

Atitude Empreendedora: Análise das Evidências de Validação Empírica de Medidas Nacionais e Internacionais

Pedro Afonso Cortez – cor.afonso@gmail.com

Universidade Federal de Uberlândia - UFU

Heila Magali da Silva Veiga – heila.veiga@gmail.com

Universidade Federal de Uberlândia - UFU

Área temática: Gestão da Inovação e Empreendedorismo

Resumo

A atitude empreendedora refere-se ao construto originário na literatura norte-americana composto pelos fatores necessidade de realização, auto-estima, auto-controle, inovação e realização. Este construto tem se destacado pela qualidade teórico conceitual e longa tradição de pesquisa entre os estudos voltados à mensuração das características pessoais dos empreendedores. Nesse sentido, o objetivo do trabalho foi levantar na literatura nacional e internacional medidas do construto atitude empreendedora, a fim de descrever e analisar as propriedades psicométricas das escalas elaboradas até o período recente. Para tanto, realizou-se um levantamento da literatura em língua portuguesa e inglesa entre 2000 e 2014 abrangendo os seguintes descritores: *perfil empreendedor*, *entrepreneur profile*, *entrepreneurial profile*, *atitude empreendedora*, *entrepreneurial attitude*, *entrepreneur attitude*, *características empreendedoras*, *entrepreneurial characteristics*, *entrepreneur characteristics*. No total resgataram-se quatro estudos na literatura de forma sistemática. Houve ainda a inclusão de mais um artigo, devido a opção dos autores por incluir a primeira escala proposta em língua inglesa para a mensuração de atitude empreendedora. A análise das evidências de validação empírica permitiu concluir que as escalas disponíveis na literatura nacional e internacional necessitam de aprimoramentos no que tange aos polos teóricos e empíricos. Sugere-se ainda que estudos futuros testem e apliquem as estruturas fatoriais validadas em outros países, a fim de disponibilizar na literatura nacional instrumentos com qualidade psicométrica otimizada.

Palavras-chave: Atitude Empreendedora, Perfil Empreendedor, Empreendedorismo

1. Introdução

A atitude empreendedora refere-se ao construto inserido na literatura por Robinson et al., (1991), sendo composto pelos fatores necessidade de realização, auto-estima, auto-controle, inovação e realização. Na proposição do construto Robinson et al., (1991) partiram do modelo teórico tripartite de atitudes (LINDZEY ET AL., 1998), para criar uma medida relacionada à atitude empreendedora. Especificamente sobre as medidas existentes na época de elaboração do instrumento, Robinson et al. (1991) apontam que as escalas desenvolvidas até então apresentavam níveis psicométricos insatisfatórios com baixa validade convergente entre construtos semelhantes. Como alternativa para superar essa lacuna, Robinson et al. (1991) encontraram na teoria das atitudes uma forma ótima para a compreensão as características pessoais relacionadas ao empreendedorismo.

Para Robinson et al. (1991) a utilização da teoria de atitudes aumentava a validade das medidas empregadas no estudo do empreendedorismo, uma vez que se dirigia a domínios mais específicos do tema, quando comparado aos estudos da época que utilizavam de construtos desenvolvidos para tratar de outros temas e, pela falta de construtos específicos, eram adaptados ao campo do empreendedorismo. Além disso, Robinson et al. (1991) enxergavam nas atitudes a possibilidade de superar os problemas relacionados as abordagens anteriores, devido a avanços teóricos alcançados pela teoria de atitudes. Em relação ao modelo de traços de personalidade, as atitudes se mostrariam mais eficientes, pois versariam sobre domínios específicos do empreendedorismo, aumentando o poder de explicação de particularidades cognitivas, afetivas e comportamentais do empreendedor.

