



UNIFACS

UNIVERSIDADE SALVADOR

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES*

SIMILITUDES ENTRE TEORIA SOCIAL COGNITIVA, CAPITAL PSICOLÓGICO E COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR: UMA REFLEXÃO TEÓRICA

SIMILARITIES BETWEEN SOCIAL LEARNING THEORY, PSYCHOLOGICAL CAPITAL AND BEHAVIOUR ENTREPRENEUR: A REFLECTION THEORY

LAS SIMILITUDES ENTRE LA TEORÍA COGNITIVA SOCIAL, EL CAPITAL PSICOLÓGICO Y EL COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL: UNA REFLEXIÓN TEÓRICA

Luciano Gonçalves de Lima, Dr.

Universidade Estadual do Paraná/Brazil

lucyano_lima@yahoo.com.br

Vânia Maria Jorge Nassif, Dra.

Universidade Estadual do Paraná/Brazil

vania.nassif@uol.com.br

RESUMO

A cognição desempenha um importante papel na capacidade de as pessoas construírem a realidade, se autorregular, codificar informações e executar comportamentos. O capital psicológico tem suas bases estabelecidas pelas dimensões autoeficácia, otimismo, esperança e resiliência, enquanto a agência humana é formada pela intencionalidade, antecipação, autorreatividade e autorreflexão. Este artigo teórico teve por objetivo discutir as similitudes entre teoria social cognitiva sob a perspectiva da agência humana e o constructo do capital psicológico cujo intuito é o de melhor compreender o comportamento empreendedor. Trata-se de temas incipientes na literatura, sobretudo, quando o foco se volta para o comportamento empreendedor. As reflexões teóricas expostas no texto apontam similaridades entre os constructos, apresentando aspectos convergentes e influenciadores relacionando a agência humana, e o capital psicológico visando a autorrealização. Um *framework* foi desenvolvido evidenciando a necessidade de estudos empíricos que sustentem as imbricações alçadas.

Palavras-chave: Teoria social cognitiva; Agência humana; Capital psicológico; Comportamento empreendedor.

ABSTRACT

Cognition plays an important role in people's ability to build reality, if autorregular, code information and perform behaviors. The psychological capital has its foundations laid by self-efficacy dimensions, optimism, hope and resilience, as human agency is formed by intentionality, anticipation, autoreactivity and self-reflection. This theoretical article aimed to discuss the similarities between social cognitive theory from the perspective of human agency and the construct of psychological capital whose aim is to better understand entrepreneurial behavior. This is incipient themes in literature, especially when the focus turns to entrepreneurial behavior. Exposed theoretical reflections on the text link similarities between the constructs, with converging aspects and influencers relating to human agency, and the psychological capital aimed at self-realization. A framework was developed highlighting the need for empirical studies to support the heave overlaps.

Keywords: Social cognitive theory; Human agency; Psychological capital; Entrepreneurial behavior.

RESUMEN

La cognición juega un papel importante en la capacidad de las personas para construir la realidad, si autorregular, información de código y realizar conductas. El capital psicológico tiene sus bases establecidas por las dimensiones de auto-eficacia, el optimismo, la esperanza y la capacidad de recuperación, como organismo humano está formado por la intencionalidad, la anticipación, la auto-reactividad y la auto-reflexión. Este artículo teórico tuvo como objetivo discutir las similitudes entre la teoría cognitiva social desde la perspectiva de la acción humana y la construcción de capital psicológico cuyo objetivo es comprender mejor el comportamiento empresarial. Se trata de temas incipientes en la literatura, especialmente cuando la atención se



centra en el comportamiento empresarial. Expuesto reflexiones teóricas sobre las similitudes de enlaces de texto entre los constructos, con aspectos convergentes y personas influyentes relacionados con la acción humana, y el capital psicológico dirigidos a la auto-realización. Un marco se desarrolló destacando la necesidad de realizar estudios empíricos para apoyar el movimiento vertical se superpone.

Palabras-clave: Teoría cognitiva social; La acción humana; Capital psicológico; El comportamiento empresarial.

1 INTRODUÇÃO

A cognição desempenha um importante papel na capacidade de as pessoas construírem a realidade, se autorregularem, codificar informações e executar comportamentos (BANDURA, 1986). A agência humana possui diversas características fundamentais, sendo que a primeira delas na concepção de Bandura e outros (2008) é a intencionalidade. Dessa forma a teoria social cognitiva adota a perspectiva da agência para o autodesenvolvimento, a adaptação e a mudança, sendo que para Bandura (2001) ser agente significa influenciar o próprio funcionamento e as circunstâncias de vida de modo intencional.

Igualmente na fronteira da cognição, o constructo capital psicológico tem suas bases estabelecidas por quatro dimensões. Este produz um estado de acréscimo psicológico positivo em que a pessoa apresenta elevada confiança para despende o esforço necessário para ser bem-sucedido em tarefas desafiantes e fazer atribuições positivas acerca dos acontecimentos que vão suceder no presente e no futuro. Além disso, é possível identificar a manifestação da perseverança em relação aos objetivos definidos, e, quando necessário, mostrar-se capaz de redirecionar os meios para atingir os fins e revelar capacidade para recuperar-se de adversidades (LUTHANS; YOUSSEF; AVOLIO, 2007; LUTHANS; YOUSSEF, 2004). Sob a perspectiva de Luthans e outros (2007), como critério específico, as capacidades psicológicas que compõem o constructo devem ser positivamente orientadas, baseadas na teoria e na investigação, mensuráveis e suscetíveis de desenvolvimento.

O comportamento empreendedor tem sua identidade representada por autores da abordagem psicológica comportamental como McClelland (1972) que se apoia em aspectos característicos dos empreendedores, por acreditar que existem traços de personalidade que são próprios destes indivíduos (KETS; VRIES, 1997). A autorrealização é apontada por McClelland (1965) como a característica que fornece condições às pessoas de escolherem e persistirem em atividades que envolvem um padrão de excelência e/ou tarefas desafiadoras. A teoria de McClelland (1961) desponta como uma das mais referidas na literatura sobre os empreendedores apresentando as necessidades como fator de motivação para o indivíduo. Esse autor desenvolveu um modelo que tem sido utilizado na base teórica de treinamentos para empreendedores fundamentados nos seguintes níveis de motivação, conforme Quadro 1.

Quadro 1 – Modelo de McClelland (1961)

Necessidade de realização/sucesso	Medida em relação a um padrão pessoal de excelência e cada pessoa tem seu critério próprio de sucesso. Representa um interesse recorrente em fazer as coisas melhor, ultrapassando padrões de excelência.
Necessidade de afiliação	Busca de relacionamentos afetivos com outras pessoas, ou interesse em estabelecer, manter ou restaurar um relacionamento afetivo positivo com outras pessoas.
Necessidade de poder	Visa a controlar ou exercer influência em outras pessoas ou exercer impacto sobre pessoas.

Fonte: McClelland, D. C. (1961). The Achieving society, NY: D.Van Norstrand Co. Inc, 210-215.

