



**V SINGEP**

**Simposio Internacional de Gest3o de Projetos, Inova3o e Sustentabilidade**  
**International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability**

ISSN: 2317 - 8302

## **An3lise do comportamento inovador e perfil empreendedor dos alunos do ensino superior**

**BIANCA A. G. GONÇALVES DE ARAÚJO**

FURB

bianca.grubert@gmail.com

**LUCIANO CASTRO DE CARVALHO**

FURB

lucicar@gmail.com



V SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade

International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability

ISSN: 2317 - 8302

## ANÁLISE DO COMPORTAMENTO INOVADOR E PERFIL EMPREENDEDOR DOS ALUNOS DO ENSINO SUPERIOR

### Resumo

Este estudo buscou descrever quais características do perfil empreendedor estão mais relacionadas ao comportamento inovador e por sua vez ao tipo de inovação. Para isso, adotou-se o método quantitativo, com tipo descritivo. Os respondentes são 89 estudantes concluintes do curso de administração de duas universidades do Sul do Brasil. A coleta de dados foi feita por meio de questionário impresso, contendo questões que representam as oito características do perfil empreendedor determinadas por Schmidt e Bohnenberger (2009), seis questões que representam o comportamento inovador geradas a partir dos estudos de Scott e Bruce (1994) e duas questões sobre tipos de inovação de elaboração dos próprios autores com base na literatura de inovação. Utilizou-se a modelagem por equações estruturais para a análise das relações entre variáveis. Os principais achados indicam que as características percebidas pelos respondentes não estão relacionadas ao comportamento inovador uma vez que os próprios respondentes não se veem como inovadores. Assim, verificou-se que a liderança e a auto eficácia estão mais ligadas a um comportamento inovador que pode gerar inovações radicais e a capacidade de planejar, de trabalhar em grupo e de detectar oportunidades estão mais relacionadas a inovação incremental.

**Palavras-chave:** Perfil empreendedor; comportamento inovador; inovação

### Abstract

This research aimed to describe what characteristics of entrepreneur profile are more related to the innovator behavior and in turn, to the type of innovation. For this, it was adopted the quantitative method and descriptive. The respondents are 89 concluding students of business administration course from two universities placed in the South of Brazil. The data collection was made by printed questionnaire, with questions that represent the eight characteristics of entrepreneur profile, created by Schmidt & Bohnenberger (2009); six question about the innovator behavior, by Scott & Bruce (1994); and two questions about types of innovation created by the authors based on innovation literature. It was used Structural Equation Modeling to test the relationship among variables. The main results indicate that the characteristics perceived by the respondents are not related to the innovator behavior, once they don't see themselves as innovators. Thus, it was verified that the leadership and the self-efficacy are more connected to an innovator behavior that may generate radical innovation and the capacity of planning, work in team and detect opportunities are more related to incremental innovation.

**Keywords:** Entrepreneur profile; innovator behavior; innovation.



## 1 Introdução

O empreendedorismo é um tema muito estudado no meio científico. Uma das vertentes do estudo do empreendedorismo é identificar quais as características que compõem o empreendedor além da característica de inovador. O fato do empreendedor ser identificado com alguém capaz de inovar, faz com que o empreendedor se diferencie do empresário. Sendo assim, as características empreendedoras podem estar diretamente ligadas ao comportamento inovador.

O comportamento inovador do empreendedor pode fazer com que ele desenvolva tipos de inovações diferentes. Dependendo das características empreendedoras, o comportamento inovador do empreendedor pode desenvolver mais inovações radicais, que são caracterizadas como inovações que criam algo totalmente novo. Ou pode desenvolver inovações incrementais, que realizam melhorias em produtos existentes sem que a essência do produto seja alterada.

Para descrever as características do perfil empreendedor, os estudos para este artigo tiveram como base as características identificadas nos estudos de Schmidt & Bohnenberger (2009). Os autores identificam como sendo características do perfil empreendedor a liderança, persistência, auto eficácia, inovação, relacionamento social, coragem para assumir riscos e facilidade em detectar oportunidades.

O comportamento inovador pode ser influenciado por vários fatores, como a cultura e o clima organizacional e estilo de liderança. Este descrever qual perfil empreendedor está mais relacionado ao comportamento inovador e por sua vez ao tipo de inovação. A análise do comportamento inovador foi baseada nos estudos realizados por Scott & Bruce (1994) que apresenta seis questões relacionadas ao comportamento inovador demonstrado no local de trabalho.

O presente artigo apresenta-se estruturado em seis capítulos. O capítulo a seguir refere-se à revisão da literatura relacionada aos conceitos que definem o empreendedor bem como as características que definem o perfil empreendedor, o comportamento inovador e os tipos de inovação que podem resultar do comportamento inovador, se uma inovação radical ou uma inovação incremental. No terceiro capítulo é apresentada a metodologia utilizada e em seguida são apresentados como foi feita a análise dos dados, os resultados encontrados bem como considerações finais.