Destaca-se ainda que a teorização sobre atitude empreendedora proposta por Robinson et al. (1991) recebe suporte empírico da literatura em diversos estudos realizados no decorrer do tempo (ESNARD-FLAVIUS, 2010; HATTEN & RUHLAND, 1995; LOPE PIHIE & BAGHERI, 2011) que utilizaram da medida em estudos inferenciais e obtiveram elevados índices de explicação do empreendedorismo no nível individual por meio da atitude empreendedora. Acrescenta-se ainda que para a elaboração de modelos preditivos o construto atitudinal proposto por Robinson et al. (1991) obteve maior capacidade de discriminação entre empreendedores e não-empreendedores, quando comparado aos modelos de natureza cognitiva (KRUEGER, REILLY, & CARSRUD, 2000). Nesse sentido, o objetivo da presente investigação foi levantar na literatura nacional e internacional medidas do construto atitude empreendedora, a fim de descrever e analisar as propriedades psicométricas das escalas elaboradas até o presente.

2. Método

2.1 Critérios empregados no levantamento sistemático de literatura

Para possibilitar o levantamento das medidas, o primeiro passo foi definir as palavras-chave. Dado que o principal foco de interesse do presente trabalho refere-se às características pessoais relacionadas ao empreendedorismo, com ênfase na atitude empreendedora, optou-se por elencar as seguintes palavras-chave, as quais tiveram maior ocorrência entre os estudos levantados a priori: *perfil empreendedor*, *entrepreneur profile*, *entrepreneurial profile*, *atitude empreendedora*, *entrepreneurial attitude*, *entrepreneur attitude*, *características empreendedoras*, *entrepreneurial characteristics*, *entrepreneur characteristics*.

Na sequência, elegeu-se como modalidade textual artigos científicos por ser a principal forma de comunicação das evidências empíricas entre a comunidade científica. A base de dados utilizada para a busca dos artigos foi o Portal de Periódicos da CAPES

(Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior), durante o período de março a maio de 2015, incluindo apenas artigos em língua portuguesa e inglesa. Na primeira busca dos artigos definiu-se como recorte temporal o período de 2000 a 2014, o que resultou em 1089 artigos.

Desses artigos, foram selecionados 209 por relacionarem algum termo voltado ao empreendedorismo no título do trabalho. Em seguida, realizou-se a leitura dos resumos dos artigos, excluindo aqueles que não se adequavam ao tema de características pessoais relacionadas ao empreendedorismo. Assim, alcançou-se o total de 122 artigos. Após leitura exploratória dos artigos científicos, apurou-se que grande parte dos trabalhos não faziam referência a atitude empreendedora. Por esse motivo, foram excluídos da revisão, resultando apenas em quatro medidas. Contudo, apesar da revisão de literatura ter resgatado apenas quatro medidas, optou-se por incluir a medida original elaborada por Robinson et al. (1991), a fim de contrastar as escalas mais atuais com a proposição original do autor responsável pela proposição do construto. Ao total, foram analisadas cinco medidas na íntegra.

3. Resultados

Entre as medidas encontradas na literatura verificaram-se três escalas propostas na realidade brasileira (LOPEZ & SOUZA, 2006; SOUZA, LOPEZ, BORNIA & ALVES, 2013; SCHMIT & BOHNENBERGER, 2009), uma americana (ROBINSON et al., 1991) e uma inglesa (ATHAYDE, 2009). Todas as escalas apresentam como construto principal a atitude empreendedora, apesar de proporem definições diferentes para o construto. Além disso, as escalas apresentam domínios específicos para mensurar a atitude empreendedora, divergindo entre si, com exceção da escala proposta por Lopez e Souza (2006), a qual apresenta estrutura fatorial equivalente em estudo posterior (SOUZA, LOPEZ, BORNIA & ALVES, 2013). As amostras empregadas para a validação foram diversas, oscilando entre empreendedores, empregados e estudantes universitários. Uma síntese descritiva das medidas pode ser encontrada na Tabela 1, a qual apresenta as principais informações relativas às escalas de medida de atitude empreendedora.