Outro enfoque é dado por Baron (2007) quando investiga o comportamento e cognição do empreendedor apontando o conhecimento como processo básico que fundamenta a criação de negócios, abrangendo comportamentos específicos como o reconhecimento de oportunidade, aquisição de aprendizagem e a ampliação da experiência no lançamento e operação de novos empreendimentos. Corroboram nestes aspectos Shane e Venkataraman (2000), ao apontarem para a capacidade de identificar e explorar oportunidades, como sendo um dos aspectos que diferencia um empreendedor de um não empreendedor.

Pesquisa no campo do capital psicológico têm evidenciado contribuições para o entendimento do comportamento na área organizacional, no que concernem à criatividade e liderança de empregados (GUPTA; SINGH, 2014), inovação e setor público (SARTORI, FAVRETO; CESCHI, 2013), autêntica liderança e desempenho (WANG et al., 2014), formação de líder (Luthans, Luthans, & Avey, 2014). No entanto, especificamente no contexto do empreendedorismo, na literatura nacional são inexistentes os estudos que relacionaram o *PsyCap* com a área de empreendedorismo. Apenas no contexto internacional foram localizados estudos que abordaram essas variáveis, porém de forma isolada (JENSEN; LUTHANS, 2006; PALMA; CUNHA; LOPES, 2007; JAMES; GUDMUNNDSSON, 2011; HAYEK, 2012).

Diante do contexto apresentado abrem-se perspectivas para entender a existência de relações entre os constructos, agência humana, capital psicológico e comportamento empreendedor, que podem traduzir em entendimentos para clarificar e posicionar o comportamento do ator social qualificado como empreendedor. Identificar convergência entre estas áreas pode manifestar novos caminhos a serem investigados que contribuam e ofereçam alternativas para a solidificação da área do empreendedorismo e para o entendimento e caracterização do indivíduo empreendedor.

Por se tratar de uma reflexão teórica, este artigo teve por objetivo discutir as similitudes entre teoria social cognitiva sob a perspectiva da agência e o constructo do capital psicológico cujo intuito foi o de melhor compreender o comportamento empreendedor. São campos ainda incipientes na literatura da área e que podem abrir possibilidades de futuras pesquisas empíricas, contribuindo e ampliando o entendimento destes conhecimentos, além de trazer outras explicações ao comportamento empreendedor.

O artigo está estruturado da seguinte forma: a primeira seção apresenta a revisão da literatura pertinente aos constructos a serem discutidos. A segunda seção apresenta as semelhanças e convergências entre os constructos e finaliza com algumas considerações pertinentes ao estudo. Dessa forma foi levantado a teoria e o autor seminal que subsidia cada constructo a fim de construir as tendências e similitudes entre as áreas, que são exibidos ao final em forma de esquemas conceituais através de texto e figuras desencadeando assim, no desenvolvimento de um *framework* visando futuras pesquisas empíricas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A revisão da literatura está aportada em três campos do conhecimento compreendidos, respectivamente, pela Teoria Social Cognitiva (TSC) que tem o propósito de esclarecer que a ênfase está no papel da agência pessoal ou autorregulação. Na sequência o Capital Psicológico (*PsyCap*) que apresenta as quatro dimensões que compõe seu constructo, e finaliza com conceitos e características que delineiam o comportamento empreendedor. Os esquemas conceituais apresentados oferecem explicações e entendimentos para estes importantes fenômenos cujo intuito é o de apresentar tendências entre as áreas que contribuem para o fortalecimento da variável

comportamental do indivíduo empreendedor, que ao final sintetizou no desenvolvimento de um *framework* visando avalies empírico.

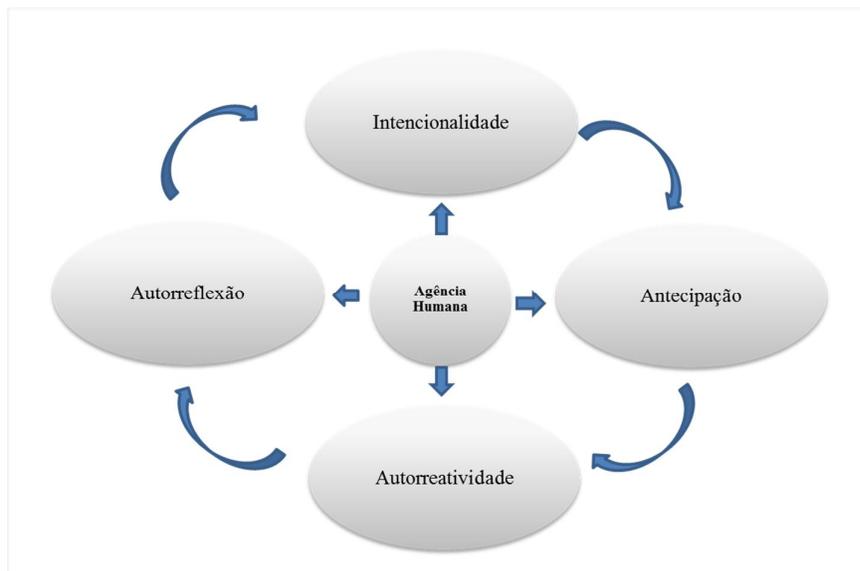
2.1 Teoria Social Cognitiva

As ideias desenvolvidas por Bandura receberam o nome de Teoria Social Cognitiva na década de 1986 quando da publicação do livro *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Entre suas formulações uma das primeiras recebeu o nome de Teoria da Aprendizagem Social. No entanto, sob a perspectiva psicológica, esta se estabeleceu como Teoria Social Cognitiva e constitui-se hoje como um referencial explicativo para a ação e desenvolvimento humano (BANDURA, 1986).

A Teoria Social Cognitiva (TSC) adota a perspectiva da agência para o autodesenvolvimento, a adaptação e a mudança (BANDURA, 2001). Para o autor ser agente significa influenciar o próprio funcionamento e as conjunturas de vida de modo propositado o que acarreta em pessoas auto-organizadas, proativas, autorreguladas e autorreflexivas, cooperando para as circunstâncias de suas vidas, não sendo apenas produtos dessas condições. Trata-se, portanto, de uma abordagem interacionista que percebe o homem como produto e produtor do meio (BANDURA, 2001). Sob este ponto de vista, o indivíduo, por conta das capacidades básicas humanas (simbolização, antecipação, autorreflexão, autorregulação), possui um sistema autorreferente que o possibilita agir intencionalmente em direção a fins específicos, elaborar planos de ação, antecipar possíveis resultados, avaliar e replanejar cursos de ação (BANDURA, 1993, 2001).

A chave para compreensão deste senso de agenciamento humano é o fato de os indivíduos possuírem, dentro de seus fatores pessoais, suas crenças, dentre elas a autoeficácia que os permitem exercer um grau de controle sobre pensamentos, sentimentos e ações. Assim, a agência humana é compreendida como a capacidade de exercer o controle sobre o nosso próprio funcionamento e eventos que afetam nossas vidas (BANDURA, 2001). No entender deste autor, agência humana está subsidiada por diversas características fundamentais, sendo que a primeira delas é a intencionalidade cujas pessoas formam intenções que incluem planos e estratégias de ação para realizá-las, seguida da característica que envolve a extensão temporal da agência por meio da antecipação, além de outras características como apresentado na Figura 1.