## 2 Revisão da Literatura

Nesta seção serão apresentados os principais tópicos que serão utilizados para esclarecimento dos conceitos e métricas utilizados neste estudo. Assim, esta seção abrange o perfil empreendedor, o comportamento inovador e os tipos de inovação.

### 2.1 Perfil empreendedor

A questão empreendedorismo vem sendo estudada há muitos anos. O processo para formação do conceito de empreendedor levou alguns séculos. O primeiro conceito que se tinha de empreendedor foi criado no século XII por Vérin, que estudou o desenvolvimento do termo *entrepreneur* ao longo da história. Na época Vérin identificou o empreendedor como uma pessoa que instigava os conflitos. Ao final do século XVII e no início do século XVIII, o termo empreendedor era utilizado para caracterizar pessoas que compravam matéria prima, transformavam e vendiam para outras pessoas. Com o passar dos anos, o conceito de



empreendedor foi evoluindo e assim, se chegou ao conceito de empreendedor conhecido no século XXI (Luis Jacques Filion, 1999).

Entretanto os estudos sobre o empreendedor tiveram seus primeiros registros por volta dos anos de 1700 por Cantillon, que referenciava o empreendedor como um tomador de decisões racional. Além de ser um tomador de decisões o empreendedor é identificado como criador e desenvolvedor de algo que não foi pensado por ninguém anteriormente. Em razão deste pensamento diferenciado, o empreendedor pode ser considerado um inovador (Carland, Hoy, & Carland, 1988; Gedik, Miman, & Kesici, 2015).

Além de ser inovador, os empreendedores possuem características individuais que permite identificar grupos de empreendedores com características em comum. A identificação das características permite compreender quais as razões dos empreendedores abrirem novos empreendimentos. No entanto cada área de estudo tende a identificar características condizentes com a área (Lopes & Souza, 2005; Tang, Tang, & Lohrke, 2008).

Com isso a definição de empreendedor pode variar. Para os economistas, como Schumpeter, ser empreendedor está diretamente relacionado com o desenvolvimento da inovação. Já para os comportamentalistas o empreendedor é aquele que é criativo e persistente, integro com características de liderança. No entanto os engenheiros tem a visão de que os empreendedores são aqueles que demonstram alta capacidade de coordenação e distribuição de atividades (Luis Jacques Filion, 1999).

Outra área que apresenta uma definição específica para empreendedor são os especialistas em finanças que atribuem ao empreendedor à característica de calculadores de riscos. Para os especialistas em gerenciamento o empreendedor é capaz de organizar e utilizar os recursos de forma a trazer resultado para seu empreendimento. E por fim os especialistas em marketing veem o empreendedor como aquele que consegue vislumbrar oportunidades e com isso se destaca entre os demais além de sempre estar voltado a atender as necessidades do consumidor (Santandreu-Mascarell, Garzon, & Knorr, 2013).

Filion (1999) destaca ainda que os empreendedores podem ser caracterizados como aqueles que tomam decisões arriscadas, apresentam um alto nível de criatividade, são inovadores, e desenvolvem seus objetivos e tem a capacidade de transformar suas visões em realidade. É consciente do ambiente em que atua, possibilitando-o enxergar as oportunidades permitindo estar em processo de aprendizagem contínua.

Percebe-se que existem inúmeras definições para o empreendedor. Em seus estudos Carland, Hoy & Carland (1998) perceberam que os empreendedores foram caracterizados por traços de personalidades e preferencias comportamentais totalmente diferentes. Essas várias definições e tipologias de empreendedor permitem que se possam analisar tanto os empreendedores quanto os negócios dos quais são responsáveis (Tang et al., 2008).

O reflexo de tantas características que definem o empreendedor é a forma diferenciada que cada empreendedor encontrará de atuar no mercado. Seja em novo processo de produção de um produto ou até mesmo na elaboração de um novo produto. O que o torna diferente são suas características específicas que irão refletir em seu perfil de empreendedor (Luis Jacques Filion, 2000).

Existem várias características que definem o empreendedor. Em sua pesquisa Schmidt & Bohnenberger (2009) identificam oito características que formam diferentes perfis empreendedores. Uma das características abordada pelos autores é a características de a auto eficácia. Esta característica corresponde à capacidade do empreendedor em mobilizar recursos para ao alcance dos objetivos. Os empreendedores que apresentam a característica de auto eficácia tendem a escolher situações ondem possam ter o total controle da situação (Chen, Greene, & Crick, 1998).



