” (Schumpeter, 1972, p.72 citado por Hisrich, 2014, p. 7).

Atualmente, existem diversas definições de empreendedor(ismo), sendo que este problema de dissonância na conceptualização é considerado por Shane e Venkataraman (2000) um entrave à construção de literatura sólida sobre o empreendedorismo e a sua importância.

Eckhardt e Shane (2003 citado por Brandstätter, 2011) definem o empreendedorismo como “a descoberta, avaliação, e exploração de futuros bens e serviços...[através]... da criação ou identificação de novos fins e meios anteriormente não detetados ou não utilizados pelos participantes do mercado.” (p.336), definição esta que vai de encontro à conceptualização de

⁶ Não achando relevante para a compreensão do trabalho, mas achando interessante notar a evolução das definições, veja-se, por exemplo, Hisrich (2014) para detalhe mais pormenorizado sobre a evolução do conceito desde a idade média até à atualidade (pág. 5-7).

Shane e Venktaraman (2000) que salientam a importância de incluir na definição de empreendedorismo as oportunidades de inovação no mercado económico - a sua existência, descoberta e exploração por parte do empreendedor.

Parece, no entanto, “haver um consenso crescente em torno da criação de novas atividades económicas como o núcleo do que o empreendedorismo” (Davidsson, 2017, p. 4). A presente dissertação foca-se nesta vertente económica da criação de valor económico e para efeitos práticos o empreendedor deve ser tido como o fundador de uma *startup*⁷.

1.2. Etapas da evolução de uma *startup*

Geralmente, após a descoberta de uma ideia inovadora e conseguida a motivação para iniciar, começa a existir espaço para a criação de uma *startup*. No entanto, a disposição e capacidade das pessoas para enveredar pelo empreendedorismo é influenciada por fatores económicos, socioculturais e políticos (Gnyawali & Fogel, 1994), pois o processo de criação de novos negócios é custoso, moroso e complexo, envolvendo várias etapas de desenvolvimento (Zahra, 2006). Neste sentido, é necessário também um conjunto de serviços de assistência e suporte, que facilitem o processo de inicialização (Gnyawali & Fogel, 1994), como financiamento e ferramentas de desenvolvimento que, muitas vezes, são proporcionadas pelas incubadoras⁸. Tendo em conta que o desenvolvimento envolve várias etapas, e que em cada uma das etapas há oportunidades para «assimetrias informacionais sérias, oportunismo por parte de diferentes atores e concorrentes, e conflitos sobre os “objetivos” finais e os meios de “como alcançá-los da melhor maneira”» (Zahra, 2006, p. 553), a probabilidade de insucesso no desenvolvimento maturacional da *startup* é ampliada – pois há constantemente espaço para assimetrias e conflitos.

Na **Figura** encontra-se caracterizada a trajetória que as *startups* bem-sucedidas percorrem ao longo do tempo.

⁷ As *startups* “são empresas recém-nascidas em luta pela existência (...) formadas com base em ideias brilhantes” (Salamzadeh & Kesim, 2015, p. 1). As *startups* pressupõem ainda incerteza em relação ao futuro, replicabilidade dos produtos e em escala ilimitada, e ainda escalabilidade do negócio (i.e. crescer em receitas, mantendo os baixos custos).

⁸ O papel das incubadoras é fornecer um ambiente de suporte para as *startups* “promovendo a criação local de empregos, o desenvolvimento económico e a transferência de tecnologia” providenciando “acesso a rede de consultores comerciais e técnicos capazes de fornecer orientação e assistência em finanças, planeamento de negócios, *marketing*, consultoria jurídica, manufatura, etc.” (Peters, Rice, & Sundararajan, 2004, p. 83).

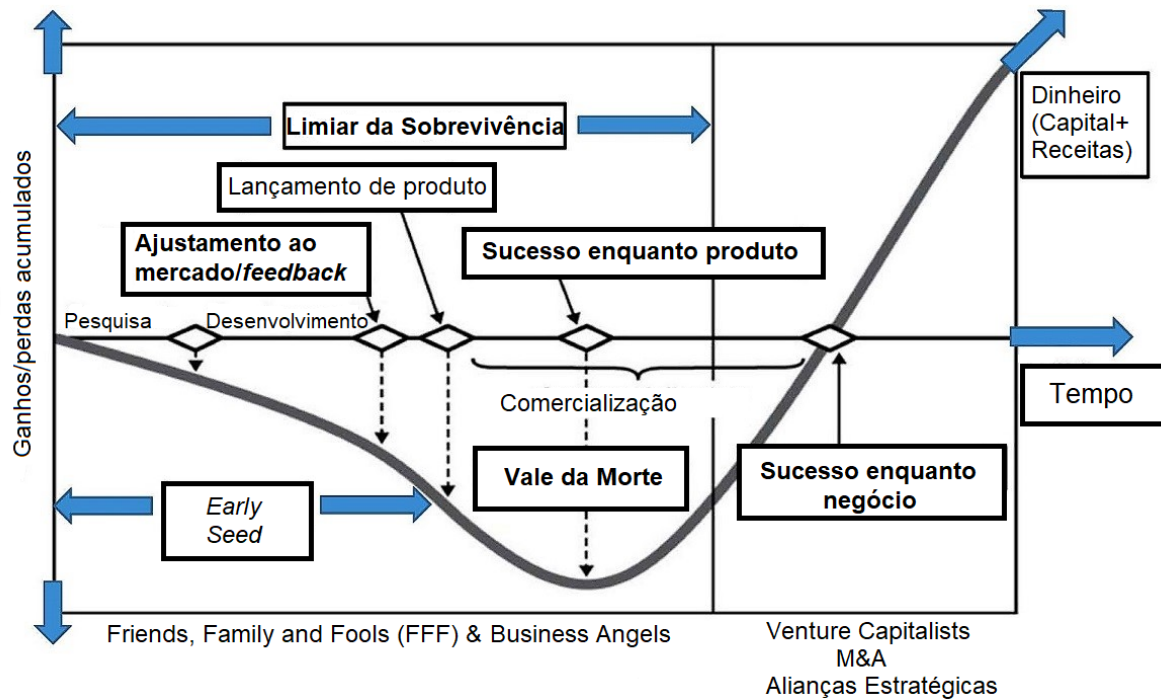


Figura 1. A trajetória de uma *startup* bem-sucedida

(Adaptado de <http://startup-port.com/references/the-hidden-death-trap-for-all-startups-the-valley-of-death/>)

A etapa de *early seed* onde decorre a pesquisa e o desenvolvimento da ideia ou produto é financiada pelos amigos e familiares do empreendedor, e pelos anjos que acreditam no potencial da ideia (Hougaard, 2005). Porém, embora pese a importância da ideia e do facto de esta preencher uma lacuna no mercado, o lançamento do produto e a comercialização são um grande desafio para os empreendedores devido às barreiras de entrada que o próprio mercado impõe (Hougaard, 2005). A maior parte das *startups* não ultrapassa o “Vale da Morte” ditando assim o seu fim. Apesar de inicialmente os projetos se moverem de acordo com as expectativas, uma vez chegados ao “Vale da Morte” onde surgem os problemas políticos, organizacionais e de gestão, o ritmo abranda e o seu progresso é, não raras vezes, interrompido. Significa isto que os sucessos em *early stage* não se traduzem, necessariamente, em viabilidade a longo termo (Zahra, 2006).

Hougaard (2005) afirma que as barreiras de entrada no mercado são obstáculos que têm um grande impacto nas chances de uma empresa se cimentar, que é a primeira condição real para o sucesso. Avança ainda que as barreiras podem ser divididas em três categorias: a) o acesso ao consumidor; b) a aceitação por parte do consumidor e c) a reação do competidor. Vejamos cada uma delas.

A importância dos clientes nos negócios é sabida, sendo que, sem **acesso aos clientes**, não há negócio (Hougaard, 2005). Neste sentido, parece absurdo pensar que uma ideia nova e inovadora – que, evidentemente, os clientes realmente apreciariam – passe por dificuldades insuperáveis para aceder ao mercado. No entanto, na vida real estas dificuldades são bastante comuns, pois os “canais mais adequados ou necessários rejeitam a inovação e, consequentemente, impedem a exposição e o volume” (Hougaard, 2005, p. 124). Isto acontece porque a ideia da incerteza da sobrevivência que paira em torno das *startups* parece ser bastante perturbadora e levantar indecisões e ambiguidade. O tempo para o mercado é de importância decisiva: se o produto for difundido tarde e de forma lenta, provavelmente “o comboio já partiu quando a plataforma é alcançada” (Hougaard, 2005, p. 125); mas se for prematuro, a liquidez esvai-se antes do mercado sequer crescer. Assim, aceder aos clientes, e principalmente aos clientes certos, na primeira tentativa é uma questão de vida ou de morte.

Para além do incontornável acesso aos clientes, há ainda uma matéria relativa aos clientes que é de extrema importância: **a aceitação por parte dos consumidores**. Com frequência, os clientes resistem a uma nova ideia, ainda que esta seja suficientemente atrativa e inovadora. Isto acontece porque os clientes são influenciados por inúmeras variáveis (*e.g.* qualidade relativa, preço relativo, etc.) que afetam as suas perceções em relação ao novo produto e decisões de compra. Apesar de muitas vezes o empreendedor estar convicto da usabilidade, inovação e qualidade do seu novo produto e não encontrar uma razão plausível para algo correr mal, a verdade é que frequentemente as novas empresas morrem infantis, independentemente da solução que proclamavam ser melhor do que as atuais (Hougaard, 2005). Assim, a aceitação por parte dos clientes é uma barreira considerável dado o seu grau de aleatoriedade, oferecendo resistência à travessia do Vale da Morte.

Por fim, a **reação do competidor** é sempre algo a ter em conta, porque a retaliação é frequente. É importante que o empreendedor compreenda que tipo de resposta pode esperar do concorrente, bem como os seus motivos, para evitar ao máximo os danos que essa retaliação possa causar (Hougaard, 2005). Em situações que envolvem poucos fornecedores, a maior parte das vezes chega-se a um acordo; quando há gigantes de mercado estes reagem lentamente à entrada de novas empresas no mercado, pois não os percebem com uma ameaça. Pelo contrário: os líderes de mercado vêem as empresas nascentes como um meio para testar novos conceitos e modelos de negócios, e caso as empresas nascentes sejam bem-sucedidas, os líderes adquirem-nas (Hougaard, 2005).

1.3. Oportunidades para empreender e tipos de empreendedorismo

Nos últimos 15 anos, nos Estado Unidos da América, a maior potência mundial da atualidade, a atividade total de empreendedorismo atingiu o seu pico mínimo em 2009/2010, logo após a falência do banco de investimento Lehman Brothers com a subsequente crise económica global de 2008. Desde então tem vindo a estabilizar em torno dos 13,6%, o que significa que 13,6% da população norte americana está envolvida em criação de novas empresas (Lange et al., 2017). A par do aumento da atividade empreendedora nas últimas décadas, também o interesse da academia no empreendedorismo tem crescido exponencialmente desde a década de 90 (Shane e Venkataraman, 2000; Venkataraman, 1997). As investigações sobre o empreendedor e sobre o empreendedorismo vão-se dividindo por várias disciplinas, nomeadamente a Psicologia, a Economia, e até mesmo as Neurociências. Existem estudos cujo enfoque é o empreendedor e a sua personalidade⁹ (e.g. Hmieleski & Lerner, 2016; Rauch & Frese, 2007; Zhao, Seibert, & Lumpkin, 2010), estudos sobre a ética no empreendedorismo (e.g. Hannafey, 2003; Brenkert, 2009; Harris, Sapienza, & Bowie, 2009), estudos sobre a importância do empreendedorismo do ponto de vista económico e do ponto de vista social (e.g. Pinelli, 2011; Hisrich, Langan-Fox, & Grant, 2007), e ainda estudos sobre a associação de empreendedorismo a crimes de colarinho branco (e.g. Baumol, 1996), entre outros. Esta diversidade de áreas envolvidas na investigação científica sobre o empreendedorismo permite-nos apreender o fenómeno em várias vertentes.

Baumol em 1990 realizou um estudo de caso onde revela que o empreendedor age num determinado tempo e num determinado espaço de acordo com as recompensas que retira da estrutura económica. Nesta definição o empreendedor acaba por se reger por um sentido de oportunidade e a sua ação culmina num de três tipos de empreendedorismo: produtivo (que cria valor económico e social), destrutivo (crime organizado ou CCB) ou, por fim, improdutivo (atividades de *rent-seeking*, cujos ganhos se destinam a si próprio) (Baumol, 1996). O autor refere ainda que por vezes o empreendedor pode adotar uma “existência parasitária que é realmente danosa para a economia” (Baumol, 1996, p. 3). Assim, apesar do facto de os empreendedores desempenharem papéis vitais na economia global através da criação e

⁹ Os estudos que contemplam a personalidade do empreendedor são de vários tipos. Desde os traços de personalidade que predizem a intenção empreendedora, aos traços de personalidade presentes nos fundadores das empresas mais bem-sucedidas, há diversas áreas de estudo que relacionam personalidade e empreendedorismo.

desenvolvimento de novos negócios, criação de empregos, constante inovação e aumento das atividades económicas globais (Pinelli, 2011; Hisrich, et al., 2007), por vezes os seus motivos e ações podem ser perigosos para a economia.

Embora a necessidade seja um motivo que leva à criação de negócios promissores e viáveis, um dos grandes motores que levam as pessoas a criar o seu próprio negócio é o fator “oportunidade”. Efetivamente, 78% dos empreendedores menciona que o seu motivo principal é a oportunidade, sendo este, também, um dos motivos mais frequentes (mencionado por 30% dos empreendedores) para abandonar um negócio e começar outro mais rentável (Lange et al., 2017). Esta taxa de negócios gerados através da oportunidade (em detrimento da necessidade) e as altas taxas de insucesso – onde de acordo com um estudo da Forbes se estima que 90% das *startups* fechem nos primeiros 5 anos (Kalyanasundaram, 2018) – criam um alerta vermelho sobre as reais intenções dos empreendedores quando criam novas empresas. Indo ao encontro da Teoria da Escolha de Carreira (Holland, 1997), que afirma que os indivíduos escolhem as suas carreiras e ambientes de trabalho de acordo com o melhor ajustamento destes aos seus valores, tipo de personalidade e necessidades, é necessário perceber quem são as pessoas que entram neste nicho do empreendedorismo, quais são os seus valores e o que pretendem retirar dele. Sendo este um meio flexível e desregulado (Fassin, 2005), é necessário perceber se as pessoas que enveredam pelo empreendedorismo têm intenções legítimas de criação de valor para a economia ou se são motivados por interesses próprios.

Os fatores individuais mais utilizados para predizer ações e comportamentos humanos e com bons modelos explicativos são os traços de personalidade (Larsen & Buss, 2008). E é neste sentido – de predizer ações e comportamentos – que esta dissertação chama a si a personalidade e os traços de personalidade. Em concreto, a personalidade desempenhará dois grandes papéis: em primeiro lugar o papel de diferenciar empreendedores de não empreendedores e, em segundo lugar, o de explicar a propensão para a tolerância de atitudes antiéticas no empreendedorismo, uma vez que a personalidade do empreendedor-fundador pode impactar a ética nos negócios (Vyakarnam, Bailey, Myers & Burnett, 1997).

É neste sentido que se explanará seguidamente a temática da personalidade, descrevendo de forma sumária o que é a personalidade, traços e dimensões de personalidade e sua origem; e abordando ainda os oito traços de personalidade (*Big Five* e *Dark Triad*) – que vão ser utilizados nesta dissertação para cumprir os objetivos supramencionados – suas origens e interações.

2. A Personalidade

A personalidade é “um conjunto de traços psicológicos e mecanismos dentro do indivíduo que são organizados e relativamente duradouros e que influenciam as suas interações e adaptações aos ambientes intrapsíquicos, físicos e sociais” (Larsen & Buss, 2008, p. 4). Os traços de personalidade descrevem as tendências comportamentais de uma pessoa, e a forma como as pessoas diferem umas das outras. Neste sentido, são úteis por, pelo menos, três motivos: a) descrever as pessoas e perceber as dimensões da diferença entre pessoas; b) ajudam a explicar o comportamento; e c) podem ajudar a prever comportamentos futuros. Em suma, a personalidade ajuda a descrever, explicar e prever diferenças inter-sujeitos (Larsen & Buss, 2008).

Os mecanismos psicológicos são como os traços de personalidade, mas de uma perspectiva processual. Isto significa que os mecanismos psicológicos envolvem uma atividade de processamento de informação recorrendo a três etapas sequenciais: o *input*, a decisão, e *output* (Larsen & Buss, 2008). O mecanismo psicológico pode tornar as pessoas mais sensíveis a determinados tipos de informação ambiental (*input*), pode torná-las mais propensas a pensar sobre opções específicas (regras de decisão), e pode conduzir o seu comportamento em direção a determinadas categorias de ação (*outputs*).

A personalidade é influenciada pelo ambiente e pelos pares mais próximos e significantes, no entanto tende a ser relativamente estável e consistente de situação para situação no mesmo indivíduo (Larsen & Buss, 2008). Além disso, os traços psicológicos e os mecanismos psicológicos não são um mero conjunto aleatório de elementos, mas sim um conjunto organizado, que influencia a forma como o indivíduo age, a sua autopercepção, o seu pensamento sobre o mundo, a sua interação com os outros, a seleção dos ambientes e os sentimentos associados, os seus objetivos e desejos (mais ou menos estáveis) e a sua reação às circunstâncias exteriores (Larsen & Buss, 2008).

É também na interação com o ambiente (Buss, 1987) que a personalidade se vai delineando, sendo este processo de interação entre a pessoa e o ambiente (entendido como tudo que rodeia o indivíduo, como contextos, pessoas, interações, etc.) uma dinâmica complexa. De acordo com Buss (1987) existem três interações com as situações: a seleção, a evocação e a manipulação. Larsen & Buss (2008) acrescentam ainda a percepção. A percepção refere-se à interpretação que se faz do ambiente, e a mesma situação tem sempre diferentes significados

de acordo com a personalidade de quem a interpreta. A seleção refere-se à maneira como cada indivíduo escolhe as situações onde pretende estar e os ambientes dos quais pretende fazer parte, neste sentido, entendam-se, por exemplo, as questões de escolha de amigos, *hobbies* e até carreiras (Larsen & Buss, 2008). A evocação refere-se ao tipo de reações que o indivíduo involuntariamente provoca no outro. A manipulação, por sua vez, define-se como o modo através do qual, intencionalmente, o indivíduo tenta influenciar o comportamento, pensamentos e sentimentos do outro. “Todas estas formas de interação – percepções, seleções, evocações e manipulações – são centrais para compreender as conexões entre as personalidades das pessoas e a natureza dos ambientes que habitam” (Larsen & Buss, 2008, p. 9).

Dada esta introdução ao tema da personalidade, e uma vez esclarecida a sua importância de predição comportamental e ao nível da diferenciação inter-individual, expõem-se seguidamente dois modelos de personalidade que vão ser utilizados nesta dissertação: um genérico e mais consensual composto por cinco dimensões de personalidade (*Big Five*) e outro direcionado para o lado mais “negro” do comportamento humano (*Dark Triad*).

2.1. Modelo dos Cinco Fatores de Personalidade (*Big Five*)

O Modelo dos Cinco Fatores de Personalidade (Costa & McCrae, 1992) tem sido consensual na literatura acerca da personalidade dos últimos 20 anos. A sua origem baseou-se na combinação de uma abordagem lexical e com uma abordagem estatística. A abordagem lexical da personalidade iniciou-se em 1936 quando Allport e Odbert (citados por McCrae & John, 1992) identificaram 17 953 adjetivos, na língua inglesa, para descrever a forma como as pessoas são psicologicamente diferentes. Este tipo de abordagem baseia-se num conjunto específico de assunções teóricas que afirmam que “os traços podem ser inferidos com uma precisão razoável por pessoas leigas na base da experiência quotidiana, pois têm significado social suficiente para serem reconhecidos transculturalmente e em qualquer idioma” (McCrae & John, 1992, pp. 199-200), isto é: veem a linguagem natural como uma fonte de atributos para a taxonomia científica (John & Srivastava, 1999). Allport e Odbert (1936 citados por John & Srivastava, 1999) ordenaram os traços em quatro grandes categorias:

- A primeira categoria incluía traços de personalidade (*e.g.* sociável)
- A segunda categoria incluía estados temporários, humores e, atividades (*e.g.* assustado)
- A terceira categoria, consistia em julgamentos avaliativos de conduta pessoal e

reputação (*e.g.* irritante). Os autores avançam que, embora estes termos possam pressupor algumas características do indivíduo, não são indicados os atributos específicos que deram origem à avaliação do indivíduo.

- A última categoria incluía características físicas, capacidades e talentos, isto é, termos duvidosos do ponto de vista da relevância personalística, mas que não podiam ser encaixados em nenhuma das demais categorias.

Quase uma década mais tarde, em 1943, Cattell utilizou a lista avançada pelos seus antecessores Allport e Odbert como um ponto de partida para um modelo multidimensional da estrutura da personalidade. No entanto, a lista era tão extensa, que começou por trabalhar empírica e semanticamente apenas 4500 dos 15000 «nomes-traço» (John e Srivastava, 1999). Assim, Cattell agrupou em *clusters* e reduziu os seus iniciais 4500 termos para 35 variáveis (John e Srivastava, 1999). E é em 1949, enquanto Fiske usa a versão das escalas de avaliação de Cattell que descobre os cinco fatores (McCrae & John, 1992). Em 1961, Tupes e Christal (citados por McCrae & John, 1992) encontraram os cinco fatores recorrentemente nas suas escalas de personalidade em oito amostras diferentes. A importância destes fatores permaneceu oculta para a maior parte dos psicólogos da personalidade até 1960s 1970s. Nos anos 80, contudo, vários investigadores concluíram que estes fatores eram dimensões fundamentais e basilares de personalidade, demonstrando validade convergente e discriminante entre instrumentos, entre observadores e estabilidade temporal nos participantes (McCrae & Costa, 1990 citado por McCrae & John, 1992).

Costa e McCrae (1985 citados por John & Srivastava, 1999) publicaram o NEO-PI – um instrumento de avaliação de personalidade¹⁰ –, no entanto este apenas englobava três traços – o neuroticismo, a extroversão e a abertura à experiência. Em 1992 os mesmos autores tornam público o NEO PI-R, desenvolvido com recurso a amostras de adultos de meia-idade e idosos, usando ambos os procedimentos de validação de fator analítico e procedimentos multi-método de construção de testes. As escalas mostraram consistência interna substancial, boa estabilidade temporal e boa validade convergente e discriminante (John & Srivastava, 1999).

Desde então, estes cinco traços têm obtido bastante consenso na literatura científica da personalidade (Larsen & Buss, 2008; McCrae & John, 1992). Mas, quais são, afinal, os cinco grandes fatores? De acordo com Goldberg (1990), os cinco grandes fatores são: 1) Extroversão,

¹⁰ Infra descrito com mais pormenor.

2) Agradabilidade, 3) Conscienciosidade, 4) Estabilidade Emocional e 5) Intelecto ou Imaginação. Sumariamente, serão apresentadas cada uma destas dimensões:

A dimensão “Extroversão” é composta por alguns marcadores adjetivos como, por exemplo: *falador, extrovertido, assertivo, sincero*, por oposição a *envergonhado, quieto, introvertido, inibido*. A dimensão “Agradabilidade” é composta por adjetivos como, por exemplo: *simpático, generoso, caloroso, compreensivo, sincero*, por oposição a *antipático, desagradável, duro, cruel*. A terceira dimensão – Conscienciosidade – prende-se com questões de organização. Um indivíduo é tido como consciencioso quando é *organizado, limpo, ordeiro, prático, metucioso* e não *desorganizado, desordeiro, despreocupado, desleixado*. Relativamente à Estabilidade Emocional, considera-se que alguém é emocionalmente estável quando é *calmo, relaxado, estável*. Alguém é categorizado de neurótico (baixo em estabilidade emocional) quando revela *ansiedade, insegurança e é temperamental*. Por fim, a última dimensão avançada por Goldberg (1990) é o Intelecto/Imaginação. Esta dimensão é presente num indivíduo que é *criativo, imaginativo e intelectual*, por oposição a alguém que não é criativo, não é imaginativo e não dá importância à intelectualidade.

Os *Big Five* têm sido amplamente estudados, em diversas línguas e em diferentes formatos, sendo operacionalizados através de duas grandes formas de auto-relato: a) através dos “nomes-traço” (e.g. organizado), ou b) baseado em frases com itens como “Mantenho os meus pertences arrumados e limpos” (McCrae & Costa, 1999 citado Larsen & Buss, 2008). No modo frásico de operacionalização, o instrumento mais comumente utilizado é o NEO PI-R, desenvolvido por Costa e McCrae em 1992, ou adaptações dele derivadas. É provável que nos questionemos se apenas cinco fatores são suficientes para captar toda a complexidade daquilo que conhecemos por personalidade, e esta é uma interrogação legítima. O que acontece é que cada fator contém seis facetas, e estas acrescentam robustez e complexidade ao modelo dos cinco fatores (Larsen & Buss, 2008).

O NEO PI-R é constituído por 240 itens que permitem avaliar um total de 30 facetas distribuídos em 6 facetas por cada fator. As seis facetas que compõem o **Neuroticismo** são ansiedade, hostilidade, depressão, autoconsciência, impulsividade e vulnerabilidade. Relativamente ao fator **Extroversão** são acolhimento caloroso, gregaridade, assertividade, atividade, procura de excitação e emoções positivas. Já a **Abertura à Experiência** é constituída por fantasia, estética, sentimentos, ações, ideias e valores. Por sua vez, a **Agradabilidade** tem como facetas a confiança, retidão, altruísmo, complacência, modéstia e sensibilidade. Por

último, a **Conscienciosidade** é composta por competência, ordem, dever, esforço de realização, autodisciplina e deliberação (Lima, 1997).

Uma vez finda a introdução aos traços “gerais” de personalidade, passemos para os traços “negros” de personalidade.

2.2. A Tríade Negra (*Dark Triad*)

A Tríade Negra de personalidade é um conjunto de três traços de personalidade que “envolvem um caráter sombrio, socialmente destrutivo, com tendências comportamentais como a grandiosidade, a frieza emocional, manipulação e a agressividade” (Paulhus, Williams, & Harms, 2001, p. 1). Esta tríade é composta pelos traços de Maquiavelismo, narcisismo subclínico e psicopatia subclínica, e dentro das personalidades ofensivas não-patológicas, estas são as mais proeminentes (Paulhus & Williams, 2002). Os parágrafos que se seguem descreverão cada um destes traços.

O Maquiavelismo surge enquanto conceito devido ao diplomata e teórico-político italiano Niccoló Machiavelli. Em 1532, Machiavelli escreveu o famoso livro «*O Príncipe*» onde aconselha os reis e governadores a assegurar o seu poder “através de um planeamento cuidadoso e, se necessário, atos cruéis e imorais, como a execução de rivais políticos.” (Muris, Merckelbach, Otgaar, & Meijer, 2017, p. 184). Desta feita, Machiavelli acentua a eficácia da manipulação, justificando os meios pelos fins a atingir. Chegando mesmo a debater sobre a importância de ser amado e/ou temido, Machiavelli aconselha a optar por ser temido, pois seria mais fácil manter o poder, evitar tumultos e ganhar as batalhas se os seus soldados fossem tementes. Acrescenta ainda que “quando o príncipe está com o seu exército e tem sob o seu comando multidões de soldados, não se deve importar com a reputação de cruel, pois sem ela [a reputação] ele nunca conseguiria manter o seu exército unido ou disposto aos combates” (Machiavelli, 2001, p. 67).

Na literatura psicológica, o Maquiavelismo enquanto construto psicológico de diferenças individuais foi usado pela primeira vez na década de 50 do séc. XX por Richard Christie (McHoskey, Worzel & Szyarto, 1998). Atualmente, um indivíduo Maquiavélico é perspetivado como manipulador nas relações interpessoais, explorador, desligado emocionalmente e que tem uma desconsideração cínica pela moralidade e um foco no interesse próprio e no ganho pessoal (Muris et al., 2017; McHoskey, 1995).

O Narcisismo, por sua vez, tem a sua origem na mitologia grega, concretamente na figura

de Narciso, que era um jovem caçador que estava tão focado em si, na sua beleza e grandeza, que desprezava arrogantemente a atenção e o amor dos outros (Muris et al., 2017). Neste sentido, Narciso é a personificação daquilo que a literatura aponta como sendo narcisismo: grandiosidade, egocentrismo, dominância, vaidade entre outras facetas relacionadas com a admiração egocêntrica do ‘eu’ (Paulhus & Williams, 2002; Muris et al., 2017) que afeta negativamente os relacionamentos interpessoais (Campbell, Miller, & Buffardi, 2010).

A psicopatia tem as suas raízes implantadas no campo da Psiquiatria desde 1806, data em que o famoso psiquiatra francês Phillipe Pinel cunhou o termo *manie sans délire* (mania sem delírio), que muitos acreditam ter sido a primeira descrição de indivíduos psicopáticos (Almeida, 2012). Isto porque Pinel detetou em alguns indivíduos sérias perturbações comportamentais que, no entanto, apresentavam uma função racional intacta (Patrick, 2008). É em 1941, quando Cleckley publica a primeira versão do seu livro “*The Mask of Sanity*” que é dado o primeiro alerta à comunidade psiquiátrica sobre os indivíduos que, embora aparentemente normais e sem sintomas de psicopatologia, manifestem padrões divergentes de funcionamento social e pessoal (Almeida, 2012). Cleckley (1941/1988) avança com a terceira secção do seu trabalho “*Synopsis and orientation*” apresentando uma lista de dezasseis critérios de diagnóstico de psicopatia entre os quais se encontra a ausência de ansiedade, a falta de remorsos ou vergonha, fraco julgamento e pouca capacidade de aprender com a experiência, mentira e insinceridade, comportamento antissocial inadequado, entre outros¹¹ (Cleckley, 1988, p. 338-339).

Embora os três traços tenham diferentes origens, existem entre eles semelhanças acentuadas (Paulhus & Harms, 2001). Evidência empírica avançada por McHoskey e colaboradores (1998) demonstrou que existia uma sobreposição entre a psicopatia e o Maquiavelismo. Os autores propunham *a priori* que o Maquiavelismo e a psicopatia eram essencialmente o mesmo constructo (dimensão) de personalidade, e diziam ainda que estes dois conceitos eram estudados pelos académicos da personalidade, da psicologia social e da psicologia clínica como se fossem diferentes, porém, no seu entender, a escala de avaliação de Maquiavelismo (Mach-IV) era uma

¹¹ Os dezasseis critérios de diagnóstico apresentados por Cleckley foram: 1. Charme superficial e boa “inteligência”, 2. Ausência de delírio ou outro tipo de pensamento irracional, 3. Ausência de nervosismo ou outras manifestações psiconeuróticas, 4. Não-confiável, 5. Mentira e insinceridade, 6. Falta de remorsos ou vergonha, 7. Comportamento antissocial motivado inadequadamente, 8. Julgamento pobre e falha na aprendizagem pela experiência, 9. Egocentrismo patológico e incapacidade para amar, 10. Pobreza generalizada ao nível de reações afetivas, 11. Specific loss of insight, 12. Não responsividade nas relações interpessoais gerais, 13. Comportamento fantástico e pouco convidativo quando bebe e às vezes sem beber, 14. Suicídio raramente avança, 15. Vida sexual trivial e promíscua, 16. Falha geral em avançar e seguir com planos (Cleckley, 1988, p. 338-339).

medida global de psicopatia primária e secundária em amostras não-clínicas (McHoskey et al., 1998). Para testar a hipótese da sobreposição entre o Maquiavelismo e a psicopatia em amostras não-forenses, os autores realizaram quatro estudos onde, invariavelmente, a psicopatia primária e secundária (operacionalizada com recurso às escalas de Levenson, Kiehl e Fitzpatrick (1995)) foram positiva e fortemente correlacionadas com o Maquiavelismo (acedido através da escala Mach-IV de Christie e Geis (1970)).

