

INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS PARTICIPANTES DO STARTUP WEEKEND: Análise Longitudinal

AMELIA SILVEIRA

UNIVERSIDADE DO OESTE DE SANTA CATARINA (UNOESC)

ameliasilveira@gmail.com

FLAVIO SANTINO BIZARRIAS

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)

flavioxsp@hotmail.com

HÉRMANI MAGALHÃES OLIVENSE DO CARMO

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)

hermani_record@hotmail.com

Introdução

O estudo do processo de criação de novas empresas converge para a compreensão da importância dos fatores cognitivos, principalmente a intenção, como forma de aumentar a compreensão sobre a criação de novos empreendimentos. Sendo forte esta intenção é provável que haja a realização do comportamento planejado de empreender. Este entendimento resume os fundamentos e a definição do tema desta pesquisa, voltado para a mensuração da intenção empreendedora.

Problema de Pesquisa e Objetivo

A intenção empreendedora dos participantes de um evento de empreendedorismo se acelera durante sua realização. Cabe questionar, entretanto, que a medida desta intenção empreendedora, depois do término do evento se mantém desconhecida. Não é mensurada. Assim, o objetivo deste trabalho é analisar a Intenção Empreendedora dos participantes do Startup Weekend (SW), de forma longitudinal: antes, durante e quatro meses depois do término do evento.

Fundamentação Teórica

Os modelos de mensuração da intenção empreendedora tem se apresentado como uma parte importante dos estudos da área de empreendedorismo e do comportamento empreendedor. Estudiosos têm apresentado diferentes modelos para medir a disposição do indivíduo para empreender. Esta pesquisa foi realizada com base em Azjen (1991) e apoiada no Questionário de Intenção Empreendedora (QIE), de Liñán e Chen (2009), e aperfeiçoado por Liñán, Urbano e Guerrero (2011) e Liñán, Nabi, e Krueger (2014).

Metodologia

Pesquisa foi descritiva, quantitativa, dedutiva, e longitudinal. Adotou procedimentos estatísticos (HAIR JR. et al., 2010) e de Modelagem de Equações Estruturais (MEE), utilizando o método de mínimos quadrados parciais (Partial Least Square, PLS) e o software SmartPLS2.0M3 (RINGLE; WENDE; WILL, 2016; RINGLE; SILVA; BIDO, 2014). Com base no modelo de Azjen (1991), e seus constructos preditivos, se observou e confirmou sete hipóteses de pesquisa nos momentos t1, t2 e t3.

Análise dos Resultados

O modelo estrutural alcançou um bom ajuste em todos os instantes de mensuração. A Intenção Empreendedora alcançou valores de 63,8%, 65,7% e 71% nos instantes t1, t2 e t3 respectivamente, evidenciando a adequação do modelo teórico ao objetivo de pesquisa. Considera-se que este objetivo foi alcançado, na medida em que todas as hipóteses praticamente foram confirmadas. Pôde-se observar a moderação do evento SW sobre as relações estabelecidas pelo modelo.

Conclusão

De forma geral, a relação entre normas subjetivas e intenção de empreender (H1) se mostrou frágil em mais de um instante, se confirmando apenas no instante t2 ($\beta=0,062$, $p=0,061$). Este aspecto parece sugerir que para que o indivíduo queira empreender, o ambiente em que está inserido não se mostra favorável. Isto se deve, atualmente, a todo um cenário de incertezas sociais, econômicas e políticas no Brasil que não se mostram favoráveis e estimulantes para empreender.

Referências Bibliográficas

HAIR JR, J. F. et al. Análise multivariada de dados. 7.ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.
RINGLE, C. M.; SILVA, D. da; BIDO, D. Modelagem de equações estruturais com utilização do SmartPLS. Brazilian Journal of Marketing – BJM e Revista Brasileira de Marketing - ReMark, Edição Especial, São Paulo, v.13, n.2, p.56-73, mai.2014.
RINGLE, C. M.; WENDE, S.; WILL, A. SmartPLS 2.0 (2005). Disponível em: www.smartpls.de. Acesso em: 20 abr. 2016.

Tema: Empreendedorismo

A figura do Empreendedor: Perfil, Personalidade, Comportamento e Competências

INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS PARTICIPANTES DO *STARTUP WEEKEND*: Análise Longitudinal

Resumo

O objetivo foi analisar a Intenção Empreendedora dos participantes de um evento *Startup Weekend (SW)*, de forma longitudinal. O instrumento de coleta de dados foi o Questionário de Intenção Empreendedora (QIE), proposto por Linan (2008) e Liñán e Chen (2009), e verificado, ajustado e aperfeiçoado por Liñán, Urbano e Guerrero (2011). A teoria se apoia em Azjen (1991, 2001 e 2002), na Teoria do Comportamento Planejado (TCP), e nos constructos Atitude Pessoal (PA), Norma Subjetiva (NS) e Controle Comportamental Percebido (CCP), que amparam a compreensão da intenção empreendedora. A pesquisa foi descritiva, quantitativa, e dedutiva, com análise dos dados realizada por meio de procedimentos estatísticos e de Modelagem de Equações Estruturais (MEE). Os participantes deste evento responderam a pesquisa em três instantes: antes do evento (t1), após a sua realização (t2), e quatro meses depois (t3). Comparando os resultados das três coletas realizadas verificou-se que a variável Intenção Empreendedora dos participantes do SW manteve-se estável, na maioria dos itens analisados. Houve diminuição entre Normas Subjetivas e Intenção Empreendedora. Por estarem as Normas Subjetivas relacionadas com a pressão social percebida pelo individuo no sentido de realizar ou não de terminado comportamento, podem estar desestimulando a atividade empreendedora, em períodos de crise.

Palavras-chave: Intenção Empreendedora, *Startup Weekend*, Análise Longitudinal.