A assunção de riscos por parte do empreendedor também faz parte das oito características citadas por Schmidt & Bohnenberger (2009). A assunção de risco é capaz de distinguir os empreendedores de sucesso dos demais (Santandreu-Mascarell et al., 2013). O empreendedor deve avaliar o que pode influenciar nos resultados esperados. Para isso pode tomar como exemplo outros empreendimentos que não obtiveram sucessos e analisar o que pode ser feito para que o novo empreendimento não tome o mesmo caminho (Dvir, Sadeh, & Malach-Pines, 2010; Gedik et al., 2015).

Outra característica abordada neste estudo é a característica planejadora do empreendedor. O empreendedor deve planejar de forma ampla seu novo negócio, envolvendo todos os setores, incluindo setor financeiro, marketing, vendas, recursos humanos. É necessário planejar detalhadamente o que será preciso fazer para que o objetivo seja alcançado, tendo em vista o futuro da organização (Gedik et al., 2015; Schmidt & Bohnenberger, 2009).

Já a característica de detectar as oportunidades como citado no início deste estudo, corresponde ao fazer uso de todos os recursos e informações possíveis que estão dispostos de forma implícita. Ou seja, identificar o que ainda não foi feito e que possa vir a ser um sucesso. Este fator, na visão dos especialistas da área de *marketing*, é o fator que fará com que o empreendedor se diferencie dos demais (Luis Jacques Fillion, 1999; Santandreu-Mascarell et al., 2013; Schmidt & Bohnenberger, 2009).

A persistência é mais uma das características citada por Schmidt & Bohnenberger, (2009). Ser persistente consiste em trabalhar de forma intensa para a realização do projeto, mesmo que possa não dar certo. O nível de persistência do empreendedor em desenvolver um novo negócio pode chegar ao ponto da vida social ficar em segundo plano (Santandreu-Mascarell et al., 2013).

Mesmo com a necessidade do empreendedor ser persistente na realização de um novo empreendimento, é necessário que as relações sociais não sejam abaladas. O sucesso de um novo empreendimento depende do relacionamento com as pessoas, sejam elas funcionários, fornecedores ou clientes. Sendo assim o empreendedor deve ter a habilidade de manter relações interpessoais positivas com todas as pessoas que são fundamentais para o sucesso do negócio (Gedik et al., 2015; Schmidt & Bohnenberger, 2009).

Quando mencionado a figura do empreendedor, a ideia inicial é um ser inovador. O ser inovador é uma das características que diferencia o empreendedor do empresário. O empreendedor é capaz de relacionar as ideias e demandas de mercado para a criação de algo novo que satisfaça o cliente, ou seja, algo pelo qual o cliente espera e que ninguém ainda havia criado antes (Luis Jacques. Fillion, 2000; Schmidt & Bohnenberger, 2009).

E a última característica mencionada por Schmidt & Bohnenberger, (2009) refere-se à liderança. O líder é o indivíduo capaz de influenciar as demais pessoas por meio de uma ideia. O empreendedor deve ter a habilidade de inspirar a equipe por meio da liderança (Luis Jacques. Fillion, 2000; Gedik et al., 2015).

Além dos autores Schmidt & Bohnenberger, (2009) realizarem seus estudos a fim de traçar o perfil do empreendedor, outros autores buscaram desenvolver métodos pelos quais pudessem ser traçados o perfil do empreendedor por meio de suas características como Tang, Tang e Lohrke (2008), Lopes; Souza, (2005), Dvir; Sadeh; Malach-Pines, (2010). No entanto a maioria dos artigos encontrados nesta área tem como objetivo identificar as características empreendedoras e não o perfil.

## 2.2 Comportamento inovador



O processo de inovação se inicia com pessoas, que sentem a necessidade de aproveitar uma nova oportunidade. Essas pessoas que têm a capacidade de identificar oportunidades e a partir de então inovar, na maioria das vezes são denominadas empreendedoras. Sendo assim a inovação surge pelo reconhecimento de uma oportunidade (Kanter, 1996).

O comportamento inovador inclui o reconhecimento do problema, geração de ideia para solucionar o problema, disseminação e implementação de ideias inovadoras, em vez de simplesmente gerar uma nova ideia sem sua implementação (Liu, Ge, & Peng, 2016; Scott & Bruce, 1994). Sendo assim o comportamento inovador são todas as ações correspondentes a uma nova ideia que seja dirigida ou aplicada que venham trazer algum benefício em qualquer nível da organização. Essas ideias podem ser um novo produto ou processo ou até mesmo novidades tecnológicas que visam melhorar a relação de trabalho. (Kleysen & Street, 2001)

Sendo assim o comportamento inovador pode ser identificado dentro de um processo de solução de problema que envolve várias etapas. Neste processo o indivíduo gera ideias e soluções novas. Após ter essas ideias, o foco passa a ser na consolidação das ideias, para isso o indivíduo produz um protótipo aplicável para uso e benefício dentro da organização (Carmeli, Meitar, & Weisberg, 2006).