TABELA 1. Síntese das medidas de atitude empreendedora

Autor/Ano/ Nacionalidade	Nome da escala/Construto	Fatores/Número de itens	Informações relativas à medida
Robinson et al. (1991) – Estados Unidos da América	<i>“Entrepreneurial Attitude Orientation (EAO)”</i> Atitude Empreendedora: o autor não relaciona definição constitutiva para o construto, apenas o concebe a partir do modelo tripartite de atitudes (Ajzen & Fishbein, 1977) designando fatores atitudinais contextualizados ao empreendedorismo no âmbito dos negócios.	Realização nos negócios ($\alpha = 0,84$); Inovação nos negócios ($\alpha = 0,90$); Auto-controle nos negócios ($\alpha = 0,70$); Auto-estima nos negócios ($\alpha = 0,73$) Total = 75 itens	Metodologia: Análise Discriminante Λ de Wilks = 0,54 n = 111 sujeitos empreendedores e não-empreendedores
Lopez e Souza (2006) – Brasil	Instrumento de Medida da Atitude Empreendedora (IMAE) Atitude Empreendedora: predisposição aprendida para responder de forma favorável ou desfavorável com relação a um objeto atitudinal, passando a ser atitude empreendedora a predisposição aprendida para atuar, ou não, de forma empreendedora.	Prospecção e inovação ($\alpha = 0,89$ – 21 itens); Gestão e persistência ($\alpha = 0,87$ – 15 itens); Total = 36 itens	Metodologia: Análise Fatorial KMO = 0,90 n = 290 proprietários e gerentes da área de varejo
Souza, Lopez, Bornia, Alves (2013) – Brasil	Instrumento de Medida da Atitude Empreendedora (IMAE-TRI) Atitude Empreendedora: predisposição para o comportamento empreendedor, o qual envolve características do homem e do meio no qual se insere, representando, em sentido amplo, uma conduta voltada para o próprio homem, suas ações, visões de mundo e formas de transformar a realidade.	Prospecção e inovação ($\alpha =$ não se aplica – 21 itens); Gestão e persistência ($\alpha =$ não se aplica – 15 itens); Total = 36 itens	Metodologia: Teoria de Resposta ao Item (TRI) Discriminação (a): 1,34 (DP = 0,31) Dificuldade (b): -0,28 (DP = 0,58) n = 290 empresários
Athayde (2009) – Reino Unido	<i>“Attitude Towards Enterprise (ATE)”</i> Atitude Empreendedora em Jovens: constelação de atitudes em jovens frente a características associadas ao empreendedorismo.	Liderança ($\alpha = 0,80$ – 6 itens); Criatividade ($\alpha = 0,75$ – 4 itens); Realização ($\alpha = 0,75$ – 4 itens); Auto-controle ($\alpha = 0,72$ – 4 itens); Total = 18 itens	Metodologia: Análise Fatorial KMO = 0,82 n = 196 estudantes universitários e secundaristas
Schmit e Bohnenberger (2009) – Brasil	Medida de Características Atitudinais do Empreendedor Perfil Empreendedor (Atitudinal): os autores não apresentam definição para o construto, apenas a concebem como os fatores extraídos da literatura relativos aos empreendedores.	Auto-realização ($\alpha =$ não relatado – 7 itens); Líder ($\alpha =$ não relatado – 7 itens); Planejador ($\alpha =$ não relatado – 4 itens); Inovador ($\alpha =$ não relatado – 6 itens); Assume Riscos ($\alpha =$ não relatado – 4 itens); Sociável ($\alpha =$ não relatado – 6 itens); Total = 34 itens	Metodologia: Análise Fatorial Equação Estrutural KMO = 0,852 TLI = 0,978 NFI = 0,978 CFI = 0,983 n = 1112 estudantes universitários