Abstract

The aim was to analyze the Entrepreneurial Intention of participants in a *Startup Weekend (SW)* event, longitudinally. The data collection instrument was the Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ), proposed by Linan (2008) and Liñán and Chen (2009), and checked, adjusted and perfected by Liñán, Urbano and Guerrero (2011). The theory is based on Azjen (1991, 2001 and 2002) - Theory of Planned Behavior (TCP) - and constructs Attitude Staff (PA), Subjective Norms (NS) and Perceived Behavioral Control (SPC), which support the understanding of Entrepreneurial Intention. The research was descriptive, quantitative and deductive, with data analysis carried out through statistical procedures and structural equation modeling (SEM). Participants of the event answered the survey in three moments: before the event (t1), after its completion (t2), and four months later (t3). Comparing the results from the three samples collected it was found that the variable Entrepreneurial Intention of participants remained stable in most of the analyzed items. There was a decrease between Subjective Norms and Entrepreneurial Intention. Why are the Subjective Standards relating to social pressure perceived by the individual in order to perform or not the finished behavior, may be discouraging entrepreneurial activity, in times of crisis.

Keywords: Entrepreneurial Intention, *Startup Weekend*, Longitudinal analysis.

1 INTRODUÇÃO

O estudo do processo de criação de novas empresas tem amparo em Forbes (1999); Krueger, Reilly e Carsrud (2000) e Autio et al. (2001), e convergem para a compreensão da importância dos fatores cognitivos, principalmente a motivação e a intenção, como forma de aumentar a compreensão sobre a criação de novos empreendimentos. Bird (1988), anteriormente, enfatizou a intenção como fator chave para entender o processo de criação de novas empresas. Na trajetória dos estudos sobre este tema surge, de imediato, como ponto de referência quanto à construção de um modelo para mensurar a intenção empreendedora, o trabalho de Krueger e Carsrud (1993), que considerou o estudo de Ajzen (1991), com a proposição da Teoria do Comportamento Planejado (TCP), como adequado para amparar sua proposição. Principalmente autores como Kolvereid (1996); Tkachev e Kolvereid (1999); Liñán (2004); Fayolle e Gailly (2005); Krueger (2007); Fayolle e DeGeorge (2006); Liñan e Chen (2009) se voltaram para a TCP como forma de entender o processo de criação de empresas. De forma geral, a TCP e os seus três antecedentes da motivação, que são Atitude Pessoal (PA), Norma Subjetiva (NS) e Controle Comportamental Percebido (CCP), e servem de referência para amparar a compreensão da intenção empreendedora. Cabe destacar ainda que, assim como a TCP (Ajzen 1991), o Modelo do Evento Empresarial (MEE), preconizado por Shapero e Sokol (1982) e Shapero (1984) também foi considerado como importante suporte na pesquisa de intenção de empreender e de criar novas empresas. Este modelo foi considerado por Krueger et al. (2000) e, em estudos mais específicos como o de Krueger e Brazeal (1994) e Krueger, Reilly e Carsrud (2000) foi revelado que estes dois modelos teóricos se sobrepõem, em mais de um elemento. Assim, o TCP foi sendo destacado entre os demais e sendo considerado adequado teoricamente, servindo de suporte para amparar os estudos na área do empreendedorismo. Recentemente, Schlaegel e Koeing (2014), Lortie e Castogiovanni (2015) e Liñán e Fayolle (2015) afirmaram que a TPB, formulada por Ajzen (1991), continua sendo a teoria adotada para prever e explicar o comportamento humano, em contextos específicos. Lortie e Castogiovanni (2015) afirmam que, de acordo com a Web of Science, a obra de Ajzen (1988), em forma de livro, é citada cerca de 1500 vezes. Por sua vez Ajzen (1991), como artigo científico de periódico, é citado mais de 5000 vezes. E que, “quase todas as citações para o livro de 1988 também citam o artigo de 1991”. Estas contagens de citações são um testemunho para a generalização geral do TPB para explicar e prever qualquer tipo de comportamento planejado.

Assim, com este entendimento, o modelo denominado TPB, preconizado por Ajzen (1988, 1991), foi adotado neste artigo para analisar a intenção de se tornar um empreendedor.

Quanto ao instrumento para medir os três constructos teóricos do TPB em relação à intenção empreendedora, no contexto de estudo, este também foi selecionado com base em estudos teóricos e pesquisas empíricas, e dentre os aplicam a TPB ao empreendedorismo. Cabe registro de que, entre os autores que estudaram a evolução dos modelos voltados para a intenção empreendedora se pode citar Guerrero, Rialp e Urbano (2006) e Black (2012). Com base em um estudo bibliométrico realizado por Souza (2015), investigando a base SCOPUS, com as palavras-chave *Entrepreneurial Intention*, de 1999 a agosto de 2015, onde foram acessados 242 artigos científicos, ficou claro que o Professor Doutor Francisco Liñán, pesquisador da Universidade de Sevilha, desponta neste cenário de proposição de modelos para mensurar a intenção empreendedora como figura de destaque na literatura do tema, sendo que este autor adota a TPB como teoria de base. Desde logo, os estudos de Liñán (2006, 2008), Liñan e Santos (2007); Liñan e Chen (2009) apresentam um instrumento de medida psicométrica para mensuração da Intenção Empreendedora, denominado de *Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ)*. Este Questionário de Intenção Empreendedora (QIE) foi definido para medir as construções cognitivas, tendo como base o conjunto de constructos indicados por Ajzen (1991, 2001, 2002) e que são: Atitudes Pessoais

(AP), Normas Subjetivas (NS) e Controle Comportamental Percebido (CCP), em relação à intenção de empreender (comportamento cognitivo). Uma relação de 20 questões básicas representam estes constructos. Cabe ressaltar que a primeira validação do QIE deu-se com Liñán e Chen (2009). Deste tempo, o QIE foi sendo verificado, ajustado e aperfeiçoado. De forma mais pontual, os trabalhos de Liñán, Urbano e Guerrero (2011) e de Liñán, Nabi, e Krueger (2013) apresentam estas sugestões de melhoria do instrumento e de suas questões, bem como ampliação do próprio modelo para maior integração, incorporando a cultura, a motivação, as habilidades e o conhecimento empresarial, buscando uma aplicação transcultural. Resta destacar que, conforme o interesse dos autores e do contexto de pesquisa, novos grupos de variáveis passam a serem propostas, sendo complementares às 20 questões centrais, e à demografia.