No seu quarto estudo, onde se pretendia relacionar o Maquiavelismo, a psicopatia – primária e secundária – e também o narcisismo, participaram 107 estudantes. Estes participantes preencheram um instrumento de avaliação de Maquiavelismo (Mach-IV $\alpha = ,78$), duas escalas de psicopatia (psicopatia primária $\alpha = ,88$; secundária $\alpha = ,53$), uma escala de avaliação de narcisismo (NPI (Narcissistic Personality Inventory) $\alpha = ,87$) e um questionário de desejabilidade social (BIDR, Paulhus, 1988) composta por 40 itens que se distribuem em duas componentes: a componente de *impression management* ($\alpha = ,67$) e a componente de *self-deception* $\alpha = ,79$ (McHoskey et al., 1998). Em relação à *self-deception* esta é descrita como a tendência da própria pessoa dar respostas enviesadas positivamente acerca dela própria, de forma inconsciente. Já o constructo de *impression management* relaciona-se com a deliberada autoapresentação positiva a uma audiência (Paulhus, 1988). Os principais resultados desde estudo replicam-se infra na Tabela 1, sendo visíveis as fortes correlações entre os três traços da *Dark Triad* e desejabilidade social.

Tabela 1

Correlações de Pearson entre Maquiavelismo, Psicopatia, Narcisismo e Desejabilidade social

Medida	1	2	3	4	5	6
Mach-IV	—					
Psicopatia primária	,62***	—				
Psicopatia secundária	,59***	,51***	—			
NPI	,39***	,51***	,25**	—		
BIDR-IM	-,45***	-,52***	-,44***	-,20*	—	
BIDR-SM	,08	,06	,06	,49***	,26**	—

Nota: N= 107. * $p < ,05$. ** $p < ,01$. *** $p < ,001$. NPI = Narcissistic Personality Inventory; BIDR-IM = Balanced Inventory of Desirable Responding - Impression Management; BIDR-SD = Balanced Inventory of Desirable Responding - Self-Deception. Adaptado de McHoskey et al. (1998).

Depois de analisarem as correlações, os autores realizaram uma análise de componentes principais (ACP) às dimensões Maquiavelismo, psicopatia (primária e secundária) e narcisismo, da qual resultou apenas um fator que explicava 61% da variância. Assim, e apesar de até àquela data os académicos não se terem focado muito no Maquiavelismo, este estudo é consistente com um estudo realizado anteriormente por Fehr, Samsom e Paulhus (1992) cujos resultados apontaram também para uma forte associação da psicopatia subclínica com o Maquiavelismo.

A sobreposição entre o narcisismo subclínico e a psicopatia subclínica foi também posta em causa na década de noventa, por Gustafson e Ritzer (1995). Os autores realizaram um estudo onde pretendiam investigar sobre a personalidade e sobre o padrão comportamental chamado “Autopromoção aberrante”¹² conceptualizada como uma forma de psicopatia subclínica, e onde os indivíduos com este tipo de personalidade eram caracterizados com uma configuração narcisista de personalidade combinada com comportamento antissocial (Gustafson & Ritzer, 1995).

A ligação entre o Maquiavelismo e o Narcisismo foi também trazida à luz por McHoskey (1995), onde, através de um estudo transversal com questionários de autorrelato (MACH-IV e NPI) o autor concluiu que o narcisismo e o Maquiavelismo estavam fortemente associados em amostras não forenses.

Dadas as associações dos constructos entre si, chegávamos ao novo milénio com uma forte possibilidade: em amostras normais (não-forenses) os três traços poderiam ser equivalentes. É então em 2001, que Paulhus e Williams realizaram um estudo com uma amostra de 245 estudantes onde pretendiam desmistificar se os três traços se podiam resumir em apenas um, ou se eram traços distintos entre si. Assim, os resultados por eles encontrados indicam que apesar de existir uma sobreposição considerável entre os três traços – todos eles correlacionados moderada a fortemente entre si – os mesmos não podem ser considerados equivalentes, pois o valor máximo de correlação obtido foi $r = ,50$, $p < ,001$, entre os traços subclínicos de psicopatia e narcisismo. Assim, e para os propósitos da presente dissertação, tratar-se-ão os três traços de forma individual.

Introduzidos os traços “normais” de personalidade (*Big Five*) e os traços “negros” de personalidade (*Dark Triad*), resta compreender as relações entre eles, explorando a questão avançada no ponto 2.1. desta revisão acerca do alcance explicativo dos *Big Five*.

¹² Tradução livre de “*aberrant self-promotion*” (Gustafson e Ritzer, 1995).

2.3. *Big Five* e *Dark Triad*, que relação?

Já desde o estudo seminal de Paulhus e Williams (2002) relativo à *Dark Triad* (DT), as relações entre as três dimensões de personalidade da *Dark Triad* têm sido relacionadas com as cinco dimensões de personalidade dos *Big Five*. No estudo de Paulhus e Williams (2002), o narcisismo relacionava-se positiva e moderadamente¹³ com a extroversão e a abertura à experiência e negativamente e moderadamente com a agradabilidade. O Maquiavelismo, por sua vez, relacionava-se apenas negativa e moderadamente com a Conscienciosidade e agradabilidade. A psicopatia acabou por ser a única dimensão da *Dark Triad* que se correlacionou moderadamente com todas as dimensões dos *Big Five*, correlacionando-se negativamente com a agradabilidade, conscienciosidade e neuroticismo (Paulhus & Williams, 2002) e positivamente com extroversão e abertura à experiência. Do ponto de vista teórico, estes resultados eram expectáveis, dadas as definições conceptuais de cada uma das dimensões da personalidade.

O'Boyle e colegas (2015) realizam uma meta-análise onde relacionam cada um dos três traços relativos à *Dark Triad* com cada um dos cinco traços de personalidade dos *Big Five*. Para cada uma das 15 correlações, utilizam no mínimo 40 estudos (*e.g.* correlação entre o traço de Maquiavelismo e agradabilidade) e um máximo de 93 estudos (*e.g.* correlação entre o traço de narcisismo e neuroticismo). Neste sentido, cada correlação foi analisada com um mínimo de 11.326 participantes e um máximo de 45.885. A revisão meta-analítica (O'Boyle, Forsyth, Banks, Story & White, 2015) revelou correlações negativas moderadas entre a agradabilidade e o Maquiavelismo, e também da conscienciosidade e Maquiavelismo, indo de encontro ao achado por Paulhus e Williams (2002). Porém, com recurso às técnicas de meta-análise foi possível no estudo de O'Boyle et al. (2015) encontrar também uma correlação positiva, ainda que fraca, com o neuroticismo. Relativamente ao narcisismo, na meta-análise, foram encontradas associações moderadas e positivas entre este traço e a extroversão e a abertura à experiência (algo também verificado por Paulhus e Williams em 2002), uma associação fraca e positiva com a conscienciosidade, e associações moderadas negativas com a agradabilidade e o neuroticismo (O'Boyle et al., 2015).

¹³ Note-se que a classificação das magnitudes das correlações se dão de acordo com o postulado por Cohen em 1988.

Por fim, foram encontradas associações moderadas e negativas entre os traços de psicopatia e agradabilidade, bem como psicopatia e conscienciosidade. Embora muito fracas, foram ainda encontradas associações positivas entre a psicopatia e os três traços restantes dos *Big Five*: extroversão, neuroticismo e abertura à experiência (O’Boyle et al., 2015). É possível que a direção desta relação seja explicada pelo facto de a meta-análise ter sido conduzida numa amostra subclínica, tendo sido declarado critério de exclusão os artigos com amostras clínicas.

Uma vez feita esta breve introdução ao conceito de personalidade e derivados, que posteriormente serão relacionados com os comportamentos antiéticos no empreendedorismo; resta agora introduzir os conceitos da (anti)ética (ou desvio ético) no empreendedorismo e Crime de Colarinho Branco (ocupacional e *corporate*), por forma a compreendermos quais são os comportamentos antiéticos no empreendedorismo avançados pela literatura científica.

Introduzir-se-á também o conceito de *Initial Coin Offering* como um possível meio de fraude contra investidores, inserido, assim, no CCB.

3. Desvio ético e Crime no mundo dos negócios

3.1. A (anti)ética no empreendedorismo

Os empreendedores têm tido um papel muito apreciado socialmente e na vida económica desde o tempo da Grécia clássica (Hannafey, 2003, Hisrich et al., 2007). Embora a sua importância seja amplamente valorizada e reconhecida, os empreendedores têm sido criticados por lapsos éticos significativos ao longo da história. Tome-se como exemplo o Hino Homérico a Hermes (520 a.C.): o mítico empreendedor Hermes – descrito como um inventor e comerciante experiente – é desonesto e é tido como ladrão e batoteiro antiético, preocupando-se apenas com os seus próprios ganhos e interesses (Hannafey, 2003). É claro que a ideia de que empreendedores interesseiros e até gananciosos possa fazer algum bem à sociedade enquanto perseguem as suas próprias fortunas já está estabelecida e é uma das *pedras angulares* do pensamento económico (Sanders & Weitzel, 2010). O problema é que a energia e talento próprios dos empreendedores podem ser alocados para atividades improdutivas que, inclusive, podem terminar em sérios danos à economia (Baumol, 1996; Sanders & Weitzel, 2010). Os empreendedores podem escolher entre ter um negócio próspero e que cria valor ou práticas de *rent-seeking* onde se apropriam (legal ou ilegalmente) dos lucros, sendo que a segunda prática

reduz o incentivo de enveredar pela primeira e, conseqüentemente, tem um impacto negativo na economia (Sanders & Weitzel, 2010). É neste trilho, que Useem (2000) afirma que

“As empresas são criadas, desenvolvidas e vendidas com maior preocupação em *forrar os bolsos* com o dinheiro dos investidores, do que para atrair clientes reais. O resultado é que os participantes usam um conjunto de neutralizadores éticos, comportando-se de formas que podem ser perfeitamente aceitáveis neste contexto insular, mas que quando são vistas com um bocadinho de objetividade parecem, no mínimo, duvidosas” (sp.)¹⁴

Afigura-se necessário prevenir este tipo de comportamentos, e a prova disso são as conseqüências devastadoras que surgiram nos mercados de capitais quando não são controlados.

Na atualidade, é largamente conhecido e aceite que o contexto empreendedor suscita desafios éticos únicos aos empreendedores; desde logo a vulnerabilidade das *startups* e as pressões financeiras e os desafios operacionais – explorados no ponto 1.2. – ampliam a motivação de enveredar por caminhos eticamente cinzentos (Bucar & Hisrich, 2001; Morris, Schindehutte, Walton, & Allen, 2002). Não só os desafios éticos são especialmente difíceis, como são múltiplos no desenvolvimento da carreira empreendedora (Hannafey, 2003). Os vários problemas aparecem em diferentes etapas do processo de crescimento nas *startups*: desde a ideia ou projeto de pesquisa, passando pela propriedade intelectual, confidencialidade de informação, negociação, marketing e *inside trading*. Especialmente no exercício de aumento de capital e no passo final, para entrar no mercado de ações, todas as etapas levam a vários conflitos de interesse (Fassin, 2005). Os empreendedores lutam pelo sucesso, e alguns deles são muito oportunistas. O jogo de poder e as táticas de gestão “a curto-prazo” são instrumentos importantes pois podem ser usados, e mal-usados, na competição dos negócios (Fassin, 2005).

Conclui-se, pois, que existe um desafio *a priori* relacionado com a atividade empreendedora em si (o processo de construção e materialização da ideia, o financiamento e o crescimento da

¹⁴ Tradução livre do original “Companies are created, hyped, and sold with less concern for attracting real customers than for lining one's pocket with investors' money. The result is that participants can wear a set of ethical blinders, behaving in ways that might seem perfectly acceptable within this insular context but that, when viewed with a modicum of objectivity, look borderline at best.” Retirado de https://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/2000/03/20/276351/index.htm

ideia). Mas não se finda na atividade. Sendo o empreendedorismo um produto muito próprio das características pessoais do empreendedor e da sua interação com o mercado, surgem não raras vezes conflitos de valores pessoais com as necessidades de negócios e problemas de responsabilidade social. Por conseguinte é plausível afirmar que há um impacto da personalidade do empreendedor fundador sobre a ética nos negócios (Vyakarnam et al., 1997).

Os comportamentos antiéticos ou desonestos dos *Chief Executive Officers* (CEOs), quando descobertos, resultam frequentemente em ações judiciais, perdas de reputação, incerteza por parte dos investidores e consequentemente perdas financeiras avultadas (Fassin, 2005). Dado que os CEOs possuem grande autonomia, gerem os recursos da forma que lhes é mais conveniente, e têm oportunidades para se comportarem de forma a cumprir os seus próprios interesses, quando agem de forma desonesta o resultado é um: escândalos altamente difundidos e mediáticos. Tome-se como exemplo os escândalos da Theranos, entre outros onde existiu elevado grau de mediatização. Fassin (2005) afirma que é visível um aumento no número de casos de comportamento antiético, em todos os níveis empresariais, quer nas suas atividades do dia-a-dia, quer frente-a-frente com os *stakeholders*. Para o autor, nas últimas décadas tem-se assistido a vários casos de contras falsas, manipulação de informação, ofertas iniciais publicas (IPO) questionáveis, corrupção, enriquecimento pessoal, entre outros casos, que levam à falência das empresas, ao despedimento coletivo e outras perdas financeiras para os investidores. O autor afirma ainda que o que está subjacente a todos estes desfechos desastrosos é o alto padrão de comportamento antiético por parte dos gestores e dos empreendedores.

Os comportamentos antiéticos conjugados com as pequenas taxas de empresas que são consideradas culpadas pela sua má conduta tornam o cenário facilitador e de atitudes antiéticas (Fassin, 2005) e da sua disseminação como normal (Vaughan, 2007). Se acreditarmos que as tomadas de decisão são feitas através de uma decisão racional, uma ponderação de custos e benefícios, as atitudes antiéticas são um excelente mecanismo para maximizar lucros, já que os custos daí decorrentes parecem ser mínimos – baixa probabilidade de serem responsabilizados pela má conduta, aumento de lucros, manutenção do estatuto e da autoimagem¹⁵ (Fassin, 2005; Clinard & Quinney, 1973).

Ora, tendo em conta a crescente preocupação com a criminalidade económica, e até o desenvolvimento de políticas de responsabilidade social das empresas, era expectável poder

¹⁵ A autoimagem é muitas vezes mantida com recurso a técnicas de neutralização, onde os indivíduos recorrem a justificações ou “desculpas” do seu comportamento desviante para aliviar a culpa (cf. Sykes & Matza, 1957).

afirmar que os holofotes do escrutínio público fizessem os negócios avançar por caminhos regulares. Parece, no entanto, que não é o caso, e que a ética nos negócios está longe de vencer (Hannafey, 2003; Fassin, 2005; Collewaert & Fassin, 2013; Fassin & Drover, 2017). Assim, sempre que existem ações danosas, estas representam uma falha nos mecanismos de governação e numa falha em prevenir que empreendedores “desonestos” entrem e vão permanecendo no sistema (Scotter & Roglio, 2017). Este tipo de comportamento, dizem os autores, reforça as perceções de injustiça, diminui o compromisso dos empregados e facilita o desenvolvimento de uma cultura organizacional tóxica e antiética (Greve, Palmer, & Pozner, 2010).

O perigo da difusão das práticas antiéticas e a sua aceitação pacífica por parte dos homens de negócios e subordinados, é que a normalização deste tipo de comportamentos desajustados e inapropriados leva ao desvanecimento de normas saudáveis, e este desvanecimento tem efeitos perversos (Fassin, 2005; Vaughan, 2007). A ausência de consequências negativas reforça a crença de que os “*dirty tricks*” que são utilizados (e.g. atrasar o pagamento a fornecedores para aumentar o *cash flow*) podem ser considerados boas práticas de gestão. O problema é que este tipo de gestão pode criar o efeito de bola de neve, e a perpetuação contínua dos comportamentos antiéticos quer como forma de resolver problemas, quer como forma de ação consequencial (Hannafey, 2003; Fassin, 2005).

Um estudo de Bhidé (1996) sugere que os empreendedores têm um poderoso viés para a ação, e que isso pode prejudicar a reflexão acerca das considerações éticas. Da mesma forma, Longenecker, McKinney e Moore (1988) concluem que os empreendedores são mais propensos do que outras pessoas a “aceitar ações que maximizam recompensas financeiras pessoais” (p. 70). E um ano mais tarde, Longenecker, McKinney e Moore (1989) reforçam a evidência de que os empreendedores são mais permissivos relativamente aos “assuntos de preenchimento fraudulento de despesas, informação privilegiada e cópia de *software* de computador” (p.31).

As *startups* geralmente têm que gerir os seus *cash flows* muito apertados e este facto “pode influenciar as perceções morais do empreendedor e os seus julgamentos sobre matérias financeiras” (Hannafey, 2003, p. 103). Quando confrontados com uma situação de crise, onde a vida da empresa está em jogo e as pressões de todos os lados são tremendas (desde as pressões dos empregados às pressões financeiras de investidores ou bancos), o único objetivo é sobreviver. Neste sentido, para enfrentar os problemas são conhecidos vários mecanismos criminais e antiéticos como por exemplo, a fraude, concorrência desleal, comunicação desajustada ou assimétrica de informação, desrespeito dos acordos e atitudes injustas no tratamento das partes interessadas, abuso de poder e conflitos de interesse (Fassin, 2005).

A visão de Fassin (2005) sobre origem dos comportamentos antiéticos no empreendedorismo dá enfoque numa motivação “reativa”, isto é, o autor sugere que a maior parte das vezes os desvios éticos por parte do empreendedor surgem, precisamente, em momentos de pressão, *stress* e/ou crise. Ao contrário de Baumol (1996), que sugere que os motivos para os comportamentos antiéticos dos empreendedores podem ser proactivos; no sentido em que procuram iniciar a atividade com vista obter fortunas através de “atos improdutivos” e “ocasionalmente ilegais” no meio do empreendedorismo. Os motivos apresentados segundo as diferentes perspetivas correspondem, respetivamente, aos conceitos de *corporate crime* e crime ocupacional que infra se descreverão.

Posto isto, e tendo em conta os comportamentos que são avançados pela literatura como antiéticos – e que nesta dissertação a antiética servirá como *proxy* para a predisposição criminal – resta agora introduzir a temática do Crime de Colarinho Branco, e, mais concretamente o subtema da Criminalidade Ocupacional e *Corporate Crime* e as suas consequências.

3.2. O Crime de Colarinho Branco e a Criminalidade Económica Ocupacional

3.2.1. O Crime de Colarinho Branco – breve descrição da origem e conceções

Não se poderia explicar o conceito de criminalidade económica ocupacional sem explicar a sua origem e a sua derivação do crime de colarinho branco. Para a maior parte dos investigadores na área da Criminologia e da Sociologia Criminológica, quando se fala em crime de colarinho branco (CCB) ou *white collar crime* é comum e praticamente indissociável pensar em Sutherland. Data já de 1940 a primeira intervenção escrita do autor relativamente à criminalidade de colarinho branco. O seu artigo inicia com uma constatação da realidade daquela época: “os economistas conhecem os métodos dos negócios, mas não estão habituados a considerá-los do ponto de vista do crime; muitos sociólogos estão familiarizados com o crime, mas não estão habituados a considerá-los expressos nos negócios” (Sutherland, 1940, p.1). Entendia-se desde logo a pretensa do autor em descortinar as relações entre os negócios e o crime. Na verdade, pretendia comparar, ao nível das consequências e das características dos infratores autores, o crime comum “das baixas classes, compostas por pessoas de baixo estatuto socioeconómico” com o crime na “classe mais alta ou de colarinho branco, composta respeitáveis, ou pelo menos respeitados, homens de negócios e profissionais” (Sutherland,

1940, p.1). O autor afirma que a criminalidade de colarinho branco nos negócios é expressa mais frequentemente na forma de

“deturpação em declarações financeiras das empresas, manipulação da troca de ações, suborno comercial, suborno de funcionários públicos direta ou indiretamente a fim de assegurar contratos e legislação favoráveis, deturpação na publicidade e nas vendas, desfalque e gestão danosa de fundos, fraude fiscal e falências” (Sutherland, 1940, p. 2).

Naturalmente este tipo de CCB têm perdas financeiras avultadas e, pese embora os largos milhares que se possam perder, estes não são considerados tão graves como os danos que as relações sociais sofrem conseqüentemente, devido à criação de desconfiança que leva à diminuição da moral social e por conseguinte produz desorganização social em larga escala (Sutherland, 1940). Friedrichs (2010) afirma que apesar de Edwin Sutherland ser frequentemente aclamado e aplaudido como “o pai” do CCB, existiam já desde o século XVIII preocupações com este tipo de crime e criminosos, afirmando nomeadamente a existência de relatos de sanções contra a fraude levados a cabo nas transações comerciais. Cesare Beccaria (1764 citado por Friedrichs, 2010) clamou que os “grandes e ricos” haviam cometido atos que prejudicaram imensamente a ordem pública, e Marx e Engels vislumbraram e alertaram para os crimes cometidos pelos poderosos e privilegiados (Friedrichs, 2010). Após Sutherland (1940) ter desbravado algum caminho neste novo trilho a ser explorado pela Criminologia, resiste até aos dias uma definição não unânime pelos investigadores. A par do já difícil acesso às elites para seu estudo, crescem os problemas da conceptualização difusa do conceito. Na sua definição ampla de CCB, Sutherland (1940) dá enfoque a certas características do ator, nomeadamente o seu estatuto social: os infratores de CCB são os homens respeitáveis, ricos e poderosos – e não ao ato. Tappan (1947 citado por Salinger, 2005) entende que seria melhor enfatizar o ato, uma vez que discorda que a Criminologia se deva alargar para fora dos limites do legalmente definido como crime e, por consequência, criminoso só pode ser aquele que foi julgado e condenado como tal. Neste sentido, focando-se no ato, o autor acreditava que a definição do CCB devia ser restrita somente aos atos que fossem legalmente definidos como crime, e acrescentava que o ator só deveria ser rotulado caso tivesse sido condenado pela ofensa (Salinger, 2005, p. vii). Dando-se conta das inconsistências de conceptualização, Susan Shapiro (1980) afirma que

“não é claro se o termo caracteriza os atos ou atores, tipos de ofensas ou de ofensores; ou se se refere à localização social do comportamento desviante, ou do papel social, ou do estatuto social do ator, o *modus operandi* do comportamento, ou a relação social entre vítima e ofensor. Há disputas frequentes sobre se o fenómeno é necessariamente “colarinho branco”, e ainda desentendimentos mais sérios sobre se o comportamento é criminal. Neste sentido, o rótulo é claramente um termo impróprio” (Shapiro, 1980, p.1).

A discussão em torno do que deve ou não deve ser considerado CCB é importante, embora não se discuta amplamente nesta dissertação. Em concreto, utilizar-se-á neste trabalho uma definição mais abrangente, pois considera-se que seria negligente, do ponto de vista criminológico, restringir a definição para “crime” no sentido estrito de acordo com o princípio da legalidade. Ao estreitar a definição para a criminalidade em sentido estrito, perder-se-ia informação relevante e ignorar-se-iam todas as consequências nefastas de práticas antiéticas/desonestas económicas e financeiras (Sutherland, 1940; Shapiro, 1980). Por exemplo, no estudo da crise económica é importante ter em consideração práticas económicas e financeiras não criminais que possam ter dado aso a tal evento

“porque o carácter inovador inerente às atividades económicas pode também ser expresso como crime económico. Na verdade, os Schumpeterianos definem o crime de colarinho branco como a busca de oportunidades através do uso de técnicas inovadoras (nomeadamente, explorar as áreas cinzentas entre o lícito e o ilícito). Como consequência, o crime de colarinho branco providencia novas formas de se diferenciarem dos competidores, especialmente em ambientes de crise e depressão, onde a ética dos negócios interfere com objetivos de lucro” (Faria, Cruz, Leite, & Sousa, 2013, p. 251).

3.2.2. A Criminalidade Económica e Ocupacional

Tal como não é possível abordar o CCB sem evocar Sutherland, não é igualmente possível abordar o crime ocupacional sem evocar Clinard e Quinney (1973). Estes autores sugeriram a divisão do conceito de CCB em dois tipos distintos: o crime ocupacional e o *coporate crime*. O crime ocupacional era então definido como “as ofensas cometidas pelos indivíduos para seu ganho no decurso das suas ocupações e as ofensas dos empregados contra empregados”

(Clinard & Quinney, 1973, p. 188). O *corporate crime* consistia “nas ofensas cometidas por funcionários corporativos para a sua corporação e ofensas da própria corporação” (Clinard & Quinney, 1973, p. 188). Os autores utilizavam, no entanto, para definição do crime ocupacional o critério da legalidade, ou seja, para um tipo de ofensa ser considerado crime ocupacional tinha, efetivamente, que ser uma violação da lei criminal (Clinard & Quinney, 1973).

Para além da bifurcação conceptual avançada pelos autores, avançaram também com uma descrição da autoimagem do criminoso ocupacional. Neste sentido, os autores afirmaram que dado que as ofensas ocorrem conexas a uma ocupação legítima e o ofensor se vê a si próprio como um cidadão respeitável, a sua autoimagem não se ajusta à conceção do *eu* como um criminoso podendo, no máximo, atingir o estatuto de “*lawbreaker*” (Clinard & Quinney, 1973). Esta manutenção da autoimagem como não-criminal é tida como um facilitador de perpetuação contínua de crimes ocupacionais, sendo a racionalização das ofensas um mecanismo para neutralizar a potencial ameaça de se verem como criminosos.

No entanto, tal como existe incerteza acerca do que significa (ou deve significar) o CCB, Friedrichs (2002) descreve também a incerteza em torno da conceção de crime ocupacional. O autor afirma que o crime ocupacional tem sido descrito como

“crimes motivados financeiramente cometidos por indivíduos de classe média ou alta dentro do contexto da sua legítima ocupação; crimes motivados financeiramente cometidos dentro do contexto de qualquer legítima ocupação, independentemente do estatuto socioeconómico; formas financeiras e não financeiras de crime cometidas no contexto de uma legítima ocupação; e comportamento criminal convencional no local de trabalho” (Friedrichs, 2002, p. 250).

A literatura relativa ao crime ocupacional tem-se concentrado frequentemente em indivíduos que estão situados em ocupações de alto *status* social (*e.g.* CEO’s) como criminosos (Holtfreter, 2005). Concretamente, nesta dissertação o conceito de Criminalidade Económica Ocupacional é utilizado para exprimir os “*comportamentos ilegais ou antiéticos cometidos para ganho financeiro individual – ou para evitar perdas financeiras – no contexto de uma legítima ocupação*” (Friedrichs, 2002, p. 243). Ao longo desta dissertação serão feitas várias pontes teóricas quer com o crime ocupacional – *e.g.* evasão fiscal com fins de *rent-seeking* dos

empreendedores já avançados por Baumol (1996) – quer com o *corporate crime* onde os fins de manutenção da *startup* tentam justificar os meios (Hannafey, 2003; Fassin, 2005).

Seguidamente apresentar-se-á o tema das *Initial Coin Offerings*. Adhami, Giudici e Martinazzi (2018) avançam que, de acordo com dados do portal *Tokendata.io*, até ao ano de 2017 o fenómeno das ICO permitiu às *startups* levantar investimentos de mais de US\$ 5,3 mil milhões no mundo inteiro. Os autores afirmam ainda que o método de investimento tradicional – *venture capitalism* – no ano de 2016 foi de aproximadamente US\$ 71,8 mil milhões nos EUA e US\$ 4,3 mil milhões na Europa (Adhami et al., 2018). Sendo um tema muito recente e em crescente utilização, tendo ainda brechas legais, sabe-se que “a facilidade do *crowdfunding* cria oportunidades e incentivos para as empresas sem escrúpulos usarem as ICOs para executar esquemas de “*bump and dump*”” (Bian et al. 2018, p. 2), defraudando investidores com vista a enriquecer. Neste sentido, torna-se pertinente a introdução do tema na literatura criminológica, enquadrando as ICOs fraudulentas num tipo de Criminalidade Económica e Ocupacional.

3.3. As *Initial Coin Offerings*

Não seria possível compreender o conceito de *Initial Coin Offering* sem compreender o conceito de criptomoedas. Desta forma, é relevante, numa primeira parte, introduzir a noção de criptomoedas e, numa segunda parte, explicar o conceito de ICO.

3.3.1. Das moedas às criptomoedas

O dinheiro é uma das invenções primárias da humanidade (Orrel & Chlupaty, 2016), e é um documento privilegiado que comprova a evolução económica, política, cultural e tecnológica das sociedades (Vieira, 2017). Alguns autores afirmam que a sua origem se relaciona com o desenvolvimento das sociedades. Com o aumento do trabalho, das atividades produtivas e comerciais, com a acumulação e distribuição de riqueza e a necessidade de trocas comunitárias – aspetos que contribuíram para o desenvolvimento das sociedades complexas – havia necessidade de encontrar o elemento que iria mediar as trocas de bens ou serviços entre as pessoas (Vieira, 2017). Assim, seja qual for a verdadeira história do dinheiro, já há vários anos o metal era um dos instrumentos prediletos para as trocas, pelas suas características de utilidade e resistência. Contudo, numa Era cada vez mais digital, o dinheiro não é exceção.

Na economia moderna, a maior parte do dinheiro existente está configurado na forma de depósitos bancários, sendo assim altamente institucionalizado, digital, criado e gerido pelos bancos centrais sob a alçada dos governos (Birch, 2015). Atualmente as Libras, Euros, Dólares e Yen em todo o mundo são, quase na totalidade, digitais (Birch, 2015). De acordo com o *website BitcoinExchangeGuide*, estas *moedas intangíveis* que existem sob a forma de “números e dígitos” representam 90% de todo o dinheiro em circulação no mundo. Podemos pensar nas formas de pagamento atuais e, neste exercício de reflexão, facilmente concluímos que utilizamos diariamente dinheiro digital através de aplicações como o *Paypal*, *MBWay*, *Google Wallet* ou ainda quando utilizamos Cartões de Crédito/Débito.