Alguns fatores podem influenciar de forma positiva o comportamento inovador dentro das organizações, como também existem fatores que podem refletir de forma negativa no comportamento inovador. Entre os fatores que exercem maiores influencias estão o clima e cultura organizacional, liderança, o fluxo das informações e trabalho em equipe (SCOTT & BRUCE, 1994; (Bammens, 2016; Cingöz & Akdoğan, 2011; Lai, Lui, & Tsang, 2016; Li & Hsu, 2016; Taghipour & Dezfuli, 2013; Taştan, 2013; Vinarski-Peretz, Binyamin, & Carmeli, 2011).

Dentro do fator clima e cultura organizacional encontra-se a motivação para a geração de novas ideias. A motivação do funcionário pode ser influenciada pelo clima organizacional, afetando a eficácia do comportamento inovador do funcionário. A cultura organizacional pode criar um compromisso com o funcionário da organização, fazendo com que ele acredite que a inovação é um valor organizacional (Taghipour & Dezfuli, 2013). No entanto, o clima e a cultura podem influenciar de forma mais impactante quando relacionado ao comportamento inovador individual (Scott & Bruce, 1994).

O clima organizacional afeta positivamente o comportamento inovador. Porém, isso só é possível quando o clima organizacional é um clima participativo. Para ter um clima participativo é preciso apoio sócio político, um ambiente de trabalho com espaço para participação de todos e oferta de recursos necessários para a realização das atividades. Além de disponibilizar acesso livre às informações que podem auxiliar no dia a dia do funcionário (Carmeli et al., 2006; Taştan, 2013).

Outro fator que influencia o comportamento inovador são as relações de trabalho entre líder e subordinado. A qualidade do relacionamento do líder com seus liderados, pode afetar tanto de forma positiva quanto de forma negativa o comportamento inovador. No entanto, a padronização do trabalho afeta de forma negativa este comportamento (Carmeli et al., 2006; Luoh, Tsaour, & Tang, 2014; Scott & Bruce, 1994).

A transferência de conhecimento dentro das organizações e entre as organizações também afeta o comportamento inovador. Quando o fluxo de conhecimento acontece dentro das organizações de forma equilibrada, o efeito sobre o comportamento inovador acontece de forma imediata e com isso o nível do comportamento inovador se eleva (Lai et al., 2016).

O trabalho em equipe é um dos fatores que não se pode comprovar grande influencia no comportamento inovador (Scott & Bruce, 1994). No entanto, o comportamento inovador individual estabelece a base para a inovação dentro da organização, mesmo que este comportamento apresente-se individualmente (Li & Hsu, 2016). Sendo assim, os funcionários



engajados no trabalho são aqueles os mais propensos a desenvolver um comportamento inovador (Park, Song, Yoon, & Kim, 2013).

### 2.3 Inovação radical e incremental

A inovação pode acontecer de várias formas, em algum produto ou processo, em marketing, na tecnologia. No entanto, mesmo dentro das várias formas onde a inovação pode se ocorrer, ela pode ser classificadas como uma inovação radical ou incremental (Koberg, Detienne, & Heppard, 2003). Como foco para este estudo buscou-se investigar se o perfil empreendedor e o comportamento inovador influenciam no desenvolvimento da inovação radical ou tendem a desenvolver mais a inovação incremental, de acordo com as características de cara perfil.

A inovação radical é identificada como o estilo de inovação que dá origem a algo totalmente novo e diferente do que já existe. Essas mudanças podem ser de ordem tecnológica por exemplo. É caracterizada por serem mudanças pioneiras e que geram grandes impactos no mercado, com a possibilidade de transformação no mercado onde foi inserido (Green, Agarwal, & Logue, 2015; Koberg et al., 2003; Valle & Vázquez-Bustelo, 2009).

Além de ser considerada uma inovação de alto impacto, a inovação radical envolve elementos de alto risco, pois existe um alto grau de complexidade no que diz respeito ao desenvolvimento de novos produtos, com elementos indefinidos para a empresa que a produz (Valle & Vázquez-Bustelo, 2009). Para que de fato a inovação radical aconteça é necessária a aquisição de novos conhecimentos para o desenvolvimento de novos produtos que possam alcançar novos clientes. Com isso a empresa poderá encontrar novas oportunidades de mercado (Sheng & Chien, 2016).

Já a inovação incremental busca realizar melhorias nos produtos existentes não mudando a sua essência, ao contrário da inovação radical. Sendo assim a inovação incremental é caracterizada como uma inovação de sustentação (Green et al., 2015). Essas melhorias podem ser de *desing* do produto ou em algum processo que permite atender um determinado segmento de mercado. Sendo assim é considerada uma inovação de baixo impacto, onde normalmente mercado alvo já é conhecido (Koberg et al., 2003; Valle & Vázquez-Bustelo, 2009).