A maioria das pesquisas internacionais e nacionais neste tema, e que adotam o QIE em parte ou no total têm sido realizadas no contexto de universidades, com discentes. Dentre outras, podem ser citados Couto, Mariano e Mayer (2010); Hecke (2011); Almeida (2013); Naia (2013) e Souza (2015), sendo que estes autores têm adotado parte ou a totalidade do QIE para estudos sobre a intenção empreendedora, notadamente em universidades.

Este artigo que aqui se apresenta não tem como contexto de pesquisa o ambiente das universidades. O *Startup Weekend (SW)*, por definição, é um evento pontual que está voltado para uma imersão de empreendedorismo, onde os participantes são desafiados a colocar uma ideia de negócio em prática, no prazo de 54 horas. Mais do que um evento de empreendedorismo, o SW é uma forma de educação experiencial. São 54 horas de duração, começando na sexta-feira à tarde e terminando no domingo à noite, onde os participantes formam times e são desafiados a desenvolver uma ideia de negócio, com o apoio de mentores. Os mentores são profissionais, empreendedores e acadêmicos com experiência, que colaboram voluntariamente para a formação de novos empreendedores.

Os idealizadores do *Startup Weekend* acreditam que os empreendedores precisam fazer (realizar) para poder aprender (NAGER, NELSEN e NOUYRIGAT, 2012). Este tipo de evento surgiu nos Estados Unidos da América, em junho de 2007, tendo milhares de edições realizadas em mais de 100 países, ao redor do mundo. No Brasil, o SW já foi realizado dezenas de vezes. Com direitos de realização pertencentes à Techstars, o SW é um evento sem fins lucrativos. O lema do evento é “No talk, all action. Launch a startup in 54 hours”. Sua missão é inspirar, educar e empoderar indivíduos, equipes e comunidades por meio de conhecimentos voltados para o empreendedorismo. Mais de 3.000 empresas já foram criadas a partir de ideias desenvolvidas em um SW, sendo que algumas delas já possuem alcance global, como é o caso da EasyTaxi. Também Hand Talk, Meu Tutor, Quanto Gastei e TraktoPro são exemplos de ideias que se materializaram e foram provenientes de alguns *Startup Weekend*, principalmente realizados na região nordeste do Brasil. Para todos os efeitos, a realização de um *Startup Weekend* traz em si o entendimento de que deverá haver um esperado incremento na intenção empreendedora dos participantes, com a natural ação de empreender. O estudo de Silveira et al. (2015) comprova este entendimento.

Entretanto, cabe questionar, que a mensuração da intenção empreendedora depois do término de um *Startup Weekend* ainda se mantém desconhecida. Ainda não foi mensurada. Assim, para efeito deste estudo, a questão que passa a nortear a pesquisa investiga, até que ponto, decorridos quatro meses da realização um SW, a intenção empreendedora dos participantes se mantém. A medida dos constructos teóricos, com base na Teoria do Comportamento Planejado (TCP) de Azjen (1991), e que ampara o Questionário de Intenção Empreendedora (QIE) proposto inicialmente por Liñán e Chen (2009, e complementado pelos estudos de Liñán, Urbano e Guerrero (2011) e de Liñán, Nabi, e Krueger (2013) se faz assim necessária. E, este conhecimento se torna importante, na medida em que todo um

evento se volta para “inspirar, educar e empoderar indivíduos, equipes e comunidades por meio de conhecimentos voltados para o empreendedorismo”, despertando e motivando para a intenção de empreender por 54 horas. Segundo a teoria que ampara este tema (AZJEN, 1991, 2001 e 2002), e com base no estudo de Liñán (2008), Liñán e Chen (2009), Liñán, Urbano e Guerrero (2011) e Fayolle, Liñán e Moriano (2014) é esperado que a avaliação da intenção empreendedora, no ambiente mais próximo do indivíduo, tenha seu maior efeito sobre as Normas Subjetivas (NS). Entende-se que, quando a sociedade que rodeia estes indivíduos objetiva apoiar o espírito empreendedor (com a realização de um evento como o SW, por exemplo), estes se sentem mais inclinados e propensos para uma ação, neste sentido. Quando, porém, o cenário é de crise econômica, social e política, como no momento brasileiro, esta propensão pode se diluir, se dissipar. E, também, o Controle Comportamental Percebido (CCP) e as Atitudes Pessoais (AP) podem se modificar. Há necessidade, desta forma, de avaliar os vários momentos em que os estímulos para empreender se mostram, no tempo.

Assim, o objetivo deste trabalho é analisar a Intenção Empreendedora dos participantes do SW, de forma longitudinal, utilizando as 20 questões centrais do QIE, com base no constructo proposto por Linan (2008) e Liñán e Chen (2009), e verificado, ajustado e aperfeiçoado por Liñán, Urbano e Guerrero (2011).

2 MODELOS DE INTENÇÃO EMPREENDEDORA

O estudo dos modelos de mensuração da intenção empreendedora, de forma mais específica, tem se apresentado como uma parte importante dos estudos desta área de interesse. Estudiosos, ao longo do tempo, têm apresentado diferentes modelos com o objetivo de medir a disposição do indivíduo para empreender. Mesmo assim, ao que tudo indica, conforme advogam Armitage e Conner (2001) e Liñán e Chen (2009), ainda não há um instrumento de mediação para a intenção empreendedora que sirva de padrão, apesar das inúmeras pesquisas realizadas até o momento. Lortie e Castogiovanni (2015) reforçam este entendimento, afirmando que poucos estudos buscaram desenvolver escalas de mensuração para a Intenção Empreendedora.