A evolução do dinheiro até aos dias de hoje, independentemente da sua (in)tangibilidade, teve um denominador comum: a regulamentação e monitorização central, pois apesar do contexto todas as transações eram realizadas sob alçada dos bancos centrais e instituições governamentais. Com a chegada das *criptomoedas* a centralização deixou de ser uma característica do dinheiro, e esse é um dos pontos de partida que se pretende explorar neste trabalho.

Em primeiro lugar, importa delimitar o conceito de criptomoedas. As criptomoedas estão inseridas nas moedas digitais. Há, contudo, características particulares das criptomoedas que não são patentes noutras moedas digitais. Assim, urge distingui-las a fim de prosseguir a utilização dos termos sem confusão concetual.

O *website BitcoinExchangeGuide* afirma que “moedas digitais” é um termo geral que implica todas as formas de dinheiro intangível. Por outro lado, “criptomoedas” é um tipo específico de moeda digital que tem características específicas de *privacidade*, *descentralização*, *segurança* e *criptação*. Resumindo: todas as criptomoedas são moedas digitais, contudo, nem todas as moedas digitais são criptomoedas.

A primeira geração de criptomoedas surgiu, oficialmente, em 2009 através da *Bitcoin* (BTC). O seu criador Satoshi Nakamoto – cuja real identidade permanece oculta – teorizou em 2008 sobre a *bitcoin*. No seu artigo “*Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System*”, o autor aborda alguns motivos que fazem da BTC uma moeda necessária, sendo o principal a *descentralização* (Nakamoto, 2008). Sucintamente, a BTC permitia, a partir do momento em que se tornasse realidade, que transações fossem feitas entre duas partes sem intervenção de uma terceira parte (*e.g.* uma identidade bancária) e sem custos de transação. Através da criptografia (comunicação feita através de algoritmos altamente codificados) e da tecnologia de

*blockchain*¹⁶ assegurava-se a segurança da transação evitando fraudes de *double-spending* (idem).

A *Bitcoin*¹⁷ tem fins e propósitos legítimos, contudo dadas as suas características de anonimato e descentralização, pode também ser utilizada para outros fins nefastos como, por exemplo, lavagem de dinheiro, compra de produtos no mercado negro, financiamento de campanhas de armas/drogas, serviços ilegais, entre outros (Miller, 2016). Existem várias razões pelas quais um perito pode ser requerido para analisar várias questões forenses relativas à *Bitcoin* em processos judiciais (Miller, 2016).

Para além das supramencionadas, uma razão pela qual a *Bitcoin* é ideal para finalidades ilegais é que a tecnologia oferece “*mixers*”¹⁸ cujo único propósito é trocar as *moedas* com outros utilizadores, sendo que no fim dessa mistura o *dinheiro* é completamente impossível de localizar. Estes serviços misturam BTC de vários utilizadores antes da transação chegar ao fim e por este motivo é praticamente impossível distinguir o original emissor. Há vários fatores que interferem neste sentido a não-rastreabilidade, por exemplo, numa transação P2P entre dois utilizadores de *bitcoin* em que o utilizador 1 transfere 10BTC através de um *mixer* essa quantia pode chegar ao utilizador 2 em três transações diferentes, 4BTC, 5BTC e 1BTC (Miller, 2016).

¹⁶ A tecnologia BC é, como o nome indica, uma cadeia de blocos que contêm informação. A tecnologia *blockchain* atua como um “livro-razão” das transações e é acessível por qualquer pessoa. Toda a informação que um bloco contém é muito difícil de ser adulterada, pois cada bloco contém a sua *hash* (como se fosse uma *impressão digital*) e a *hash* do bloco anterior. Quando a informação de um bloco é alterada a sua *hash* é também alterada e a sua identidade deixa de ser a mesma. Sempre que for acrescentado um bloco é necessário verificar a *hash* do anterior, assim, se um bloco for adulterado, toda a cadeia é invalidada porque não há correspondência entre as *impressões digitais*.

¹⁷ Optou-se por aprofundar a temática das criptomoedas através da BTC por ser a primeira e mais influente, contudo a maior parte das características da BTC são também características de outras criptomoedas como Ether, Litecoin, Ripple, e outras, sendo, por isso, os pressupostos semelhantes nas suas utilizações.

¹⁸ *Mixers* são serviços que os utilizadores da Bitcoin utilizam para permanecerem anónimos, evitando assim o controlo e a associação daquela/s Bitcoin/s àquele utilizador. Os serviços de *mixing* trocam as moedas por outras, confundindo assim o rasto. Estes serviços seriam equivalentes no sistema financeiro tradicional ao de movimentar fundos através dos bancos com leis bancárias altamente restritas e sem extradição, como por exemplo, as ilhas Caimão. Existem vários serviços de *mixing* (Bitcoin Fog, SharedCoin, Bitmixer,...) e todos cumprem a mesma finalidade: transações totalmente anónimas e não rastreáveis.

3.3.2. *Initial Coin Offering – ICO*

A *Initial Coin Offering* (ICO) ou Oferta Inicial de Moedas é uma forma alternativa de angariação de fundos para financiar uma *startup*. As ICOs, em termos leigos, podem ser vistas como um mecanismo de *crowdfunding* que utiliza criptomoedas em vez de dinheiro corrente. A utilização desta alternativa permite minimizar os custos de transações e, quando comparada com outros métodos de angariação de capital, tem uma maior vantagem na relação custo-benefício, ainda que as criptomoedas sejam altamente voláteis e imprevisíveis (Kaal, 2018).

As ICOs não oferecem resistência ao investimento; pelo contrário, a sua estratégia permite aumentar a diversidade e heterogeneidade de investidores no financiamento inicial e têm tido uma boa eficácia na formação de capital (Kaal, 2018; Adhami et al., 2018; Clements, 2018). Um dos *pontos fortes* deste método alternativo é que as ICOs permitem aos promotores o contorno das barreiras jurídicas, jurisdicionais e comerciais, permitindo um grupo de investidores de todo o mundo, sem grandes barreiras limitadoras (Kaal, 2018). Apesar da sua eficácia, os reguladores têm vindo a avaliar os possíveis fatores de risco associados às ICOs, pois neste método – ao contrário do que acontece numa infraestrutura tradicional – os acionistas não podem votar a favor ou contra os diretores, ou nomear diretores; os investidores da ICO não controlam os empreendedores. Tendencialmente, quem investe recorrendo a este método, investe num futuro promissor de uma ideia sem ter acesso a um produto tangível (Kaal, 2018). No entanto, Kaal (2018) afirma que a falta de divulgações obrigatórias para as ICOs abre espaço a manobras fraudulentas. Na verdade, em vez de canalizar o dinheiro para um uso produtivo, muitas vezes as “ICOs canalizam o dinheiro para recipientes para o seu uso pessoal, num leque de fraudes e esquemas” (Zetsche, Buckley, Arner, & Föhr, 2017, p. 16).

Assim, a motivação para o uso de ICOs pode ser legítima – dados os benefícios que acarreta essencialmente ao nível dos financiamentos *early stage* – ou pode ser ilegítima – com propósitos de enriquecimento pessoal – podendo, desta forma e tal como referido anteriormente, ser considerada como um tipo de crime económico ocupacional.

Finda a exposição de conceitos, é necessário perceber de que forma já foram relacionados anteriormente na literatura, bem como as principais conclusões.

Capítulo II – As relações

1. O papel da personalidade no Empreendedorismo

A personalidade tem sido muito investigada no estudo de vários fenômenos, muitas vezes como fator explicativo. Com a recente e poderosa emergência da atividade empreendedora mundial (Kuratko, 2007) o papel dos traços de personalidade no empreendedorismo emergiu também (Zhao, Seibert, & Lumpkin, 2010). Em concreto, investigadores de várias áreas têm tentado perceber a natureza do empreendedor e o fenômeno por trás das suas ações (Ciavarella et al., 2004). Neste sentido, a personalidade é frequentemente tida como preditora da intenção e sucesso empreendedor.

A história e conclusões acerca da relevância dos traços não é consistente; ao longo da década de 80 vários autores refutaram a existência de relação entre a personalidade e a criação e sucesso de empresas (e.g. Gartner, 1989; Low & MacMillan, 1988), enraizando assim, na literatura do empreendedorismo, um ceticismo geral sobre esta relação, sua presença e força.

A partir do novo milénio começam a surgir novos estudos empíricos, bem como revisões meta-analíticas com o intuito de descortinar esta relação, essencialmente ao nível dos *Big Five* e a intenção empreendedora, mais ainda outros traços como a proatividade, o *risk-taking* entre outros (cf. Rauch & Frese, 2007). Desde logo em 2006, Zhao e Seibert realizaram uma meta-análise que relacionava as dimensões de personalidade atinentes aos *Big Five* e o *status* empreendedor. Nesta meta-análise foram incluídos 23 artigos através dos quais se concluiu que existiam diferenças entre empreendedores e gestores em 4 dos 5 traços de personalidade que compõem os *Big Five*. A revisão concluiu assim que os empreendedores apresentam níveis mais altos de conscienciosidade e abertura à experiência do que os *managers*; e níveis mais baixos de agradabilidade e neuroticismo. O único traço sobre o qual a revisão meta-analítica não retirou conclusões foi o traço de extroversão (Zhao & Seibert, 2006).

Um ano mais tarde, Rauch e Frese (2007) apontando algumas fragilidades metodológicas¹⁹ da meta-análise precedente de Zhao e Seibert (2006), realizaram também uma meta-análise, complementando a anterior com relações entre traços de personalidade e o sucesso, sendo os traços de personalidade mais específicos e direcionados ao empreendedorismo do que os *Big Five*. A amostra final foi composta por 104 artigos com 116 amostras independentes com uma amostra total de 26 700 participantes. Dos 104 artigos, 62 eram relativos à criação de empresas

¹⁹ Rauch e Frese (2007) apontam que a meta-análise de Zhao e Seibert (2006) apesar de ser a mais abrangente até àquela data, não analisa diretamente os *Big Five*, mas codifica os estudos de acordo com a taxonomia dos *Big Five* e, conseqüentemente, abarcam traços específicos e gerais sobre esta categorização.

e 54 relativos ao sucesso. Os traços de personalidade utilizados foram: necessidade de realização; inovação; proatividade; autoeficácia; tolerância ao stress; necessidade de autonomia; *locus* de controlo e *risk-taking*. Nesta meta-análise os autores concluíram que todos os traços de personalidade escolhidos se correlacionam positivamente – ainda que de forma fraca a moderada – quer com a criação de novas empresas, quer com o sucesso dessas empresas.

Mais recentemente, a *Dark Triad* tem sido inserida na equação que prediz a intenção empreendedora (Kramer et al., 2011).

1.1. *Big Five* e intenção empreendedora

Em 2010, numa meta-análise realizada por Zhao, Seibert e Lumpkin, os autores reforçam as conclusões dos efeitos da personalidade no empreendedorismo. Em concreto, utilizando os *Big Five* e o *Risk-taking*, os autores analisam os seus efeitos na *performance* e intenção empreendedora. Nesta meta-análise os autores concluíram que os traços de conscienciosidade, abertura à experiência, extroversão e a propensão ao risco estão positivamente relacionadas com a intenção de vir a ser empreendedor, o neuroticismo (contrário de estabilidade emocional) estava negativamente correlacionado com a intenção empreendedora, e a agradabilidade foi o único traço que não demonstrou efeito nenhum nesta intenção (Zhao et al., 2010).

Também ainda no ano de 2010, Obschonka, Silbereisen, e Schmitt-Rodermund, realizaram um estudo que pretendia, entre outros objetivos, perceber a relação entre o perfil *Big Five* expectável do empreendedor e a intenção empreendedora. Numa amostra composta por 496 cientistas, os autores operacionalizaram a *personalidade empreendedora* recorrendo a um questionário de 45 itens validado na Alemanha. O instrumento revelou boas propriedades psicométricas em todos os fatores ($,70 < \alpha < ,85$) e as respostas eram de posicionamento bipolar (e.g. convencional vs. inventor), cotando de 0 a 5. Para calcular o índice de coincidência com o perfil empreendedor, foram definidos valores-referência para cada um dos fatores de acordo com os achados empíricos anteriores. Neste sentido, para a extroversão, conscienciosidade e abertura à experiência o valor-referência era o máximo possível (5) e para agradabilidade e neuroticismo era o mínimo possível (0). Foi estimado o valor de cada pessoa e foi calculado o ajuste do perfil individual ao valor-referência de acordo com a operação **Ajuste = (Valor de Referência – Valor real individual)²**. Isto é: se o participante cota 3 pontos no neuroticismo (tendo de valor real individual 3 pontos) e o valor de referência é 0 o cálculo do ajuste de acordo

com a equação²⁰ usada seria 9 pontos. Todos os 5 valores de ajuste foram somados para cada pessoa, e ao valor final inverteu-se o sentido, passando a negativo. Consequentemente, quanto mais próximo de zero o valor da variável *personalidade empreendedora* fosse, maior era a coincidência entre o perfil expectável e o perfil demonstrado na realidade. Os resultados obtidos não suportaram a hipótese que previra que a os *Big Five* tinham capacidade preditiva relativamente à intenção empreendedora.

Já mais recentemente e no contexto nacional, Sousa, Cruz e Wilks (2018) realizam um estudo com uma amostra de 280 estudantes universitários Portugueses para explorar também as relações entre os *Big Five* e a intenção empreendedora. Antes de partirem para o estudo empírico, os autores resumem os achados da literatura relativamente aos traços dos *Big Five* na influência nas intenções empreendedoras, sumariando-os numa tabela e categorizando-os de acordo com a evidência empírica (forte, fraca ou intermédia). Neste sumário, a abertura à experiência, a extroversão e a conscienciosidade apresentam relação positiva com a intenção, sendo a conscienciosidade o único traço que apresenta evidência empírica forte e os outros dois evidência de grau intermédio. Por sua vez, a agradabilidade e o neuroticismo apresentam influencia negativa (fraca e forte respetivamente).

A primeira hipótese do estudo (Sousa et al., 2018) avançava com a previsão de que a intenção empreendedora era afetada positivamente pela conscienciosidade, abertura à experiência e extroversão e negativamente pela agradabilidade e neuroticismo. A hipótese foi parcialmente suportada. Apesar dos traços surgirem nas direções previstas, apenas o traço de extroversão (+) e agradabilidade (-) explicaram significativamente as intenções empreendedoras. Relativamente ao traço de extroversão, o achado empírico foi consistente com a meta-análise de Zhao e colegas (2010).

1.2. *Dark Triad* e intenção empreendedora

Recentemente, a denominada tríade negra (*Dark Triad* – DT) da personalidade tem entrado também na equação para explicar a intenção empreendedora (Kramer, Cesinger, Schwarzinger, & Gelléri, 2011), dado que estão mais intimamente associados à moralidade, consciência e autorregulação (Block, 1995). Os traços de personalidade pertencentes à tríade negra são caracterizados por aspetos socialmente malignos e relacionados com comportamentos

²⁰ Ajuste = $(0 - 3)^2 \Leftrightarrow$ Ajuste = $(-3)^2 \Leftrightarrow$ Ajuste = 9.

manipuladores, egoístas e de exploração do outro (Jonason & Webster, 2010), e descrevem um grupo de traços que têm sido relacionados com uma tendência para enveredar por caminhos desonestos ou até criminais (Paulhus & Williams, 2002; Jonason & Webster, 2010; Kramer et al. 2011). Frise-se o facto de que, como o próprio nome indica, a *Dark Triad* contempla traços de personalidade não desejados, concretamente o narcisismo, a psicopatia subclínica e o Maquiavelismo (Paulhus & Williams, 2002; Kramer et al. 2011), sendo que este último traço tem merecido uma crescente atenção por parte dos investigadores em empreendedorismo e também tem tido cada vez mais um foco na investigação sobre a ética (Morris et al., 2002).

Do ponto de vista da psicologia social, a *Dark Triad* é frequentemente considerada desfavorável e fora da norma (Do & Dadvari, 2017), mas existem teorias que afirmam que estes traços têm benefícios nos contextos empresariais. O Maquiavelismo é um exemplo de um traço negro e indesejável, mas que pode constituir uma vantagem no meio empresarial. A presença de traços de Maquiavelismo tem sido enquadrada como traduzindo “desapego” (*detachment*), que torna os indivíduos menos envolvidos emocionalmente nas situações e com as pessoas, sendo-lhes mais fácil manipular, tirar maior proveito de situações que causariam embaraço a outros, a ser menos persuadidos e a persuadir mais os outros (Morris et al. 2002).

Akhtar, Ahmetoglu e Chamorro-Premuzic (2013) acreditam que a investigação sobre o papel dos traços de personalidade no empreendedorismo tem negligenciado os traços psicopáticos, que podem ter alguma importância na predição da carreira do empreendedor. Variados estudos desenvolvidos por Babiak desde 1995 e por Babiak e Hare desde o meio da década de 90, sugerem a presença de *psicopatas* no meio empresarial. No livro *Snakes in Suits* de 2006, os autores descrevem a funcionalidade de um psicopata empresarial e a sua capacidade de manipulação, inovação, dissimulação e elevada competência comunicacional. Estes traços da personalidade são facilmente camuflados e desagregados da sua conotação negativa no meio empresarial, uma vez que se podem considerar, por vezes, naturais e necessários ao sucesso no próprio meio (Babiak, 1995; Babiak & Hare, 2006; Babiak, Neumann, & Hare, 2010).

Assim, afigura-se importante perceber quais são os traços de personalidade presentes nos meios empresariais, e em concreto no meio empreendedor, pois “o papel de empreendedor providencia mais liberdade nas escolhas e na mudança de ambiente, bem como agir de acordo com preferências pessoais e objetivos” (Brandsätter, 2011, p. 229) e esta facilidade de movimento pode ser prejudicial à economia (Baumol, 1996).

Os académicos têm sugerido que alguns indivíduos que têm características negras de personalidade são frequentemente guiados por necessidades extremas de poder e prestígio e de

assumir posições de autoridade e liderança (Syed, 2010). Aliado a estas necessidades, têm também desprezo pela autoridade e consequências, e isto são fatores que podem atrair os indivíduos com características “negras” de personalidade para o empreendedorismo (Syed, 2010).

Alguns estudos empíricos têm analisado a associação entre traços da DT com a intenção empreendedora (e.g. Kramer et al., 2011; Hmieleski & Lerner, 2016). Em 2011, Kramer e colegas realizam dois estudos empíricos sobre a associação entre os traços da DT e 1) a intenção empreendedora (IE) e a 2) *performance* no planeamento do negócio.

No primeiro estudo os investigadores testaram oito hipóteses, uma das quais corresponde à relação entre a DT e a IE. Assim a hipótese testada foi formulada como se transcreve H_1 : “Existe uma correlação positiva entre os traços DT e a IE”. A amostra deste estudo foi constituída por 60 estudantes (50% mulheres) de um módulo de educação para o Empreendedorismo. O teste de hipóteses revelou que não existe relação entre o narcisismo com intenção empreendedora, nem do Maquiavelismo com intenção empreendedora. Contudo foi encontrada uma correlação entre o traço de Psicopatia e a IE ($r = ,30, p < ,05$). No segundo estudo os investigadores pretendiam, testar uma hipótese que relacionava a performance com os traços da DT. Os autores avançaram a hipótese seguinte: H_1 : A *performance* no início do planeamento de negócio correlaciona-se negativamente com o narcisismo, Maquiavelismo e a psicopatia. Uma vez submetida ao teste, os resultados demonstram que não existe relação significativa entre o narcisismo e a psicopatia com a *performance* no início do planeamento de negócio. Relativamente ao Maquiavelismo, este traço correlaciona-se positivamente com uma subunidade da *performance* que é a qualidade total do plano de negócio ($r = ,39, p < ,05$). Embora o estudo seja o primeiro (ou um dos primeiros) a relacionar a DT com o empreendedorismo, falha em aspetos metodológicos que exigem que as conclusões sobre esta relação sejam vistas com precaução. Não só as amostras são constituídas por estudantes, como também revelam um tamanho da amostra bastante reduzido. Assim, estas lacunas ao nível da seleção e tamanho da amostra, põem em causa os resultados e extrapolação para o meio empreendedor real. Apesar das ameaças à validade externa, o estudo não deixa de ter mérito por ser inovador na área e por lançar uma nova linha de investigação.

Em 2016, Hmieleski e Lerner, realizaram um estudo onde relacionaram a DT, as IE e os motivos (produtivos ou não produtivos) de entrada no empreendedorismo. Assim os autores avançaram 3 hipóteses. As hipóteses testadas foram as que se transcrevem: H_1 – Níveis de narcisismo, psicopatia, e Maquiavelismo dos indivíduos estarão positivamente associados às

suas intenções de criar uma empresa; H₂ – Níveis de narcisismo, psicopatia, e Maquiavelismo dos indivíduos estarão positivamente associados ao seu nível de motivos improdutivo de empreendedorismo e, por fim, H₃ – Níveis de narcisismo, psicopatia, e Maquiavelismo dos indivíduos estarão negativamente associados ao seu nível de motivos produtivos de empreendedorismo. Os investigadores constituíram 2 amostras: a primeira amostra era uma amostra de estudantes da área dos negócios e era composta por 508 participantes. A segunda amostra consistia em estudantes de MBA e era composta por 234 participantes. Os resultados obtidos apresentam-se na Tabela 2.

Tabela 2

Coefficientes de correlação de Perason para os Resultados da investigação de Hmieleski e Lerner (2016)

Variáveis	Intenções		Motivos Improdutivo		Motivos Produtivo	
	Undergraduate	MBA	Undegraduate	MBA	Undergraduate	MBA
Narcisismo	0,09*	0,16**	0,20**	0,17*	0,12	-0,1
Psicopatia	-0,02	0,11	0,34**	0,33**	-0,26**	-0,32**
Maquiavelismo	-0,01	0,17	0,33**	0,36**	-0,06	-0,23**

Nota. *p <.05; ** p < .01

Note-se que este estudo (Hmieleski & Lerner, 2016) é de especial relevância pois é o primeiro estudo empírico que descortina os postulados de Baumol (1996) sobre os motivos improdutivo e produtivo dos empreendedores associando-os aos traços negros de personalidade. No que concerne aos resultados constata-se que apenas o traço de narcisismo se associa às intenções empreendedoras, mas no respeitante aos motivos improdutivo todas as variáveis da *Dark Triad* se correlacionam positivamente com estes. Quanto aos motivos produtivos, correlacionam-se a negativamente com psicopatia em ambas as amostras, e o Maquiavelismo correlaciona-se negativamente com os motivos produtivos apenas na amostra de estudantes de MBA. Este estudo ilumina uma vertente prática importante, pois demonstra a necessidade de acompanhar os indivíduos com altos níveis de psicopatia e/ou Maquiavelismo que sejam empreendedores (ou tenham essa intenção), pois tendencialmente serão estes que entrarão por motivos improdutivo para apropriação de valor e não por motivos produtivos de criação de valor (Hmieleski & Lerner, 2016).

Mais recentemente, Do e Dadvari (2017) exploram também os traços negros da personalidade e a sua influência na intenção empreendedora. Através de uma amostra de 290 estudantes da universidade de Taiwan, entre outras hipóteses testaram uma que previa que a *Dark Triad* tinha um efeito positivo na intenção empreendedora. Os resultados apontam para correlações positivas, embora de baixa magnitude, entre a *Dark Triad* ($r = ,21, p < ,01$) e todas as suas facetas: psicopatia subclínica ($r = ,13, p < ,01$), narcisismo ($r = ,21, p < ,05$) e Maquiavelismo ($r = ,19, p < ,01$) com a intenção empreendedora.

O mais recente estudo empírico, de que tenhamos conhecimento, acerca da associação entre os traços da *Dark Triad* e a IE é o estudo de Wu, Wang, Zheng e Wu (2019). Os autores utilizam uma amostra de 334 estudantes para testar várias hipóteses relativas aos traços de personalidade que compõem a *Dark Triad*, a Autoeficácia Empreendedora e a Intenção Empreendedora. Neste sentido, os autores previam que as três facetas da DT se relacionassem positivamente com a Intenção Empreendedora. Após submetida ao teste de refutação, a hipótese nula foi parcialmente rejeitada, demonstrando a existência de correlações baixa e moderada magnitude, respetivamente, entre o traço de psicopatia e a IE ($r = ,17, p < ,01$) e o Maquiavelismo e a IE ($r = ,33, p < ,01$). Para o narcisismo o coeficiente não revelou significância estatística.

Para sistematizar os resultados dos estudos apresentados nesta secção entre a *Dark Triad* e a Intenção Empreendedora foram utilizadas técnicas meta-analíticas. Para realizar esta agregação meta-analítica dos estudos aqui explorados, foram calculados os tamanhos de efeito para cada estudo com base nos coeficientes de correlação apresentados e no número amostral. Tipicamente, quando se realiza uma meta-análise, os estudos são ponderados de acordo com a precisão do tamanho de efeito que apresentam (ou seja, precisão da amostragem) e esta precisão é obtida de acordo com o tamanho da amostra, funcionando este como fator de ponderação (Field, 2001). Depois de calcular os tamanhos de efeito de cada estudo²¹ (Fisher's Z-r), Intervalo de Confiança (IC) a 95% e a variância (Lipsey & Wilson, 2001) os resultados foram transportados para a plataforma de análise estatística JASP 0.9.2.0, onde se inseriram os tamanhos de efeito e os desvios-padrão dos tamanhos de efeito ($DP = \sqrt{v}$). Dada a inexistência de consistência na operacionalização dos constructos (*i.e.* as mesmas variáveis não foram operacionalizadas da mesma forma nos diferentes estudos) optou-se pela utilização de um modelo de efeito aleatório (*Random Effect Model*) de Hunter-Schmidt (Field, 2001). Os

²¹ Recorreu-se a uma calculadora *online* da Campbell Collaborations <http://www.campbellcollaboration.org/escal/html/EffectSizeCalculator-R2.php> (Wilson, n.d.). Acedido dia 25 de maio de 2019).

modelos de efeito aleatório utilizam-se geralmente quando considera plausível que as “reais” diferenças no tamanho do efeito entre os estudos são derivadas de diferenças na operacionalização e elementos de validade externa (Borenstein, Hedges, & Rothstein, 2007). Desta forma, o modelo de Hunter-Schmidt tende a fornecer estimativas mais precisas dos tamanhos de efeitos médios da população quando os tamanhos de efeito são heterogêneos (Field, 2001). Os resultados apresentam-se nas 2, 3 e 4.

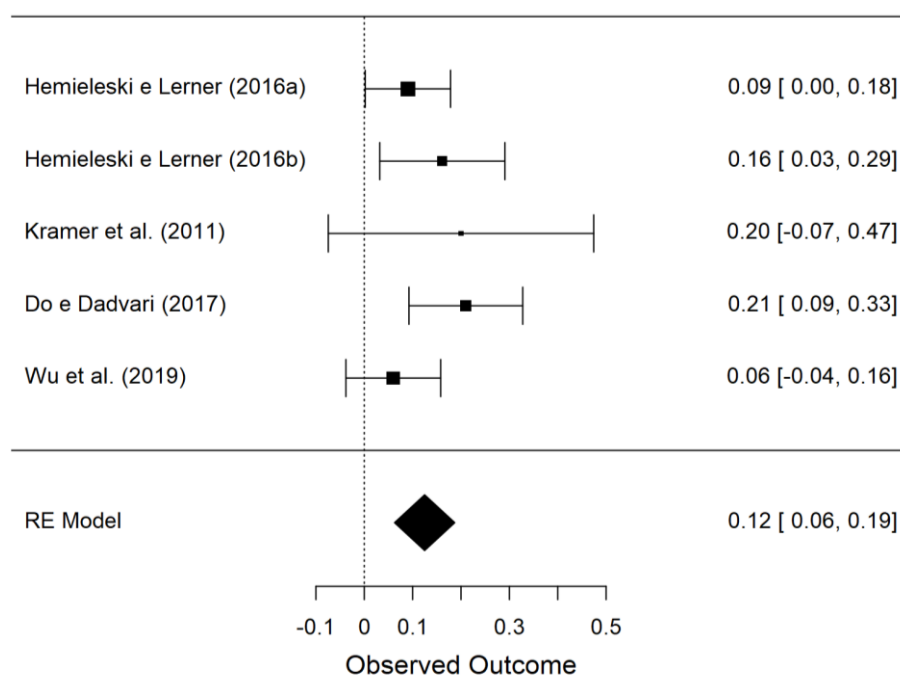


Figura 2. Gráfico de floresta descritivo da relação Narcisismo e Intenção Empreendedora (n=1426)

Embora com um efeito pequeno, a evidência meta-analítica aqui produzida sugere que o narcisismo influencia positivamente a intenção empreendedora. Mathieu e St-Jean (2013) indicam os narcisistas são focados no sucesso e não têm medo de falhar, e este tipo de resiliência pode ser motivador. Por sua vez, Liu, Li, Hao e Zhang (2019) avançam outra possível explicação para esta relação. Os autores dizem que “como o processo empreendedor é inerentemente incerto e desafiador, os narcisistas podem ver a abertura de um negócio como uma oportunidade de alimentação do “narcisismo” que sacia a sua necessidade de aplausos e admiração” (p. 509).

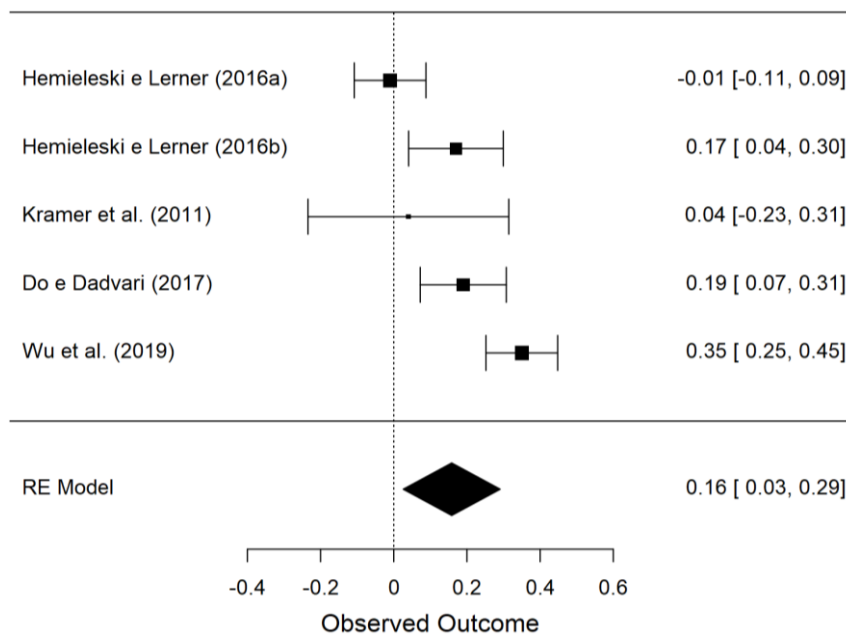


Figura 3. Gráfico de floresta descritivo da relação Maquiavelismo e Intenção Empreendedora (n=1426)

O Maquiavelismo, por sua vez, é o traço (pertencente aos DT) que, apesar de pequeno, tem o maior efeito. Isto era expectável, dado que o Maquiavelismo tem uma forte vertente utilitária, principalmente relativamente ao mundo impiedoso dos negócios.