Estabelecidas as principais características das escalas de medidas encontradas na literatura, é possível partir para a análise das evidências de validação empírica de cada uma delas. Iniciando a análise das medidas pela escala de Robinson et al. (1991) nota-se que a Escala de Orientação à Atitude Empreendedora (*Entrepreneurial Attitude Orientation*) advém da literatura internacional e utiliza do modelo tripartite de atitudes (AJZEN & FISHBEIN, 1977), apresentando itens referentes a aspectos cognitivos, afetivos e comportamentais. A utilização do modelo tripartite de atitudes (AJZEN & FISHBEIN, 1977) agrega qualidade ao instrumento, pois trata-se de um modelo amplamente utilizado em diferentes estudos (LINDZEY ET AL., 1998). Em relação a definição constitutiva verifica-se uma lacuna no polo teórico do instrumento de Robinson et al. (1991), uma vez que os autores não apresentaram definição constitutiva para o construto, apenas o definiram por meio quatro fatores, sendo eles: 1) realização nos negócios – resultados concretos no trabalho percebido pelo empreendedor; 2) inovação nos negócios – indicando a percepção de que o empreendedor age na empresa de forma nova e singular; 3) auto-controle nos negócios – designando a percepção individual do sujeito de que ele tem controle sobre seu comportamento e negócio; e 4) auto-estima nos negócios – percepção do indivíduo de que é competente e capaz de executar o próprio negócio. Nesse sentido, nota-se inconsistência teórica na medida de Robinson et al. (1991), tendo em vista que sem a definição constitutiva para o construto, perde-se o principal parâmetro de análise do polo teórico, no que tange a delimitação do construto e seus fatores. Outro aspecto negativo da medida de Robinson et al. (1991) é a utilização de fatores muito específicos ao campo dos negócios, o que dificulta a aplicação do instrumento em outros contextos, como é o caso do ambiente educacional, em que medidas de atitude empreendedora podem ser empregadas para avaliar a predisposição do estudante ao exercício do empreendedorismo. Especificamente sobre o processo de validação semântica da escala de Robinson et al., (1991), nota-se que os autores utilizaram de um grupo de 91 estudantes universitários em período inicial de cursos de graduação para arbitrar entre os itens com maior concordância entre os estudantes, o que resultou em 91 itens com ao menos 60% de concordância entre os respondentes.

Contudo, o procedimento realizado por Robinson et al., (1991) é inconsistente, uma vez que se trata de um instrumento composto por fatores relacionados aos negócios, normalmente não dominado pelos estudantes, e com público-alvo final diferente da amostra utilizada para a apreensão da qualidade lexical do instrumento. Essa inadequação fica evidente por meio da etapa seguinte, em que os autores o aplicaram em 111 sujeitos, sendo 54 empreendedores (dono do negócio próprio) e 57 não-empreendedores (empregados) os itens para gerar a versão final do instrumento, o que destaca o descompasso entre a utilização de estudantes para a análise semântica e a amostra empregada para a validação do instrumento. De qualquer forma, os autores obtiveram uma versão final do instrumento, resultando em 75 itens. Quanto aos índices psicométricos, verifica-se níveis adequados de alfa de Cronbach por fator (realização nos negócios - $\alpha = 0,84$; inovação nos negócios - $\alpha = 0,90$; auto-controle nos negócios - $\alpha = 0,70$; auto-estima nos negócios - $\alpha = 0,73$) com lambda de Wilks = 0,544, o que indica índices razoáveis para a medida, tanto no que tange a discriminação entre empreendedores e não-empreendedores, quanto na fidedignidade apresentada por fator. Entretanto, é importante ressaltar que como o autor não executou análise fatorial, não é possível verificar em que proporção o modelo teórico e a estrutura fatorial da medida é adequada.