Na literatura, segundo estudos mais recentes de Schlaegel e Koeing (2014), Lortie e Castogiovanni (2015) e Liñán e Fayolle (2015) parece haver consenso de que há uma base comum que ampara a literatura sobre a Intenção Empreendedora. Estes três estudos que apresentam revisão de literatura reafirmam que a Teoria do Comportamento Planejado (TPB), de Ajzen (1991), predomina entre as citações dos artigos científicos que suportam o tema de estudo. Esta teoria que procura prever e explicar o comportamento humano, em contextos específicos, contempla como um fator central a intenção do indivíduo para executar um determinado comportamento (AJZEN, 1988, 1991, 2001, 2002). Resumindo, a TCP, formulada por Ajzen (1991), serve de base para preconizar, em estudos de empreendedorismo, a possibilidade de prever a criação de um negócio. Assim, analisando a intenção, é possível identificar se um indivíduo está planejando realizar algum comportamento. Sendo forte esta intenção é provável que haja a realização do comportamento planejado de empreender. Esta Teoria do comportamento Planejado (TCP), de forma resumida, pode ser compreendida por meio de três constructos que precedem a formação da intenção: Atitude Pessoal (face ao comportamento); Normas Subjetivas; e Controle Comportamental Percebido (percepção de controle). Desta forma, o princípio geral da teoria psicológica do comportamento planejado, preconizado por Ajzen (1991), é de que os comportamentos previstos são intencionais. E, podem ser previstos pela intenção deste comportamento. A intencionalidade da ação (ação de empreender, no caso específico do empreendedorismo) é, portanto, fundamentada na psicologia cognitiva. Esta tenta prever e

explicar o comportamento humano, sendo que o comportamento planejado tem por fundamento as intenções dos indivíduos.

Neste contexto teórico, também Shapero e Sokol (1982) e Shapero (1984) devem ser considerados pela contribuição ao estudo do empreendedorismo, com a formulação do Modelo de Evento Empresarial (MEE). Neste modelo, a desejabilidade e a viabilidade formam duas etapas do modelo. A desejabilidade é o início do processo de tomada de decisão empresarial, caracterizado pelo desejo de iniciar um empreendimento. A viabilidade, por sua vez, potencializa ou inibe a desejabilidade do indivíduo, conforme o ambiente em que ele está inserido. Cabe destacar que, depois de testar e comparar estas duas teorias, a TPB (AJZEN, 1991) e o EEM (SHAPERO e SOKOL, 1982), Schlaegel e Koeing (2014) afirmaram que estas duas teorias são as mais amplamente testadas e incorporadas para explicar intenção de empreender. Black (2012) revisou, por sua vez, os modelos voltados para a intenção empreendedora. E, dentre outros, coube destaque para Liñán (2008) e Liñán e Chen (2006, 2009), que apresentaram um instrumento de medida psicométrica denominado Questionário de Intenção Empreendedora (QIE). Em estudos posteriores, continuando a pesquisa com este instrumento de mensuração, foi constatado “alguns possíveis problemas com o QIE, como viés de aquiescência”. Este foi modificado e adotado em novas pesquisas de campo, considerando que os itens que mediam os constructos-chave deveriam ser ordenados aleatoriamente, e alguns destes itens invertidos. Esta recomendação consta em Liñán, Urbano e Guerrero (2011), Liñán, Nabi, e Krueger (2014) e Souza (2015).

3 MÉTODO E PROCEDIMENTOS DE PESQUISA

A pesquisa foi quantitativa, dedutiva, com análise realizada por meio de procedimentos estatísticos e de Modelagem de Equações Estruturais (MEE).

Este estudo mensura a intenção empreendedora no evento *Startup Weekend*, antes do evento, durante o evento e após quatro meses de sua realização. A Figura 1 apresenta o modelo teórico testado neste estudo nos três momentos distintos de mensuração.

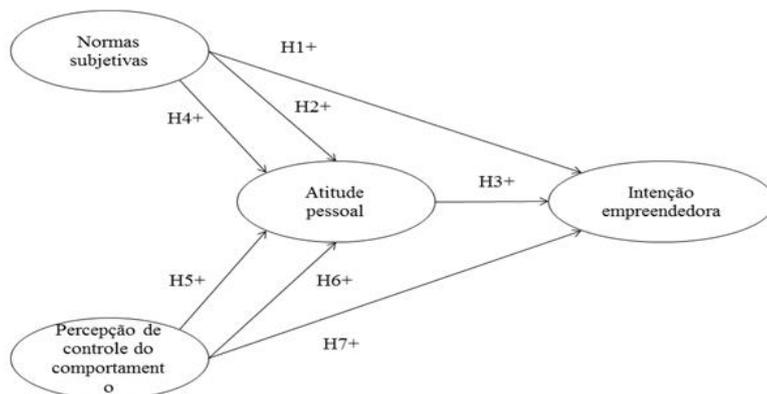


Figura 1 – Modelo teórico AZJEM

No modelo teórico proposto por Azjen (1991, 2001, 2002) se observa que as Normas Subjetivas indicam pressões sociais para que determinados comportamentos sejam realizados, e que os comportamentos são antecedidos pelas intenções, ou predisposição para agir. Se espera que haja uma relação positiva e significativa entre a Norma Subjetiva e a Intenção Empreendedora (H1). Por sua vez, a Norma Subjetiva deve ter uma relação positiva e significativa com a Atitude Pessoal (H2), pois as atitudes são antecedentes das intenções comportamentais, configurando a terceira hipótese (H3). A Atitude Pessoal constitui-se em uma variável mediadora, com uma relação positiva e significativa, da Intenção Empreendedora

(H4) e da Percepção de Controle de Comportamento (H5), que define como as pessoas observam em si a facilidade ou não de manifestar determinado comportamento, com a Intenção Empreendedora. Esta percepção para se tornar de fato um comportamento se relaciona com a Atitude Pessoal como antecedente das intenções. Espera-se, portanto, que haja uma relação positiva e significativa entre a Percepção de Controle de Comportamento e a Atitude Pessoal (H6). Por fim, se espera que haja uma relação positiva e significativa entre a Percepção de Controle de Comportamento e a Intenção empreendedora (H7), na medida em que as pessoas projetam seus comportamentos futuros, por meio da percepção que têm de si mesmas. Nesta pesquisa, longitudinal, se espera, ainda que as Normas Subjetivas, em face do ambiente em que o indivíduo se encontra, em seu dia a dia, nem sempre favorável ao empreendedorismo, e após quatro meses de término do evento Startup Weekend (julho de 2015 – t3) apresentem diferenças quanto aos dois momentos anteriores (t1 e t2), na fase da realização do evento SW, em março de 2015.