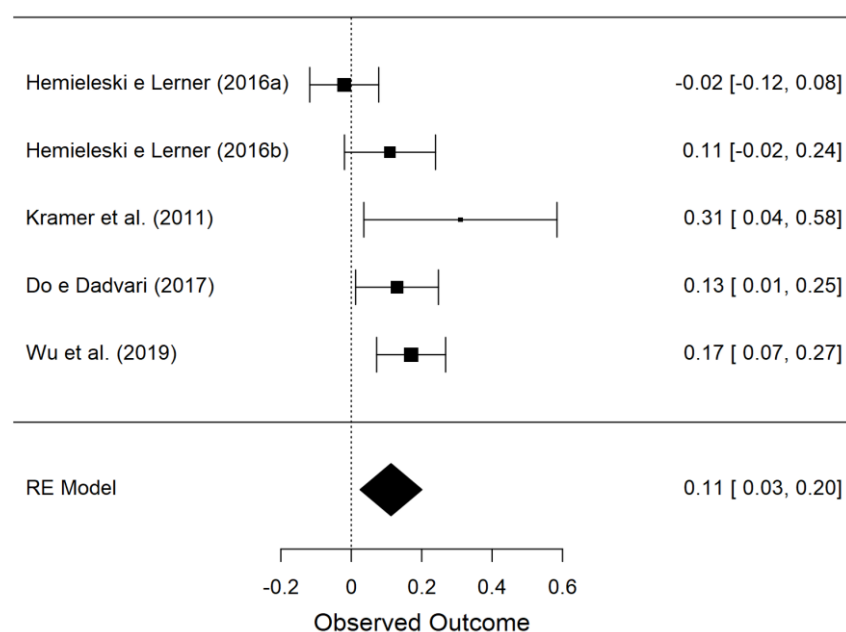


Figura 4. Gráfico de floresta descritivo da relação Psicopatia e Intenção Empreendedora (n=1426)

O traço de psicopatia é, por sua vez, o que tem menor valor preditor quando comparado com os restantes dois traços atinentes à *Dark Triad*. Apesar de apresentarem baixas associações,

através dos dados apresentados nas Figuras 2, 3 e 4 podemos concluir que os três traços negros de personalidade se associam, positivamente, com a intenção empreendedora.

Pese embora a existência de variada literatura que aponta para as vantagens adaptativas de possuir este tipo de características no meio empresarial, é também sabido que estas características podem desencadear resultados nefastos. Se indivíduos com níveis mais altos de narcisismo, Maquiavelismo e psicopatia revelam mais intenções de se tornarem empreendedores, qual será a sua maior motivação? Criação de valor ou sucesso da empresa? Estatuto ou prestígio? Viver à custa dos investimentos feitos na empresa?

É importante ressaltar que a personalidade tem efeito não só na intenção de se tornar empreendedor como tem também consequências no desenrolar da *startup* e na sua maturação. A capacidade de tomada de decisão por parte do empreendedor e os seus comportamentos influenciam o rumo da empresa, sendo que o conjunto de decisões e comportamentos são – em grande parte – um reflexo da estrutura de personalidade (Ciavarella et al., 2004).

Assim, é importante e relevante do ponto de vista social compreender se existe um “perfil negro” de personalidade nos empreendedores e perceber os seus padrões éticos, com vista a explorar os potenciais fatores de risco para a atividade danosa derivada do empreendedorismo. Tal como Hmieleski e Lerner (2016) levantaram uma questão semelhante sobre as características de personalidade negras e os motivos improdutivos no empreendedorismo que levam as pessoas a fundar novas empresas (*e.g.* desejo de se apropriar de valores económicos e societários). Existe uma grande necessidade de perceber os motivos de entrada no empreendedorismo, a personalidade dos empreendedores e os seus padrões éticos pois, conhecendo-os, podemos prevenir resultados danosos como dinâmicas de trabalho contraproducentes e efeitos societários e económicos negativos a longo prazo (Kets de Vries, 1985).

Para além de perceber a influencia da personalidade na intenção empreendedora e os padrões éticos dos empreendedores, afigura-se também necessário perceber quais os traços de personalidade que o empreendedor possui que aparecem associados ao sucesso das *startups*/empresas. Neste sentido, apresentam-se infra alguns dados empíricos e teorizações que relacionam a personalidade e o sucesso no empreendedorismo ou, na falta de estudos relativos ao empreendedorismo, sucesso empresarial.

1.3. Personalidade e sucesso no empreendedorismo

No meio empreendedor o sucesso é, geralmente, dado pela sobrevivência e longevidade da *start-up*, crescimento económico (aumento de vendas, aumento de lucros) e pelo aumento do número de empregados (Vantilborgh, Joly, & Pepermans, 2015).

Naturalmente existirão traços de personalidade do empreendedor – sendo ele o líder da equipa e rosto da *startup* – que poderão influenciar o maior ou menor sucesso de uma *startup*, e importa para o presente trabalho perceber quais são esses traços e se existe sobreposição entre os preditores de sucesso e os preditores de tolerância às atitudes antiéticas. A existir esta sobreposição os planos de prevenção seriam necessariamente diferentes do que se determinados traços de personalidade fossem apenas preditores da propensão/tolerância a atitudes antiéticas. Para além desta sobreposição, DeNisi e Alexander (2017) alertam para o facto de determinados traços de personalidade poderem apresentar relações curvilíneas com o sucesso, motivos pelos quais quando se encontram em níveis moderados podem influenciar o negócio a ser bem-sucedido, e em níveis extremos podem inibi-lo.

Neste subcapítulo dados empíricos sobre os oito traços de personalidade (*Big Five* e *Dark Triad*) e a sua relação com o sucesso no empreendedorismo, que a seguir se enumeram:

a) Abertura à Experiência e Sucesso

Por ser um fator pertencente aos *Big Five*, o traço de abertura à experiência no meio empreendedor tem sido amplamente estudado, não só em relação à intenção em ser empreendedor (Zhao & Seibert, 2006), como também em relação à performance da empresa fundada e gerida pelo empreendedor (Zhao et al., 2010). Este traço de personalidade tem uma relação direta com a habilidade cognitiva, com atributos de inteligência e originalidade, sendo estes importantes para iniciar um negócio e devem permanecer para a sua sobrevivência (Brandstätter, 2011). Teoricamente, a capacidade de descobrir formas inovadoras para proteger a empresa da competição pode ser um fator-chave para o sucesso empreendedor, no entanto a evidência aponta para o facto de aqueles que estão mais abertos a novas experiências serem, significativamente, menos propensos a ter negócios que sobrevivam além do estágio da adolescência, e as respetivas empresas têm um tempo de vida mais curto do que aqueles que são mais baixos nesta dimensão (Ciavarella et al., 2004).

b) Conscienciosidade e Sucesso

Os indivíduos mais conscienciosos são indivíduos que são mais trabalhadores, organizados, confiáveis, perseverantes e eficazes. Assim, este traço em particular tem sido achado na literatura como um preditor bastante consistente de um bom desempenho profissional para ocupações de gestão, recursos humanos e vendas (Ciavarella et al., 2004). Neste sentido, é expectável que este traço tenha influência na performance do empreendedor e consequente sucesso da empresa. Este traço parece também ter particular relevância no contexto do financiamento. MacMillan e colegas (1985) afirmam que o fator número um que os investidores de risco consideram que os empreendedores à procura de financiamento devem ter capacidade de esforço intensivo, dedicação total e perseverança. Zhao e colegas (2010) na sua meta-análise encontram tamanhos de efeito (correlações positivas) entre a Conscienciosidade e a *performance*.

c) Extroversão e Sucesso

Ciavarella e colaboradores (2004) caracterizaram indivíduos com altos níveis de extroversão como alguém sociável, gregário, assertivo, ativo, comunicador. Para estes autores, um extrovertido gosta de estar no comando, procura posições de liderança, gosta de conhecer pessoas, é persuasivo e gosta de arriscar.

Tradicionalmente, um empreendedor tem que possuir características de um bom comunicador e ser persuasivo para prosseguir os seus objetivos. Nos empreendedores a Extroversão mostra correlações positivas com o desempenho dos negócios $r = ,08$ (Zhao et al., 2010).

d) Agradabilidade e Sucesso

Indivíduos com altos níveis de agradabilidade são cooperantes, gostam de ajudar, são de confiança, são leais, tolerantes, flexíveis e amigáveis (Ciavarella et al., 2004). A direccionalidade deste traço não é óbvia no que toca ao sucesso empreendedor. Ciavarella e colegas (2004) avançam com a hipótese de existir uma relação positiva entre a Agradabilidade e a sobrevivência da *start-up* (tida como sucesso no empreendedorismo), no entanto o seu

estudo não concluí nada sobre a importância deste traço, uma vez que a correlação entre o traço e a sobrevivência da *start-up* não é significativa.

Por sua vez, Zhao e colegas (2010) tentam perceber na sua meta-análise os efeitos da agradabilidade na performance no empreendedorismo, avançando a hipótese de uma correlação negativa, no entanto não existe nenhuma conclusão sobre este traço nos resultados da meta-análise. Teoricamente, o fundamento para a agradabilidade estar negativamente relacionada com a performance e conseqüente sucesso no empreendedorismo prende-se com o facto de ao ser demasiado confiável, o empreendedor pode ser ingénuo e, como consequência, ser explorado pelos outros (Zhao et al. 2010).

“Os empreendedores geralmente têm recursos muito limitados e uma margem de erro pequena; muitas vezes eles não têm conhecimento ou experiência de longo prazo com parceiros de negócios, clientes ou investidores onde a confiança possa ser razoavelmente desenvolvida. A habilidade de conduzir negociações difíceis, tomar conta dos seus próprios interesses e até manipular os outros podem ser capacidades mais importantes para a sobrevivência e crescimento [da empresa]” (Zhao et al., 2010, p. 388)

Assim, ainda que a literatura não seja consistente sobre a influência deste traço, a teoria sobre o desajustamento de uma pessoa com altos níveis de agradabilidade num meio empreendedor é a que se pretende explorar.

e) Neuroticismo/Estabilidade Emocional e Sucesso

A literatura aponta o Neuroticismo como um fator claro de má performance no trabalho, sendo que indivíduos com maiores níveis de Neuroticismo são menos precisos em situações que envolvem pensamento analítico ou trabalhos de alta pressão (Zhao & Seibert, 2006; Zhao et al., 2010; Adegbuyi, Ayoade, Ogunnaike, Adegbuyi, & Binuomote, 2018). Tendo isto em conta, e considerando que o papel de um empreendedor pode ser bem mais desafiante e *stressante* do que um emprego “normal”, isto é, dado todo o clima de incerteza típico do meio empreendedor é expectável que o empreendedor neurótico perca eficácia na sua *performance* e, por isso, que não seja bem-sucedido.

f) Maquiavelismo e Sucesso

O Maquiavelismo é composto por falta de empatia, manipulação e atitude não convencional em relação à moralidade. Indivíduos com altos traços de Maquiavelismo manipulam e exploram as outras pessoas para obter o que pretendem (Christie & Geis, 1970). Tendo em conta o ecossistema empreendedor (estilo de vida rápido e em constante adaptação, pressão para financiamentos e resultados, etc) as características de manipulação podem ser benéficas.

g) Psicopatia e Sucesso

Os psicopatas subclínicos são caracterizados pela baixa empatia e ansiedade e pela alta impulsividade (Paulhus & Williams, 2002). Os psicopatas empresariais (*corporate psychopaths*) têm recebido preocupação por parte da literatura científica que argumenta que 3,5% dos executivos têm altos níveis de psicopatia (Babiak & Hare, 2006). No contexto empresarial as características típicas de um psicopata podem ser vantajosas, uma vez que o meio exige que os executivos sejam destemidos, manipuladores, charmosos e com boas capacidades de comunicação. Assim não só são capazes de se “misturar” como serem bem-sucedidos neste meio (Babiak, 1995).

h) Narcisismo e Sucesso

O narcisismo caracteriza-se por determinados comportamentos de arrogância, dominância, ambição, comportamento autocentrado e em constante procura de atenção e admiração dos outros. De um modo geral, os executivos que possuem altos níveis de narcisismo têm a tendência a perceberem erradamente a sua capacidade de tomar decisões, acreditando que as suas decisões resultam sempre em sucesso (Hmieleski & Lerner, 2016).

Em relação ao empreendedorismo, os indivíduos com alto nível de narcisismo podem facilmente adaptar-se ao estilo de vida rápida e em constante mudança, e este pode ser um meio atrativo, pois o empreendedorismo tornou-se uma escolha muito admirada (Magister, 2013). Assim, embora não haja dificuldade em perceber a relação positiva entre o narcisismo e a intenção empreendedora, existem dúvidas sobre o que implica a presença de empreendedores narcisistas no sucesso da empresa. Apesar dos problemas que um empreendedor narcisista

possa levantar, a sua motivação para ser tido como o melhor pode conduzir - ainda que indiretamente - ao sucesso da empresa.

Sendo o homem um todo indivisível fica então esclarecida a necessidade de se compreender até que ponto as suas [do empreendedor] facetas mais dóceis ou mais malévolas são ou não “vantagens adaptativas”, tendo em conta o contexto onde se manifestam, e «*até que ponto podem ser aceites?*», para se delimitar a estratégia de ação. Furnham, Richards e Paulhus (2013) quando fazem a revisão da literatura acerca da *Dark Triad* sugerem que as personalidades negras estão, geralmente, por detrás dos comportamentos contraproducentes no trabalho, e que os líderes (que até então foram bem-sucedidos) que possuem características negras de personalidade, mais tarde ou mais cedo acabam por descarrilar.

2. A antiética e a personalidade

A maioria das pessoas gosta de pensar em si própria como uma pessoa honesta. Contudo, todos nós somos frequentemente atraídos para a desonestidade, seja contanto as tão vulgares e “*white lies*” para não magoar alguma pessoa com a qual nos importamos, ou não devolver a nota de cinco euros que vimos uma pessoa deixar cair à nossa frente. O problema da desonestidade é que, muitas vezes, ela compensa (Mazar, Amir, & Ariely, 2005). A investigação de cariz experimental levada a cabo por Mazar et al. (2005) demonstrou que as pessoas se comportam desonestamente “o suficiente para lucrar, mas honestamente o suficiente para se iludirem a eles próprios acerca da sua integridade” (Mazar et al., 2005, p. 633).

O problema da desonestidade, do engano, da fraude ou de determinadas atitudes antiéticas é que a soma de cada pequena transgressão incorre em custos sociais astronómicos anualmente (Hilbig & Zettler, 2015). Tome-se o exemplo dos Estados Unidos da América onde é estimado que se percam cerca de \$US200 mil milhões por ano, por evasão fiscal. Através de um conjunto de seis estudos experimentais realizados por Hilbig e Zettler (2015) onde se propunham a analisar a influência de seis traços de personalidade (os *Big Five* acrescido do traço de honestidade-humildade) no comportamento antiético, os autores concluíram que as diferenças individuais no comportamento ético podem ser acomodadas por modelos de personalidade e, em particular, pelo traço de honestidade-humildade.

No mundo dos negócios os traços de personalidade, e em particular os traços negros de personalidade, podem também ser um fator importante para explicar a relação entre as atitudes

antiéticas de um CEO e a responsabilidade social da empresa (Myung, Choi, & Kim, 2017). Embora isto seja intuitivo, existe muito pouca investigação focada nesta relação. No artigo de Myung e colegas (2017) os autores tentam iluminar esta linha de investigação, levantando a questão de como um CEO que exiba estes traços afeta negativamente a responsabilidade social da empresa e também se o facto de exibir estes traços negros de personalidade influencia a perceção dos empregados sobre a ética. Os traços da DT têm ainda impacto negativo nos empregados e noutros *stakeholders* internos, na medida em que eles são pouco conscienciosos e são manipuladores nas relações interpessoais (Myung et al., 2017).

A falta de investigação encontrada acerca da relação entre personalidade do empreendedor e a ética ao nível do empreendedorismo é algo que esta dissertação pretende colmatar. Para além de se considerar um tema interessante, considera-se, acima de tudo, importante obter dados empíricos sobre esta relação, pois poderá ser um passo importante na busca de soluções rigorosas e científicas para o combate ao CCB.

Capítulo III – Metodologia e Resultados

1. Objetivos e Hipóteses

Os objetivos principais deste trabalho foram a comparação entre empreendedores e não empreendedores ao nível da personalidade e das atitudes antiéticas. Relativamente à personalidade, pretendeu-se comparar ao nível de oito traços de personalidade, entre os quais: abertura à experiência, conscienciosidade, extroversão, agradabilidade, neuroticismo, Maquiavelismo, psicopatia e narcisismo subclínicos.

Para além desta comparação com vista definir um *perfil* expectável do empreendedor português, era também um objetivo central – e dada a área, o maior objetivo – compreender se os empreendedores teriam mais predisposição a aceitar as atitudes antiéticas no empreendedorismo do que os não empreendedores. Por ser um tópico sensível onde se anteviam recusas de participação por parte dos empreendedores – dado que se recusam muitas vezes a participar “em entrevistas e questionários de assuntos éticos, citando para tal recusa as suas agendas muito preenchidas” (Fassin, 2005, p. 266-267) – as perguntas nunca foram realizadas no sentido de aceder ao autorrelato, isto é, se alguma vez o fizeram ou se o fariam; mas sim o quão aceitáveis são determinadas práticas (antiéticas) que acontecem naquele meio.

Assim, as hipóteses avançadas foram as seguintes:

- H1 = Empreendedores apresentam maior prevalência de traços de DT do que não empreendedores.
 - H1a = Empreendedores apresentam maiores níveis de psicopatia subclínica do que não empreendedores.
 - H1b = Empreendedores apresentam maiores níveis de narcisismo subclínico do que não empreendedores.
 - H1c = Empreendedores apresentam maiores níveis de Maquiavelismo do que não empreendedores.
- H2 = Empreendedores apresentam menores níveis do traço Neuroticismo do que não empreendedores.
- H3 = Empreendedores apresentam maiores níveis do traço Extroversão do que não empreendedores.
- H4 = Empreendedores apresentam menores níveis do traço Agradabilidade do que não empreendedores.

- H5 = Empreendedores apresentam menores níveis do traço Conscienciosidade em relação a não empreendedores.
- H6 = Empreendedores apresentam maiores níveis do traço Abertura à experiência do que a não empreendedores.
- H7 = Empreendedores toleram mais atitudes antiéticas nas *startups* do que não empreendedores.

Embora não fossem objetivos centrais desta investigação, foram também realizadas algumas avaliações psicométricas das escalas *Dirty Dozen* e TUBE - *Tolerance to Unethical Behaviour on Entrepreneurship scale*. A primeira por ter sido traduzida e adaptada, e a segunda por ter sido gerada de raiz, e cujo desenvolvimento será descrito mais à frente.

1.1. Descrição e Fundamentação da Metodologia

1.1.1. Desenho de Investigação

Para realização do estudo que aqui se apresenta utilizou-se a metodologia quantitativa na recolha e análise dos dados. A utilização da metodologia quantitativa foi ponderada de acordo com os objetivos do estudo que se pretendiam alcançar, bem como o tempo e os recursos financeiros disponíveis para a concretização do mesmo. Os questionários/inquéritos de autorrelato são, dentro da metodologia quantitativa, os métodos de eleição para obter informação específica sobre o respondente (Larsen & Buss, 2008). Apesar de ser um método rápido de obtenção de dados, que permite abarcar um grande número de participantes num período de tempo reduzido, o questionário pode, por vezes, conduzir a problemas de validade e fiabilidade. Se, por um lado, existem participantes que, cientes do anonimato e confidencialidade, preenchem honestamente o questionário; por outro lado, existem aqueles que respondem de acordo com a desejabilidade social, ocultando a realidade do “ser”, por trás da máscara do “dever ser”, colocando em causa a validade dos resultados (Fisher, 1993). De acordo com Fisher (1993), a desejabilidade social é um “erro sistemático nas medidas de autorrelato resultantes do desejo dos inquiridos em evitar o embaraço e projetar uma imagem favorável aos outros” (p. 303). Para além dos problemas de validade (quer interna: ao nível da instrumentação; quer externa: ao nível da generalização dos resultados), existem ainda

problemas de fiabilidade, que se prende com interpretação consistente em diferentes situações (Field, 2009).

Apesar das limitações da investigação por questionário, este é um método eficaz temporal e economicamente (Hill & Hill, 2012).

Sendo um estudo de cariz exploratório, este pretendeu descortinar algumas relações entre um conjunto selecionado de traços personalidade e as atitudes antiéticas no meio empreendedor. Neste sentido, adquiriu o estatuto de estudo transversal, uma vez que cada participante respondeu apenas uma vez ao questionário (Marôco, 2011; Hill & Hill, 2012).

A escolha dos instrumentos para operacionalização das cinco dimensões da personalidade (BFI-10: *Big Five Inventory* – 10 itens (Rammstedt & John, 2007)) e tríade negra (*Dirty Dozen* (Jonason & Webster, 2010) – 12 itens) prendeu-se com o facto de ambos serem curtos e de fácil preenchimento. Uma vez que era previsível que o acesso a uma amostra de empreendedores seria de difícil realização (Fassin, 2005), e de forma a evitar perdas de participantes por causa de um longo questionário, optou-se por versões curtas, ainda que com características psicométricas adequadas (Rammstedt & John, 2007; Jonanson & Webster, 2010). No entanto, após uma primeira recolha, a escala de 10 itens BFI-10 (Rammstedt & John, 2007) demonstrou propriedades psicométricas manifestamente débeis. Assim, para a concretização deste estudo foram realizadas duas recolhas, não só no sentido de aumentar o número amostral para a condição de empreendedor com vista a aumentar a confiança nos resultados produzidos²², como também para estender a investigação a uma temática mais atual – as Initial Coin Offering (ICO).

Deste modo, o primeiro questionário englobou, em conjunto com as questões demográficas os seguintes instrumentos:

- *Dirty-Dozen* – Jonason e Webster (2010)
- *Big Five Inventory 10* – Rammstedt e John (2007)
- *Tolerance to Unethical Behavior on Entrepreneurship* (elaboração própria)

O segundo questionário englobou, agrupando questões sociodemográficas e relativas à utilização de criptomoedas e *initial coin offerings*. os instrumentos abaixo:

- *Dirty-Dozen* – Jonason e Webster (2010)
- *NEO-Five Factor Inventory; 20* – Bertoquini e Ribeiro (2006).

²² Note-se que o aumento do número amostral leva à diminuição do erro de amostragem que é, por definição, a diferença entre um resultado obtido através daquela amostra por comparação ao resultado *real* da população de onde aquela amostra provém.

- *Tolerance to Unethical Behavior on Entrepreneurship* (elaboração própria)

Tendo isto em conta, analisar-se-ão, na medida do possível, as amostras em termos individuais e será realizada a combinação de amostras para aprimorar estatisticamente algumas análises, recorrendo ao *software* IBM SPSS Statistics (versão 25) (IBMCORP, 2017) e o *software* AMOS (versão 23) (Arbuckle, 2014).

1.1.2. Constituição da Amostra

Na primeira recolha de dados utilizou-se uma amostragem não aleatória por conveniência (Marôco, 2011; Hill & Hill, 2012; Field, 2009). Os questionários foram divulgados com recurso à rede social *Facebook* por se revelar uma ferramenta com grande alcance e volume de utilizadores²³. Esta ferramenta é também útil pelos seus grupos públicos, através dos quais podemos chegar a indivíduos com determinadas características. Neste caso concreto, após autorização do moderador do grupo “*Startups Portugal*” foi divulgado o *link* de preenchimento do questionário e após uma breve descrição do estudo, era expectável conseguir algumas respostas de empreendedores. Assim, a amostra é constituída por um total de 95 indivíduos²⁴, dos quais 17 são empreendedores e 77 não empreendedores.

Depois de realizadas algumas análises, entendeu-se ser necessária uma segunda fase de recolhas. Como suprarreferido, esta segunda recolha pretendia aumentar o número de respostas por parte de empreendedores, no sentido contrabalançar com as já obtidas de não empreendedores em grande escala. Este aumento entendeu-se necessário para proceder a uma análise mais rigorosa de comparação entre grupos. Uma vez tomada a decisão de avançar com a segunda recolha de dados, tomou-se também a decisão de retirar uma escala de avaliação dos *Big Five* (BFI-10 de Rammstedt & John, 2007) devido às suas parcas propriedades psicométricas, substituindo-o por um novo já validado em Portugal o NEO-FFI-20 (Bertoquini & Ribeiro, 2006). Com a decisão de mudar de instrumento anteviu-se impossibilidade de testar as hipóteses relativas aos *Big Five* na amostra agregada final, dada a diferente operacionalização. No entanto, no racional “custo x benefício”, a decisão de alterar adivinhou-

²³ Segundo dados avançados no site www.statista.com, estima-se que 32% da população mundial utilize esta rede social.

²⁴ Um valor omissivo para esta condição.

se mais vantajosa, idealizando que alcançaria bons alfas de Cronbach que permitissem o teste de todas as hipóteses.

Adicionaram-se ainda algumas questões relativas às Ofertas Iniciais de Moedas (*Initial Coin Offering*; ICO) uma vez que, sendo uma área emergente e pouco regulada, parece ter mais permeabilidade à conduta desviante, existindo estudos que apontam que, por exemplo, cerca de 80% das ICOs realizadas em 2017 foram fraudulentas, tendo-se mantido as restantes questões e escalas inalteráveis e na mesma ordem, por forma a conseguir juntar as amostras. Para esta recolha foram contactadas via e-mail e presencialmente a UPTEC (sita na cidade do Porto) e a *Startup* Lisboa (sita na cidade de Lisboa). Destes contactos surgiram mais 14 respostas de não empreendedores e 32 de empreendedores.

1.1.3. Variáveis e operacionalização

1.1.3.1. Variáveis sociodemográficas

Relativamente à caracterização sociodemográfica da amostra os participantes foram questionados acerca do sexo, idade e escolaridade. A variável “sexo”, como variável dicotómica, permitia apenas a seleção de uma de duas respostas possíveis. A codificação foi feita da seguinte forma: 1 – sexo feminino, 2 – sexo masculino. Na amostra final constaram 77 participantes do sexo feminino e 64 do sexo masculino.

A variável “idade” adquire, naturalmente, o estatuto de variável métrica de razão. Relativamente à idade, para a amostra de empreendedores o valor mínimo foi 22 anos e o valor máximo foi 54 anos (M= 34,73, DP =7,07). Para não empreendedores, a idade mínima dos participantes foi de 18 anos e a máxima de 60 anos (M=25,95, DP=9,06).

Relativamente à escolaridade, foram previstas quatro categorias que se codificaram da forma que se apresenta: 1 – Ensino Básico (até ao 9º ano); 2 – Ensino Secundário (Até ao 12º); 3 – Ensino Superior (Licenciatura, Mestrado, Doutoramento) e 4 – Outro. Na Tabela 3 encontram-se as frequências absolutas e relativas (%) do nível de escolaridade.

Tabela 3

Tabela de frequências relativa ao nível de escolaridade (empreendedores e não-empreendedores)

FOUNDER		Frequência	%
Não	Ensino Básico (9º ano)	3	3,3
	Ensino Secundário	46	50,5
	Ensino Superior (L, M, D)	40	44,0
	Outro	2	2,2
Sim	Ensino Secundário	6	12,2
	Ensino Superior (L, M, D)	41	83,7
	Outro	2	4,1

Nota: L, M, D – Licenciatura, Mestrado, Doutoramento

1.1.3.2. Empreendedor

Para efeitos de operacionalização do *status* empreendedor, e consistente com a literatura científica da área (e.g. Gartner, 1989; Rauch & Frese, 2007) define-se empreendedor como o fundador de uma *startup*. Assim, a operacionalização consistiu numa questão dicotómica cujas categorias de resposta variavam eram “Já fui/sou *founder*” ou “Nunca fui”.

1.1.3.3. A Dirty Dozen Dark Triad (Jonason & Webster, 2010)

A tríade negra de personalidade tem sido cada vez mais estudada na última década (Paulhus & Williams, 2002; Jonason & Webster, 2010; Furnham, Richards & Paulhus, 2013). Originalmente, Paulhus e Williams (2002) no sentido de explorar se as três medidas eram apenas uma ou eram independentes, realizaram questionários muito extensos, com 91 perguntas. Apesar de, em teoria, os questionários longos serem preferíveis dada a sua menor vulnerabilidade a erros aleatórios de medição (Gogol et al., 2014), estes podem também ser problemáticos, pois os participantes ficam aborrecidos, cansados e frustrados e frequentemente até verbalizam que já responderam àquela questão (Robins, Hendin & Trzesniewski, 2001). Esta frustração cria resistência à resposta concentrada e verdadeira, e dá origem a respostas aleatórias e despreocupadas que podem colocar em causa a validade e fiabilidade dos resultados (Robins et al., 2001; Gogol et al., 2014).

Para colmatar os problemas operacionais²⁵ associados a uma escala longa Jonason e Webster (2010) reduziram o número de itens (91) que era comumente utilizado para medir a *Dark Triad* em 87%, ficando com uma medida concisa com apenas 12 itens (4 itens para cada dimensão). Na *Dirty Dozen* (Jonason & Webster, 2010) todas as dimensões têm uma boa consistência interna dada pelo alfa de Cronbach (Field, 2009), sendo que a consistência da escala total é de $\alpha = ,86$, para o Maquiavelismo $\alpha = ,79$, para a psicopatia subclínica $\alpha = ,77$ e para o narcisismo subclínico $\alpha = ,84$. Para o presente estudo os índices de fiabilidade dados pelo alfa de Cronbach são os que se apresentam na Tabela 4.

Assim, dado que a nossa amostra iria, *a priori*, ser mais resistente no preenchimento do questionário longo, optou-se, sempre que possível, pela utilização de escalas curtas, adotando-se a *Dirty Dozen* como a medida da *Dark Triad*. A utilização desta escala implicou a sua tradução para a língua portuguesa. A tradução processou-se nos seguindo as diretivas comuns através do método de *translation - back translation* (Prieto, 1992; Geisinger, 1994; Hill & Hill, 2012): dois investigadores bilingues traduziram o instrumento do original para a língua portuguesa e, de seguida, um terceiro investigador bilingue realizou uma retroversão da escala (*back translation*). As versões originais e retrovertidas foram comparadas, concluindo-se que a segunda refletia adequadamente o conteúdo da primeira (Prieto, 1992). Nesta escala, cada componente (psicopatia subclínica, Maquiavelismo, narcisismo subclínico) é avaliada através uma escala de *Likert* de quatro pontos que varia de 1 = Falso a 4 = Verdadeiro.

Tabela 4.

Coefficientes de alfas de Cronbach obtidos para a Dirty Dozen (12 itens)

Dimensão	Amostra		
	1ª recolha (n = 95)	2ª recolha (n = 46)	Compósito (n = 141)
<i>Narcisismo</i>	,719	,807	,751
<i>Psicopatia</i>	,574	,615	,600
<i>Maquiavelismo</i>	,752	,790	,770

²⁵ Note-se que, para além dos problemas operacionais relativos à validade e fiabilidade dos resultados, existem problemas logísticos, como por exemplo, custos de tradução, custos de impressão, tempo de aplicação, etc (Gogol et al., 2014).