Para a realização da inovação incremental, geralmente a tecnologia utilizada bem como os processos produtivos envolvidos já são conhecidos, tornando assim os projetos para esse tipo de inovação relativamente simples. Assim também são utilizados os conhecimentos experiências e capacidades que a empresa já domina (Valle & Vázquez-Bustelo, 2009). A inovação incremental pode melhorar o domínio que a empresa tem no mercado existente, atendendo as necessidades dos clientes deste mercado (Green et al., 2015).

### 3 Metodologia

Para obter as informações necessárias para a realização deste estudo foi realizado uma pesquisa utilizando o método *survey*. Este método refere-se à coleta de dados primários coletados a partir do indivíduo. Ou seja, as respostas foram obtidas diretamente com os participantes da pesquisa (Hair, Babin, Money, & Samouel, 2005). A pesquisa foi realizada com acadêmicos do ensino superior do curso de administração de duas universidades do Sul país. No entanto a única exigência para responder é pesquisa é que o acadêmico estivesse atuando no mercado de trabalho.

O tipo de pesquisa utilizado foi a pesquisa descritiva que segundo Hair, et al., (2005) consistem em planos estruturados e criados com o objetivo de medir as características que



possam ser descritas em uma questão de pesquisa. Sendo assim neste artigo a pesquisa descritiva busca descrever as características do perfil empreendedor que influenciam o comportamento inovador.

O questionário para a realização compreende o método quantitativo, com perguntas fechadas. Para as questões relacionadas ao perfil empreendedor foram tomadas como base as características da atitude empreendedora identificada por Schmidt & Bohnenberger (2009). Os autores em seus estudos identificaram oito características que definem o perfil empreendedor. Com base nessas características foram elaboradas as questões para caracterizam o perfil empreendedor dos acadêmicos que atuam no mercado de trabalho.

Para identificar o comportamento inovador, as questões elaboradas para esta finalidade foram feitas com base nos indicadores identificados por Scott & Bruce (1994). Os autores identificaram seis indicadores que podem medir o comportamento inovador dos funcionários, sendo assim com base nesses indicadores foram elaboradas seis questões a fim de identificar o comportamento inovador dos acadêmicos.

Para finalizar o questionário e para que se possa alcançar o objetivo desta pesquisa forma incluídas duas questões com o objetivo de identificar qual tipo de inovação os acadêmicos tendem a desenvolver mais, se uma inovação incremental ou se uma inovação radical. Sendo assim o questionário para esta pesquisa conta com oito questões relacionadas ao perfil empreendedor, seis questões que buscam identificar o comportamento inovador e duas questões com o objetivo de identificar os tipos de inovação que os acadêmicos atuantes no mercado de trabalho tendem a desenvolver. Totalizando dezesseis questões.

Os dados foram coletados por meio de aplicação do questionário de forma física, distribuindo o questionário em sala de aula diretamente aos alunos. Ao final do período estabelecido para pesquisa o número de respondentes foi de 89 acadêmicos. A forma de coleta de dados para a realização da pesquisa aconteceu no formato transversal. Este formato corresponde a coleta de dados realizada em um determinado período de tempo, realizado com a coleta e dados em uma única vez (Hair et al., 2005).

A análise dos dados foi feito por meio de Modelagem de Equação Estrutural com o *software* SMART PLS, utilizado especificamente para amostras pequenas (Ringle, Silva, & Bido, 2014). Esta análise levou em consideração o coeficiente das equações (R), a significância (*p-value*) e o coeficiente de determinação ( $R^2$ ). Não foram realizados testes de uni dimensionalidade, alfa de Cronbach e confiabilidade composta uma vez que utilizou-se variáveis ao invés de dimensões neste estudo.

#### 4 Resultados

Inicialmente foi feita a análise descritiva dos dados no intuito de verificar o perfil da amostra e as medidas de tendências centrais e dispersão dos dados das características do perfil empreendedor, do comportamento inovador e dos tipos de inovação.

Quanto ao perfil da amostra, verificou-se que 68,5% dos respondentes possuem idade entre 18 e 23 anos, 27% entre 24 e 29 anos, 1,1% entre 36 e 41 anos e 3,4% com 42 anos de idade ou mais. Não houve respondentes com idades entre 30 e 35 anos. Em relação ao gênero, 36% são do gênero feminino e 64% do gênero masculino. Todos os respondentes são estudantes de Administração e todos possuem vínculo empregatício.

A análise descritiva das características do perfil empreendedor, comportamento inovador e tipo de inovação seguem na Tabela 1.