3.1 DEFINIÇÕES DOS CONSTRUTOS

Os construtos utilizados neste estudo são a Atitude Pessoal, entendida como sendo o grau de avaliação geral, positiva ou negativa, que as pessoas possuem em relação ao resultado de seu comportamento (AZJEN, 1991, 2001, 2002). As Normas Subjetivas, ou seja, a pressão social percebida pelas pessoas no que tange a si mesma sobre a manifestação deste ou daquele comportamento em função das diretrizes e regras que imperam na sociedade em que se encontra o indivíduo. A Percepção de Controle de Comportamento é compreendida como sendo a extensão em que as pessoas percebem em relação a si mesmas sobre sua capacidade de executar desta ou daquela ação. A Intenção Empreendedora é compreendida como sendo a predisposição das pessoas em realizar uma atividade empreendedora.

3.2 ESCALAS DE MENSURAÇÃO

O inventário de Intenção Empreendedora bem como a mensuração da Atitude Pessoal, das Normas Subjetivas, e da Percepção de Controle de Comportamento se baseia no estudo inicial de Liñán (2008), Liñán e Chen (2006, 2009), e no que recomendam os estudos mais recentes de Liñán, Urbano e Guerrero (2011) e Liñán, Nabi, e Krueger (2014).

Com vinte questões básicas, e seis itens ancorados em uma escala *Likert*, de sete pontos, que variam de discordo totalmente (1) até concordo totalmente (7), esta escala se encontra a seguir, conforme os constructos recomendados por Azjen (1991, 2001, 2002).

Atitude Pessoal

- A02. Uma carreira como empreendedor é totalmente desinteressante para mim;
- A10. Se eu tivesse a oportunidade e os recursos, eu adoraria começar um novo negócio;
- A12. Diante de várias opções, eu preferiria qualquer coisa, exceto ser um empreendedor;
- A15. Ser um empreendedor me traria grande satisfação
- A18. Ser um empreendedor implica mais em que em desvantagens pra mim

Normas Subjetivas

- A03. Meus amigos aprovariam minha decisão de iniciar um negócio
- A08. Meus pais aprovariam minha decisão de iniciar um negócio
- A11. Meus colegas aprovariam minha decisão de iniciar um negócio

Percepção de Controle de Comportamento

- A01. Iniciar e manter um negócio próprio seria fácil para mim
- A05. Acredito que seria completamente incapaz de começar um negócio próprio

- A07. Sou capaz de controlar o processo de criação de um novo negócio
A14. Se eu tentasse começar um negócio, teria uma grande chance de ser bem sucedido
A16. Seria muito difícil eu desenvolver a ideia de um novo negócio
A20. Conheço todos os detalhes práticos para começar um negócio

Intenção Empreendedora

- A04. Estou preparado para fazer qualquer coisa para ser um empreendedor
A06. Farei todo o esforço necessário para iniciar e manter meu próprio negócio
A09. Tenho sérias dúvidas sobre começar um negócio próprio
A13. Estou determinado a criar um negócio inovador no futuro
A17. Meu objetivo profissional é ser um empreendedor
A19. Tenho pouca intenção para iniciar um negócio algum dia

Todas as escalas são unidimensionais, tendo sido traduzidas, adaptadas e testadas em estudos brasileiros anteriores, e que adotaram o Questionário de Intenção Empreendedora. (COUTO; MARIANO; MAYER, 2010; HECKE, 2011; ALMEIDA, 2013; SOUZA, 2015, SILVEIRA et al.)

3.3 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

A principal característica da amostra deste estudo foi a participação dos respondentes em todas as etapas de coleta de dados relacionadas ao evento *Startup Weekend*, sendo antes, durante e após sua realização. Desta forma, a escolha da amostra não foi probabilística. Foi, pelo contrário, não probabilística, ou intencional, uma vez que os respondentes deviam seguir o critério de participação em todos os instantes de coleta. Para tanto, o procedimento inicial foi o de manter um cadastro ativo de todos os participantes, sendo que os mesmos tinham conhecimento de que estavam participando de uma pesquisa científica, em mais de um momento. Desde logo houve a concordância, em princípio, por parte de todos os elementos envolvidos.

Primeiramente, na fase inicial de pesquisa, em março de 2015 (t1 e t2), os participantes colaboraram em dois momentos distintos em um evento de capacitação empreendedora, sendo este o *Startup Weekend*, que aconteceu em 27 e 29 de março de 2015, no município de Santana do Ipanema – Sertão de Alagoas, distante duzentos quilômetros de Maceió/AL, Brasil. Ao adentrar no evento, na data de 27 de março de 2015, os empreendedores foram recebidos pelos pesquisadores, sendo solicitada a participação voluntária dos mesmos na pesquisa sobre Intenção Empreendedora. E, todos concordaram. Assim, receberam o questionário QIE, em que as questões foram dispostas aleatoriamente, e algumas invertidas, conforme recomendação de Liñán, Urbano e Guerrero (2011), Liñán, Nabi, e Krueger (2014) e Souza (2015). Nesta ocasião, responderam ainda às questões sócias demográficas, além de questões de identificação de características pessoais e profissionais (instante t1). Estas questões de identificação se constituíram uma base de dados para acompanhamento longitudinal dos respondentes. Também os dados coletados e analisados na primeira coleta (t1) formaram uma base de dados.

A segunda mensuração (instante t2) ocorreu no dia 29 de março de 2015, último dia, após o término do evento. Todos os respondentes da primeira amostragem concordaram, novamente, em responder, participando da pesquisa. Os respondentes receberam o questionário, tendo um tempo para responder e entregar o mesmo na saída do evento. Na cerimônia de encerramento do *Startup Weekend*, foram feitos esclarecimentos sobre o estudo, havendo agradecimentos especiais pela participação dos voluntários na pesquisa de campo. Nesta ocasião foi comentado que a pesquisa teria uma continuidade, e que os participantes

seriam novamente contatados, oportunamente. Os dados coletados e analisados nesta segunda coleta (t2) integraram a base de dados da pesquisa.