Foi ainda realizada uma análise fatorial confirmatória (AFC) (Cabrera-Nguyen, 2010; Byrne, 2016). Para a realização desta análise foi definido o modelo *a priori* em que, tal como no instrumento original, os itens de 1 a 4 operacionalizariam o constructo latente de narcisismo subclínico; de 5 a 8 os itens operacionalizariam o constructo latente de psicopatia subclínica; e, por fim, de 9 a 12, os itens operacionalizariam o constructo latente de Maquiavelismo. Foram verificados os pressupostos de qualidade de ajustamento do modelo, sendo considerado adequado de acordo com os seguintes parâmetros $\chi^2(51) = 64,506$, $p < ,097$, $\chi^2/df = 1,26$, CFI = ,966, RMSEA = ,043 (Hu & Bentler, 1999; Byrne, 2016).

O método de estimação utilizado foi o comumente utilizado método da máxima verosimilhança e os valores estimados dos pesos estandardizados da regressão são os que se encontram na Figura 5.

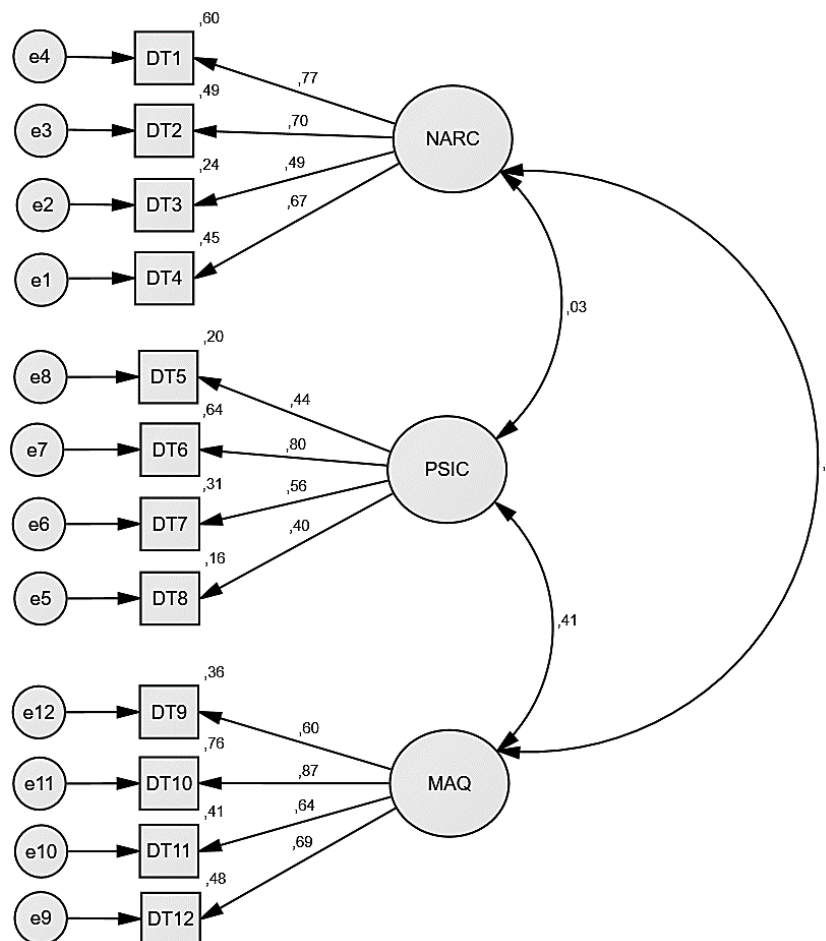


Figura 5. Modelo final da análise fatorial confirmatória da *Dirty Dozen*. Valores estandardizados. NARC = narcisismo, PSIC = psicopatia e MAQ = Maquiavelismo.

1.1.3.4. Big Five Inventory

Relativamente ao primeiro momento de recolha, para operacionalizar as dimensões do *Big Five* (neuroticismo, agradabilidade, abertura à experiência, conscienciosidade e extroversão) foi utilizado o *Big Five Inventory -10* de 10 itens (Rammstedt & John, 2007), traduzido e adaptado para a população portuguesa. Cada uma das cinco dimensões foi avaliada por dois itens, aos quais foi pedido aos participantes para responder numa escala de *Likert* de cinco pontos variando de 1 = Discordo Fortemente a 5 = Concordo Fortemente. Finda a primeira recolha e uma vez analisadas as propriedades psicométricas da escala, os alfas de Cronbach obtidos que justificaram a substituição da escala para a segunda recolha foram os que se encontram na Tabela 5.

Tabela 5

Coefficientes de alfas de Cronbach obtidos para o Big Five Inventory -10 itens

Dimensão	α	<i>n</i>
Abertura à Experiência	,436	95
Conscienciosidade	,272	95
Extroversão	,722	95
Agradabilidade	-,04	95
Neuroticismo	,779	95

Assim, dado que os valores de consistência interna aceitáveis são apenas os valores para o neuroticismo e extroversão, estas serão as únicas dimensões relativas aos *Big Five* que serão alvo de análise relativamente à primeira amostra. Fica, naturalmente, justificada a necessidade de prosseguir para uma nova recolha eliminando-se este instrumento.

1.1.3.5. NEO-Five Factor Inventory

Para operacionalizar as dimensões do *Big Five* relativas à segunda amostra foi utilizado o instrumento NEO-FFI (*Five Factor Inventory*) 20 um instrumento constituído por 20 itens, utilizando 4 itens para medir cada dimensão dos *Big Five personality traits*, traduzido e adaptado para a língua portuguesa por Bertoquini e Ribeiro (2006). A cada uma das questões

os participantes poderiam responder utilizando uma escala de *Likert* de cinco pontos que varia de 1 = Discordo Totalmente a 5 = Concordo Totalmente.

Na Tabela 6 encontram-se as medidas de consistência interna, obtidas através do alfa de Cronbach, para cada uma das dimensões plasmadas no NEO-FFI 20. Utilizar-se-ão as dimensões neuroticismo, abertura à experiência, agradabilidade e conscienciosidade nas análises subsequentes, embora se reconheça que algumas das propriedades de consistência interna possam ser problemáticas (*e.g.* neuroticismo), uma vez que o alfa de Cronbach deveria ter valores mais elevados.

Tabela 6

Coeficientes de alfas de Cronbach obtidos para NEO- Five Factor Inventory 20

Dimensão	α	<i>n</i>
Abertura à Experiência	,683	46
Conscienciosidade	,762	46
Extroversão	,548	46
Agradabilidade	,772	46
Neuroticismo	,608	46

1.1.3.6. TUBE – Tolerance to Unethical Behaviour on Entrepreneurship scale

Para operacionalizar a tolerância de atitudes antiéticas no empreendedorismo foi construído um instrumento: *Tolerance to Unethical Behaviour on Entrepreneurship scale* (TUBE) pois, até à data, não existia nenhum instrumento específico para as atitudes antiéticas no empreendedorismo. São, no entanto, conhecidos instrumentos relativos à ética na liderança ou ética nos negócios (*e.g.* Brown, Treviño & Harrison, 2005; Longenecker, Moore, Petty, Palich, & McKinney, 2006; Kaptein, 2008).

O instrumento foi construído com base num *focus group* (Onwuegbuzie, Dickinson, Leech, & Zoran, 2009) com cinco empreendedores. Concluiu-se que o *focus group* seria um método eficaz e célere para captar o que os empreendedores consideram antiético no meio onde estão inseridos. Por ser um “diálogo flexível e não estruturado”, o *focus group* é uma forma de obter múltiplas perspetivas sobre os significados atribuídos a cada situação (Fusch & Ness, 2015, p. 1410). Optou-se ainda pelo *online* e não presencial por ser menos dispendioso, menos intrusivo

e cada vez mais utilizado pelos investigadores (Ormston et al., 2014). Assim, recorrendo a uma plataforma de comunicação *online* onde foram dados a conhecer os investigadores²⁶, o projeto de investigação, e processo de recolha de dados – a gravação da conversação e das dinâmicas de conversação – foi lido um consentimento informado onde se garantiram questões de anonimato e confidencialidade, bem como a possibilidade de abandonar o diálogo a qualquer momento. Foi ainda pedido aos participantes que verbalizassem se tinham compreendido e se aceitavam o que lhes tinha sido transmitido. Após o consentimento expresso por todos os participantes, foi pedido que pensassem e discutissem acerca de comportamentos que pudessem ser considerados eticamente “cinzentos” ou antiéticos no meio das *startups* (dos quais tivessem ouvido falar, ou que soubessem que podiam ocorrer), e o debate foi direcionado, especificamente, para a dinâmica das negociações e da relação entre investidores e empreendedores. O *focus group* terminou quando a informação adquirida era redundante – o ponto em que se chegou à saturação empírica (Fusch & Ness, 2015).

Todas as respostas e diálogos foram escutadas pelos dois investigadores e sujeitas a gravação áudio, sendo posteriormente transcritas e feita a respetiva análise de conteúdo independente, procedendo-se depois à formulação das questões em conjunto (Hill & Hill, 2012). Assim, foi construído um instrumento com um total de 10 afirmações (que constam na Tabela 7, e.g. “*Nas negociações para uma ronda, dizer a um investidor que já se tem outros interessados quando "isso não é bem verdade".*”) acerca dos quais os inquiridos deveriam responder, utilizando uma escala de *Likert* de 5 pontos que varia de 1 = Completamente inaceitável a 5 = Completamente aceitável.

Relativamente à primeira amostra ($n = 95$), o instrumento revelou uma consistência interna dada pelo coeficiente de alfa de *Cronbach* de $\alpha = ,819$, que indicando que é um instrumento bastante fiável. Relativamente à segunda amostra ($n = 46$), o instrumento obteve um coeficiente de ,821, aumentando muito ligeiramente a sua consistência interna.

Como se trata de um instrumento construído de raiz, para além das questões da consistência interna, torna-se necessário testar a estrutura fatorial desta escala, tendo sido realizada uma Análise Fatorial Exploratória (AFE) onde se incluíram os 10 itens criados, com o total das duas amostras $n = 141$ (Cabrera-Nguyen, 2010).

²⁶ Embora um *focus group* possa ser realizado eficazmente por apenas um investigador, ter dois envolvidos é sempre vantajoso (Morgan & Hoffman, 2018). Neste sentido, o *focus group* foi realizado pela investigadora principal – familiarizada com a literatura – e um segundo investigador, experiente na gíria do empreendedorismo, seguindo a recomendação de Morgan e Hoffman (2018) e Petintseva, Faria e Eski (*in press*). Para Petintseva e colaboradores (*in press*) o domínio da gíria e das convenções é importante para “uniformizar o desequilíbrio” (sp.).

Para a realização desta análise, foi utilizada uma rotação oblíqua dos fatores – *oblimin direct* – pois pressupôs-se que na realidade, caso exista mais do que um fator, eles estarão correlacionados (Field, 2005; Damásio, 2012). Observou-se uma adequação amostral medida através do teste de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO = ,828) que revelou uma ótima adequação (Damásio, 2012), bem como o teste de esfericidade de Bartlett [$\chi^2(45) = 474,292, p < ,000$], que indicou que as correlações entre os itens são robustas para a prossecução da análise (Field, 2005; Damásio, 2012). Da análise realizada resultaram dois fatores (obedeceram ao critério de *eigenvalue* menor do que 1), sendo que juntos explicaram 55,48% da variância (Field, 2009). Não obstante, foi realizado o teste de Cattell (Cattell, 1966 citado por Damásio, 2012) fazendo assim um diagnóstico visual através da observação do *screeplot* (Damásio, 2012) que se apresenta na *Figura 6*.

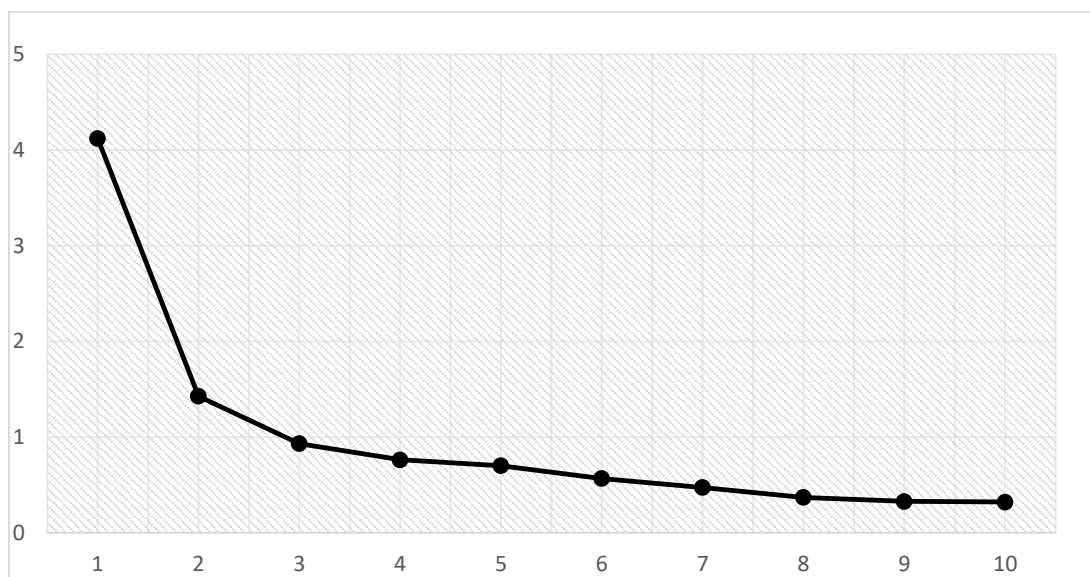


Figura 6. Scree plot para diagnóstico visual do ponto de inflexão para a análise fatorial exploratória da TUBE.

A análise do *scree plot* (Figura 6) sugere um ou dois fatores. Uma vez observadas a matriz de padrão e a matriz de estrutura, foi possível diagnosticar um item problemático (item 10: “*Tirar um salário chorudo após investimento*”) cuja saturação fatorial não atingiu 0,4 em nenhuma das matrizes.

Neste caso foi apresentada a matriz de padrão (Tabela 7) por ter sido realizada uma rotação oblíqua. De acordo com Osborne (2015), a matriz padrão revela as cargas fatoriais que é a

informação mais importante, podendo pensar nestes valores como coeficientes de regressão numa equação de regressão. A matriz de estrutura é composta pelas correlações entre as variáveis e os fatores que, no caso da presente análise de cariz exploratório não é tão importante (Osborne, 2015).

Tabela 7

Matriz de Padrão relativa à AFE da escala TUBE - Tolerance to Unethical Behaviour on Entrepreneurship scale

Items	Factor	
	1	2
1. Nas negociações para uma ronda, dizer a um investidor que já se tem outros interessados quando "isso não é bem verdade".	,820	-,327
4. Exagerar o interesse do mercado pelo nosso produto durante o <i>pitch</i> aos investidores.	,723	,009
2. Orçamentar projeto acima das necessidades, para se captar mais investimento.	,519	,036
3. Dizer a um possível investidor que já se contratou uma pessoa essencial para o projeto antes do contrato estar completamente fechado	,510	,185
5. Fazer projeções de vendas demasiado otimistas.	,429	,401
7. Fazer bluff junto de investidores, para provocar o " <i>fear of missing out</i> ".	,749	,036
9. Dizer que já há clientes interessados em comprar quando eles apenas disseram que o projeto "era interessante".	,587	,261
6. Dizer a um investidor que um produto está em protótipo quando ainda não está realmente.	,373	,561
8. Fazer despesas que não são "realmente necessárias" após captar investimento.	-,054	,666
10. Tirar um salário chorudo após investimento.	,008	,376

Nota: Método de extração - *Principal Axis Factoring*. Método de rotação: *Oblimin direct* com normalização de Kaiser.

Tendo em conta que a divisão dos itens por fatores não segue nenhuma temática específica e que o critério do *Scree Plot* é compatível com um fator, optou-se por manter um

fator na escala, excluindo-se o item 10. Após a exclusão deste item a consistência interna manteve-se num valor adequado ($\alpha = ,840$), até mesmo superior ao encontrado anteriormente.

4.2.4.3. *Initial Coin Offerings*

No âmbito da segunda amostra, foram ainda realizadas algumas questões²⁷ sobre a utilização das criptomoedas e da intenção de utilização das *Initial Coin Offerings* no sentido de explorar também a propensão dos empreendedores à sua utilização. Em termos gerais, as questões serviram apenas para conhecermos a utilização ou a possível adesão às ICOs, uma vez que o seu uso se associa a um risco acrescido de práticas fraudulentas associadas às ICOs (Chohan, 2017).

2. *Screening dos dados*

Inicialmente, foram analisadas as frequências de todas as variáveis para perceber a existência de valores omissos que pudessem prejudicar a realização da análise estatística. Para tal, e dado que as duas amostras preencheram alguns instrumentos diferentes (1ª amostra: DD-DT, BFI-10, TUBE e 2ª amostra DD-DT, NEO-FFI 20, TUBE, ICOs), foram realizadas análises com recurso à seleção de casos, selecionando a sua proveniência como variável de filtro.

2.1. *Primeira amostra*

Na **amostra 1** foram submetidas à análise de valores omissos as variáveis: sexo, idade, escolaridade, empreendedor, Maquiavelismo, psicopatia, narcisismo, extroversão e neuroticismo (BFI – 10) e TUBE_REDUCED (escala unidimensional, reduzida 9 itens após análise fatorial exploratória). A variável “empreendedor” foi a única com um valor omissos com 1 participante que não respondeu a esta questão.

De seguida, foi verificada a existência de *outliers* para a primeira amostra para as variáveis: idade, Maquiavelismo, psicopatia, narcisismo, extroversão, neuroticismo (BFI-10) e TUBE.

²⁷ Ver Anexo II (pp. 120-121).

Relativamente à variável idade foram detetados sete *outliers* superiores moderados, que foram mantidos, por não haver razão para os retirar ou corrigir (Field, 2009). É também provável que os *outliers* encontrados sejam devido ao meio de recolha – *Facebook* – que é maioritariamente utilizado por jovens e adultos, sendo que os *outliers* aparecem em torno dos 50/60 anos de idade. No respeitante à variável psicopatia foram encontrados dois *outliers* superiores moderados e no Maquiavelismo foram encontrados três *outliers* superiores moderados. Segundo Field (2005), depois da deteção dos *outliers*, há diversas opções que podem ser escolhidas para reduzir o impacto destes valores: 1) remover os casos (casos específicos em que existem razões para acreditar que os participantes que contribuíram para *outliers* não provêm da população que era suposto constituir a amostra); 2) transformar os dados (através de transformação logarítmica $\log(X_i)$ ou raiz quadrada $\sqrt{X_i}$); ou 3) alterar o *score*, caso a transformação falhe. Neste caso não serão feitas correções nem serão eliminados os *outliers* uma vez que ainda será realizada uma nova análise com ambas as amostras (amostra 1 e amostra 2) e eliminar ou corrigir poderia conduzir a um erro para a análise conjunta.

Relativamente às variáveis extroversão, neuroticismo e TUBE não foram detetados *outliers*.

2.2. Segunda amostra

Na **amostra 2** foram submetidas a análise de valores omissos às variáveis: sexo, idade, escolaridade, empreendedor, Maquiavelismo, psicopatia, narcisismo, neuroticismo, agradabilidade, conscienciosidade, abertura à experiência (avaliados pela NEO-FFI 20), e TUBE (9 itens). Foram detetados dados omissos em todas as variáveis compósitas dos *Big Five* (neuroticismo, agradabilidade, conscienciosidade e abertura à experiência). Não foram encontrados valores omissos nas restantes variáveis. De seguida analisaram-se os *outliers* para a segunda amostra para as variáveis: idade, Maquiavelismo, psicopatia, narcisismo, neuroticismo, agradabilidade, conscienciosidade, abertura à experiência, e TUBE. Relativamente à variável idade foram detetados dois *outliers* superiores moderados, que foram mantidos, por não haver razão para os retirar ou corrigir (Field, 2009). No respeitante à variável psicopatia foi encontrado apenas um *outlier* superiores moderados. Para a variável narcisismo foram encontrados quatro *outliers* inferiores moderados e para o neuroticismo foram encontrados dois *outliers* moderados, um superior e um inferior.

Para as restantes variáveis TUBE, agradabilidade, conscienciosidade, abertura à experiência e Maquiavelismo não foram encontrados *outliers*. Seguindo o racional anterior, optou-se por não retirar nem corrigir os *outliers* relativos às variáveis que foram comuns à primeira e segunda amostra (*i.e.*, **TUBE** e as três variáveis latentes da *Dark Triad*), nem da idade.

Os dois *outliers* relativos à variável neuroticismo foram substituídos pelos valores mais altos e mais baixos mais (ou menos) uma unidade (Field, 2009, p. 153).

2.3. Amostra agregada

Para análise da **amostra agregada** (amostra 1 e amostra 2 conjugadas) foram submetidas a análise de valores omissos às variáveis: sexo, idade, escolaridade, ser ou não empreendedor, Maquiavelismo, psicopatia, narcisismo e TUBE. A única variável que teve um valor omissos foi a variável “empreendedor”, com 1 participante a não responder a esta questão. Para analisar os *outliers*, foi realizado um *split file* com a variável “empreendedor/não-empreendedor” como variável de agrupamento. Entendeu-se que esta separação por empreendedor/não-empreendedor faria sentido, uma vez que todo o desenvolvimento do trabalho assenta no pressuposto teórico de que os empreendedores e não empreendedores são duas populações diferentes, o que poderia afetar na questão da assimetria e de *outliers* caso fossem considerados erradamente uma única população (*cf.* Field, 2009, p. 153).

Da análise visual de *outliers* com recurso a diagramas de caixas e bigodes (*boxplots*) surgiram os resultados que infra se apresentam nas Figuras 7 e 8.

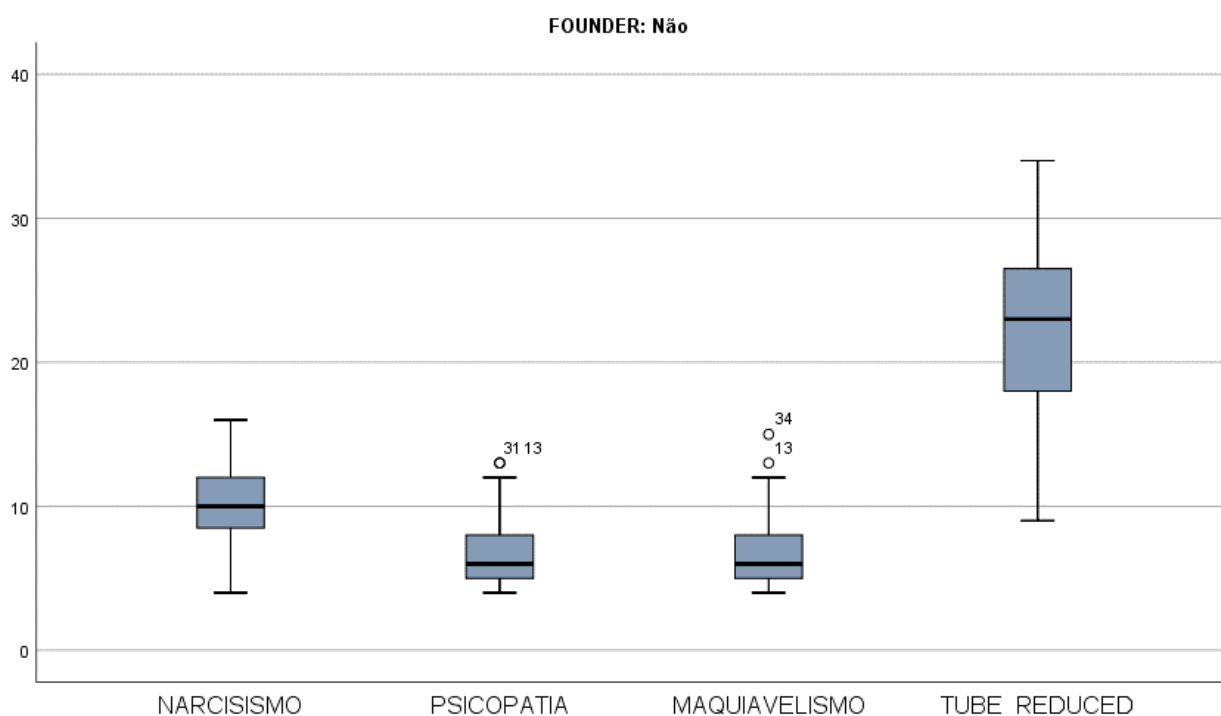


Figura 7. Boxplots para diagnóstico de *outliers* para não empreendedores

Visualmente, é possível constatar-se a presença de dois *outliers* moderados superiores para a psicopatia e para o Maquiavelismo. Para corrigir estes *outliers* utilizou-se a substituição pelo valor mais alto pertencente à distribuição (Field, 2009). Assim, para o participante na posição 13 e para o participante na posição 31 da distribuição da psicopatia que tinham como valor original 13 pontos (considerado *outlier*), foi substituído por 12 pontos que era o valor mais alto dentro da distribuição. Relativamente ao Maquiavelismo, o participante na posição 13 tinha 13 pontos e foi substituído por 12 pontos; e o participante na posição 34 tinha 15 pontos e foi substituído por 12 pontos.

Relativamente ao grupo dos empreendedores, não foi diagnosticado nenhum *outlier*, conforme se verifica na Figura 8.

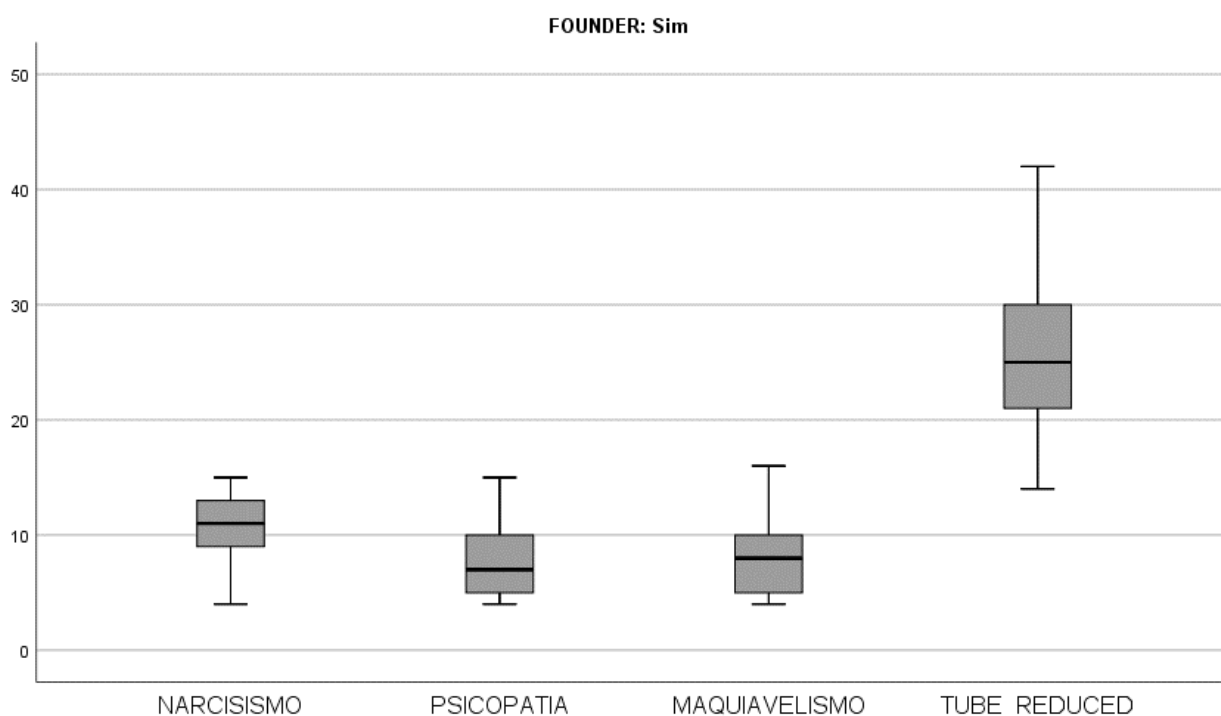


Figura 8. Boxplots para diagnóstico de *outliers* para o grupo dos empreendedores

Feito o *screening* e corrigidos os dados, reúnem-se as condições para a análise de resultados.

3. Análises correlacionais entre as variáveis em estudo

3.1. Primeira amostra

Com vista a explorar as relações entre as diferentes variáveis foram realizadas análises de correlação bivariadas. Para obter os coeficientes de correlação dividiu-se a amostra em empreendedores e não empreendedores e foram pedidos coeficientes de correlação de *Spearman*. Pelo facto de apenas a TUBE apresentar uma distribuição normal, e o tamanho amostral não ser suficiente para realizar testes paramétricos, realizaram-se testes não paramétricos. As análises foram feitas separando-se empreendedores de não-empreendedores.

3.1.1. Análises correlacionais na primeira amostra de não empreendedores

Ao contrário do que era expectável, nenhuma das variáveis da *Dark Triad* (Maquiavelismo, psicopatia e narcisismo) se correlacionaram positivamente com a tolerância das atitudes antiéticas no empreendedorismo. O Maquiavelismo correlacionou-se positiva e moderadamente com a psicopatia e com o neuroticismo e ainda de forma positiva e forte com o narcisismo. O neuroticismo correlacionou-se ainda de forma moderada com o narcisismo. Os coeficientes de *Spearman* obtidos na análise encontram-se elencados na Tabela 8.

Tabela 8

Coeficientes de correlação de Spearman para primeira amostra (não empreendedores)

	1	2	3	4	5	6
1. Psicopatia						
2. Narcisismo	,086	–				
3. Maquiavelismo	226*	506**	–			
4. TUBE	,101	-,036	,135	–		
5. Extroversão	,180	,098	-,116	,119	–	
6. Neuroticismo	,065	376**	,282*	-,001	109	–

Nota. * $p < ,05$ ** $p < ,000$. $N = 77$. Dimensões 1,2,3 avaliados pela *Dirty Dozen*; 5,6 avaliados pelo BFI-10.

3.1.2. Análises correlacionais na primeira amostra de empreendedores

Foi realizada a mesma análise para os empreendedores. Os resultados são os que se encontram na Tabela 9. Pode-se observar que as variáveis Maquiavelismo, narcisismo e extroversão correlacionaram de forma positiva e forte (Cohen, 1988) com a tolerância a atitudes antiéticas no empreendedorismo.

Tabela 9

Coeficientes de correlação de Spearman para primeira amostra (empreendedores)

	1	2	3	4	5	6
(1) Psicopatia	–					
(2) Narcisismo	,529*	–				
(3) Maquiavelismo	,349	,602*	–			
(4) TUBE	,180	,622**	,569*	–		
(5) Extroversão	-,082	,301	,132	,583*	–	
(6) Neuroticismo	-,321	-,043	,003	-,102	-,491*	–

Nota: * $p < ,05$ ** $p < ,000$. $N = 17$. Dimensões 1,2,3 avaliados pela *Dirty Dozen*; 5,6 avaliados pelo BFI-10.