Já o Instrumento de Medida da Atitude Empreendedora (IMAE) tem origem brasileira e apresenta a definição de atitude empreendedora como: “predisposição aprendida para responder de forma favorável ou desfavorável com relação a um objeto atitudinal, passando a ser atitude empreendedora a predisposição aprendida para atuar, ou não, de forma empreendedora” (LOPEZ & SOUZA, 2006) e emprega a arcabouço de atitudes proposto por

Ajzen e Fishbein (1977). Os itens e fatores que compõem a medida são de natureza predominantemente comportamental, sendo extraídos da escala proposta por Management Systems International (1999, APUD POR LOPEZ & SOUZA, 2006), acrescidos da dimensão inovação. No modelo inicial de investigação, Lopez e Souza (2006) propõem a fatoriabilidade da escala em quatro dimensões: 1) realização (busca de oportunidades e iniciativa; persistência; aceitação de riscos; comprometimento), 2) planejamento (estabelecimento de metas, busca de informações, planejamento e monitoramento); 3) poder (estabelecimento de redes de contato, persuasão, liderança, independência, autoconfiança) e 4) inovação (criatividade).

Entretanto, após a aplicação da escala em uma amostra de 290 proprietários-gerentes de pequenas empresas e análise empírica dos dados, o modelo final da escala foi reduzido para dois fatores: 1) prospecção e inovação ($\alpha = 0,89$) e 2) gestão e persistência ($\alpha = 0,89$). Assim, do total de 54 itens, apenas 35 foram retidos para a escala final, a qual apresentou KMO = 0,90. De maneira geral, apesar dos índices psicométricos apresentarem-se satisfatórios, nota-se fragilidades teóricas na escala de Lopez e Souza (2006). A alteração abrupta no agrupamento dos fatores previstos no início da validação da escala e aqueles resultantes do processo de validação empírica indica a ausência de uma teoria robusta para a construção da medida em questão, uma vez que o modelo teórico predominantemente comportamental indicado por “Management Systems International” (1999, APUD LOPEZ & SOUZA, 2006) parece não ser replicável na medida operacionalizada por Lopez e Souza (2006). Destaca-se ainda o descompasso entre a proposta da teoria do comportamento planejado de Ajzen e Fishbein (1977) e a medida desenvolvida por Lopez e Souza (2006), uma vez que para Ajzen e Fishbein (1977) há a predominância do elemento afetivo para a previsão comportamental, enquanto a medida de Lopez e Souza (2006) procura prever o comportamento partindo unicamente da dimensão comportamental das atitudes.

Além desse estudo de validação do Instrumento de Medida da Atitude Empreendedora (IMAE), Souza, Lopes, Bornia e Alves (2013) realizaram outra validação da Escala de Medida de Atitude Empreendedora por meio da teoria de resposta ao item e utilizando o modelo logístico de dois parâmetros, no qual são estimados a discriminação do item (a) e a dificuldade (b). O estudo foi realizado em uma amostra maior do que a primeira investigação de validação, contemplando 290 proprietários de empresas, resultando no Instrumento de Medida da Atitude Empreendedora TRI (IMAE-TRI). Os índices de discriminação ($a=1,34$; $DP=0,31$) e dificuldade ($b=-0,28$; $DP=0,58$) dos itens apresentaram-se satisfatórios, apontando adequação no nível analítico, tal como na primeira proposta de validação da escala. Contudo, o polo teórico e o modelo de estruturação de fatores da escala foram mantidos, o que permite aplicar a mesma crítica ao segundo estudo de validação da medida, no que tange aos problemas apontados acerca da composição dos fatores da escala, os quais permaneceram inalterados e, conseqüentemente, insatisfatórios.

Verifica-se também na literatura a escala desenvolvida por Athayde (2009), a qual se refere a uma medida de atitude empreendedora voltada para jovens estudantes. Ela parte do modelo proposto por Robinson et al. (1991) para a elaboração da escala nomeada como “*Attitude Towards Enterprise – ATE*”, no português Atitudes Relacionadas a Empreendimentos. No estudo de validação da escala Athayde (2009) afirmam que o modelo de Robinson et al. (1991) evoca as atitudes com ênfase nos negócios, enquanto uma medida para jovens no contexto estudantil deve centrar na potencialidade que os estudantes apresentam de tornarem-se empreendedores. Para tanto, Athayde (2009) utiliza o modelo de Shapero (1984) de “acontecimento empreendedor” para distinguir entre a “intenção” e o “potencial” empreendedor propondo que ambos predisõem ao exercício do empreendedorismo, mas o potencial surge como resposta a um acontecimento que aumenta a predisposição do indivíduo empreender (KRUEGER & BRAZEAL, 1994).