A terceira coleta (t3) se deu de forma eletrônica, por meio do correio eletrônico, individualmente, onde os respondentes foram convidados, novamente, a colaborar com a pesquisa sobre Intenção Empreendedora. E, novamente o QIE foi enviado para os e-mails dos respectivos participantes, entre os dias 06 e 11 de julho de 2015. No corpo do e-mail, foi explicado o caráter acadêmico da pesquisa, a solicitação de devolução do questionário preenchido dentro de dez dias, e reiterados os agradecimentos pela participação no estudo.

Entretanto, nem todos os envolvidos devolveram o questionário preenchido corretamente. E, outros, não devolveram o questionário, simplesmente. Assim, foram considerados válidos para esta pesquisa, na terceira coleta, o número de 44 questionários devolvidos no prazo, completos e corretos. Os dados coletados e analisados na terceira coleta (t3) foram adicionados à base de dados da pesquisa.

3.4 CRITÉRIOS DE ANÁLISE DOS DADOS

Para a análise dos dados coletados foi adotada a Modelagem de Equações Estruturais (MEE), que permite que se observem as relações entre as variáveis de maneira simultânea. Foi utilizado o método de mínimos quadrados parciais (*Partial Least Square*, PLS) com base em matriz de correlação, pois, como os estudos anteriores, a possibilidade de não ocorrer a normalidade dos dados (HAIR JR. et al., 2010, 2014) foi considerada. Para a análise se utilizou o *software* SmartPLS2.0M3 (RINGLE; WENDE; WILL, 2010, 2016, RINGLE; SILVA; BIDO, 2014). Também foi avaliada a validade e a confiabilidade dos indicadores do modelo para sua aceitação. A confiabilidade do modelo foi observada com indicadores de consistência interna. Buscou-se identificar a validade convergente e discriminante do modelo. A explicação geral do modelo foi observada por meio do coeficiente de determinação (R^2) e outros indicadores de qualidade de ajuste. A consistência interna do modelo foi observada por meio dos indicadores *alpha* de Cronbach (valores entre 0,6 e 0,7), e Confiabilidade Composta (valores entre 0,7 e 0,9).

A Validade convergente analisa em que medida esta se correlaciona positivamente com outras medidas de mensuração do mesmo construto se observa a carga fatorial de cada item como acima de 0,708. A Validade discriminante corresponde à medida que os construtos analisados são diferentes. A validade discriminante foi analisada por meio do critério de *Fornel-Lacker* que mede a raiz quadrada da AVE do construto superior a qualquer correlação deste com os outros construtos do modelo, e também por meio da correlação dos itens como sendo maior em suas dimensões do que sua correlação com outros construtos (*crossloadings*).

Para ajuste do modelo foi observado a significância das relações entre as variáveis foi com a técnica de *bootstrapping* ou reamostragem por meio de testes de t de *student* com critério de aceitação a 10% ($t \geq 1,67$, $p \leq 0,10$) observados os indicadores de Stone-Geisser para validade preditiva (Q2), e indicador de Cohen (f2) que observa o tamanho do efeito do construto no modelo (HAIR JR. et al., 2014). O Q2 deve ser maior que zero, e o f2 possui como parâmetros 0,02, 0,15 e 0,35 para indicadores de baixo, médio e alto efeito respectivamente.

Também foi considerado o índice de adequação do modelo (*Goodness of Fit*, GoF), obtido por meio da média geométrica entre o R^2 médio (adequação do modelo estrutural) e a AVE média. Este indicador é considerado adequado, nas ciências sociais aplicadas, quando acima de 0,36 (HAIR JR. et al., 2014).

4 RESULTADOS

Para os instantes t1 e t2 foram obtidos 83 questionários, e para o instante t3 foram obtidos 44 questionários válidos com respondentes que participaram das duas coletas anteriores. Nesta seção, os resultados são apresentados para todos os instantes de coleta.

4.1 MODELAGEM DE EQUAÇÕES ESTRUTURAIS

A qualidade do ajuste do modelo (GoF) nos instantes t1, t2 e t3 ficou em 0,535, 0,590 e 0,691 respectivamente, indicando valores confiáveis. A análise de validade convergente se mostrou adequada após três rodadas de validação inicial, com a retirada de itens com carga fatorial abaixo de 0,7. As consistências internas se mostraram adequadas também com Alpha de Cronbach e Confiabilidade dentro dos parâmetros estipulados. Estes resultados são observados na Tabela 1.

Tabela 1 – Validade convergente e consistência interna, instantes t1, t2 e t3

| Instantes | t1 | t2 | t3 | t1 | t2 | t3 | t1 | t2 | t3 | t1 | t2 | t3 |
|------------------------|-------|-------|-------|-------------------------|-------|-------|----------------|-------|-------|-------------------|-------|-------|
| Construto | AVE | | | Confiabilidade composta | | | R ² | | | Alpha de Cronbach | | |
| Atitude pessoal | 0,808 | 0,65 | 0,753 | 0,894 | 0,845 | 0,901 | 0,202 | 0,397 | 0,521 | 0,77 | 0,729 | 0,833 |
| Intenção empreendedora | 0,612 | 0,581 | 0,768 | 0,863 | 0,847 | 0,908 | 0,638 | 0,657 | 0,710 | 0,79 | 0,76 | 0,849 |
| Normas subjetivas | 0,589 | 0,753 | 0,865 | 0,809 | 0,901 | 0,951 | - | - | - | 0,66 | 0,837 | 0,922 |
| Percepção de controle | 0,655 | 0,658 | 0,689 | 0,85 | 0,851 | 0,898 | - | - | - | 0,74 | 0,75 | 0,853 |

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

A validade discriminante também se observou ao comparar a raiz quadrada da AVE *versus* sua correlação com as demais variáveis. Em seguida se observou as cargas cruzadas dos itens em suas próprias variáveis, ou *crossloadings*. Estes resultados são observados nas Tabelas 2 e 3.