3.2. Segunda amostra

3.2.1. Análises correlacionais na segunda amostra de não empreendedores

Relativamente à segunda amostra, foram realizadas também correlações de Spearman entre as três variáveis pertencentes à Dark Triad, a TUBE e as variáveis agradabilidade, conscienciosidade, neuroticismo e abertura à experiência do NEO-FFI 20. Para os não empreendedores os resultados são os que se apresentam na Tabela 10. Foram encontradas correlações positivas fortes entre Maquiavelismo e agradabilidade, e entre abertura à experiência e conscienciosidade. A abertura à experiência correlacionou-se ainda fortemente e no sentido negativo com o Maquiavelismo.

Tabela 10

Coefficientes de correlação de Spearman para segunda amostra (não empreendedores)

	1	2	3	4	5	6	7	8
(1) PSICO	-							
(2) NARC	,102	-						
(3) MAQ	,237	,295	-					
(4) TUBE-RED	,202	-,045	-,208	-				
(5) AGRAD.	-,208	,302	,560*	-,078	-			
(6) CONSC.	-,520	-,312	-,019	-,254	,248	-		
(7) NEURO.	-,434	-,324	-,475	,028	-,319	-,168	-	
(8) AB.EXP.	,203	,392	-,645*	-,363	,569*	,142	-,439	-

Nota: * $p < ,05$, ** $p < ,000$. $n=14$ para DT e TUBE e $n=13$ para restantes Big Five.

3.2.2. Análises correlacionais na segunda amostra de empreendedores

Relativamente aos empreendedores, os resultados são os que se apresentam na

Tabela 11. Importa salientar a correlação positiva forte que existe entre o Maquiavelismo e a tolerância a comportamentos antiéticos no meio empreendedor (Cohen, 1988). Para além dessa associação, existe ainda a correlação positiva moderada entre Maquiavelismo e psicopatia, psicopatia e neuroticismo, e abertura à experiência e agradabilidade.

Tabela 11

Coefficientes de correlação de Spearman para segunda amostra (empreendedores)

	1	2	3	4	5	6	7	8
(1) PSICO	-							
(2) NARC	-,171	-						
(3) MAQ	,369*	,295	-					
(4) TUBE-RED	,195	,010	,509**	-				
(5) AGRAD.	,042	-,278	-,075	-,191	-			
(6) CONSC.	-,128	-,151	-,131	,100	,188	-		
(7) NEURO.	,432*	-,079	,302	,115	,038	-,307	-	
(8) AB.EXP.	,144	,051	-,239	-,195	,368*	,098	-,134	-

Nota. * $p < ,05$, ** $p < ,000$. $n = 32$.

3.3. Amostra agregada

Relativamente à amostra agregada, tal como supra explicado, pelo facto das medidas relativas aos *Big Five* não serem iguais nas duas amostras, apenas se poderão analisar as variáveis Maquiavelismo, psicopatia, narcisismo e a tolerância a atitudes antiéticas no empreendedorismo (TUBE). Tal como nas amostras anteriores, as análises são separadas para empreendedores e não empreendedores.

3.3.1. Análises correlacionais na amostra agregada de não empreendedores

Relativamente aos não-empreendedores, nenhuma das variáveis da *Dark Triad* apresenta correlações significativas com a TUBE (tolerância a atitudes antiéticas no empreendedorismo) tendo apenas apresentado correlações entre si (Tabela 12).

Tabela 12

Coefficientes de correlação de Pearson para amostra agregada (não empreendedores)

	1	2	3	4
1. Psicopatia	–			
2. Narcisismo	,082	–		
3. Maquiavelismo	,307**	,429**	–	
4. TUBE	,134	-,037	,164	–

Nota. ** $p < ,000$. N = 91. 1,2 e 3 avaliados pela *Dirty Dozen*

3.3.2. *Análises correlacionais na primeira amostra de empreendedores*

Relativamente aos empreendedores verificaram-se associações positivas e moderadas entre a tolerância a atitudes antiéticas e os traços de personalidade negra psicopatia e Maquiavelismo. Todas as correlações aparecem no sentido positivo, que seria o esperado, tendo em conta o enquadramento e as hipóteses conceptuais. As correlações entre as diferentes variáveis para a amostra agregada de empreendedores encontra-se na Tabela 13.

Tabela 13

Coefficientes de correlação de Pearson para amostra agregada (empreendedores)

	1	2	3	4
1. Psicopatia	–			
2. Narcisismo	,035	–		
3. Maquiavelismo	,383**	,356*	–	
4. TUBE	,301*	,121	,488**	–

Nota. ** $p < ,000$. N = 49. 1,2 e 3 avaliados pela *Dirty Dozen*

4. Teste das hipóteses conceptuais

No sentido de testar as hipóteses conceptuais avançadas no ponto **1. Objetivos e Hipóteses do Capítulo II**, foram realizados testes de Mann-Whitney para as amostras um e

dois, por não se terem verificado os pressupostos de normalidade para todas as variáveis, bem como o reduzido número amostral. Na amostra agregada, devido ao elevado número de participantes utilizou-se o *teste-t* para amostras independentes (Howell, 2010).

4.1. Teste de hipóteses conceptuais para a primeira amostra

Recordando as hipóteses avançadas e as escalas que demonstraram índices aceitáveis de consistência interna para serem submetidas a testes de hipóteses, previu-se que: empreendedores teriam valores mais levados de psicopatia, narcisismo, Maquiavelismo, extroversão e tolerância a atitudes antiéticas no empreendedorismo e ainda que tivessem valores mais baixos de neuroticismo do que os não-empreendedores. Na Tabela 14 estão sumariados os resultados de todos os testes de hipóteses. É visível que nenhuma das hipóteses nulas foi rejeitada. Assim, apesar das direções das diferenças serem as esperadas (com exceção do Maquiavelismo), os dados não suportam H1, 2, 3 e 7.

Tabela 14
Teste de Mann-Whitney para amostras independentes (1ª Amostra)

	Não Empreendedor (n= 77)	Empreendedor (n = 17)			
	<i>Mean Rank</i>	<i>Mean Rank</i>	<i>U</i>	<i>z</i>	<i>p</i>
NARC.	46,56	51,76	582,00	-,637	,524
PSICO.	46,67	51,26	590,50	-,717	,473
MAQ.	47,58	47,15	648,50	-,060	,952
TUBE	46,95	49,97	612,50	-,413	,679
EXTRO.	46,40	52,47	570,00	-,839	,402
NEURO.	49,38	38,97	509,50	-1,437	,151

Note. NARC. = Narcisismo, PSICO. = Psicopatia, MAQ. = Maquiavelismo, EXTRO. = Extroversão, NEURO. = Neuroticismo.

4.2. Teste de hipóteses conceptuais para a segunda amostra

Tal como a primeira amostra, a segunda amostra também foi submetida à testagem de hipóteses. Neste caso, como mais variáveis cumpriram o *threshold* de $\alpha > ,60$, entraram em análise as seguintes variáveis: narcisismo, psicopatia, Maquiavelismo, TUBE, agradabilidade,

conscienciosidade, neuroticismo e abertura à experiência. Também, neste caso, foram submetidas à alternativa não paramétrica do teste-t – o teste de Mann-Whitney.

Tabela 15

Teste de Mann-Whitney para amostras independentes (2ª Amostra)

	Não Empreendedor (n = 14)	Empreendedor (n = 32)			
	<i>Mean Rank</i>	<i>Mean Rank</i>	<i>U</i>	<i>Z</i>	<i>p</i>
NARC.	21,93	24,19	202,00	-,530	,596
PSICO.	25,07	22,81	202,00	-,531	,596
MAQ.	19,46	25,27	167,50	-1,358	,175
TUBE	19,04	25,45	161,50	-1,496	,135
AGRAD.	19,61	24,50	160,00	-1,208	,227
CONSC.	27,08	21,34	155,00	-1,342	,180
NEURO.	22,46	23,22	201,00	-,177	,860
AB.EXP.	17,92	25,06	142,00	-1,661	,097

Nota. NARC. = Narcisismo, PSICO. = Psicopatia, MAQ. = Maquiavelismo, AGRAD. = Agradabilidade, CONSC. = Conscienciosidade, NEURO. = Neuroticismo, AB.EXP. = Abertura à experiência.

Uma vez mais, as hipóteses H1, H2, H4, H5, H6 e H7 não foram suportadas pelos dados.

4.3. Teste de hipóteses conceituais para a amostra agregada

Para a amostra agregada só é possível comparar os empreendedores e não empreendedores ao nível das variáveis comuns nos dois momentos de recolha, que são os traços da *Dark Triad* e a TUBE (H1 e H7 respetivamente).

Por existir um número amostral aceitável ($n > 30$) em ambos os grupos (empreendedores e não empreendedores) considerou-se a utilização do teste-t para amostras independentes. Porém, como as amostras tinham diferentes tamanhos, foi necessário averiguar a variância de cada variável de análise associada a cada grupo (empreendedor e não empreendedor). Zimmerman (1987) afirma que quando se pretende evitar o erro tipo II (não rejeitar H_0 , quando H_0 é falsa), a escolha do teste-t ou o teste de *Mann-Whitney* deve depender das relações entre os tamanhos das variâncias e os tamanhos das amostras. “Se a amostra mais pequena tiver a menor variância,

claramente o teste de *Mann-Whitney* é a melhor escolha. Mas em todos os outros casos examinados no presente estudo, o teste-t foi mais poderoso do que o teste U em toda a extensão das diferenças de médias” (Zimmerman, 1987, p. 174). Assim foram analisadas as variâncias e foi possível verificar que a menor amostra (empreendedores) tinha maior variância para todas as variáveis, conforme se apresenta na Tabela 16.

Tabela 16

Resultados de estatística descritiva relativa às variáveis psicopatia, narcisismo, Maquiavelismo e TUBE.

	Não empreendedor (n = 91)			Empreendedor (n = 49)		
	M	DP	VAR.	M	DP	VAR.
Psicopatia	6,64	2,13	4,52	7,41	2,78	7,70
Narcisismo	10,04	2,64	6,98	10,39	2,86	8,16
Maquiavelismo	6,82	2,40	5,77	7,90	3,25	10,59
TUBE	22,21	5,95	35,34	25,27	6,30	39,74

O teste de Levene²⁸ revelou que apenas o narcisismo e a TUBE cumprem o pressuposto de homogeneidade de variâncias. Assim, relativamente à TUBE e ao narcisismo utilizou-se a assunção de homogeneidade de variâncias e para o Maquiavelismo e psicopatia utilizou-se a assunção de variâncias diferentes (Field, 2009). As análises revelaram diferenças significativas entre empreendedores e não empreendedores ao nível do Maquiavelismo e da TUBE, e marginalmente significativas em psicopatia (Tabela 17)

²⁸ A hipótese nula do teste de Levene indica que as variâncias nos diferentes grupos é igual (*i.e.* que a diferença entre as variâncias é zero). Quando o $p \leq ,05$ conclui-se que as variâncias não são homogêneas e, portanto, o pressuposto das variâncias igual é violado (Field, 2009, p. 150).

Tabela 17

Resultados do teste-t para comparação de médias entre empreendedores e não empreendedores

	Não Empreendedor		Empreendedor		<i>df</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
	M	DP	M	DP			
Psicopatia	6,64	2,13	7,41	2,78	78,93	-1,694	,094
Narcisismo	10,04	2,64	10,39	2,86	138	-,714	,477
Maquiavelismo	6,82	2,40	7,90	3,25	76,79	-2,031	,046
TUBE	22,21	5,95	25,27	6,30	138	-2,841	,005

Dada a baixa heterogeneidade dos dados e o baixo número de respondentes com conhecimento sobre esta temática, não foi realizado nenhum teste de hipóteses relativo às *Initial Coin Offerings*. Apresentam-se, no entanto, as frequências absolutas de resposta a cada questão relativa a ICO's. Sal guarde-se que, para além de ter sido passado a uma amostra muito reduzida, esta é uma temática bastante recente (ainda mais recente à data da recolha de dados) e bastante específica – na medida em que é necessário um estudo aprofundado para se compreender a dimensão, vantagens e desvantagens de todas as tecnologias subjacentes às ICOs – motivo pelo qual talvez não seja fácil encontrar na população alguém que domine o suficiente o tema para responder a estas questões. Apresentam-se na Tabela 18 as frequências de resposta a cada questão colocada acerca das ICOs.

Tabela 18

Frequências absolutas de respostas a cada questão relativa às ICOs.

	Não empreendedores		Empreendedores	
	Sim	Não	Sim	Não
Sei o que é a tecnologia <i>blockchain</i> .	8	3	10	15
Tenho vontade de iniciar um projeto baseado em <i>blockchain</i>	3	8	4	21
Tenho parte do meu dinheiro em <i>bitcoin</i>	1*	10	1**	24
Já investi numa <i>Initial Coin Offering</i> (ICO)	1	10	0	25
Já considerei fazer uma ICO com a minha empresa (ou outra)	1	10	2	23

Nota. * Este participante declarou possuir 18 tipos diferentes de criptomoedas. ** Este participante declarou possuir 2 tipos diferentes de criptomoedas.

5. Testes Ad Hoc

Foi ainda realizada uma regressão múltipla para prever a tolerância a atitudes antiéticas no empreendedorismo a partir de ser (ou não) empreendedor e das três componentes da DT (narcisismo, psicopatia e Maquiavelismo). Esta análise compreendeu a totalidade dos participantes (N=140). Field defende que a seleção dos preditores a entrar num modelo de regressão deve ser cuidadosa e criteriosa, e que os “preditores incluídos e a forma como são introduzidos no modelo podem ter um grande impacto” (Field, 2007, p. 212). Assim, os preditores devem ser escolhidos de acordo com a investigação passada e quando são introduzidos novos preditores deve-se atender à sua importância teórica. Neste sentido, tendo em conta a revisão da literatura, é plausível introduzir os três traços negros de personalidade como preditores da tolerância a atitudes antiéticas no empreendedorismo, e também o facto de ser empreendedor. Desta, optou-se pelo método de introdução em dois blocos forçando todos os preditores a entrar (*Enter*).

O Modelo 1, onde as três variáveis da *Dark Triad* entraram como predictoras da tolerância a atitudes antiéticas no empreendedorismo, foi capaz de prever significativamente a tolerância a atitudes antiéticas ($F(3) = 7,000$, $p = ,000$, R^2 ajustado = ,115). O Modelo 2, onde entraram *Dark Triad* e a variável empreendedor ($F(4) = 6,478$, $p = ,000$, R^2 ajustado = ,136).

Na Tabela 19 encontram-se os resultados dos coeficientes da regressão, significância do modelo.

Tabela 19

Modelo de regressão múltipla hierárquica para prever comportamento antiético no empreendedorismo.

	Modelo 1			Modelo 2		
	B	SE B	β	B	SE B	β
PSICO.	,311	,224	,120	,268	,222	,103
NARC.	-,236	,200	-,103	-,233	,198	-,102
MAQ.	,743	,210	,330**	,685	,210	,304**
FOUNDER				2,195	1,048	,169*
R ²		,366			,401	
R ² ajustado		,115			,136	
F para ΔR^2		7,000**			6,478**	

Nota: Founder - 0 não, 1 sim; * $p < ,05$ ** $p < ,001$

Realizou-se ainda uma modelação de equações estruturais. A modelação de equações estruturais (MEQ) é uma metodologia estatística que “adota uma abordagem confirmatória (*i.e.* teste de hipóteses) para a análise de uma teoria estrutural com base em algum fenómeno. Tipicamente, a teoria representa processos «causais» que geram observações em múltiplas variáveis” (Byrne, 2016, p. 3). O termo “MEQ” deriva de

“dois aspetos importantes do procedimento: (a) que os processos causais em estudo são representados por uma série de equações estruturais (*i.e.* regressões) e (b) que estas relações podem ser modeladas pictoricamente para permitir uma mais clara conceptualização da teoria que se pretende estudar. O modelo hipotetizado pode ser testado estatisticamente numa análise simultânea de todo o sistema de variáveis para determinar em que medida é consistente com os dados. Se a qualidade do ajuste é adequada, o modelo defende a plausibilidade das relações previstas entre as variáveis; se for inadequado, a tenacidade de tais relações é rejeitada” (Byrne, 2016, p. 3).

Neste sentido, o modelo que se pretendia testar é baseado na hipótese de que a que a psicopatia e o Maquiavelismo²⁹ seriam preditores os comportamentos antiéticos no empreendedorismo e também predizem o característica do participante de ser (ou não) empreendedor; e ainda que ser empreendedor funcionaria como preditor de uma maior tolerância relativa as atitudes antiéticas no empreendedorismo (Figura 9). O modelo foi testado com recurso ao *software AMOS* versão 23 (Arbuckle, 2014), utilizando-se o método da máxima verosimilhança.

²⁹ Dado que o único preditor que nunca foi significativo em nenhuma das análises estatísticas realizadas, optou-se por não o incluir na SEM pois, para além desta exigir fundamentação sustentada do modelo, incluí-lo faria com que aumentasse o número de variáveis no modelo e, conseqüentemente, tivesse que aumentar também o número amostral (regra geral é necessário um mínimo de 10 pessoas por variável para o modelo ter um bom ajuste).

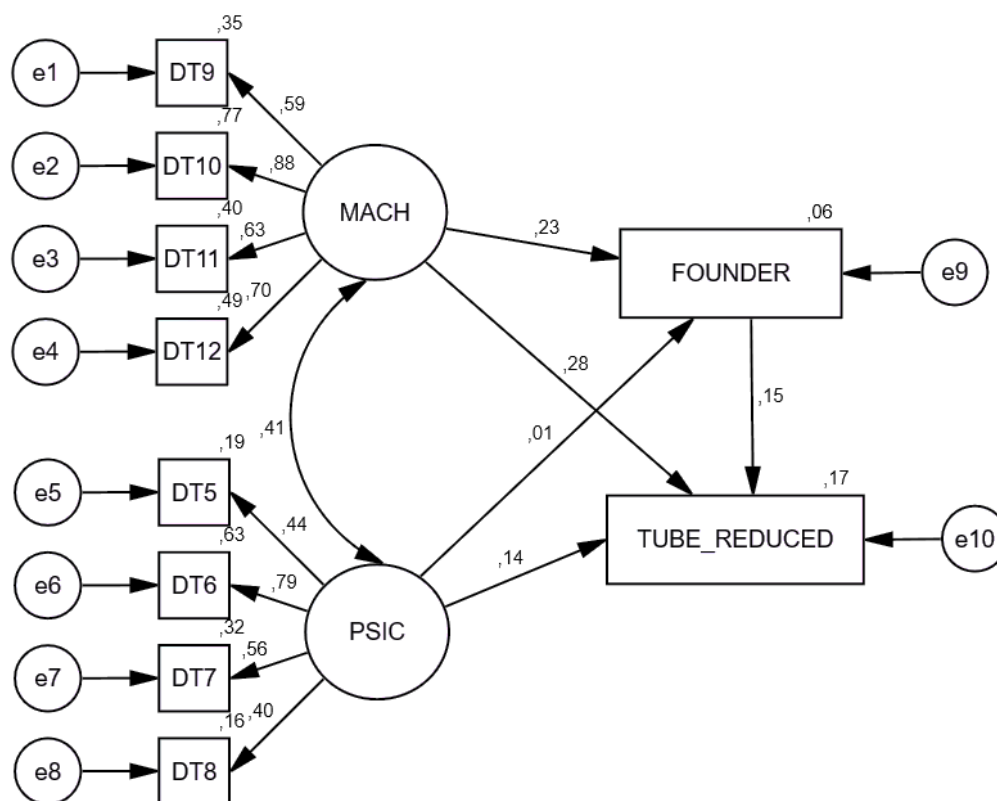


Figura 9. Modelo de Equações Estruturais ilustrativo da hipotetizada relação entre as variáveis Maquiavelismo, Psicopatia, Empreendedor e TUBE (valores estandardizados).

O modelo revelou um ajuste adequado $\chi^2(31) = 35,877; p = ,250$ | CFI = ,981 | RMSEA = ,034. A tolerância a atitudes antiéticas no empreendedorismo (TUBE_REDUCED) foi significativamente prevista pelo modelo ($R^2 = ,17$).

Antes de partir para o último capítulo de discussão desta investigação, é importante relembrar os resultados mais importantes. Em primeiro lugar, ao nível de diferenças entre empreendedores e não empreendedores, salienta-se o maior nível de tolerância a atitudes antiéticas no empreendedorismo por parte dos empreendedores. Em segundo lugar, o facto de os empreendedores reportarem níveis significativamente mais altos de Maquiavelismo e, ao nível da psicopatia, a existência também de um reporte marginalmente significativo. A ausência de diferenças significativas ao nível de todos os outros traços de personalidade são resultados que irão ser discutidos com mais detalhe na discussão.

Relativamente aos modelos *ad hoc*, que pretenderam ser meramente exploratórios, salienta-se o facto do Maquiavelismo e a condição de ser empreendedor permitiu explicar 13,6% da tolerância a atitudes antiéticas.

Capítulo IV – Discussão

1. Discussão Geral

Uma das ambições da Criminologia, tal como já foi referido, é descobrir os indivíduos que têm tendências criminógenas e encontrar uma solução para prevenir o desenvolvimento das suas predisposições (Cusson, 2007). Naturalmente, este estudo afigura-se um passo importante na pretensão de alcançar a primeira parte de uma das ambições da Criminologia: descobrir os indivíduos que tenham tendências criminógenas. Tendo como objetivo distinguir o empreendedor do não empreendedor ao nível da personalidade e dos comportamentos antiéticos (agindo estes comportamentos como «*proxy*» da propensão criminal), pretendeu-se com esta dissertação construir uma ponte entre a possibilidade (e plausibilidade) do meio empreendedor atrair e favorecer indivíduos com tendências pró e pré desviantes. Encontrar uma solução para prevenir o desenvolvimento das predisposições criminais implicaria conhecer todas as raízes do «problema» e, dado o enfoque exclusivo nos traços de personalidade, este é um critério que não foi cumprido, sendo apontado como uma das maiores limitações deste trabalho discutida com mais detalhe no fim deste capítulo.

Alcançar os objetivos gerais de diferenciação entre empreendedores e não empreendedores ao nível da personalidade e das atitudes antiéticas, não foi uma tarefa tão fácil quanto o planeado. Apesar alguns artigos contemplados na revisão da literatura contemplarem amostras de empreendedores, a adesão a este estudo ficou abaixo do expectável. Possivelmente porque este estudo contende assuntos éticos. À semelhança de Fassin (2005) que afirmou que com frequência os empreendedores e os gestores se recusavam a participar em questionários sobre a ética, também Petintseva, Faria e Eski (*in press*) alertam para a flagrante dificuldade em aceder a uma amostra de empreendedores explicando que abordar as “elites” para participarem em estudos é considerado “desafiador, especialmente para investigadores que tentam olhar para o crime e questões de controlo da criminalidade, danos ou comportamentos desviantes” (Petintseva, Faria, & Eski, *in press*) como é o caso deste trabalho.

Neste sentido, para além do desafio de obter uma aceitação – dos empreendedores³⁰ – para participação no estudo, havia o desafio de fazer com que completassem a totalidade do questionário. Para cumprir o segundo desafio foi necessário utilizar os questionários de forma estratégica; elaborando questionários curtos, que incluíssem instrumentos cujas propriedades

³⁰ Saliente-se que em vários contactos via e-mail e via presencial, muitos empreendedores alegaram várias vezes não conseguirem preencher o questionário citando a sua ocupada agenda, apesar de acharem o estudo interessante.

psicométricas fossem aceitáveis e não tivessem itens que pudessem suscitar dúvidas ou que fizessem o participante perder muito tempo na sua leitura para decifrar o alcance da questão (Gogol et al., 2014; Hill & Hill, 2012).

Relativamente à primeira amostra, o esforço de inclusão de instrumentos curtos no questionário resultou numa baixa consistência das escalas de abertura à experiência, conscienciosidade e agradabilidade, tornando-as por isso inutilizáveis e sendo assim impossível submeter a testes estatísticos. Nos não-empresendedores, o Maquiavelismo apresentou correlações positivas e moderadas com a psicopatia subclínica – indo de encontro ao esperado e achado pela literatura (Paulhus & Williams, 2002; Jonason & Webster, 2010; O’Boyle et al., 2015) – e com o neuroticismo (O’Boyle et al., 2015). O Maquiavelismo correlacionou-se ainda de forma positiva e forte com o narcisismo tal como previsto (Paulhus & Williams, 2002; Jonason & Webster, 2010) e o neuroticismo de forma positiva e moderada com o narcisismo. Este achado é contrário aos achados empíricos da literatura (*cf.* Paulhus & Williams, 2002; Jonanson & Webster, 2010; O’Boyle et al., 2015).

Nos empresenedores, por sua vez, o narcisismo correlacionou positiva e fortemente com a psicopatia, Maquiavelismo e com a tolerância a atitudes antiéticas. Estes resultados são os esperados pela literatura. Em primeiro lugar porque o narcisismo faz parte da “Dark Triad” e por isso agrega, naturalmente, com os outros traços pertencentes à DT (Paulhus & Williams, 2002; Jonason & Webster, 2010). Relativamente à associação positiva entre narcisismo e tolerância a atitudes antiéticas, a associação vai de encontro ao esperado conceptualmente. Hmieleski e Lerner (2016) encontram uma associação positiva e moderada entre o narcisismo e os motivos improdutivo da intenção empresenedora e Engelen, Neumann e Schmidt (2013 citados por Miller, 2015) afirmam que os CEOs narcisistas costumam abraçar iniciativas imprudentes³¹.

A tolerância a atitudes antiéticas correlacionou positiva e fortemente com o Maquiavelismo, indo de encontro ao esperado, e correlacionou ainda positiva e fortemente com a extroversão. Neste sentido, apesar de não existirem estudos que relacionem a extroversão do empresenedor com atitudes antiéticas no empresenedorismo, há estudos que apontam para o facto da extroversão se associar ao crime de colarinho branco (*e.g.* Alalehto, 2003; Ragatz & Fremouw, 2010). Por fim, o neuroticismo correlacionou negativa e fortemente com a

³¹ Traduzido do original “(...) *narcissistic CEOs often tenaciously embrace misguided initiatives.*” (Miller, 2015, p. 3).

extroversão. Apesar de não se ter previsto qualquer hipótese para esta relação, é abstratamente expectável a relação negativa entre o neuroticismo (caracterizado por ansiedade, hostilidade, depressão, etc.) com a extroversão (emoções positivas, assertividade).

Relativamente às hipóteses previstas (H1, H2, H3 e H7) não foi possível concluir pelas das diferenças entre empreendedores e não empreendedores. Os resultados dos testes de hipóteses sem significância podem ter origem no baixo número amostral, dado que o nível de significância é afetado por várias características dos estudos, “sendo o tamanho da amostra a mais determinante” (Espírito-Santo & Daniel, 2017, p. 5). A literatura científica tem, neste sentido, recomendado que se observem os valores do tamanho de efeito, não dando tanta importância ao nível de significância, uma vez que o teste de significância da hipótese nula é assimétrico, podendo-se apenas “reunir dados contra a hipótese nula, mas não em seu suporte. Assim, os valores de p acima de 0,05 não indicam a ausência de um efeito” (Espírito-Santo & Daniel, 2017, p. 4). De qualquer das formas, assumindo que não se incorreu num erro tipo II, para além de não terem sido encontrados resultados significativos, as magnitudes das diferenças entre empreendedores e não empreendedores foram muito pequenas.

Relativamente à segunda amostra, a introdução de um novo instrumento de avaliação dos *Big Five* resultou na consistência interna aceitável de quatro dos cinco traços: agradabilidade, conscienciosidade, neuroticismo e abertura à experiência. A análise da estatística correlacional nos não empreendedores revelou uma associação positiva e forte entre o Maquiavelismo e a agradabilidade. Ora, uma vez que o Maquiavelismo se pauta por manipulação e exploração egoísta das relações interpessoais e a Agradabilidade se caracteriza por simpatia e altruísmo, esta relação não é expectável (Paulhus & Williams, 2002; O’Boyle et al., 2015). Não tendo uma resposta empiricamente sustentada sobre os motivos que podem levar a esta associação positiva, levantam-se questões de operacionalização dos constructos e do baixo número amostral. Não é estranho do ponto de vista da operacionalização que o Maquiavelismo se possa relacionar positivamente com a agradabilidade. Na verdade, há na operacionalização do Maquiavelismo da DD-DT um fator que pode introduzir erro sistemático – o invariável *terminus* “para obter o que pretendo”. Por exemplo, uma pessoa pode já ter mentido ou enganado alguém deliberadamente para obter o que pretendia, mesmo confiando naquela pessoa em concreto. É plausível questionar-se sobre se a operacionalização do Maquiavelismo da DD-DT capta toda a extensão do conceito, isto é, se capta o “*emotional detachment*” e a “desconsideração cínica pela moralidade” (Muris et al., 2017), ou se só capta a essência manipuladora e o enfoque no interesse próprio – em que, tal como Maquiavel sugeria, os fins justificavam os meios.

Foi ainda encontrada uma associação negativa e forte entre o Maquiavelismo e a abertura à experiência. Em vários estudos empíricos onde se associou o Maquiavelismo com a abertura à Experiência não foi encontrada nenhuma relação entre os dois construtos (Paulhus & Williams, 2002; Jonason & Webster, 2010; O’Boyle et al., 2015). No entanto, a balança tende a pender para associações negativas ao nível dos resultados empíricos e, neste sentido, os resultados vão de encontro ao expectável. Foi encontrada ainda uma associação positiva forte entre a agradabilidade e a abertura à experiência.

Para os empreendedores, as análises revelaram associações positivas moderadas entre a psicopatia e o Maquiavelismo, indo de encontro ao postulado na literatura (e.g. Paulhus & Williams, 2002; Jonason & Webster, 2010). Porém, foi encontrada também uma correlação positiva moderada entre o neuroticismo e a psicopatia.