Figura 1 – Características Básicas da Agência Humana



Fonte: Elaborado pelos autores

Conforme exposto na Figura 1, as características básicas da agência pessoal são interrelacionadas e estão compreendidas pela intencionalidade, a antecipação, a autorreatividade e a autorreflexão. Buscando clarificar o entendimento sobre estas propriedades as mesmas serão apresentadas e conceituadas individualmente.

Intencionalidade – Uma característica importante na agência humana é a sua intencionalidade que considera os atos concretizados de forma intencional. Uma intenção é uma representação de um curso de ação futuro a ser adotado (BANDURA et al., 2008). Estes autores sinalizam que é preciso distinguir a diferença entre a produção (produto) pessoal da ação voltada à expectativa almejada, os efeitos que desencadeiam aquele curso de ação e as consequências produzidas por aquelas escolhidas. Afirmam que a intencionalidade não se exhibe como uma simples expectativa ou previsão de atos futuros, mas como um acordo proativo com a sua realização. Para os autores, intenções e ações representam aspectos diferentes de uma relação funcional, separados no tempo. O *agency* refere-se exatamente a estes atos produzidos intencionalmente, destacando, portanto, características como a autonomia (presente neste agenciamento ou gestão), a volição e a responsabilidade.

Davidson (1971) citado em Bandura et al. (2008) nos lembra que ações voltadas a servir um certo propósito podem causar uma série de diferentes episódios (eventos) para acontecer, que não somente aquele propósito almejado. Bandura (1997) chama a atenção para a questão de que os efeitos ou resultados para serem melhor entendidos, não são as características dos atos agentivos, mas sim a consequência deles. Para transformar futuros imaginados em realidade, são imprescindíveis intenções proximais ou voltadas para o presente, que conduzam e conservem o indivíduo em sua direção (BANDURA, 1991b).

Antecipação – A expansão temporal da agência vai além do planejamento futuro. Para Bandura (1991b) as pessoas instituem objetivos para si mesmos, predizem as consequências evidenciáveis de ações prospectivas, selecionam e criam cursos de ação que, possivelmente, produzirão resultados almeçados e evitarão resultados prejudiciais. Sobre a antecipação na compreensão de Bandura e outros (2008) as pessoas continuam a planejar para o futuro. Elas reorganizam suas prioridades e estruturam suas vidas a medida que avançam na

própria vida, sendo que as mesmas criam expectativas de resultados a partir de relações condicionais notadas entre episódios que ocorrem no mundo que as circunda e as decorrências que determinadas ações causam (BANDURA, 1986). Assim este autor sugere que há uma relação funcional entre intenção e ação.

Autorreatividade – A agência humana não está pautada apenas na capacidade definida de fazer escolhas e planos de ação, mas na capacidade de configurar cursos de ação apropriados e de motivar e regular a sua efetivação. Assim, um agente é um autorregulador e não apenas um planejador, mas além de tudo, um motivador. Sob os apontamentos de Bandura (1986, 1991b) ao se adotar uma intenção e um plano de ação não se pode simplesmente negligenciar e aguardar que surjam os comportamentos adequados, pois o pensamento é conectado a ação por meio da autorregulação, e esta autorregulação da motivação, do afeto e da ação é conduzida por um conjunto de subfunções autorreferentes, que envolvem o monitoramento pessoal, a orientação pessoal do comportamento e as reações pessoais corretivas. Assim sendo é permitido pensar na avaliação de Bandura e outros (2008) que os indivíduos dão direção aos seus objetivos e instituem incentivos com a finalidade de sustentar seus esforços na efetivação dos objetivos.

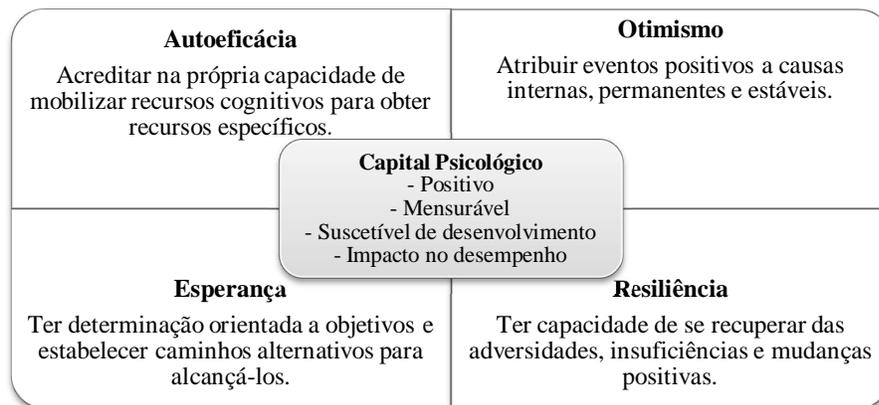
Autorreflexão – a autorreflexão é outra característica humana essencial da agência que abrange a capacidade metacognitiva de refletir sobre si mesmo e sobre a adequação dos próprios pensamentos e ações. Assim, Bandura e outros (2008) consideram que as pessoas são auto-examinadores do próprio funcionamento descartando a possibilidade de serem apenas agentes da ação. As crenças de eficácia aparecem como a base da agência humana. Em meio às construções da agência pessoal, nenhuma referência é mais essencial do que as crenças pessoais em sua disposição de exercer uma medida de controle sobre o seu próprio funcionamento e os eventos ambientais (BANDURA, 1997). As crenças de eficácia tem apresentado papel preditivo no desempenho do funcionamento humano (STAJKOVIC; LUTHANS, 1998). Há evidências de que as pessoas se baseiam na crença básica de que é preciso ter poder para produzir efeitos por meio das próprias ações (BANDURA, et al., 2008). Embasadas nas crenças de eficácia, as pessoas elegem os desafios que querem encarar, quanto esforço devem despende nesse sentido, ou quanto tempo devem persistir frente aos entraves e fracassos, e ainda se os fracassos são motivadores ou desmoralizantes (BANDURA, 1997). No determinante de quanto esforço as pessoas vão dedicar a uma atividade, e por quanto tempo, elas persistirão ao se defrontarem com obstáculos e o quanto serão resilientes frente a situações adversas. Bandura (2007) compreende que as crenças de autoeficácia poderão favorecer ou dificultar as condições de enfrentamento de obstáculos, bem como serão determinantes na resiliência do indivíduo. Visando maior especificidade face às variáveis autoeficácia e resiliência que encerram este tópico da Teoria Social Cognitiva, e atendendo a proposta do artigo, na sequência apresentaremos as capacidades psicológicas positivas que compõe o constructo Capital Psicológico.

2.2 Capital Psicológico

O capital psicológico positivo ou simplesmente capital psicológico (*PsyCap*) produz um estado de acréscimo psicológico em que a pessoa apresenta uma elevada confiança para despende o esforço necessário para ser bem sucedida em tarefas desafiantes. Faz atribuições positivas acerca dos acontecimentos que vão suceder no presente e no futuro, manifesta perseverança em relação aos objetivos definidos, e, quando necessário, mostra-se capaz de redirecionar os meios para atingir os fins, revelando a capacidade para recuperar das adversidades (LUTHANS; YOUSSEF; AVOLIO, 2007, LUTHANS; YOUSSEF, 2004).