Tabela 2 – Validade discriminante, raiz quadrada da AVE, instantes t1, t2 e t3

| Construto | Atitude pessoal | | | Intenção empreendedora | | | Normas subjetivas | | | Percepção de controle | | |
|------------------------|-----------------|---------------|---------------|------------------------|---------------|---------------|-------------------|---------------|---------------|-----------------------|---------------|---------------|
| | t1 | t2 | t3 | t1 | t2 | t3 | t1 | t2 | t3 | t1 | t2 | t3 |
| Atitude pessoal | 0,899* | 0,806* | 0,868* | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Intenção empreendedora | 0,684 | 0,767 | 0,813 | 0,782* | 0,762* | 0,876* | - | - | - | - | - | - |
| Normas subjetivas | 0,402 | 0,338 | 0,645 | 0,388 | 0,347 | 0,6099 | 0,768* | 0,868* | 0,930* | - | - | - |
| Percepção de controle | 0,342 | 0,611 | 0,669 | 0,622 | 0,671 | 0,7077 | 0,387 | 0,311 | 0,66 | 0,810* | 0,811* | 0,830* |

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Tabela 3 – *Crossloadings*, validade discriminante, instantes t1, t2 e t3

| Item | Atitude pessoal | Intenção empreendedora | Normas subjetivas | Percepção de controle | Instante |
|--------|-----------------|------------------------|-------------------|-----------------------|----------|
| AAP10 | 0,871 | 0,519 | 0,31 | 0,286 | t1 |
| AAP15 | 0,926 | 0,693 | 0,403 | 0,326 | t1 |
| AIE04 | 0,436 | 0,822 | 0,408 | 0,589 | t1 |
| AIE06 | 0,562 | 0,756 | 0,171 | 0,448 | t1 |
| AIE13 | 0,582 | 0,766 | 0,367 | 0,413 | t1 |
| AIE17 | 0,558 | 0,784 | 0,271 | 0,496 | t1 |
| ANS03 | 0,299 | 0,33 | 0,749 | 0,261 | t1 |
| ANS08 | 0,177 | 0,149 | 0,656 | 0,251 | t1 |
| ANS11 | 0,394 | 0,355 | 0,881 | 0,366 | t1 |
| APCC01 | 0,193 | 0,448 | 0,302 | 0,803 | t1 |
| APCC07 | 0,38 | 0,618 | 0,342 | 0,887 | t1 |
| APCC20 | 0,215 | 0,406 | 0,293 | 0,733 | t1 |

| | | | | | |
|--------|-------|-------|-------|-------|----|
| AAP10 | 0,857 | 0,629 | 0,266 | 0,567 | t2 |
| AAP15 | 0,909 | 0,767 | 0,325 | 0,566 | t2 |
| AAP18 | 0,625 | 0,393 | 0,217 | 0,287 | t2 |
| AIE04 | 0,449 | 0,735 | 0,262 | 0,543 | t2 |
| AIE06 | 0,608 | 0,78 | 0,333 | 0,467 | t2 |
| AIE13 | 0,637 | 0,772 | 0,335 | 0,515 | t2 |
| AIE17 | 0,625 | 0,76 | 0,127 | 0,526 | t2 |
| ANS03 | 0,239 | 0,264 | 0,829 | 0,189 | t2 |
| ANS08 | 0,291 | 0,306 | 0,87 | 0,32 | t2 |
| ANS11 | 0,339 | 0,327 | 0,904 | 0,289 | t2 |
| APCC07 | 0,446 | 0,561 | 0,254 | 0,851 | t2 |
| APCC14 | 0,667 | 0,655 | 0,327 | 0,886 | t2 |
| APCC20 | 0,269 | 0,343 | 0,121 | 0,682 | t2 |
| AAP10 | 0,869 | 0,661 | 0,462 | 0,564 | t3 |
| AAP15 | 0,947 | 0,810 | 0,689 | 0,676 | t3 |
| AAP18 | 0,779 | 0,628 | 0,503 | 0,485 | t3 |
| AIE04 | 0,673 | 0,875 | 0,520 | 0,624 | t3 |
| AIE06 | 0,725 | 0,866 | 0,480 | 0,563 | t3 |
| AIE17 | 0,736 | 0,887 | 0,599 | 0,670 | t3 |
| ANS03 | 0,594 | 0,510 | 0,939 | 0,634 | t3 |
| ANS08 | 0,631 | 0,609 | 0,940 | 0,651 | t3 |
| ANS11 | 0,573 | 0,578 | 0,910 | 0,564 | t3 |
| APCC01 | 0,409 | 0,454 | 0,376 | 0,807 | t3 |
| APCC07 | 0,573 | 0,611 | 0,594 | 0,852 | t3 |
| APCC14 | 0,747 | 0,730 | 0,736 | 0,872 | t3 |
| APCC20 | 0,371 | 0,467 | 0,368 | 0,786 | t3 |

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

O modelo final alcançou uma boa qualidade de ajuste. As hipóteses foram confirmadas na sua maioria. Estes resultados podem ser observados na Tabela 4. O modelo estrutural final demonstrou relações positivas e significativas para todas as variáveis, confirmando todas, exceto a hipótese 1.

Tabela 4 – Hipóteses nos três momentos de coleta, instantes t1, t2 e t3

| Relações MEE | Hipóteses | Coeficiente original | | | p-valor | | | Hipóteses | | |
|---|-----------|----------------------|-------|-------|---------|-------|-------|------------|------------|------------|
| | | t1 | t2 | t3 | t1 | t2 | t3 | t1 | t2 | t3 |
| Normas subjetivas -> Intenção empreendedora | H1 | 0,005 | 0,062 | 0,04 | 0,917 | 0,061 | 0,688 | REJEITADA | SUPPORTADA | REJEITADA |
| Normas subjetivas -> Atitude pessoal | H2 | 0,317 | 0,164 | 0,36 | 0,035 | 0,061 | 0,005 | SUPPORTADA | SUPPORTADA | SUPPORTADA |
| Atitude pessoal -> Intenção empreendedora | H3 | 0,532 | 0,556 | 0,6 | 0,001 | 0,001 | 0,001 | SUPPORTADA | SUPPORTADA | SUPPORTADA |
| Mediação atitude: Normas-> Intenção | H4 | 2,01* | 1,81* | 2,68* | 0,044 | 0,069 | 0,01 | SUPPORTADA | SUPPORTADA | SUPPORTADA |
| Mediação atitude: Percepção-> Intenção | H5 | 1,91* | 3,98* | 3,06* | 0,055 | 0,001 | 0,003 | SUPPORTADA | SUPPORTADA | SUPPORTADA |
| Percepção de controle -> Atitude pessoal | H6 | 0,219 | 0,56 | 0,43 | 0,045 | 0,001 | 0,001 | SUPPORTADA | SUPPORTADA | SUPPORTADA |
| Percepção de controle -> Intenção empreendedora | H7 | 0,438 | 0,312 | 0,28 | 0,001 | 0,001 | 0,005 | SUPPORTADA | SUPPORTADA | SUPPORTADA |