As dimensões selecionadas para compor a “ATE” basearam-se nas evidências empíricas encontradas pela autora acerca das características pessoais que relacionam-se a maior predisposição do indivíduo empreender, o que resultou em cinco fatores iniciais: 1) realização – orientação à meta, nível de energia e forma de resposta ao meio: ativa, passiva ou reativa (LOUW ET AL., 2003; GELDEREN, 2000, APUD ATHAYDE, 2009); 2) auto-controle – propensão para agir de forma a criar um negócio (KRUEGER & CARSUD, 1993, APUD ATHAYDE, 2009) ; 3) criatividade – baseando-se no conceito de destruição criativa (SCHUMPETER, 1950, APUD ATHAYDE, 2009); 4) liderança – liderar no contexto específico do próprio negócio (VECCHIO, 2003, APUD ATHAYDE, 2009) e 5) intuição – habilidades copying para lidar com a incerteza e instabilidade relacionadas à criação de negócios (GIBB, 1987, APUD ATHAYDE, 2009).

Para cada um dos fatores Athayde (2009) operacionalizou itens de natureza cognitiva, afetiva e comportamental, gerando na proposta inicial 90 itens. Desses itens, apenas 18 foram retidos na versão final da escala, aplicada em 196 estudantes universitários e secundaristas, que apresentou valor do KMO de 0,82, com o seguinte alfa para cada um dos fatores: liderança ($\alpha = 0,80$); criatividade ($\alpha = 0,75$); realização ($\alpha = 0,75$); auto-controle ($\alpha = 0,72$). Ressalta-se que a dimensão intuição foi excluída da versão final da escala, por não ser possível encontrar estrutura fatorial adequada para a medida com a inclusão dela. Considerando-se a medida proposta por Athayde (2009), é possível concebê-la como uma versão atualizada da medida proposta por Robinson et al., (1991), a qual apresenta como vantagem em relação a medida original a integração dos avanços empíricos relacionados a atitude empreendedora e a operacionalização dos fatores para a mensuração da atitude empreendedora entre estudantes. Os itens construídos na escala de Athayde (2009) versam sobre elementos existentes na realidade dos estudantes, diferentemente de outras medidas que enfocam exclusivamente o contexto das organizações de trabalho e o mundo dos negócios, o que permite mensurar adequadamente o construto entre alunos, dado que as asserções se referem a elementos facilmente reconhecíveis no contexto estudantil.