Tradicionalmente, as conceptualizações da psicopatia pressupõem a ausência de “nervosismo ou outras manifestações psiconeuróticas” (Cleckley, 1988, p. 338) como uma das características mais conhecidas da psicopatia primária. Existe, no entanto, a psicopatia secundária que se caracteriza por níveis altos de neuroticismo e reatividade emocional (Almeida, 2012). Assim, enquanto a psicopatia primária teria a sua origem num processamento anómalo de informação emocional, a psicopatia secundária (alta ansiedade) teria origem nos altos níveis de reação emocional. No modelo triárquico da psicopatia, Patrick, Fowles e Krueger (2009) propõem que esta se expressa através de três fenótipos – malvadez, ousadia e desinibição – sendo que estes três constructos representam a “chave para entender a psicopatia nas suas várias manifestações: criminal e não criminal, primária e secundária, estável e agressivo, bem-sucedido e mal-sucedido” (p. 925). O termo “malvadez” descreve uma constelação de atributos fenotípicos que incluem “empatia reduzida, rebeldia, falta de laços sociais próximos, exploração, e empoderamento através da crueldade”, sendo considerados frios e insensíveis (Patrick et al., 2009, p. 927). Patrick e colegas (2009) alertam para o facto da malvadez e da ousadia serem as expressões fenotípicas do *trait fearlessness*, sendo a malvadez a expressão “maligna” do baixo medo quando comparada com a ousadia. A ousadia descreve a “capacidade de manter a calma e o foco em situações que envolvem alta pressão ou ameaça, uma habilidade de recuperar rapidamente de situações/eventos stressantes, alta eficácia social e autoconfiança, e tolerância ao perigo e a situações não familiares” (Patrick et al., 2009, p. 926). Por sua vez, a desinibição descreve a propensão para o deficitário controlo inibitório, irresponsabilidade, agressividade e impaciência. Tendo em conta os dois processos que levam à manifestação da psicopatia, isto é, *trait fearlessness* (malvadez e ousadia) e vulnerabilidade à

externalização (desinibição) (Almeida, 2012), é possível que os itens da *Dirty Dozen - Dark Triad* não alcancem com grande pormenor as questões do baixo medo. Se a operacionalização da psicopatia de acordo com a DD-DT se foca nas questões de externalização e da malvadez, não é estranho que esta correlacione positivamente com o neuroticismo. Na verdade, na meta-análise de O'Boyle e colegas (2015) já se tinha encontrado também esta associação positiva (fraca) entre psicopatia e neuroticismo. É possível que a direção desta relação seja ainda explicada pelo facto de a meta-análise ter sido conduzida numa amostra subclínica, tendo sido declarado critério de exclusão os artigos com amostras clínicas.

No respeitante às hipóteses de diferenciação de empreendedores e não empreendedores, foram submetidas a teste de hipóteses as H1, H2, H4, H5, H6 e H7, e também neste caso não foi possível concluir pela diferença entre empreendedores e não empreendedores. Na segunda amostra, apesar de não existir um desequilíbrio acentuado relativamente ao número de empreendedores e não empreendedores, o número amostral era bastante reduzido. Neste tipo de situações, é frequente incorrer num erro do tipo II, não rejeitando a hipótese nula quando ela é falsa (Field, 2009; Espírito-Santo & Daniel, 2017).

No respeitante à amostra agregada, como já referido, realizaram-se os testes de hipóteses apenas relativos à H1 e à H7, por não existir conformidade na operacionalização dos Big Five. O teste-t para amostras independentes revelou diferenças significativas ao nível do Maquiavelismo e da tolerância a atitudes antiéticas no empreendedorismo, bem como uma diferença marginalmente significativa ao nível da psicopatia. Nos três casos os empreendedores revelaram níveis mais altos do que os não empreendedores. Isto vai de encontro à literatura científica passada. Concretamente, a literatura científica já revelara associações positivas entre os traços de Maquiavelismo e a intenção empreendedora (*cf.* Hemieleski & Lerner, 2016; Kramer et al., 2011; Do & Dadvari, 2017; Wu et al., 2019). Existe também evidência empírica sobre a associação entre a psicopatia e a intenção empreendedora (*cf.* Hemieleski & Lerner, 2016; Kramer et al., 2011; Do & Dadvari, 2017; Wu et al., 2019) e, além da intenção empreendedora, existe também evidência que sugere a elevada prevalência de psicopatas no meio empresarial (*e.g.* Babiak, 1995; Babiak & Hare, 2006) – e naturalmente no meio empreendedor.

Relativamente à maior tolerância dos empreendedores às atitudes antiéticas (no ecossistema empreendedor), os resultados vão de encontro a evidência empírica anterior (Longenecker et al., 1988; Longenecker et al., 1989). As preposições teóricas, por sua vez, divergem na expectativa relativa à ética no empreendedorismo. Se, por um lado, temos literatura que antevê

os problemas éticos relacionados com o empreendedorismo (Baumol, 1996; Morris et al., 2002; Hannafey, 2003; Fassin, 2005; Fassin & Collewart, 2013), por outro lado “alguma investigação indica que os empreendedores podem geralmente colocar uma maior ênfase no comportamento ético (Bucar & Hisrich, 2001) e exibir maiores níveis de raciocínio moral (Teal & Carrol, 1999)” (Harris et al., 2009, p. 408).

No respeitante às *Initial Coin Offerings*, a amostra relevou pouco conhecimento sobre a temática e revelou ainda menos a sua utilização. Como foi referido, o intuito de questionar sobre as ICOs é que esta se afigura uma forma recorrente de defraudar investidores. Apesar de existirem dois empreendedores que já consideraram fazer uma ICO com a sua empresa, este número é esmagado pelos restantes 23 que responderam que nunca consideraram essa hipótese. Estes resultados podem ser devidos ao facto de esta forma de financiamento ser muito recente e, portanto, desconhecida ou pouco apelativa para a maior parte dos empreendedores; ou podem ter sido motivados por uma questão de desejabilidade social, dado que as respostas foram direccionadas à sua própria experiência ou intenção (*cf.* Fisher, 1993).

Relativamente aos modelos de regressão testados *ad hoc*, o melhor modelo de regressão (Modelo 2) onde entraram como preditores da tolerância a atitudes antiéticas as variáveis da *Dark Triad* e ser ou não empreendedor, o Maquiavelismo e o ser empreendedor explicaram 13,6% da tolerância a atitudes antiéticas. Significa isto que há vários outros fatores para além da condição de empreendedor e da personalidade negra a contribuir para a tolerância a atitudes antiéticas. No respeitante à equação estrutural, o modelo testado revelou um bom ajuste aos dados apresentados, a tolerância a atitudes antiéticas no empreendedorismo foi explicada em 17% pelo modelo. Conclui-se, mais uma vez, que há muitos mais fatores que devem ser incluídos nesta análise para que se possa explicar melhor a tolerância a atitudes antiéticas no empreendedorismo.

Apesar dos dados apontarem para uma maior tolerância às atitudes antiéticas por parte dos empreendedores, é importante integrar e refletir sobre a extensão deste resultado. Isto é: se os empreendedores têm maior tolerância a atitudes antiéticas no meio empreendedor, isto significa que vão expressar comportamentos antiéticos? Ora, indo de encontro à introdução onde afirmávamos o carácter provisório e falível do conhecimento (Ormston et al., 2014) a conclusão razoável acerca da expressão de atitudes antiéticas nos empreendedores é um cauteloso “*depende*”. Neste estudo existem, pelo menos, dois fatores de risco a contribuir positivamente para a possível manifestação de comportamento antiético: o facto de possuírem traços de personalidade considerada antissocial (Maquiavelismo) e o facto de terem atitudes pró-

desviantes (maior tolerância a atitudes antiéticas) (Bonta & Andrews, 2007). Porém, não tendo informações acerca do contexto organizacional, não podemos concluir sobre a expressão ou inibição deste tipo de comportamentos, uma vez que a investigação empírica já demonstrou que o clima ético e a cultura ética são preditores importantes da frequência dos comportamentos antiéticos nos grupos e ambientes organizacionais (Gino, Ayal, & Ariely, 2009).

Vaughan (2007) alerta para o facto de Sutherland ter focado a sua definição e campo de análise no fator individual (nível micro), não considerando as organizações/empresas como “violadores”. Adiantou ainda que olhando para o nível macro institucional do contexto de negócios, é possível observar que os homens de negócios são confrontados com “pressões estruturais contraditórias emanadas dos trâmites legais e dos ambientes competitivos das firmas: a obrigação normativa de obedecer à lei e igualmente a obrigação convencional de resistir à lei em certas situações” (Vaughan, 2007, p. 8). É neste sentido que esta dissertação se revela incompleta: não é possível conhecer as pressões que levam a maior aceitação do desvio ético, conhecendo somente alguns fatores individuais. A importância das pressões competitivas como força “causal” é, para Vaughan (2007) consensual, e considera-se que o desvio no meio dos negócios é guiado por motivos utilitários e de escolha racional (custos benefícios) – e esta é uma preposição teórica importante para esta dissertação, porque se relaciona de forma consistente com o facto de os empreendedores serem mais Maquiavélicos que não empreendedores.

Particularmente no empreendedorismo, “o empreendedor pode desempenhar um papel preponderante na definição do clima ético no estágio inicial” (Morris et al., 2002, p. 337; Vyakarnam et al., 1997). Assim, levantar a questão sobre se os “comportamentos antiéticos, como batota, roubo, e desonestidade são contagiosos” (Gino et al., 2009, p. 397) é fundamental. Neste sentido, a manutenção dos locais de trabalho e dos ambientes sociais saudáveis “dependem da capacidade dos indivíduos (*e.g.* líderes e outros *role models*) de espalhar as normas e os valores éticos, enquanto reduzem a atratividade da má conduta antiética, seja por meio de regras de sanção ou por uma cultura ética” (Gino et al., 2009, p. 397-398). Se o empreendedor, enquanto *role model* estabelecer um determinado tipo de *mindset* tóxico aos seus empregados, a cultura organizacional tóxica tenderá a propagar-se.

Um exemplo flagrante sobre a importância do contexto organizacional é avançado por Morris e colaboradores (2002), sendo que neste estudo os autores descobrem quatro *clusters* de pequenas empresas com base nos conjuntos das suas estruturas éticas formais e informais. O estudo foi realizado com base de um questionário de auto-preenchimento dirigido aos

fundadores/donos dos negócios, onde lhes foi pedido que respondessem a questões relacionadas com eles próprios e as suas empresas. Foram questionados acerca dos seus traços de personalidade, sobre alguns descritores-chave do negócio, sobre o estágio de desenvolvimento do negócio e sobre o clima ético da empresa, bem como as perceções sobre as normas éticas e comportamentos dentro da empresa. Da análise resultaram quatro grupos: 1) *superlatives* (n=48); 2) *core proponents* (n=6); 3) *pain and gain* (n=17) e 4) *deficients* (n=102). As *superlatives* que, como parte da sua estratégia, priorizam a ética e o desenvolvimento de mecanismos que assegurem desempenhos éticos. As *core proponents* e as *pain and gain* são intermédias, oferecendo poucos incentivos para o comportamento ético e não dando muita atenção a programas de treino relativos à ética. Por fim, as *deficients*, são as empresas que embora não sejam inerentemente antiéticas nos seus comportamentos, a motivação para o clima ético não é vista como uma responsabilidade (Morris et al., 2002). Observa-se que o *cluster* dos *deficients* é o maior, com mais do dobro de unidades amostrais do que os *superlatives*, e isto é um indicador claro da necessidade da promoção da ética nos negócios.

Kish-Gephart, Harrison e Treviño (2010) na sua meta-análise acerca das fontes do comportamento antiético no local de trabalho contemplam o indivíduo (“*bad apple*”), o contexto organizacional (“*bad barrel*”) e ainda a situação (“*bad case*”). Tal como nesta dissertação, também nos resultados da meta-análise o Maquiavelismo – a par de outras características individuais como a satisfação com o trabalho e o *locus* de controlo – é avançado como um fator preditor do comportamento antiético e da intenção antiética (Kish-Gephart et al., 2010). A situação (*bad case*) enquanto fonte intenção antiética contempla, por exemplo, a magnitude das consequências que a ação antiética iria ter na vida de outros, e o consenso social acerca da conduta ser errada. Por fim, no que concerne ao contexto organizacional (*bad barrel*) enquanto preditor da intenção antiética e do comportamento antiética os resultados da meta-análise são interessantes: o facto de existir um clima de princípios éticos é o maior preditor de uma maior intenção ética (ou seja, está inversamente relacionado com as atitudes antiéticas) e a aplicação de um código (de ética) é um preditor negativo moderado do comportamento antiético. Esta meta-análise analisa, assim, o nível micro, meso e macro na origem dos comportamentos antiéticos (Kish-Gephart et al., 2010) e este é um caminho relevante a seguir no futuro.

Em jeito de conclusão, este estudo apresenta várias limitações: desde o baixo número de empreendedores na amostra a problemas de operacionalização e instrumentação, passando pela falha de controlar variáveis contextuais, há vários erros que podem – e devem – ser colmatados

como forma de melhorar e apreender melhor este fenômeno, suas origens e suas consequências. Porém, é visível, através dos resultados obtidos, a necessidade de continuar a estudar o empreendedor, o ambiente empreendedor, e as dinâmicas relacionais entre os vários *stakeholders*, a fim de se conhecer suficientemente bem o que poderá prever a criminalidade econômica ocupacional e *corporate crime*, e *a posteriori* delinear estratégias que previnam com alguma eficácia este tipo de criminalidade. É ainda importante refletir sobre as questões das atitudes antiéticas do ponto de vista “reativo”, isto é, como forma de ultrapassar dificuldades e fazer com que a empresa sobreviva e seja bem-sucedida – indo de encontro à premissa avançada anteriormente de que o meio empreendedor favorece indivíduos com tendências pró e pré desviantes; e sobre o ponto de vista “proativo”, em que o empreendedor seleciona (*e.g.* Buss, 1987) o ambiente do empreendedorismo para cumprir propósitos de enriquecimento pessoal (*cf.* Baumol, 1996) – ou seja: atrai indivíduos com tendências pró e pré desviantes.

Terminando, e para responder à questão avançada no título desta dissertação, CEO pode significar criminalidade econômica e ocupacional, no sentido em que podem existir pessoas que enveredam pelo empreendedorismo com propósitos de *rent-seeking* como afirmou Baumol (1996) e que, em último caso, defraudar investidores em *early stage* para a *startup* ser bem-sucedida, significaria – em última instância – maiores rendimentos, obtidos de forma “duvidosa”, para o empreendedor.

É importante referir também que alguns dos comportamentos usados na escala construída – TUBE – podem ser interpretados como comportamentos típicos do *corporate crime*. Neste sentido, para além de existir a tolerância a crime ocupacional existe ainda a tolerância a comportamentos de *corporate crime*. Assim, faz ainda mais sentido explorar estas questões, uma vez que os custos financeiros totais relativos ao CCB ultrapassam em larga escala os custos do crime “comum” (Friedrichs, 2010).

Pistas de investigação futura

Como a curiosidade derivada do espírito científico nunca se esgota, é importante lançar algumas pistas de investigação futura nesta área. Assim, questões às quais urge dar uma resposta passariam pelo estudo empírico, através de um acompanhamento longitudinal, da sobreposição da tolerância às atitudes antiéticas por parte do empreendedor e do sucesso da empresa que esse mesmo empreendedor representa. Este é um assunto que interessa desmistificar, no sentido em

que o próprio ambiente empresarial e empreendedor pode demandar determinados comportamentos antiéticos em prol da sobrevivência.

Seria também interessante a introdução da metodologia qualitativa para aceder às perspectivas dos empreendedores sobre a ética e sobre o macrossistema dos negócios, clarificando assim o que significa violar normas éticas quando se sabe que existirão recompensas monetárias por oposição a quando há incerteza associada a esta violação. Seria também interessante a observação do local de trabalho dos empreendedores para diagnóstico da cultura organizacional, dos seus valores éticos e da forma como cada um dos integrantes da equipa encara determinados dilemas e como percebe o líder e as suas decisões.

Ficam assim em aberto alguns trilhos que podem ser percorridos num futuro (próximo, espero).

Referências Bibliográficas

- Adegbuyi, O., Ayoade, E., Ogunnaike, O., Adegbuyi, A. A., & Binuomote, M. O. (2018). The Impact Of Neurotic Entrepreneurship On Business Performance Of Small And Medium Scale Enterprises. *Proceedings of INTED2018 Conference, 5th-7th March 2018*, Valencia, Spain.
- Adhami, S., Giudici, G., & Martinazzi, S. (2018). Why do businesses go crypto? An empirical analysis of initial coin offerings. *Journal of Economics and Business, 100*, 64-75.
- Akhtar, R., Ahmetoglu, G., & Chamorro-Premuzic, T. (2013). Greed is good? Assessing the relationship between entrepreneurship and subclinical psychopathy. *Personality and individual differences, 54*(3), 420-425.
- Alalehto, T. (2003). Economic crime: does personality matter?. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology, 47*(3), 335-355.
- Almeida, P. R. (2012). Towards an Elementary Dispositional Decomposition Of Psychopathy (Ph.D), University of Porto, Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação, 11-60.
- Arbuckle, J. L. (2014). Amos (Version 23.0) [Computer Program]. Chicago: IBM SPSS.
- Babiak, P. (1995). When psychopaths go to work: A case study of an industrial psychopath. *Applied Psychology, 44*(2), 171-188.
- Babiak, P., & Hare, R. D. (2006). *Snakes in Suits: When Psychopaths Go to Work*. New York: Harper Collins.
- Babiak, P., Neumann, C. S., & Hare, R. D. (2010). Corporate psychopathy: Talking the walk. *Behav Sci Law, 28*(2), 174-193. doi:10.1002/bsl.925
- Baumol, W. J. (1996). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *Journal of business venturing, 11*(1), 3-22.
- Bertoquini, V., & Pais-Ribeiro, J. (2006). Estudo de formas muito reduzidas do Modelo dos Cinco Fatores da Personalidade. *Psychologica, 43*, 193-210.
- Bhide, A. (1996). The questions every entrepreneur must answer. *Harvard business review, 74*(6), 120.
- Bian, S., Deng, Z., Li, F., Monroe, W., Shi, P., Sun, Z., ... & Zhang, T. (2018). Icorating: A deep-learning system for scam ico identification. *arXiv preprint arXiv:1803.03670*.
- Birch, D. G. (2015). What Does Cryptocurrency Mean for the New Economy?. In *handbook of digital currency* (pp. 505-517). Academic Press.

- Bitcoin Exchange Guide News Team. (2017, December 15). Cryptocurrency Vs Digital Currency – How Virtual Money Works? Retrieved from <https://bitcoinexchangeguide.com/cryptocurrency-vs-digital-currency/>
- Block, J. (1995). A contrarian view of the five-factor approach to personality description. *Psychological Bulletin*, 117, 187–215.
- Bonta, J., & Andrews, D. A. (2007). Risk-need-responsivity model for offender assessment and rehabilitation. *Rehabilitation*, 6(1), 1-22.
- Borenstein, M., Hedges, L., & Rothstein, D. (2007). Meta-analysis: Fixed effect vs. random effects. Retrieved from http://www.metaanalysis.com/downloads/Meta-analysis_fixed_effect_vs_random_effects_sv.pdf
- Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and individual differences*, 51(3), 222-230.
- Brenkert, G. G. (2009). Innovation, rule breaking and the ethics of entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 448-464. doi:10.1016/j.jbusvent.2008.04.004
- Brown, M. E., Treviño, L. K., & Harrison, D. A. (2005). Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97(2), 117-134. doi:10.1016/j.obhdp.2005.03.002
- Byrne, B. M. (2016). Structural Equation Modelling with AMOS. *Basic Concepts, Applications and Programming* (3rd ed.): Routledge.
- Bucar, B., & Hisrich, R. D. (2001). Ethics of business managers vs. entrepreneurs. *Journal of developmental entrepreneurship*, 6(1), 59.
- Buss, D. M. (1987). Selection, evocation, and manipulation. *Journal of personality and social psychology*, 53(6), 1214.
- Cabrera-Nguyen, P. (2010). Author Guidelines for Reporting Scale Development and Validation Results in the Journal of the Society for Social Work and Research. *Journal of the Society for Social Work and Research*, 1(2), 99-103. doi:10.5243/jsswr.2010.8
- Campbell, W., Miller, J. D., & Buffardi, L. E. (2010). The United States and the “Culture of Narcissism” An examination of perceptions of national character. *Social Psychological and Personality Science*, 1(3), 222-229.
- Cesinger, B., Kramer, M., Schwarzinger, D., & Gelleri, P. (2011). The Dark Side of Entrepreneurial Personality: Effects of Narcissism, Machiavellianism and Psychopathy on Entrepreneurial Intention and Performance. Paper presented at the British Academy of Management Conference.

- Chohan, U. (2017). Initial Coin Offerings (ICOs): Risks, Regulation, and Accountability. Discussion Paper Series: Notes on the 21st Century. doi:<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3080098>
- Christie, R., & Geis, F. (1970). *Studies in Machiavellianism*. London: Academic Press, Inc.
- Ciavarella, M. A., Buchholtz, A. K., Riordan, C. M., Gatewood, R. D., & Stokes, G. S. (2004). The Big Five and venture survival: Is there a linkage? *Journal of Business Venturing*, 19(4), 465-483. doi:10.1016/j.jbusvent.2003.03.001
- Cleckley, H. M. (1988). The mask of sanity: An attempt to clarify some issues about the so-called psychopathic personality. Ravenio Books. 330-340.
- Clements, R. (2018). Assessing the evolution of cryptocurrency: Demand factors, latent value, and regulatory developments. *Michigan Business Entrepreneurial Law Review*, 8(1), 73-97.
- Clinard, M. B., & Quinney, R. (1973). *Criminal Behavior Systems. A Typology* (2nd Ed. ed.): Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Cohen, M. A. (1988). Some new evidence on the seriousness of crime. *Criminology*, 26(2), 343-353.
- Collewaert, V., & Fassin, Y. (2013). Conflicts between entrepreneurs and investors: the impact of perceived unethical behavior. *Small Business Economics*, 40(3), 635-649.
- Cusson, M. (2007). *Criminologia*. Tradução de Josefina Castro. Cruz Quebrada: Casa das Letras. 2ª Ed.
- Costa, P., & McCrae, R. (1992). The Five-Factor Model of Personality and Its Relevance to Personality Disorders. *Journal of Personality Disorders*, 6(4), 343-359.
- Damásio, B. (2012). Uso da Análise Factorial Exploratória em Psicologia. *Avaliação Psicológica*, 11(2), 213-228.
- Davidsson, P. (2017). A Future of Entrepreneurship Research: Domain, Data, Theory, and Impact. In G. Ahmetoglu, T. Chamorro-Premuzic, B. Klinger, & T. Karcisky (Eds.), *The Willey Handbook of Entrepreneurship* (pp. 2-17): John Wiley and Sons.
- DeNisi, A., & Alexander, B. (2017). The Dark Side of the Entrepreneurial Personality: Undesirable or Maladaptive Traits and Behaviors Associated with Entrepreneurs. In G. Ahmetoglu, T. Chamorro-Premuzic, B. Klinger, & T. Karcisky (Eds.), *The Willey Handbook of Entrepreneurship*: John Wiley & Sons.
- Do, B., & Dadvari, A. (2017). The influence of the dark triad on the relationship between entrepreneurial attitude orientation and entrepreneurial intention: A study among students

- in Taiwan University. *Asia Pacific Management Review*, 22(4), 185-191.
doi:10.1016/j.apmr.2017.07.011
- Espírito-Santo, H. & Daniel, F. (2017). Calcular E Apresentar Tamanhos Do Efeito EM Trabalhos Científicos (1): As Limitações Do $P < 0,05$ Na Análise De Diferenças De Médias De Dois Grupos. *Revista Portuguesa de Investigação Comportamental e Social*, 1(1):3-16.
DOI: 10.7342/ismt.rpics.2015.1.1.14. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2999091>
- Faria, R., Cruz, J., Leite, A., & Sousa, P. (2013). Economic and Financial Criminality in Portugal. In S. Will, S. Handelman, & D. Brotherton (Eds.), *How They Got Away With It - White Collar Criminals and the Financial Meltdown*: Columbia University Press.
- Fassin, Y. (2005). The Reasons Behind Non-Ethical Behaviour in Business and Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 60(3), 265-279. doi:10.1007/s10551-005-0134-3
- Fassin, Y., & Drover, W. (2017). Ethics in entrepreneurial finance: Exploring problems in venture partner entry and exit. *Journal of business ethics*, 140(4), 649-672.
- Fehr, B., Samsom, D., & Paulhus, D. L. (1992). The construct of Machiavellianism: Twenty years later. In C. D. Spielberger & J. N. Butcher (Eds.), *Advances in Personality Assessment*, 9, 77-116. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Field, A. P. (2001). Meta-analysis of correlation coefficients: a Monte Carlo comparison of fixed-and random-effects methods. *Psychological methods*, 6(2), 161.
- Field, A. (2005). Factor Analysis Using SPSS. *Handout retrived from* <https://www.discoveringstatistics.com/statistics-hell-p/veritas-advanced-topics/factor-analysis-and-pca/>
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS (and sex and drugs and rock 'n' roll)* (3rd ed.): SAGE Publications.
- Filion, L. J. (2011). Defining the entrepreneur. *World encyclopedia of entrepreneurship*, 41.
- Fisher, R. J. (1993). Social desirability bias and the validity of indirect questioning. *Journal of consumer research*, 20(2), 303-315.
- Friedrichs, D. (2002). Occupational Crime, Occupational Deviance, and Workplace Crime: Sorting Out the Difference. *Criminal Justice*, 2(3), 243-256.
- Friedrichs, D. (2010). *Trusted Criminals: White Collar Crime in Contemporary Society* (4th ed.). United States of America: Wadsworth Cengage Learning.

- Furnham, A., Richards, S. C., & Paulhus, D. L. (2013). The Dark Triad of personality: A 10 year review. *Social and Personality Psychology Compass*, 7(3), 199-216.
- Fusch, P., & Ness, L. (2015). Are We There Yet? Data Saturation in Qualitative Research. *The Qualitative Report*, 20(9), 1408-1416.
- Gartner, W. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *The Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- GEM. (2012). GEM Portugal 2012. Estudo Sobre o Empreendedorismo. Retrieved from <https://www.gemconsortium.org/report/48775>
- Geisinger, K. F. (1994). Cross-cultural normative assessment: translation and adaptation issues influencing the normative interpretation of assessment instruments. *Psychological assessment*, 6(4), 304.
- Gnyawali, D., & Fogel, D. (1994). Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4).
- Gogol, K., Brunner, M., Goetz, T., Martin, R., Ugen, S., Keller, U., Fischbach, A., & Preckel, F. (2014). "My Questionnaire is Too Long!" The assessments of motivational-affective constructs with three-item and single-item measures. *Contemporary Educational Psychology*, 39, 188-205.
- Goldberg, L. R. (1990). An alternative "description of personality": The Big-Five Factor Sstructure. *Journal of personality and social psychology*, 59(6), 1216.
- Gottschalk, P., & Smith, R. (2011). Criminal entrepreneurship, white-collar criminality, and neutralization theory. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 5(4), 300-308. doi:10.1108/17506201111177334
- Gustafson, S., & Ritzer, D. (1995). The Dark Side of Normal: a psychopathy-linked pattern called aberrant self-promotion. *European Journal of Psychology*, 9, 147-183.
- Greve, H. R., Palmer, D., & Pozner, J. E. (2010). Organizations gone wild: The causes, processes, and consequences of organizational misconduct. *The Academy of Management Annals*, 4(1), 53-107.
- Hannafey, F. T. (2003). Entrepreneurship and ethics: A literature review. *Journal of Business Ethics*, 46(2), 99-110.
- Harris, J. D., Sapienza, H. J., & Bowie, N. E. (2009). Ethics and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 407-418. doi:10.1016/j.jbusvent.2009.06.001

- Herper, M. (2016, June 1st). From \$4.5 Billion To Nothing: Forbes Revises Estimated Net Worth Of Theranos Founder Elizabeth Holmes. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/matthewherper/2016/06/01/from-4-5-billion-to-nothing-forbes-revises-estimated-net-worth-of-theranos-founder-elizabeth-holmes/#2d9ecf5f3633>
- Hilbig, B. E., & Zettler, I. (2015). When the cat's away, some mice will play: A basic trait account of dishonest behavior. *Journal of Research in Personality*, 57, 72-88. doi:10.1016/j.jrp.2015.04.003
- Hill, M. M., & Hill, A. (2012). *Investigação por questionário*. 5ª Imp. Lisboa: Edições Sílabo.
- Hisrich, R. D. (2014). *Advanced introduction to entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing.
- Hisrich, R., Langan-Fox, J., & Grant, S. (2007). Entrepreneurship research and practice: a call to action for psychology. *American psychologist*, 62(6), 575.
- Hmieleski, K. M., & Lerner, D. A. (2016). The dark triad and nascent entrepreneurship: An examination of unproductive versus productive entrepreneurial motives. *Journal of Small Business Management*, 54, 7-32.
- Holland, J. L. (1997). Making vocational choices: A theory of vocational personalities and work environments. *Psychological Assessment Resources*.
- Holtfreter, K. (2005). Is occupational fraud “typical” white-collar crime? A comparison of individual and organizational characteristics. *Journal of Criminal Justice*, 33(4), 353-365. doi:10.1016/j.jcrimjus.2005.04.005
- Hougaard, S. (2005). *The Business Idea: The Early Stages of Entrepreneurship*. Heidelberg, Germany: Springer.
- Howell, D. (2010). *Statistical Methods for Psychology*. California: Cengage Learning.
- Huang, L., & Pearce, J. L. (2015). Managing the Unknowable. *Administrative Science Quarterly*, 60(4), 634-670. doi:10.1177/0001839215597270
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural equation modeling: a multidisciplinary journal*, 6(1), 1-55.
- IBM Corp. (2017). *IBM SPSS Statistics for Windows, Version 25.0*. Armonk, NY: IBM Corp.
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). The Big-Five Trait Taxonomy: History, Measurement, and Theoretical Perspectives. In L. Pervin & O. P. John (Eds.), *Handbook of personality: Theory and Research* (2nd Edition). New York: Guilford.