**Tabela 1 – Análise descritiva das variáveis em estudo**

Grupos	Variáveis	Média	Desvio	Assimetria	Curtose
--------	-----------	-------	--------	------------	---------



			Padrão		
Características do perfil Empreendedor	Persistência	2,584	1,1059	,323	-,475
	Assumir Riscos	3,056	,8965	-,209	-,608
	Liderança	3,011	1,1230	-,072	-,877
	Inovador	3,551	,9887	-,288	-,341
	Detecta Oportunidades	3,629	,9814	-,592	,225
	Planejador	3,562	1,0108	-,375	-,148
	Auto eficaz	2,910	1,0185	,118	-,308
	Sociável	3,966	,9348	-,530	-,628
Comportamento Inovador	Busca de novas tecnologias	3,180	1,3018	-,058	-,975
	Ideias criativas	3,416	,8766	-,099	-,226
	Motivação para criação	3,551	1,2704	-,524	-,816
	Fornece recursos	2,528	1,1783	,400	-,476
	Liberdade para expressar ideias	3,461	1,2528	-,405	-,875
	Comportamento inovador	3,000	,8118	-,130	-,473
Tipo de Inovação	Inovação Incremental	3,438	1,0761	-,340	-,255
	Inovação Radical	2,820	1,1635	,404	-,674

Fonte: dados da pesquisa

Observa-se, por meio da Tabela 1, que as características do perfil empreendedor que mais se destacam na amostra estudada são: a sociabilidade, representada pela preferência em trabalho em grupo para aumentar as chances de sucesso de um projeto e pela necessidade de manter o relacionamento com pessoas importantes para a realização do projeto; a capacidade de detectar oportunidades em cenários de mudança, utilizando os recursos disponíveis de forma implícita e pouco explorados e a capacidade de planejar que realiza o planejamento com a visão geral da organização e determina o que deve ser feito para alcançar os objetivos organizacionais tendo em vista o futuro (Gedik et al., 2015; Santandreu-Mascarell et al., 2013; Schmidt & Bohnenberger, 2009). Apesar destas características, os respondentes não se percebem auto eficazes, ou seja, não se percebem mobilizando os demais colegas de trabalho para geração de novos projetos.

Em relação ao comportamento inovador, verificou-se que os respondentes se identificam como geradores de ideias criativas e são motivados para criação, mas mesmo assim, não se veem como geradores de recursos de inovação ou com comportamento inovador. Pode-se observar que os respondentes se identificam como inovadores incrementais, pois estão mais inclinados a melhorar os processos existentes ao invés de criar um totalmente novo. (Green et al., 2015).

Embora não se possa traçar qualquer tipo de influência ou relação entre as variáveis por meio da análise descritiva, parece que há uma subestimação dos respondentes quanto ao próprio perfil empreendedor e inovador. Esta afirmativa se baseia no fato de que apesar de gerarem ideias, serem motivados para a criação, valorizarem o trabalho em equipe e detectarem oportunidades, essas características não são percebidas pelos respondentes como um comportamento inovador ou como empreendedores para geração de novos projetos.

Em termos estatísticos, verifica-se que as variáveis em estudo possuem distribuição normal, uma vez que os coeficientes de curtose e assimetria satisfazem os requisitos de uso da estatística paramétrica. Desta forma, procedeu-se a análise das características que influenciam o comportamento inovador, e como este influencia o tipo de inovação. Para isto,



utilizou-se a Modelagem de Equações Estruturais (MEE). Os resultados desta análise são apresentados na Tabela 2.

**Tabela 2 – Análise das relações entre variáveis.**

Variáveis	Variável Dependente	Coefficiente Padronizado - R	Sig	Coefficiente de Determinação - R <sup>2</sup>
Persistência	Comportamento Inovador	-0,064	0,512	0,467
Assumir Riscos		0,017	0,866	
Liderança		0,280	0,008	
Inovador		0,138	0,199	
Detecta Oportunidades		0,084	0,508	
Planejador		0,095	0,359	
Auto-eficaz		0,360	0,000	
Sociável		0,099	0,387	
Comportamento Inovador	Inovação Incremental	-0,127	0,219	0,016
	Inovação Radical	0,492	0,000	0,242

Fonte: Dados da pesquisa

De acordo com a Tabela 2, poucas variáveis possuem relação positiva e significativa com o comportamento inovador. Assim, verificou-se que a liderança pode influenciar em 0,280 o comportamento inovador. Neste estudo a liderança foi caracterizada como a habilidade do respondente, a partir de um objetivo próprio, de influenciar as outras pessoas a adotarem voluntariamente o seu objetivo. (Luis Jacques. Filion, 2000; Gedik et al., 2015)

Já a auto eficácia, que diz respeito à disponibilidade do respondente de estar à frente de novos projetos e de encorajar os demais membros da equipe de trabalho a desenvolverem novos projetos, pode influenciar o comportamento inovador em 0,360. Ser auto eficaz consiste na habilidade de mobilizar recursos para o alcance dos objetivos. (Chen et al., 1998)

Em acordo com a análise descritiva apresentada previamente, verifica-se que as características mais presentes nos respondentes (planejador, detecta oportunidades e sociabilidade) não possuem nenhuma influência no comportamento inovador. Isto porque os próprios respondentes não se percebem com comportamento inovador. Desta forma, para a amostra estudada, as características do perfil empreendedor que determinam o comportamento inovador estão ligadas a liderança e eficácia, que são as características não evidenciadas de forma significativa nos respondentes.