Já a escala de Schmidt e Bohnenberger (2009) integra a literatura nacional e propõe mensurar fatores do perfil empreendedor, a partir de características atitudinais. Entretanto, apesar de ser uma medida atitudinal, os fatores previstos para a operacionalização das atitudes foram extraídos pelos autores da literatura de personalidade e traços estáveis relativos aos empreendedores, o que demonstra inadequação relativa a base teórica empregada para propor a medida. No total, Schmidt e Bohnenberger (2009) estimaram oito fatores para a medida, sendo: 1) auto-eficaz: é a estimativa cognitiva que uma pessoa tem das suas capacidades de mobilizar motivação, recursos cognitivos e cursos de ação necessários para exercer controle sobre eventos na sua vida (CARLAND ET AL., 1988, APUD SCHMIDT & BOHNENBERGER, 2009); 2) assumir riscos calculados: pessoa que, diante de um projeto pessoal, relaciona e analisa as variáveis que podem influenciar o seu resultado, decidindo, a partir disso, sobre a continuidade do projeto (CARLAND ET AL., 1988, APUD SCHMIDT & BOHNENBERGER, 2009); 3) planejador: indivíduo que se prepara para o futuro (FILION, 2000; KAUFMAN, 1991, APUD SCHMIDT & BOHNENBERGER, 2009); 4) detectar oportunidades: habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas num ambiente de mudança constante (BIRLEY & MUZYKA, 2001, APUD SCHMIDT & BOHNENBERGER, 2009); 5) persistência: capacidade de trabalhar de forma intensiva, aceitando inclusive privação social, em projetos de retorno incerto (DRUCKER, 1986, APUD SCHMIDT & BOHNENBERGER, 2009); 6) sociável: grau de utilização da rede social para suporte à atividade profissional (HISRICH & PETERS, 2004, APUD SCHMIDT & BOHNENBERGER, 2009); 7) inovador: pessoa que relaciona idéias, fatos, necessidades e demandas de mercado de forma criativa (BIRLEY & MUZYKA, 2001; CARLAND ET AL., 1988; DEGEN, 1989; FILION, 2000, APUD SCHMIDT &

BOHNENBERGER, 2009) e 8) líder: sujeito que a partir de um objetivo próprio influencia outras pessoas a adotarem-no voluntariamente (FILION, 2000, APUD SCHMIDT & BOHNENBERGER, 2009).

No processo de validação, a escala foi aplicada em uma amostra de 1117 estudantes universitários, utilizando-se a análise fatorial para verificar a estrutura da escala e a equação estrutural para estimar a adequação do modelo resultante. Entretanto, é fundamental destacar que durante o procedimento de análise fatorial, nenhum dos fatores previstos por Schmidt e Bohnenberger (2009) agrupou-se conforme esperado na previsão teórica do modelo. Assim, os autores propuseram novos nomes para os fatores integrantes da versão final da escala, a partir da análise dos agrupamentos exibidos no “output”. Os nomes dos fatores criados pelos autores após a análise fatorial foram: 1) auto-realização (“*achievement motivation*”); 2) líder; 3) planejador; 4) inovador; 5) assume riscos e 6) sociável, os quais apresentaram KMO = 0,852. Ressalta-se também que os autores não apresentaram o alfa relativo aos fatores que compuseram a medida final, descreveram apenas os índices de ajuste incremental do modelo de perfil empreendedor (atitudinal) em relação ao desempenho organizacional (TLI = 0,978; NFI = 0,978 e CFI = 0,983) no qual somente a auto-realização foi significativa. Frente às informações de validação trazidas por Schmidt & Bohnenberger (2009) é possível verificar que a escala precisa ser revista antes de ser aplicada, pois além de apresentar lacunas no polo analítico, não apresenta índices psicométricos capazes de sustentar a qualidade da medida. Além disso, o agrupamento dos fatores resultante na análise fatorial demonstra problemas teóricos severos, possivelmente atribuíveis a utilização de teóricos que versam sobre personalidade empreendedora em uma medida de atitudes. Por fim, é possível concluir que as diferentes medidas apresentadas na literatura nacional e internacional não apresentam congruência entre os fatores apresentados, nem a respeito das definições utilizadas.

4. Discussão

Entre as medidas localizadas observa-se maior robustez do polo teórico nas medidas de Robinson et al. (1991) e Athayde (2009). Já a “IMAE” (SOUZA, LOPEZ, BORNIA & ALVES, 2013; LOPEZ & SOUZA, 2006) e a medida desenvolvida por Schmit e Bohnenberger (2009) apresentam problemas conceituais, uma vez que a delimitação dos fatores não está clara e a análise fatorial aponta sobreposição conceitual.