Assim, de acordo com as capacidades psicológicas descritas acima, o capital psicológico abrange quatro competências distintas, quais sejam: autoeficácia, otimismo, esperança e resiliência. Esta construção teórica, suas pesquisas e aplicações da teoria do Comportamento Organizacional Positivo (COP) focam apenas nestas quatro capacidades psicológicas por serem, segundo Luthans, Youssef e Avolio (2007), as que melhor cumprem os critérios do COP. Dessa forma, estes autores acreditam que as pessoas possuidoras de uma combinação saudável dessas quatro capacidades, podem enfrentar tarefas difíceis e que situações desafiadoras terão uma solução favorável. Elas se mostram persistentes e mudam de direção para conseguir seus objetivos, além de serem capazes de tentar novamente e alcançar sucesso mesmo diante da adversidade. De um modo simples, os autores indicam que o *PsyCap* está relacionado com “quem somos” e “quem nos tornamos em termos de desenvolvimento positivo”. A Figura 2 apresenta o capital psicológico positivo e as quatro dimensões que formam esse constructo, apesar do mesmo ser unidimensional.

Figura 2 – Dimensões do Capital Psicológico Positivo



Fonte: Adaptada de Page e Donohue (2004).

De acordo com a Figura 2, o capital psicológico positivo ou *PsyCap* constitui um constructo de ordem superior que inclui capacidade psicológica positiva central, visto que há necessidade de se ter uma teoria bem fundamentada para o melhor entendimento dos conceitos.

Autoeficácia: é definida no modelo do capital psicológico, segundo Luthans e Youssef (2004), como a confiança de se acreditar na própria capacidade de mobilizar recursos cognitivos para obter recursos específicos. Convergindo com esse conceito Bandura (1997, p. 3), definiu a autoeficácia percebida como “crenças nas capacidades do indivíduo para organizar e executar o curso de ação necessária para produzir algo”.

Pessoas que são autoeficazes (autoconfiantes) primam por tarefas desafiadoras, ampliando motivação e esforço no cumprimento de seus objetivos, principalmente quando confrontados com obstáculos (LUTHANS; YOUSSEF, 2004). Ainda nessa mesma perspectiva, Bandura, (1997), Stajkovic e Luthans (1998) apresentam a autoeficácia como a convicção que uma pessoa detém relativamente à sua capacidade para mobilizar a motivação, os recursos cognitivos e os cursos de ação necessários para realizar com êxito uma tarefa específica num dado contexto. Pode-se concluir, em termos simples, que a autoeficácia oferece benefício ao indivíduo, como por exemplo, a abertura para enfrentar os desafios e uma vontade de despende esforços na busca de um resultado de sucesso (PAGE; DONOHUE, 2004).

O conceito de **esperança**, tal como esclarece Luthans (2002a), no contexto da Psicologia Positiva, e mais precisamente da teoria do capital psicológico, adquire um significado específico. Segundo Luthans, Youssef e Avolio (2007), no âmbito do capital psicológico a esperança é desenhada a partir do trabalho de Robert Snyder (2002), que sustenta a ideia de que a esperança é um estado cognitivo ou de pensamento através do qual um indivíduo é capaz de estabelecer expectativas e objetivos estimulantes, mas realistas. É procurar atingi-los através da sua autodeterminação, energia e percepção de controle interno. Para, além disso, o autor considera ainda que, apesar de muitas vezes negligenciada na utilização comum do termo, outra componente da definição de esperança é o fato de as pessoas serem capazes de gerar caminhos alternativos para os objetivos que determinaram quando surgem obstáculos ou impedimentos aos inicialmente traçados. De acordo com a perspectiva de Snyder, a esperança é um estado motivacional positivo baseado num sentido de sucesso resultante da interação de dois fatores: energia direcionada a determinados objetivos (designada por força de vontade ou *agency*) e planos para alcançar esses objetivos (*waypower* ou caminhos). A esperança é assim abarcada pela determinação individual para desenhar e manter as energias necessárias com vista a alcançar os objetivos delineados e pela habilidade em distinguir as ações alternativas para alcançar esses objetivos (LUTHANS; AVOLIO, WALUMBWA; LI, 2005).

O **otimismo** conforme referem Lopes, Cunha e Palma (2006) pode ser definido como uma crença generalizada que boas coisas acontecem no futuro. Luthans (2002b) define as pessoas otimistas como perseverantes perante obstáculos, satisfeitas, possuem elevado nível de ambição, determinam objetivos ambiciosos, além de serem facilmente motivadas ao trabalho, e ainda o defende como o conceito base do capital psicológico positivo. Contudo, para o *PsyCap* o otimismo é mais do que prever que coisas boas vão acontecer. Segundo Luthans, Youssef e Avolio (2007), a distinção entre otimismo e pessimismo no âmbito do *PsyCap*, está nas razões e atribuições que cada um faz para explicar o porquê de determinados eventos, sejam eles positivos ou negativos, passados, presentes ou futuros. A distinção entre otimismo, no âmbito do *PsyCap*, e a utilização diária do termo, reside assim, na forma como os indivíduos interpretam e explicam as causas de acontecimentos positivos e negativos (LOPES; CUNHA; PALMA, 2006).

E, por fim, a **resiliência** é definida pela *American Psychological Association* como o “processo e resultado de se adaptar com sucesso às experiências de vida difíceis ou desafiadoras, especialmente através da flexibilidade mental, emocional e comportamental e ajustamento a demandas externas e internas” (APA, 2010, p. 809). A resiliência, definida no modelo do capital psicológico, possui uma maior abrangência, apontada por Luthans, Avolio e Youssef (2007) como a capacidade de recuperação perante situações de adversidades, mas também perante eventos estimulantes indo além do esperado. Os pensamentos de Luthans, (2002a) Luthans e Youssef (2004) complementam este raciocínio ao atestar que indivíduos resilientes são portadores da capacidade de recuperação/superação da adversidade, incerteza, falha, e até mesmo da mudança positiva com tarefas que acarretam maior responsabilidade. Na Psicologia a resiliência é utilizada para explicar a superação de crises e as adversidades em indivíduos, grupos e organizações. Luthans e Youssef (2004) afirmam que a resiliência pode ser desenvolvida em nível individual.

2.3 Comportamento Empreendedor

O comportamento empreendedor obteve os primeiros estudos centrados em suas características, nas variáveis de personalidade, demográficas e culturais. Dentro do campo da Psicologia, McClelland (1965) foi um

dos precursores ao considerar a necessidade de realização como a característica mais distintiva da motivação para a realização. De acordo com este autor, a autorrealização é uma das características psicológica que fornece condições às pessoas de escolherem e persistirem em atividades que envolvem um padrão de excelência e/ou em tarefas desafiadoras.

Em outro trabalho, McClelland (1986), introduz, ainda, entre as características de necessidade de realização, a iniciativa, a afirmação, a orientação para eficiência, o planejamento sistemático e o comprometimento com o trabalho. Um indivíduo empreendedor é caracterizado pelo conjunto de ações inovadoras e transformadoras em qualquer atividade humana. Destaca-se pelo fato de romper com os modelos tradicionais e de criar novos modelos, processos e demais inovações.