Na relação entre comportamento inovador e tipo de inovação, evidencia-se que o comportamento inovador, influenciado pela liderança e auto eficácia, é mais propenso a gerar inovações radicais. Assim, o comportamento inovador que inclui o reconhecimento do problema, para a solução do problema por meio da implantação de ideias inovadoras, pode influenciar a geração de inovação radical em 0,492. (Liu, Ge, & Peng, 2016; Scott & Bruce, 1994).

Na análise descritiva os respondentes mencionaram que estavam mais inclinados a gerar inovações incrementais do que radicais, e assim, não possuem as características que influenciam a geração de inovação radical. Isto vem ao encontro das análises apresentadas na Tabela 2, uma vez que as características que influenciam o comportamento inovador não são aquelas percebidas pelos respondentes, e desta forma, geram um tipo de inovação que não lhes é comum.



Em suma, sugere-se que a capacidade de planejamento para alcançar objetivos futuros, de detectar oportunidades em ambientes dinâmicos e de trabalhar em equipe para gerar melhores resultados estejam mais propensos a gerar inovações incrementais. Em contrapartida, a capacidade de influenciar pessoas e encorajá-las para criação de novos projetos estaria mais relacionada a geração de inovações radicais.

## 6 Considerações Finais

Este artigo buscou descrever quais características do perfil empreendedor influenciam o comportamento inovador, e assim, o tipo de inovação. Para testar estas relações foram coletados dados com acadêmicos concluintes do curso de administração de duas universidades do sul do país.

Em geral os resultados apontaram que os respondentes não se percebem com comportamento inovador apesar de serem fontes de novas ideias, de incentivarem aos demais colegas na geração de ideias e novos projetos, de saberem planejar e detectar oportunidades em ambientes dinâmicos. Na visão dos respondentes estas características estariam associadas a pequenas mudanças no ambiente de trabalho ou nos processos de produção que poderiam ser consideradas como melhorias ou inovações incrementais. Isto posto, o comportamento inovador estaria associado então às características não presentes nos respondentes, tais como a liderança e auto eficácia, que seriam relevantes na geração de inovações radicais. Estas duas características poderiam explicar o comportamento inovador em 46,7%.

Uma possível explicação seria a falta de clareza dos acadêmicos concluintes sobre o que é ser inovador ou ainda, percebem inovações como sendo apenas àquelas que envolvem alta intensidade tecnológica, não os reconhecendo neste processo.

Em termos acadêmicos este estudo visa contribuir com a construção do conhecimento acerca das características do perfil empreendedor que estariam mais relacionadas ao comportamento inovador e ao tipo de inovação. Não foram encontradas nas bases de dados pesquisas estudos que fizessem esta relação direta, reforçando assim a necessidade de estudos futuros neste sentido.

Em termos práticos, as universidades podem fazer uso destas informações para esclarecimento aos estudantes sobre o que é inovação e os tipos de inovação existentes, bem como apontar as características que embasam um comportamento inovador. Sendo assim, os estudantes teriam a oportunidade de receber uma formação que estaria mais adequada à realidade do mercado.

As limitações deste estudo recorrem no tamanho da amostra, uma vez que os resultados não são passíveis de generalizações. Assim, sugere-se que em pesquisas futuras as amostras sejam estratificadas em diferentes cursos e com quantidade significativa que possa gerar algum tipo de inferência.

## REFERÊNCIAS

- Bammens, Y. P. M. (2016). Employees' Innovative Behavior in Social Context: A Closer Examination of the Role of Organizational Care. *Journal of Product Innovation Management*, 33(3), 244-259. doi: 10.1111/jpim.12267
- Carland, J. W., Hoy, F., & Carland, J. A. C. (1988). Who is an entrepreneur? Is a question worth asking. *American Journal of Small Business*, 12(4), 33-39.
- Carmeli, A., Meitar, R., & Weisberg, J. (2006). Self-leadership skills and innovative behavior at work. *International Journal of Manpower*, 27(1), 75-90. doi: 10.1108/01437720610652853



- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3)
- Cingöz, A., & Akdoğan, A. A. (2011). An empirical examination of performance and image outcome expectation as determinants of innovative behavior in the workplace. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24, 847-853. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.099>
- Dvir, D., Sadeh, A., & Malach-Pines, A. (2010). The fit between entrepreneurs' personalities and the profile of the ventures they manage and business success: An exploratory study. *The Journal of High Technology Management Research*, 21(1), 43-51. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.hitech.2010.02.006>
- Filion, L. J. (1999). Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração de São Paulo*, 4(2), 05-28.
- Filion, L. J. (2000). Empreendedorismo e Gerenciamento: Processos Distintos, Porém Complementares. *Revista de Administração da Universidade de São Paulo*, 7(3), 2-7.
- Gedik, Ş., Miman, M., & Kesici, M. S. (2015). Characteristics and Attitudes of Entrepreneurs Towards Entrepreneurship. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1087-1096. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.153>
- Green, R., Agarwal, R., & Logue, D. (2015). Innovation A2 - Wright, James D *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition)* (pp. 145-151). Oxford: Elsevier.
- Hair, J., Joseph F., Babin, B., Money, A. H., & Samouel, P. (2005). *Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração*. Porto Alegre: Bookman.
- Kanter, R. M. (1996). Chapter 7 - When a Thousand Flowers Bloom: Structural, Collective, and Social Conditions for Innovation in Organizations A2 - Myers, Paul S *Knowledge Management and Organizational Design* (pp. 93-131). Boston: Butterworth-Heinemann.
- Kleysen, R. F., & Street, C. T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior. *Journal of Intellectual Capital*, 2(3), 284-296. doi: 10.1108/EUM0000000005660
- Koberg, C. S., Detienne, D. R., & Heppard, K. A. (2003). An empirical test of environmental, organizational, and process factors affecting incremental and radical innovation. *The Journal of High Technology Management Research*, 14(1), 21-45. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S1047-8310\(03\)00003-8](http://dx.doi.org/10.1016/S1047-8310(03)00003-8)
- Lai, J., Lui, S. S., & Tsang, E. W. K. (2016). Intrafirm Knowledge Transfer and Employee Innovative Behavior: The Role of Total and Balanced Knowledge Flows. *Journal of Product Innovation Management*, 33(1), 90-103. doi: 10.1111/jpim.12262
- Li, M., & Hsu, C. H. C. (2016). Linking customer-employee exchange and employee innovative behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 56, 87-97. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.04.015>
- Liu, Z., Ge, L., & Peng, W. (2016). How organizational tenure affects innovative behavior?: The role of culture difference and status determinants. *Nankai Business Review International*, 7(1), 99-126. doi: 10.1108/NBRI-01-2016-0001
- Lopes, G. S., & Souza, E. C. L. d. (2005). Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas. Construção de um instrumento de medida. *Revista Eletrônica de Administração*, 11, 1-21.
- Luoh, H.-F., Tsaur, S.-H., & Tang, Y.-Y. (2014). Empowering employees: job standardization and innovative behavior. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(7), 1100-1117. doi: 10.1108/IJCHM-03-2013-0153



- Park, Y. K., Song, J. H., Yoon, S. W., & Kim, J. (2013). Learning organization and innovative behavior: The mediating effect of work engagement. *European Journal of Training and Development*, 38(1/2), 75-94. doi: doi:10.1108/EJTD-04-2013-0040
- Ringle, C. M., Silva, D. d., & Bido, D. (2014). MODELAGEM DE EQUAÇÕES ESTRUTURAIS COM UTILIZAÇÃO DO SMARTPLS. *REMark – Revista Brasileira de Marketing*, 13, 56-73.
- Santandreu-Mascarell, C., Garzon, D., & Knorr, H. (2013). Entrepreneurial and innovative competences, are they the same? *Management Decision*, 51(5), 1084-1095. doi: 10.1108/MD-11-2012-0792
- Schmidt, S., & Bohnenberger, M. C. (2009). Perfil empreendedor e desempenho organizacional. *RAC*, 13(3), 450-467.
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A Path model of individual innovation in the workplace. . *The Academy of Management Journal*, 37(3), 580-617.
- Sheng, M. L., & Chien, I. (2016). Rethinking organizational learning orientation on radical and incremental innovation in high-tech firms. *Journal of Business Research*, 69(6), 2302-2308. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.12.046>
- Taghipour, A., & Dezfuli, Z. K. (2013). Innovative Behaviors: Mediate Mechanism of Job Attitudes. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 84, 1617-1621. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.07.001>
- Tang, J., Tang, Z., & Lohrke, F. T. (2008). Developing an entrepreneurial typology: The roles of entrepreneurial alertness and attributional style. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 273-294. doi: 10.1007/s11365-007-0041-4
- Taştan, S. B. (2013). The Influences of Participative Organizational Climate and Self-Leadership on Innovative Behavior and the Roles of Job Involvement and Proactive Personality: A Survey in the Context of SMEs in Izmir. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75, 407-419. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.04.045>
- Valle, S., & Vázquez-Bustelo, D. (2009). Concurrent engineering performance: Incremental versus radical innovation. *International Journal of Production Economics*, 119(1), 136-148. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijpe.2009.02.002>
- Vinarski-Peretz, H., Binyamin, G., & Carmeli, A. (2011). Subjective relational experiences and employee innovative behaviors in the workplace. *Journal of Vocational Behavior*, 78(2), 290-304. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jvb.2010.09.005>