Em relação ao polo analítico e a qualidade dos índices psicométricas, nota-se que as duas versões da IMAE-TRI (SOUZA, LOPEZ, BORNIA & ALVES, 2013; LOPEZ & SOUZA, 2006) são superiores as demais escalas de medida apresentadas. Os índices psicométricos das medidas de Robinson et al. (1991) e Athayde (2009) são razoáveis, enquanto a escala de Schmit e Bohnenberger (2009) não pode ser avaliada, pela falta de informações que permita a análise da validade e fidedignidade dos fatores retidos na versão final da escala, o que torna inviável sua aplicação. Além disso, verifica-se que a escala proposta por Athayde (2009) se diferencia das demais existentes na literatura por agregar ao construto gerado por Robinson et al. (1991) avanços empíricos recentes e possibilitar a avaliação da atitude empreendedora em um contexto e população específica: jovens no âmbito escolar e universitário.

Nesse sentido, a partir da análise das diferentes escalas de medidas, indica-se que estudos futuros voltados para a atitude empreendedora em estudantes utilizem da “*Attitude Towards Enterprise – ATE*” (ATHAYDE, 2009), tendo em vista que ela apresenta índices psicométricos adequados, emerge da tradição de investigação da atitude empreendedora preconizada por Robinson et al. (1991), integrando avanços empíricos recentes e adequando o modelo de mensuração a população-alvo de estudantes universitários. Por essa razão, considera-se que a utilização de estudos transculturais, a fim de testar a estrutura fatorial encontrada entre estudantes universitários ingleses para o construto atitude empreendedora

pode ser útil para fomentar o desenvolvimento de medidas do construto, sejam elas direcionadas a população universitária ou não. No entanto, é fundamental destacar que para a proposição adequada do instrumento no contexto brasileiro é relevante a realização prévia estudos voltados para a adaptação cultural e análise das evidências de validação empírica da medida em questão, a fim de avaliar e assegurar as características psicométricas do instrumento da medida contexto local. Afinal, somente com a clarificação conceitual dos construtos que compõem as medidas voltadas às características pessoais dos empreendedores e aprimoramento das propriedades psicométricas dos instrumentos é que será possível utilizar das escalas de medidas de forma eficaz nas organizações de trabalho.

Referências

AJZEN, I.; FISHBEIN, M. Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological bulletin*, v. 84, n. 5, p. 888–918, 1977.

ATHAYDE, R. Measuring enterprise potential in young people. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 33, n. 2, p. 481–500, 2009.

ESNARD-FLAVIUS, T. Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial attitude orientations: the case of the Caribbean. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, v. 9, n. 13, 2010.

HATTEN, T. S.; RUHLAND, S. K. Student attitude toward entrepreneurship as affected by participation in an SBI program. *Journal of Education for Business*, v. 70, n. 4, p. 224–227, 1995.

KRUEGER, N. F.; REILLY, M. D.; CARSRUD, A. L. Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, v. 15, n. 5, p. 411–432, 2000.

LINDZEY, G.; GILBERT, D.; FISKE, S. T. *The handbook of social psychology*. [S.l.]: Oxford University Press, 1998.

LOPE PIHIE, Z. A.; BAGHERI, A. Malay secondary school students' entrepreneurial attitude orientation and entrepreneurial self-efficacy: A descriptive study. *Journal of Applied Sciences*, v. 11, n. 2, p. 316–322, 2011.

LOPEZ JR, G.; SOUZA, E. Instrumento de medida da atitude empreendedora–IMAE: construção e validação de uma escala. *Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (Org.)*, v. 30, 2006.

ROBINSON, P., B. *et al.* An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, v. 15, n. 4, p. 13–31, 1991.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 13, n. 3, p. 450, 2009.

SHAPERO, A. *The entrepreneurial event*. [S.l.]: College of Administrative Science, Ohio State University, 1985.

SOUZA, E. C. L. *et al.* Atitude Empreendedora: Validação de um Instrumento de Medida com base no Modelo de Resposta Gradual da Teoria de Resposta ao Item. *Revista de Administração Mackenzie*, v. 14, n. 5, 2013.