- Jonason, P. K., & Webster, G. D. (2010). The Dirty Dozen: A Concise Measure of the Dark Triad. *Psychological assessment*, 22(2), 420-432. doi:10.1037/a0019265
- Jones, T. (1995). Instrumental Stakeholder Theory: A synthesis of Ethics and Economics. *The Academy of Management Review*, 20(2), 404-437.
- Kaal, W. A. (2018). Initial Coin Offerings: The top 25 jurisdictions and their comparative regulatory responses. *CodeX Stanford Journal of Blockchain Law & Policy* (2018), 18-07.
- Kalyanasundaram, G. (2018). Why Do Startups Fail? A Case Study Based Empirical Analysis in Bangalore. *Asian Journal of Innovation & Policy*, 7(1).
- Kaptein, M. (2008). Developing a Measure of Unethical Behavior in the Workplace: A Stakeholder Perspective. *Journal of Management*, 34(5), 978-1008. doi:10.1177/0149206308318614
- Kets de Vries, M. (1985). The Dark Side of Entrepreneurship. *Harvard Business Review*.
- Kish-Gephart, J. J., Harrison, D. A., & Trevino, L. K. (2010). Bad apples, bad cases, and bad barrels: meta-analytic evidence about sources of unethical decisions at work. *Journal of applied psychology*, 95(1), 1-31. doi:10.1037/a0017103
- Kyriazos, T. A. (2018). Applied Psychometrics: Writing-Up a Factor Analysis Construct Validation Study with Examples. *Psychology*, 09(11), 2503-2530. doi:10.4236/psych.2018.911144
- Kramer, M., Cesinger, B., Schwarzinger, D., & Gelléri, P. (2011). Investigating entrepreneurs' dark personality: How narcissism, Machiavellianism, and psychopathy relate to entrepreneurial intention. In *Proceedings of the 25th ANZAM conference*.
- Kuratko, D. F. (2007). Entrepreneurial leadership in the 21st century: Guest editor's perspective. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 1-11.
- Lange, J., Ali, A., Brush, C., Corbett, A., Kelley, D., Kim, P., & Mahdi, M. (2017). 2017 United States Report - National Entrepreneurial Assessment for the United States of America. Global Entrepreneurship Monitor (GEM Consortium). Babson College.
- Larsen, R., & Buss, D. (2008). *Personality Psychology: Domains of Knowledge About Human Nature* (3rd Ed.): McGraw-Hill Companies.
- Lauchs, M., & Staines, Z. (2012). Career path of a corruption entrepreneur. *Global Crime*, 13(2), 109-129. doi:10.1080/17440572.2012.678620

- Levenson, M. R., Kiehl, K. A., & Fitzpatrick, C. M. (1995). Assessing psychopathic attributes in a noninstitutionalized population. *Journal of personality and social psychology*, 68(1), 151.
- Lima, M. (1997). NEO-PI-R. Contextos Teóricos e Psicométricos "OCEAN" ou "iceberg"? (Doutoramento), Universidade de Coimbra, Coimbra.
- Lipsey, M. W., & Wilson, D. B. (2001). *Practical meta-analysis*. Sage Publications, Inc.
- Liu, Y., Li, Y., Hao, X., & Zhang, Y. (2019). Narcissism and learning from entrepreneurial failure. *Journal of Business Venturing*, 34(3), 496-512. doi:10.1016/j.jbusvent.2019.01.003
- Longenecker, J., McKinney, J., & Moore, C. (1988). Egoism and Independence: Entrepreneurial Ethics. *Organizational Dynamics*, 16(3), 64-72.
- Longenecker, J., McKinney, J., & Moore, C. (1989). Ethics In Small Business. *Journal of Small Business Management*, 27 (1), 27-31
- Longenecker, J. G., Moore, C. W., Petty, J. W., Palich, L. E., & McKinney, J. A. (2006). Ethical attitudes in small businesses and large corporations: Theory and empirical findings from a tracking study spanning three decades. *Journal of Small Business Management*, 44(2), 167-183.
- Low, M. B., & MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of management*, 14(2), 139-161.
- Machiavelli, N. (2001). The Prince. In Electronic Classic Series, J. Manis (Ed.), *translated by W. K. Marriott*. Retrieved from www.sacred-magick.com (accessed may, 2019), 1-133.
- MacMillan, I, Siegel, R., Subba, P., (1985). Criteria used by venture capitalists to evaluate new venture proposals. *Journal of Business Venturing* 1, 119–128.
- Magister, H. (2013). “The 4 People Who Made Entrepreneurship Sexy”. Retrieved from <http://www.forbes.com/sites/hollymagister/2013/10/01/the-4-people-whomade-entrepreneurship-sexy>
- Mai, Y., Zhang, W., & Wang, L. (2019). The effects of entrepreneurs’ moral awareness and ethical behavior on product innovation of new ventures. *Chinese Management Studies*, 13(2), 421-446. doi:10.1108/cms-10-2017-0302
- Marôco, J. (2011). Análise estatística com o SPSS Statistics. Pêro Pinheiro: ReportNumber, Lda.
- Mathieu, C., & St-Jean, É. (2013). Entrepreneurial personality: The role of narcissism. *Personality and Individual Differences*, 55(5), 527-531. doi:10.1016/j.paid.2013.04.026

- Mazar, N., Amir, O., & Ariely, D. (2008). The Dishonesty of Honest People: A Theory of Self-Concept Maintenance. *Journal of Marketing Research*, XLV, 633-644.
- McCrae, R., & John, O. P. (1992). An Introduction to the Five-Factor Model and Its Applications. *Journal of Personality*, 60(2), 175-215.
- McHoskey, J. (1995). Narcissism and Machiavellianism. *Psychological Reports*, 77, 755-759.
- McHoskey, J., Worzel, W., & Szyarto, C. (1998). Machiavellianism and Psychopathy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(1), 192-210.
- Miller, D. (2015). A Downside to the Entrepreneurial Personality? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(1), 1–8. <https://doi.org/10.1111/etap.12130>
- Miller, P. (2016). The cryptocurrency enigma. In *Digital Forensics*. 1-25.
- Morgan, D. L., & Hoffman, K. (2018). Focus Groups. In *The SAGE Handbook of Qualitative Data Collection* (pp. 250-263): SAGE Publications Ltd.
- Morris, M. H., Schindehutte, M., Walton, J., & Allen, J. (2002). The ethical context of entrepreneurship: Proposing and testing a developmental framework. *Journal of Business Ethics*, 40(4), 331-361.
- Muris, P., Merckelbach, H., Otgaar, H., & Meijer, E. (2017). The Malevolent Side of Human Nature. *Perspect Psychol Sci*, 12(2), 183-204. doi:10.1177/17456916166666070
- Myung, J. K., Choi, Y. H., & Kim, J. D. (2017). Effects of CEOs' Negative Traits on Corporate Social Responsibility. *Sustainability*, 9(4). doi:10.3390/su9040543
- Nakamoto, S. (2008). Bitcoin: A peer-to-peer electronic cash system.
- Obschonka, M., Silbereisen, R. K., & Schmitt-Rodermund, E. (2010). Entrepreneurial intention as developmental outcome. *Journal of Vocational Behavior*, 77(1), 63-72.
- O'Boyle, E. H., Forsyth, D. R., Banks, G. C., Story, P. A., & White, C. D. (2015). A Meta-Analytic Test of Redundancy and Relative Importance of the Dark Triad and Five-Factor Model of Personality. *Journal of Personality*, 83(6), 644-664. doi:10.1111/jopy.12126
- Onwuegbuzie, A. J., Dickinson, W. B., Leech, N. L., & Zoran, A. G. (2009). A qualitative framework for collecting and analyzing data in focus group research. *International journal of qualitative methods*, 8(3), 1-21.
- Ormston, R., Spencer, B., Barnard, M., & Snape, D. (2014). The Foundations of Qualitative Research. In J. Ritchie, J. Lewis, C. Nicholls, & R. Ormston (Eds.), *Qualitative Research Practice: A guide for Social Science students and researchers*: SAGE.
- Orrell, D., & Chlupatý, R. (2016). *The evolution of money*. Columbia University Press.

- Patrick, C. J. (2008). *Handbook of psychopathy*. New York: Guilford.
- Paulhus, D. L. (1988). Balanced inventory of desirable responding (BIDR). *Acceptance and Commitment Therapy. Measures Package*, 41, 79586-7.
- Paulhus, D., & Williams, K. (2002). The Dark Triad of Personality: Narcissism, Machiavellianism, and Psychopathy. *Journal of Research in Personality*, 36, 556-663.
- Paulhus, D., Williams, K., & Harms, P. (2001). [Shedding light on the Dark Triad of Personality: Narcissism, Machiavellianism, and Psychopathy].
- Peters, L., Rice, M., & Sundararajan, M. (2004). The role of incubators in the entrepreneurial process. *The Journal of Technology Transfer*, 29(1), 83-91.
- Petintseva, O., Faria, R., & Eski, Y. (*in press*). Interviewing the powerful in crime and crime control.
- Prieto, A. J. (1992). A Method for Translation of Instruments to Other Languages. *Adult Education Quarterly*, 43(1), 1-14.
- Ragatz, L., & Fremouw, W. (2010). A critical examination of research on the psychological profiles of white-collar criminals. *Journal of Forensic Psychology Practice*, 10(5), 373-402.
- Rammstedt, B., & John, O. P. (2007). Measuring personality in one minute or less: A 10-item short version of the Big Five Inventory in English and German. *Journal of research in Personality*, 41(1), 203-212.
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of work and organizational psychology*, 16(4), 353-385.
- Robins, R. W., Hendin, H. M., & Trzesniewski, K. H. (2001). Measuring Global Self-Esteem: Construct Validation of a Single-Item Measure and the Rosenberg Self-Esteem Scale. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(2), 151-161.
- Salamzadeh, A., & Kesim, H. (2015). Startup companies: Life cycle and challenges. In *4th International conference on employment, education and entrepreneurship (EEE), Belgrade, Serbia*. 1-11. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2628861>
- Salinger, L. (2005). *Encyclopedia of White-Collar & Corporate Crime*. California: SAGE Publications Inc.

- Sanders, M., & Weitzel, U. (2010). The Allocation of Entrepreneurial Talent and Destructive Entrepreneurship. World Institute for Development Economics Research. *Working Paper, No. 2010/46*. 1-20.
- Scotter, J., & Roglio, K. (2018). CEO bright and dark personality: Effects on ethical misconduct. *Journal of Business Ethics*, 1-25.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Shapiro, S. (1980). *Thinking about white collar crime: Matters of conceptualization and research* (pp. v - 7). Washington, DC: US Department of Justice, National Institute of Justice.
- Sykes, G., & Matza, D. (1957). Techniques of neutralization: A theory of delinquency. *American sociological review*, 22(6), 664-670.
- Sousa, P., Cruz, J., & Wilks, D. (2018). Entrepreneurial intentions of law students: The moderating role of personality traits on attitude's effects. *Journal of Entrepreneurship Education*.
- Startup Port. (n.d.). The hidden death trap for all startups: "The Valley Of Death". Retrieved from <http://startup-port.com/references/the-hidden-death-trap-for-all-startups-the-valley-of-death/>
- Sutherland, E. (1940). White Collar Criminality. *American Sociological Review*, 5(1), 1-12.
- Syed, A. (2016). Fool Me Once, Shame on You. Fool Me Twice, Shame on Me: An Exploration of The Negative Effects of the Entrepreneur's Dark Side on Venture Performance. (Doctor of Philosophy), Oklahoma State University.
- Useem, J. (2000). 'New Ethics or No Ethics', *Fortune* (Mar. 20). Retrieved from https://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/2000/03/20/276351/index.htm (acedido a 18 novembro de 2018).
- Vantilborgh, T., Joly, J., & Pepermans, R. (2015). Explaining entrepreneurial status and success from personality: an individual-level application of the entrepreneurial orientation framework. *Psychologica Belgica*, 55(1), 32.
- Vaughan, D. (2007). Beyond macro-and micro-levels of analysis, organizations, and the cultural fix. In *International handbook of white-collar and corporate crime* (pp. 3-24). Springer, Boston, MA.

- Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor's perspective. In J. Katz & R. Brockhaus (Eds.), *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth*: Vol. 3, 119–138. Greenwich, CT: JAI Press.
- Vieira, J. P. (2017). *A História do Dinheiro*. Lisboa: Academia das Ciências de Lisboa (http://www.acad-ciencias.pt/document-uploads/9307616_vieira,-joao-pedro-a-historia-do-dinheiro.pdf).
- Vyakarnam, S., Bailey, A., Myers, A., & Burnett, D. (1997). Towards an understanding of ethical behaviour in small firms. *Journal of Business Ethics*, 16(15), 1625-1636.
- Wilson, D. (n.d.) Practical Meta-Analysis Effect Size Calculator. Retrieved from <http://www.campbellcollaboration.org/escalc/html/EffectSizeCalculator-Home.php>
- Zahra, S., Yavuz, R., & Ucbasaran, D. (2006). How Much Do You Trust Me? The Dark Side of Relational Trust in New Business Creation in Established Companies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(4), 541-559.
- Zetsche, D. A., Buckley, R. P., Arner, D. W., & Föhr, L. (2017). The ICO Gold Rush: It's a scam, it's a bubble, it's a super challenge for regulators. *University of Luxembourg Law Working Paper*, (11), 17-83.
- Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of applied psychology*, 91(2), 259-271.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of management*, 36(2), 381-404.
- Zimmerman, D. W. (2014). Comparative Power of Student-T Test and Mann-Whitney-U Test for Unequal Sample Sizes and Variances. *The Journal of Experimental Education*, 55(3), 171-174. doi:10.1080/00220973.1987.10806451

ANEXO I – Questionário passado à primeira amostra

Questionário

Este questionário foi desenvolvido no âmbito de uma investigação acerca do empreendedorismo e das características dos empreendedores e demora sensivelmente 7 minutos a preencher. A sua colaboração é muito importante para o projeto. Apelamos à máxima sinceridade nas suas respostas. Todos os dados recolhidos são anónimos e confidenciais e serão tratados exclusivamente para fins de investigação científica. Informa-se ainda que pode abandonar o estudo a qualquer momento, sem que daí advenha recompensa ou punição. Se surgir alguma dúvida, envie um e-mail para palmeida@direito.up.pt ou angela.m.r.peixoto@gmail.com.

Ao continuar para a próxima secção e submeter este questionário preenchido até ao fim, concorda com a utilização das suas respostas para o fim a que este estudo se destina. Se compreendeu todas as informações e deseja participar, por favor clique "Seguinte".

Desde já, muito obrigada pela sua participação.

SEGUINTE

Nunca envie palavras-passe através dos Google Forms.

Questionário

*Obrigatório

Dados Sociodemográficos

Sexo *

- Masculino
- Feminino

Idade (para responder a este item utilize o teclado) *

A sua resposta

Nível de escolaridade (completo) *

- Ensino Básico (até 9º ano)
- Ensino Secundário (até ao 12º)
- Ensino Superior (Licenciatura, Mestrado, Doutoramento)
- Outra

É ou já foi founder de uma startup? *

- Já fui/sou founder
- Nunca fui

Questionário

*Obrigatório

Parte 1

Este questionário contém afirmações que diferentes pessoas poderiam usar para se descreverem a si próprias. Cada afirmação é seguida por 4 opções: verdadeiro, moderadamente verdadeiro, moderadamente falso, falso. Para cada afirmação, assinale a opção que melhor o/a descreve. Não existem respostas correctas ou erradas; seleccione apenas a que melhor te descreve.

1. Tendo a querer que os outros me admirem. *

- Verdadeiro
- Moderadamente Verdadeiro
- Moderadamente Falso
- Falso

2. Tendo a querer que os outros me prestem atenção. *

- Verdadeiro
- Moderadamente Verdadeiro
- Moderadamente Falso
- Falso

3. Tendo a esperar favores especiais das outras pessoas. *

- Verdadeiro
- Moderadamente Verdadeiro
- Moderadamente Falso
- Falso

4. Tenho tendência a procurar prestígio ou estatuto. *

- Verdadeiro
- Moderadamente Verdadeiro
- Moderadamente Falso
- Falso

5. Tenho tendência a não sentir remorsos. *

- Verdadeiro
- Moderadamente Verdadeiro
- Moderadamente Falso
- Falso

6. Tenho tendência a ser frio e insensível. *

- Verdadeiro
- Moderadamente Verdadeiro
- Moderadamente Falso
- Falso

7. Tendo a não me preocupar demasiado com a moralidade ou a moralidade das minhas ações. *

- Verdadeiro
- Moderadamente Verdadeiro
- Moderadamente Falso
- Falso

8. Tenho tendência a ser cínico. *

- Verdadeiro
- Moderadamente Verdadeiro
- Moderadamente Falso
- Falso

9. Já enganei ou menti de forma a obter aquilo que pretendo. *

- Verdadeiro
- Moderadamente Verdadeiro
- Moderadamente Falso
- Falso

10. Tenho tendência a manipular os outros de forma a conseguir aquilo que pretendo. *

- Verdadeiro
- Moderadamente Verdadeiro
- Moderadamente Falso
- Falso

11. Já elogiei outras pessoas de forma a conseguir aquilo que pretendo. *

- Verdadeiro
- Moderadamente Verdadeiro
- Moderadamente Falso
- Falso

12. Tendo a explorar os outros para obter aquilo que pretendo. *

- Verdadeiro
- Moderadamente Verdadeiro
- Moderadamente Falso
- Falso

Questionário

*Obrigatório

Parte 2

Instrução: Abaixo irá ler um conjunto de afirmações que as pessoas podem fazer para se descrever. Em que medida concorda com cada uma das frases relativamente à sua personalidade? Por favor responda utilizando as categorias abaixo.

1- Discordo fortemente; 2 – Discordo um bocado; 3- Nem concordo nem discordo; 4- Concordo um bocado; 5- Concordo fortemente)

1. Eu vejo-me como uma pessoa que é reservada. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Eu vejo-me como uma pessoa que é geralmente de confiar. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Eu vejo-me como uma pessoa que tende a ser preguiçosa. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Eu vejo-me como uma pessoa que é relaxada, lida bem com o stress. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Eu vejo-me como uma pessoa que tem poucos interesses artísticos. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Eu vejo-me como uma pessoa que é extrovertida, sociável. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Vejo-me como uma pessoa que tende a encontrar defeitos nos outros. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Vejo-me como uma pessoa que faz um trabalho minucioso. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Vejo-me como uma pessoa que fica nervosa facilmente. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Vejo-me como uma pessoa que tem uma imaginação ativa. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Questionário

*Obrigatório

Parte 3

Nesta secção são apresentados alguns comportamentos que por vezes ocorrem no ecossistema das startups. São comportamentos que algumas pessoas consideram incorrectos, mas que para outras são normais no meio. Numa escala de 1 a 5, em que 1 significa que o comportamento é completamente inaceitável, 3 significa que não é nem aceitável nem inaceitável, e 5 significa que o comportamento é completamente aceitável, classifique cada um dos comportamentos. Lembre-se: não há respostas certas ou erradas e que apenas estamos interessados em perceber a sua opinião.

1. Nas negociações para uma ronda, dizer a um investidor que já se tem outros interessados quando "isso não é bem verdade". *

1 2 3 4 5

Completamente inaceitável Completamente aceitável

2. Orçamentar projeto acima das necessidades, para se captar mais investimento. *

1 2 3 4 5

Completamente inaceitável Completamente aceitável

3. Dizer a um possível investidor que já se contratou uma pessoa essencial para o projeto antes do contrato estar completamente fechado. *

1 2 3 4 5

Completamente inaceitável Completamente aceitável

4. Exagerar o interesse do mercado pelo nosso produto durante o pitch aos investidores. *

1 2 3 4 5

Completamente inaceitável Completamente aceitável

5. Fazer projeções de vendas demasiado otimistas. *

1 2 3 4 5

Completamente inaceitável Completamente aceitável

6. Dizer a um investidor que um produto está em protótipo quando ainda não está realmente. *

1 2 3 4 5

Completamente inaceitável Completamente aceitável

7. Fazer bluff junto de investidores, para provocar o "fear of missing out". *

1 2 3 4 5

Completamente inaceitável Completamente aceitável

8. Fazer despesas que não são "realmente necessárias" após captar investimento. *

1 2 3 4 5

Completamente inaceitável Completamente aceitável

9. Dizer que já há clientes interessados em comprar quando eles apenas disseram que o projeto "era interessante". *

1 2 3 4 5

Completamente inaceitável Completamente aceitável

10. Tirar um salário chorudo após investimento. *

1 2 3 4 5

Completamente inaceitável Completamente aceitável

Questionário

Obrigada pela tua participação!

ANTERIOR

SUBMETER

Nunca envie palavras-passe através dos Google Forms.

ANEXO II – Questionário passado à segunda amostra (versão online)

Nota: A versão presencial contempla exatamente as mesmas questões na mesma ordem.

Este questionário foi desenvolvido no âmbito de uma investigação acerca do empreendedorismo e das características dos empreendedores e demora sensivelmente 10 minutos a preencher.

A sua colaboração é muito importante para o projeto. Apelamos à máxima sinceridade nas suas respostas. Todos os dados recolhidos são anónimos e confidenciais e serão utilizados exclusivamente para fins de investigação científica. A sua participação é voluntária e, portanto, pode abandonar o estudo a qualquer momento.

Se surgir alguma dúvida, envie-nos um e-mail para

palmeida@direito.up.pt ou
angela.m.r.peixoto@gmail.com.

Desde já, muito obrigada pela tua participação!

Começar

carrega em ENTER

1 → Declaro que fui informado/a sobre o estudo, e os investigadores deram-me a oportunidade de clarificar quaisquer possíveis dúvidas que tivesse. Entendo que as minhas respostas serão anónimas e confidenciais, e ainda que posso abandonar o estudo a qualquer momento.

Assim, consinto que as minhas respostas sejam analisadas para fins científicos. *

A De acordo

2 → Sexo *

A Feminino

B Masculino

3 → Idade *

Responde aqui...

4 → Nível de Escolaridade *

A Ensino Básico (9º ano)

B Ensino Secundário (12º ano)

C Licenciatura, Mestrado ou Doutoramento

D Outro

5 → É (ou já foi) founder/co-founder numa startup?

S Sim

N Não

Este questionário contém afirmações que diferentes pessoas poderiam usar para se descreverem a si próprias. Cada afirmação é seguida por 4 opções: verdadeiro, moderadamente verdadeiro, moderadamente falso, falso. Para cada afirmação, assinale a opção que melhor o/a descreve. Não existem respostas correctas ou erradas; seleccione apenas a que melhor o/a descreve.

Continuar

carrega em ENTER

6 → 1. Tendo a querer que os outros me admirem. *

A Verdadeiro

B Moderadamente Verdadeiro

C Moderadamente Falso

D Falso

7 → 2. Tendo a querer que os outros me prestem atenção. *

A Verdadeiro

B Moderadamente Verdadeiro

C Moderadamente Falso

D Falso

8 → 3. Tendo a esperar favores especiais das outras pessoas. *

A Verdadeiro

B Moderadamente Verdadeiro

C Moderadamente Falso

D Falso

9 → 4. Tenho tendência a procurar prestígio ou estatuto. *

A Verdadeiro

B Moderadamente Verdadeiro

C Moderadamente Falso

D Falso

10 → 5. Tenho tendência a não sentir remorsos. *

A Verdadeiro

B Moderadamente Verdadeiro

C Moderadamente Falso

D Falso

11 → 6. Tenho tendência a ser frio e insensível. *

A Verdadeiro

B Moderadamente Verdadeiro

C Moderadamente Falso

D Falso

12 → 7. Tendo a não me preocupar demasiado com a moralidade ou a moralidade das minhas ações. *

A Verdadeiro

B Moderadamente Verdadeiro

C Moderadamente Falso

D Falso

13 → 8. Tenho tendência a ser cínico. *

A Verdadeiro

B Moderadamente Verdadeiro

C Moderadamente Falso

D Falso

14 → 9. Já enganei ou menti de forma a obter aquilo que pretendo. *

A Verdadeiro

B Moderadamente Verdadeiro

C Moderadamente Falso

D Falso

15 → 10. Tenho tendência a manipular os outros de forma a conseguir aquilo que pretendo. *

A Verdadeiro

B Moderadamente Verdadeiro

C Moderadamente Falso

D Falso

16 → 11. Já elogiei outras pessoas de forma a conseguir aquilo que pretendo. *

A Verdadeiro

B Moderadamente Verdadeiro

C Moderadamente Falso

D Falso

17 → 12. Tendo a explorar os outros para obter aquilo que pretendo. *

A Verdadeiro

B Moderadamente Verdadeiro

C Moderadamente Falso

D Falso

Agora vai ler um conjunto de afirmações que as pessoas podem usar para se descrever. Em que medida concorda com cada uma das frases relativamente à sua personalidade? Por favor, responda com a máxima sinceridade.

Continuar

carrega em ENTER

18 → 1. Raramente estou triste ou deprimido *

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Não concordo nem discordo			Concordo Fortemente

19 → Sou uma pessoa alegre e bem disposta *

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Não concordo nem discordo			Concordo Fortemente

20 → A poesia pouco ou nada me diz *

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Não concordo nem discordo			Concordo Fortemente

21 → Tendo a pensar o melhor das pessoas *

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Não concordo nem discordo			Concordo Fortemente

22 → Sou eficiente e eficaz no meu trabalho *

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Não concordo nem discordo			Concordo Fortemente

23 → Sinto-me, muitas vezes, desamparado/a, desejando que alguém resolva os meus problemas por mim *

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Não concordo nem discordo			Concordo Fortemente

24 → Muitas vezes sinto-me a rebentar de energia *

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Não concordo nem discordo			Concordo Fortemente

25 → Às vezes ao ler poesia ou ver uma obra de sinto um arrepio ou uma onda de emoção *

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Não concordo nem discordo			Concordo Fortemente

26 → A minha primeira reação é confiar nas pessoas *

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Não concordo nem discordo			Concordo Fortemente

27 → Sou uma pessoa muito competente *

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Não concordo nem discordo			Concordo Fortemente

28 → Raramente me sinto só ou abatido *

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Não concordo nem discordo			Concordo Fortemente

29 → Sou uma pessoa muito ativa *

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Não concordo nem discordo			Concordo Fortemente

30 → Acho as decisões filosóficas aborrecidas *

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Não concordo nem discordo			Concordo Fortemente

31 → Algumas pessoas consideram-me frio/a e calculista *

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Não concordo nem discordo			Concordo Fortemente

32 → Esforço-me por ser excelente em tudo o que faço *

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Não concordo nem discordo			Concordo Fortemente

33 → Houve alturas em que experimentei ressentimento e amargura *

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Não concordo nem discordo			Concordo Fortemente

34 → Sou dominador/a, cheio/a de força e combativo/a *

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Não concordo nem discordo			Concordo Fortemente

35 → Não dou grande importância às coisas da arte e da beleza *

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Não concordo nem discordo			Concordo Fortemente

36 → Tendo a ser descrente ou a duvidar das boas intenções dos outros *

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Não concordo nem discordo			Concordo Fortemente

37 → Sou uma pessoa aplicada, conseguindo sempre realizar o meu trabalho *

1	2	3	4	5
Discordo Fortemente	Não concordo nem discordo			Concordo Fortemente

Nesta secção são apresentados alguns comportamentos que por vezes ocorrem no ecossistema das startups. São comportamentos que algumas pessoas consideram incorrectos, mas que para outras são normais no meio. Numa escala de 1 a 5, em que 1 significa que o comportamento é completamente inaceitável, 3 significa que não é nem aceitável nem inaceitável, e 5 significa que o comportamento é completamente aceitável, classifique cada um dos comportamentos. Lembre-se: não há respostas certas ou erradas e que apenas estamos interessados em perceber a sua opinião.

Continuar

carrega em ENTER

38 → 1. Nas negociações para uma ronda, dizer a um investidor que já se tem outros interessados quando "isso não é bem verdade". *

1	2	3	4	5
Completamente Inaceitável	Nem aceitável nem inaceitável		Completamente Aceitável	

39 → 2. Orçamentar projeto acima das necessidades, para se captar mais investimento. *

1	2	3	4	5
Completamente Inaceitável	Nem aceitável nem inaceitável		Completamente Aceitável	

40 → 3. Dizer a um possível investidor que já se contratou uma pessoa essencial para o projeto antes do contrato estar completamente fechado. *

1	2	3	4	5
Completamente Inaceitável	Nem aceitável nem inaceitável		Completamente Aceitável	

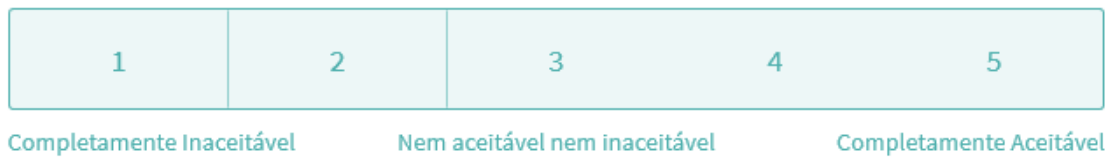
41 → 4. Exagerar o interesse do mercado pelo nosso produto durante o pitch aos investidores. *

1	2	3	4	5
Completamente Inaceitável	Nem aceitável nem inaceitável		Completamente Aceitável	

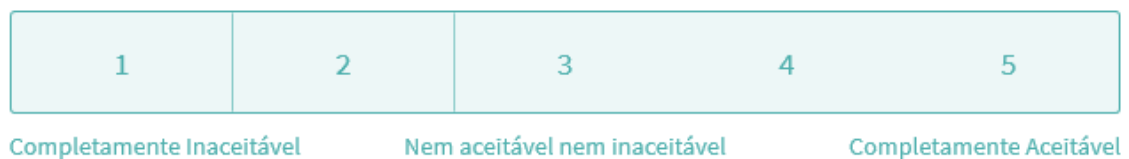
42 → 5. Fazer projeções de vendas demasiado otimistas. *

1	2	3	4	5
Completamente Inaceitável	Nem aceitável nem inaceitável		Completamente Aceitável	

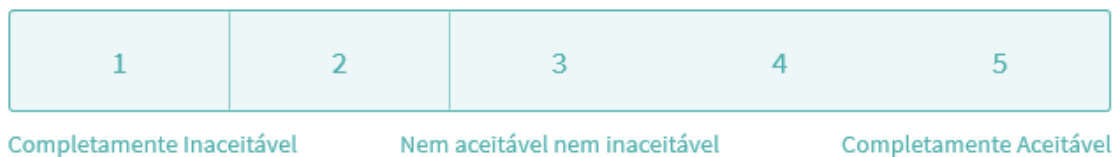
43 → 6. Dizer a um investidor que um produto está em protótipo quando ainda não está realmente. *



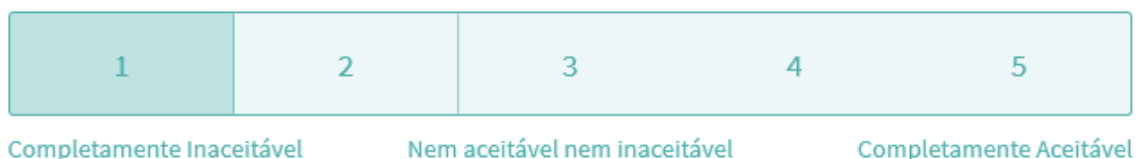
44 → 7. Fazer bluff junto de investidores, para provocar o "fear of missing out". *



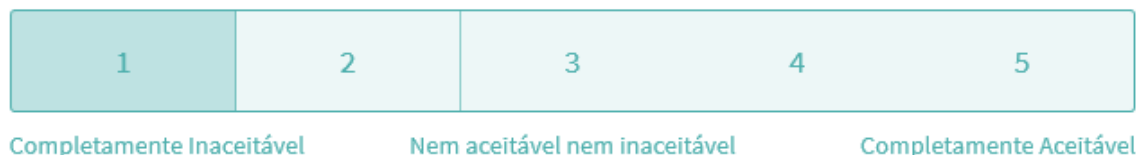
45 → 8. Fazer despesas que não são "realmente necessárias" após captar investimento. *



46 → 9. Dizer que já há clientes interessados em comprar quando eles apenas disseram que o projeto "era interessante". *



47 → 10. Tirar um salário chorudo após investimento. *



Esta é a última secção. Vamos perguntar-te sobre as criptomoedas. São perguntas de Sim ou Não. Responde com a maior sinceridade.

Ok!

carrega em ENTER

48 → Sei o que é a tecnologia blockchain. *

S Sim

N Não

49 → Tenho vontade de iniciar um projeto baseado em blockchain. *

S Sim

N Não

50 → Tenho parte do meu dinheiro em bitcoin. *

S Sim

N Não

51 → Se tem investimento em criptocurrencies, quantos tipos de currencies (bitcoin, ether, litecoin...) tem?

Responde aqui...

52 → Já investi num Initial Coin Offering (ICO). *

Sim

Não

53 → Já considerei fazer uma Initial Coin Offering (ICO) com a minha empresa (ou outra) *

Sim

Não

“ Muito obrigada pela tua participação!

Ora essa!

carrega em ENTER