Hisrich, Peters e Shepherd (2009) argumentam que empreendedores pensam de forma diferente das outras pessoas, e que os mesmos podem em determinada situação, raciocinar de modo diferente do que quando estão realizando outra atividade ou quando estão em um ambiente de decisões. Os autores apontam que é frequente os empreendedores tomarem decisões em ambientes altamente inseguros, com altos riscos, intensas pressões de tempo e considerável investimento emocional. E que, às vezes, dada situação do ambiente de tomada de decisões, o empreendedor precisa executar, se adaptar de modo cognitivo e aprender com o fracasso.

A abordagem psicológica, behaviorista ou comportamental, defendida por McClelland (1972), procura identificar aspectos característicos dos empreendedores, por acreditar que existem traços de personalidade que são próprios destes indivíduos. Corrobora estes pressupostos Kets de Vries (1997). Fillion (1999, p. 19) define o empreendedor como “uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios”. O autor relata algumas características dos empreendedores, como aquele que tem sonhos realistas ou visões, cujas realizações estão comprometidas, gasta tempo imaginando aonde quer chegar e como chegar e delega e treina seus empregados para lidar com o inesperado.

Estudiosos no assunto elaboraram uma relação das características para explicar quem é o empreendedor, e como ele pode ser reconhecido. Embora a literatura recente pontue que não apenas características revelam quem é esse ator social, mas por sua ação (JULIEN, 2010), ainda assim, é recorrente identificar o empreendedor por suas características. Algumas delas, por exemplo, ser visionário, saber tomar decisões (Baron e Shane, 2007), fazer a diferença e explorar ao máximo as oportunidades (SHANE; VENKATARAMAN, 2000); ser determinado, dinâmico, dedicado, otimista e apaixonado pelo que faz (JULIEN, 2010, BRANCHER et al., 2012, Brush & Hofer, 2002), ser independente e construir seu próprio destino (BRUYAT; JULIEN, 2001; BYGRAVE et al., 1991), ser organizado, líder, formador de equipe e bem relacionado (KIRZNER, 1973), possuir conhecimento, assumir riscos calculados, criar valor para a sociedade e planejar muito (BHIDÉ, 2004).

Tantas características necessárias ao empreendedor geram um questionamento relacionado ao seu desenvolvimento: se ele nasce com estas características ou se as aprende com o tempo. Existe grande debate a respeito, com perspectivas e considerações bem diferentes (Morrison, 1998). Este autor afirma que quando a característica empreendedora é apresentada como nata, pressupõe que a capacidade empreendedora, a habilidade para correr riscos e o desejo de criar um negócio são próprias do indivíduo, ou seja, o empreendedor nasce com estas características. Isto pode ser exibido na forma de traços de personalidade que diferenciam os empreendedores dos demais.

Alguns exemplos de traços genéticos associados ao empreendedorismo são evidenciados por Honma (2007), como autoconfiança, motivação pessoal, criatividade, independência, liderança, propensão a correr riscos. No entanto, esta abordagem não foi suficiente para sustentar os pressupostos que estudam o empreendedor. Assim, o empreendedor pode ser influenciado por características culturais e experientialmente adquiridas, além da capacidade empreendedora ser influenciada por intervenções da educação e de treinamento (GARAVAN; O' CINNEIDE 1994).

Autores como Fillion (1999), Bohnenberger, Schmidt e Freitas (2007), Bygrave (2004) concordam no que diz respeito à influência da família no perfil empreendedor e, conseqüentemente, na criação de novos negócios porque, para eles, as pessoas apresentam mais chances de se tornarem empreendedoras se houver um modelo na família ou no seu meio. O empreendedor tem como característica básica o espírito criativo e pesquisador (KIRZNER, 2009; MEHRABI; KOLABI, 2012). Ele está constantemente buscando novos caminhos e novas soluções. Esses autores corroboram com Drucker (1986) ao considerarem que o pensamento criativo pressupõe uma atitude, uma perspectiva que leva a procura de ideias, a manipulação de conhecimentos e experiências.

O indivíduo ao adotar uma perspectiva criativa tanto se abre para novas possibilidades como para mudança. Consideram ainda que, na linha da criatividade caminha a inovação e que o processo de criatividade é fonte de inspiração para inovação dos empreendedores. A inovação para Drucker (1986, p. 25) “é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade”, assim como os pressupostos de Shane e Venkataraman (2000) e Fillion (1999) ao considerar que um empreendedor é uma pessoa imaginativa distinguida pela capacidade de estabelecer e alcançar objetivos.

Na busca de entendimento para aspectos característicos dos empreendedores, a autoeficácia tem sido e continua a ser uma variável psicológica fundamental no estudo do comportamento empreendedor, tanto em seu poder preditivo sobre a intenção de criar um novo negócio (BOYD; VOZIKIS, 1994, LINAN; CHEN, 2009, PIHIE, 2009, ZHAO, HILLS; SIEBERT, 2005), como sua capacidade de diferenciar entre os empreendedores e não empreendedores (MARKMAN; BALKIN; BARON, 2002, BYGRAVE; ZACHARAKIS, 2010). Segundo Bandura e outros (2008) atualmente há uma consciência de que vivemos em um mundo diferente de antes, no qual novas posturas psicológicas são estabelecidas. Assim, o papel da agência humana é imprescindível para o enfrentamento e consecução de objetivos.

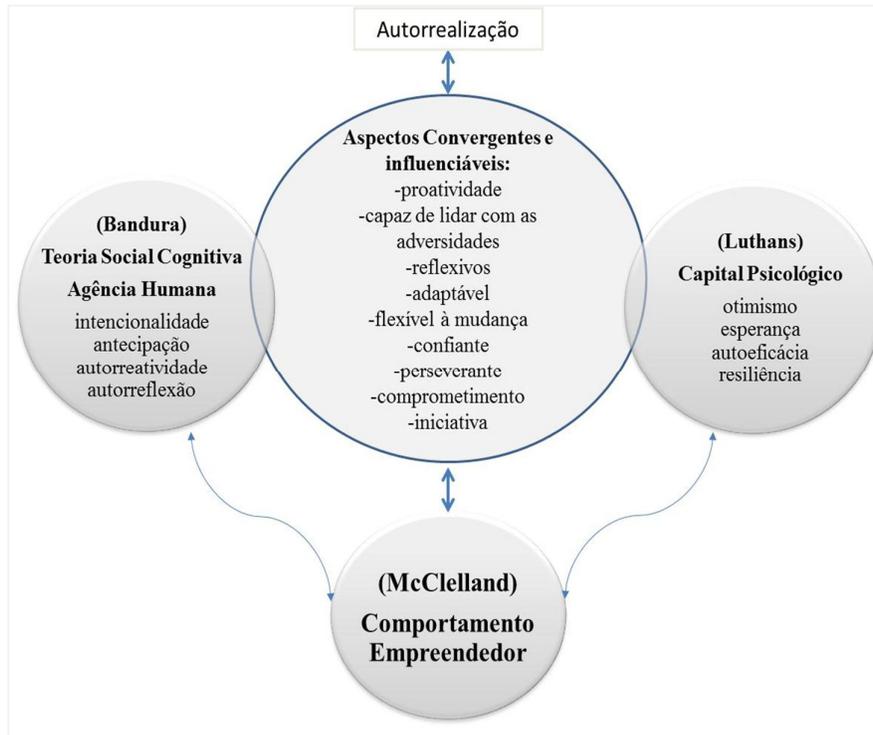
Nessa configuração a próxima seção exhibe tendências distinguidas entre as variáveis propostas para o estudo, buscando possíveis imbricações entre esses campos.

3 AGÊNCIA HUMANA, CAPITAL PSICOLÓGICO E COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR: ALGUMAS EVIDÊNCIAS

Com base nas reflexões acerca destes constructos, procuramos levantar alguns pontos de convergência e influenciáveis, além de trazer evidências que podem fazer sentido quando integrados e estudados em conjunto. Com isso, é também contribuição deste artigo abrir perspectivas de estudos na arena do comportamento empreendedor, olhando para as dimensões da Teoria Social Cognitiva, do Capital Psicológico para compreender o comportamento empreendedor e os aspectos que contribuem para a autorrealização. Para tanto, procuramos elaborar um *framework*, à luz das reflexões teóricas e considerando os achados dos autores referência dos constructos pesquisados, destacando as intersecções e possíveis relacionamentos por observar que os elementos

que compõem as dimensões podem conversar entre si e possivelmente contribuir com resposta para auxiliar o entendimento para comportamento empreendedor, conforme a Figura 3.

Figura - 3 *Framework* dos constructos



Fonte: Elaborado pelos autores.

De acordo com a Figura 3, há uma justaposição entre as áreas, o framework dos constructos foi desenvolvido com o intuito de despertar a atenção para os campos que o formam apresentado que estas áreas se subsidiem para clarear o entendimento de comportamento empreendedor cujas imbricações entre o capital psicológico, a agência humana sob a perspectiva da teoria social cognitiva e o comportamento empreendedor manifestam várias similitudes. Assim, Visando melhor situá-los e facilitar a exposição da integração entre os constructos foi possível desenvolver a Quadro 2, levantando as características gerais e cada uma das características que compõe os constructos, de maneira a sintetizá-los por meio das principais palavras-chave, conceitos e variáveis.

Quadro 2 – Evidências entre TSC (agência humana), Capital Psicológico e Comportamento Empreendedor

SIMILITUDES ENTRE CONSTRUCTOS		
Teoria Social Cognitiva Agência Humana	Capital Psicológico (PsyCap)	Comportamento Empreendedor
Características gerais	Características gerais	Características gerais
Influencia próprio funcionamento, proativa, organizada, autorregulada, autorreflexiva. Age intencionalmente em direção a fins específicos, elabora planos de ação, antecipa possíveis resultados, avalia e replaneja cursos de ação.	Elevada confiança para despende o esforço em tarefas desafiantes, atribuição positiva dos acontecimentos, perseverante em relação aos objetivos, redireciona os meios para atingir os fins, capacidade para lidar com adversidades.	Persistentes em atividades que envolvem um padrão de excelência e tarefas desafiadoras, necessidade de realização, iniciativa, afirmação, orientação para eficiência, planejamento sistemático e comprometimento com o trabalho.
Intencionalidade	Esperança	Perfil empreendedor
Prevê atos futuros, proativo com a sua realização, autonomia, volição e a responsabilidade. Ações voltadas para servir um certo propósito podem causar uma série de diferentes episódios para acontecer, que não somente aquele propósito almejado.	Estado cognitivo capaz de estabelecer expectativas e objetivos estimulantes. Realistas. Autodeterminado, enérgico e tem percepção de controle interno. Gera caminhos alternativos para os objetivos que determinaram quando surgem obstáculos ou impedimentos traçados.	Espírito criativo e pesquisador. Busca novos caminhos e soluções. Inovador ao adotar uma perspectiva criativa, abrindo possibilidades e explorando a mudança, como uma oportunidade. Imaginativo e distinguido pela capacidade de estabelecer e alcançar objetivos.
Antecipação	Esperança	Perfil empreendedor
Expansão temporal da agência vai além do planejamento futuro. Instituem objetivos para si mesmos, predizem as consequências de ações prospectivas, selecionam e criam cursos de ação que possivelmente produzirão resultados almejados.	A esperança variável do constructo capital psicológico consiste no fato de as pessoas serem capazes de gerar caminhos alternativos para os objetivos que determinaram quando surgem obstáculos ou impedimentos aos inicialmente traçados.	Empreendedor é criativo, possui sonhos realistas, visões, e a realização é comprometida com o negócio. Gastam tempo imaginando aonde quer chegar e como chegar.
Autorreatividade	Otimismo	Perfil empreendedor
Capacidade de configurar cursos de ação apropriados e de motivar e regular a sua efetivação. Agente autorregulado, planejador, motivado, dá direção aos seus objetivos e instituem autoincentivo que sustentam seus esforços na efetivação dos objetivos.	Perseverante perante obstáculos possui elevado nível de ambição, determina objetivos ambiciosos, além de ser facilmente motivado ao trabalho. Otimismo é mais do que prever que coisas boas vão acontecer.	Visionário, sabe tomar decisões, faz a diferença e explora ao máximo as oportunidades. Determinado, dinâmico, dedicado, otimista e apaixonado pelo que faz; Independente e constrói seu próprio destino.
Autorreflexão	Autoeficácia	Perfil empreendedor
Capacidade metacognitiva de refletir sobre si mesmo e sobre os próprios pensamentos e ações. Crença pessoal para exercer uma medida de controle sobre o seu próprio funcionamento. As crenças de eficácia aparecem como a base da agência humana.	Confiança de acreditar na própria capacidade de mobilizar recursos cognitivos para obter recursos específicos. Autoeficaz, prima por tarefas desafiadoras, estendendo motivação e esforço no cumprimento de seus objetivos.	Autoconfiança, motivação pessoal, criatividade, independência, liderança, propensão a correr riscos.
Agência humana	Resiliência	Perfil empreendedor
Capacidade de exercer o controle sobre o próprio funcionamento e eventos que afetam a vida.	Capacidade de recuperação perante situações de adversidades, incerteza, falha, e até mesmo da mudança positiva com tarefas que causam maior encargo.	Pensa de forma diferente, toma decisões em ambientes inseguros, de riscos e pressão. Investimento emocional para adaptar e aprender com o fracasso.

Fonte: Elaborado pelos autores a partir das teorias do estudo.

Em conformidade com o Quadro 2, a intencionalidade da teoria social cognitiva que considera os atos concretizados de forma intencional, sendo que uma intenção é uma representação de um curso de ação futuro a ser adotado, pode ser relacionado com o perfil empreendedor ao estabelecer objetivos e buscar formas de alcançá-los. A antecipação ao abordar o planejamento futuro e a instituição de objetivos e desenvolvimento de ações prospectivas se relaciona com o comportamento empreendedor de ser criativo, possuir sonhos realistas, visões, e a realização e gastar tempo imaginando aonde quer chegar e como chegar. A autorreatividade ao configurar cursos de ação apropriados e de motivar e regular a sua efetivação, converge a autoconfiança, motivação pessoal, criatividade, independência, liderança, propensão a correr riscos, além de se aproximar da autoeficácia ao acreditar na própria capacidade de mobilizar recursos cognitivos para obter recursos específicos. A autorreflexão com a crença pessoal para exercer uma medida de controle sobre o seu próprio funcionamento vai ao encontro do perfil empreendedor ao abordar que este pensa de forma diferente, toma decisões em ambientes inseguros de risco e pressão, aproximando-se também da resiliência na capacidade de recuperação perante situações de adversidades, incerteza, falha, e até mesmo da mudança positiva com tarefas que causam maior encargo. Dessa forma, as relações de convergência apresentadas pelo Quadro 2, relacionam também o perfil empreendedor, com o otimismo, a esperança e a capacidade de exercer o controle sobre o próprio funcionamento em eventos que afetam a vida, característica da agência humana.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve por objetivo discutir as similitudes entre teoria social cognitiva sob a perspectiva da agência e o constructo do capital psicológico cujo intuito é o de melhor compreender o comportamento empreendedor. Enquanto campo do conhecimento em construção, a intersecção de outras áreas contribui para consolidar este movimento de busca concreta por respostas aos problemas que envolvem o comportamento empreendedor. O aporte teórico levantado neste estudo e que propicia sua fundamentação, visa à expansão do conhecimento, procurando abrir perspectivas de estudos empíricos numa perspectiva de solidificar esta área do conhecimento.

Através do levantamento realizado e identificação de similitude entre os constructos foi possível evidenciar relacionamentos passíveis de experimentação por meio de pesquisas empíricas que possam ser testadas e assim, trazer contribuições significativas para compreender o comportamento empreendedor. A teoria social cognitiva ao apontar a agência humana como sua base de referência e se subsidiar na eficácia do indivíduo se aproxima do Capital Psicológico que nomeia quatro capacidades psicológicas para formar seu constructo cuja autoeficácia se funde ao otimismo a esperança e a resiliência, tornando assim, um constructo unifatorial. Imbricado a estes dois constructos, evidenciamos as características do comportamento empreendedor que sob a alusão da autorrealização, esta pautada na iniciativa, na afirmação, na orientação para eficiência, no planejamento sistemático e no comprometimento com o trabalho. Por sua vez, a autorrealização é uma das características psicológica que fornece condições às pessoas de escolherem e persistirem em atividades que envolvem um padrão de excelência e/ou em tarefas desafiadoras.

Partindo da referência das capacidades psicológicas que prediz quem somos e em quem podemos nos tornar, é possível identificar que o comportamento empreendedor é subsidiado por autoeficácia, otimismo, esperança e resiliência capazes de suportar as pressões advindas de um cenário de grande recessão pelo qual o mercado passa. Esses constructos subsidiam comportamentos quando empreendedores precisam tomar decisões

em ambientes altamente inseguros, com altos riscos, intensas pressões de tempo, além de necessitarem de considerável investimento emocional.

Expostas as similitudes que compete aos três campos como agência humana, autoeficácia, resiliência, otimismo, esperança, autorrealização, e exibido a imbricação entre os campos, reforça a necessidade de estudos empíricos que sustentem as imbricações alçadas com vistas a testar as evidências assinaladas por estas reflexões e arquiteturas teóricas. E, para chegar aos significados, ter acesso ao mundo conceitual e aplicá-los à realidade circundante, é preciso segundo Beauclair (2004), experimentar, observar, perceber os movimentos, as possibilidades para explorar e descobrir e assim, compartilhar. A caminhada por estas teorias evidenciou que é possível buscar sustentação em outras áreas do conhecimento para dar alicerce aos estudos da área de empreendedorismo, não obstante ser notório o crescimento e desenvolvimento da área. No entanto, é *mister* a necessidade de expandir e ir se criando novos nexos de estudos à medida que pesquisadores procuram por significados, a partir de suas práticas e pesquisas, numa inserção criativa, aliados em campos tais como a Teoria Social Cognitiva sob a perspectiva da agência, o Capital Psicológico e suas dimensões, renovando pensamentos num fazer para avançar o conhecimento da área.

Artigo submetido para avaliação em 01/11/2016 e aceito para publicação em 31/08/2017

REFERÊNCIAS

AMERICAN PSYCHOLOGICAL ASSOCIATION (APA). **Dicionário de Psicologia da APA**. Porto Alegre: Artmed, 2010.

BANDURA, A. **Social foundations of thought and action: A social cognitive theory**. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1986

BANDURA, A. Self-regulation of motivation through anticipatory and self-regulatory mechanisms. In DIENSTBIER, R. A. (Ed.). **Perspectives on motivation: Nebraska symposium on motivation**, Lincoln: University of Nebraska Press, 1991b. p. 69-164. (v. 38)

BANDURA A. Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning. **Educ Psychol.**, v.28, p.117 – 148, 1993.

BANDURA, A. **Self-efficacy: The exercise of control**. New York: Freeman, 1997.

BANDURA, A. Social Cognitive Theory: An agentic perspective. **Annual Review Psychology**, v. 52, p.1-26, 2001.

BANDURA, A. Social cognitive theory of mass communications. In BRYANT J.; D. ZILLMAN (Ed.). **Media effects: Advances in theory and research**. 2. ed. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 2001. p. 121-153

BANDURA, A. Reflections on an agentic theory of human agency. **Tidsskrift for Norsk Psykologforening**, n. 10, p.995-1004, 2007.

BANDURA, A. et al. **Teoria Social Cognitiva: conceitos básicos**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

Bandura, A. (2011) A Social Cognitive perspective on Positive Psychology. **International Journal of Social Psychology**, v.26, n.1, p. 7-20, 2011.

Baron, R. A. Behavioral and cognitive factors in entrepreneurship: entrepreneurs as the active element in new venture creation. **Strategic Entrepreneurship Journal**, v.1, p.167-182, 2007.

BARON, R. A.; SHANE, M. S. A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BEAUCLAIR, J. Compreendendo o fio, a rede e o equilibrista em busca de uma teoria. **Revista Psicologia Brasil**, jul. 2004.

BHIDÉ, A. Como os empreendedores constroem estratégias que dão certo. In: Empreendedorismo e estratégia. **Harvard Business Review**. Tradução Fábio Fernandes. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

BOHNENBERGER, M. C., SCHMIDT, S.; FREITAS, E. C. A Influência da Família na Formação Empreendedora. In: EnANPAD, 31., 2007. Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Anpad, 2007.

BOYD, N. G.; BOZIKIS, G. S. The Influence of Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions. **Entrepreneurship Theory & Practice**, Summer, v. 18, n. 4, p. 63-77, 1994.

BRANCHER, I. B.; OLIVEIRA, E. M.; RONCON, A. Comportamento empreendedor: estudo bibliométrico da produção nacional e a influência de referencial teórico internacional. **Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, São Paulo, v. 7, n. 1, pp. 166-193, jan./jun. 2012.

BRUSH, C.G. et al. The role of social capital and gender in linking financial suppliers and entrepreneurial firms: a framework for future research. **Venture Capital Journal**, v. 4, n. 4, p. 305–323, 2002.

BRUYAT, C.; JULIEN, P. A. Defining the field of research in entrepreneurship. **Journal of Business Venturing. Elsevier Science Inc**, n. 16, p. 165–180, 2001.

BYGRAVE, W.; HOFER, C. Theorizing about entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory & Practice**, n. 16, v. 2, 1991.

BYGRAVE, W. D. The Entrepreneurial Process. In: BYGRAVE, W. D.; ZACHARAKIS, A. **The Portable MBA in Entrepreneurship**. Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons, 2004.

BYGRAVE, W. D.; ZACHARAKIS, A. **The Entrepreneurial Process**. The Portable MBA in Entrepreneurship, 4th Ed., 2010.

DRUCKER, P. F. **Innovation and entrepreneurship**: Practice and principles. Perennial Library ed., New York: Harper & Row, 1986.

FILION, L. J. Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v.34, n.2, 1999.

GARAVAN, T. O'cinneide, B. Entrepreneurship education and training programs: A review of and evaluation. **Journal of European Industrial Training**, v. 8, n. 8, p. 3-12, 1994.

GLOBAL BUSINESS AND MANAGEMENT RESEARCH. **An International Journal**, v. 4, n. 2, p. 178-192, 2012.

GUPTA, V.; SINGH, S. Psychological capital as a mediator of the relationship between leadership and creative performance behaviors: empirical evidence from the Indian R&D sector. **International Journal of Human Resource Management**, v. 25 n. 10, p.1373-1394, 2014.

HAYEK, M. Control Beliefs and Positive Psychological Capital: Can Nascent Entrepreneurs Discriminate between What Can and cannot be Controlled? **Journal of Management Research**, v. 1, 2012.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Tradução Teresa Cristina Felix de Sousa. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HONMA, E. T. **Competências empreendedoras**: Estudo de casos múltiplos no setor hoteleiro em Curitiba. 2007. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil, 2007.

JAMES, N.; GUDMUNDSSON, A. Exploring the impact of entrepreneur optimism on the new venture process. In: MARITZ, Alex (Ed.) AGSE - INTERNATIONAL *ENTREPRENEURSHIP RESEARCH EXCHANGE*, SWINBURNE UNIVERSITY OF TECHNOLOGY, 8., 2011. Melbourne. **Proceedings...** Melbourne, 2011.

JENSEN, S. M.; LUTHANS, F. The Relationship between Entrepreneurs' Psychological Capital and Authentic Leadership Dimensions. **Journal of Managerial Issues**, v.18, n. 2, 2006.

JULIEN, P. A. **Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010.

KETS DE VRIES, M. F. R. **Liderança na empresa**: Como o comportamento dos líderes afeta a cultura interna. São Paulo: Atlas, 1997.

KIRZNER, I. M. **Competition and entrepreneurship**. Chicago: Chicago University Press, 1973.

KIRZNER, I. M. The alert and creative entrepreneur: a clarification. **Small Bus Econ**, v. 32, p.145–152, 2009.

LOPES, M. P., CUNHA, M. P.; PALMA, P. J. **Positive psychological capital**: Distinguishing profiles and their impact on organizational climate. Working Paper ISPA, 2006.

LIÑÁN, F.; CHEN, Y.W. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, n.33, 2009.

LUTHANS, F. The need for and meaning of positive organizational behavior. **Journal of Organizational Behavior**, v. 23, p. 695-706, 2002a.

LUTHANS, F. Positive organizational behavior: Developing and managing psychological strengths. **Academy of Management Executive**, v.16, n. 1, p. 57-75, 2002b.

LUTHANS, F.; YOUSSEF, C. M. Human, social, and now positive psychological capital management: Investing in people for competitive advantage. **Organizational Dynamics**, v. 33, n. 2, 2004.

LUTHANS, F., et al. The psychological capital of Chinese workers: exploring the relationship with performance. **Management and Organization Review**, v.1, n. 2, p.249-271, 2005.

LUTHANS, F., YOUSSEF, C.; AVOLIO, B. **Psychological Capital**: Developing the Human Competitive Edge. New York: Oxford University Press, 2007.

LUTHANS, B. C., LUTHANS, K. W.; AVEY, J. B. Building the Leaders of Tomorrow: The Development of Academic Psychological Capital. **Journal of Leadership & Organizational Studies** (Sage Publications Inc.). v. 21 n. 2, p.191-199, May 2014.

MARKMAN, G. D., BALKIN, D. B.; BARON, R. A. Inventors and New Venture Formation: the Effects of General Self-Efficacy and Regretful Thinking. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 27, p.149–165, 2002.

MCCLELLAND, D. C. **The Achieving society**. Princeton, NJ: D. Van Norstrand Co. Inc, 1961. p. 210-215.

MCCLELLAND, David Achievement Motivation Can Be Developed. **Harvard Business Review**, v. 43, p. 68, Nov. Dec. 1965.

MCCLELLAND, D. C. Business Drive and National Achievement. **Harvard Business Review**, p. 99-112, jul./aug. 1972.

MCCLELLAND, D. C. Characteristics of successful entrepreneurs. In KEYS TO THE FUTURE OF AMERICAN BUSINESS. OF THE THIRD CREATIVITY, INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP SYMPOSIUM, U.S. SMALL BUSINESS ADMINISTRATION AND THE NATIONAL CENTER FOR RESEARCH IN VOCATIONAL EDUCATION, 1986. Framingham, MA. **Proceedings...** Framingham, MA, 1986.

MEHRABI, R.; KOLABI, A. M. Investigating Effect of Entrepreneur's Personal Attributes and Cognitive Heuristics on the Quality of Entrepreneurial Strategic Decision Making. **Global Business and Management Research: An International Journal**, v. 4, n. 2, p. 178, 2012.

MORRISON, A. **Entrepreneurship**: An international perspective. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1998.

PAGE, L. F.; DONOHUE, R. Positive psychological capital: a preliminary exploration of the construct. Paper Series, Monash University, v. 51, n. 4, p. 1-10, Oct. 2004.

PALMA, P. J. CUNHA, M.P.; LOPES, M. P. Comportamento organizacional positivo e empreendedorismo: Uma influência mutuamente vantajosa. **Comportamento Organizacional e Gestão**, v. 12, n. 1, 2007.

PIHIE, Z. A. L. Entrepreneurship as a career choice: An analysis of entrepreneurial Self-Efficacy and intention of university students. **European Journal of Social Science**, v. 9, n. 2, 2009.

SARTORI, R., FAVRETTO, G.; CESCHI, A. The relationships between innovation and human and psychological capital in organizations: A review **The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal**, v. 18, n. 3, 2013.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.

SNYDER, C.R. Hope Theory: Rainbows in the Mind. **Psychological Inquiry**, v. 13, n. 4, p. 249-275, 2002.

STAJKOVIC, A.; LUTHANS, F. Self-efficacy and work-related performance: A meta-analysis. **Psychological Bulletin**, v. 124, p. 240-261, 1998.

WANG, H., et al. Impact of authentic leadership on performance: Role of followers' positive psychological capital and relational processes. **Journal of Organizational Behavior**, v. 35, n. 1, p.5-21, 2014.

ZHAO, H., SEIBERT, S. E.; HILLS, G. E. The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. **Journal of Applied Psychology**, v. 90, n. 1, nov. 2005.