Fonte: O estudo

*Teste de Sobel para mediação

A hipótese 1 já se mostrou frágil nos instantes anteriores. Apenas esta hipótese obteve oscilação no seu comportamento, tendo sido rejeitada inicialmente e ao final do estudo. Os indicadores variância explicada, acurácia e valor preditivo do modelo podem ser observados na Tabela 5.

Tabela 5 – Indicadores de qualidade da MEE, instantes t1, t2 e t3

| Indicador | R ² | | | Q ² | | | f ² | | |
|-----------|----------------|-------|------|----------------|-------|-------|----------------|-------|-------|
| | t1 | t2 | t3 | t1 | t2 | t3 | t1 | t2 | t3 |
| IE | 0,638 | 0,657 | 0,71 | 0,36 | 0,33 | 0,52 | - | - | - |
| AT | 0,202 | 0,397 | 0,52 | 0,11 | 0,226 | 0,369 | 0,386 | 0,334 | 0,496 |
| NS | - | - | - | - | - | - | 0,221 | 0,481 | 0,679 |
| PC | - | - | - | - | - | - | 0,323 | 0,351 | 0,476 |

Fonte: O estudo

Observa-se que em todos os instantes de mensuração as variáveis tiveram comportamento semelhante. As oscilações temporais da coleta pouco influenciaram os resultados. Estes resultados corroboram a melhor explicação (R² e Q²) da variável dependente intenção empreendedora em relação às demais do modelo. Também se pode observar a maior relevância preditiva (f²) para a variável de Normas Subjetivas em relação às outras variáveis.

O modelo estrutural alcançou um bom ajuste em todos os instantes de mensuração. Isto indica que a escolha do modelo teórico se mostrou representativa dos objetivos do estudo.

A Intenção Empreendedora alcançou valores de 63,8%, 65,7% e 71% nos instantes t1, t2 e t3 respectivamente, evidenciando a adequação do modelo teórico adotado. A Tabela 6 apresenta a média alcançada em cada variável ao longo do tempo, e a comparação entre as médias dos instantes t1 e t3, antes, e ao final do evento.

Tabela 6 – Comparação entre as médias instante t1 a t3

| t1 | t2 | t3 | p-valor |
|--|-------|-------|---------|
| Normas subjetivas | | | |
| 5,765 | 6,095 | 5,659 | 0,626** |
| Atitude pessoal | | | |
| 6,352 | 5,932 | 5,795 | 0,008* |
| Percepção de controle do comportamento | | | |
| 4,439 | 5,019 | 4,778 | 0,153** |
| Intenção empreendedora | | | |
| 5,299 | 5,576 | 4,864 | 0,028* |

Fonte: Dados da pesquisa, 2015

*diferença significativa ** diferença não significativa

Observa-se que houve uma oscilação entre as variáveis, sem um padrão específico, pois metade das variáveis apresentou incremento de valor, e a outra metade redução nos *scores* médios. Portanto, os resultados apontam que o constructo Normas Subjetivas teve redução de média, estatisticamente significativa, em todos os seus itens. Segundo Ajzen (1991), as normas subjetivas estão relacionadas ao meio em que o indivíduo se encontra, como condições sociais, econômicas e culturais, assim como as regras de convivência que o cerca. Isso pode representar problemas no ambiente institucional que fomenta o empreendedorismo na região em que vivem os respondentes desse estudo. Dos outros itens, os comentários já foram realizados no início desta seção.

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Com o objetivo de analisar a Intenção Empreendedora dos participantes do evento Startup Weekend, este estudo adotou o modelo de Liñan e Chen (2009), com as alterações indicadas por Liñan, Urbano e Guerrero (2011) e Liñan, Nabi, e Krueger (2014), em três momentos distintos: antes, durante e após o evento. Considera-se que este objetivo foi alcançado na medida em que todas as hipóteses praticamente foram confirmadas e se pôde observar a moderação do evento sobre as relações estabelecidas pelo modelo. A intenção de

empreender alcançou um valor significativo de explicação em todos os momentos (de 63,8%, 65,7% e 71% nos instantes t1, t2 e t3 respectivamente), denotando o bom ajuste do modelo.

A intenção empreendedora alcançou diferença significativa entre o primeiro instante, antes do evento, e o instante 3, após o evento ($M_{\text{intenção empreendedora t1}}=5,299$, *versus* $M_{\text{intenção empreendedora t3}}=4,864$, $p=0,028$). A média da intenção empreendedora reduziu. Acredita-se que isto se deva às expectativas geradas pelo evento. Ao criar a expectativa que o curso iria se realizar, as pessoas declararam uma maior intenção de empreender. Isto se manteve inalterado durante o curso ($M_{\text{intenção empreendedora t2}}=5,576$, $p>0,05$). Porém, ao término do curso as pessoas se desligam do objetivo que o curso possui, e passaram a concentrar suas energias na rotina habitual. Porém, é importante que os conceitos abordados no curso se mantenham na agenda dos participantes. O curso propicia imersão, e procura garantir que as pessoas incorporem as capacidades que propicia e o modelo mental orientado ao empreendedorismo. Porém, isto não pode ser garantido.

O mesmo ocorreu com a atitude pessoal ($M_{\text{atitude pessoal t1}}=6,352$, *versus* $M_{\text{atitude pessoal t3}}=5,795$, $p=0,008$). Estava variável iniciou em alta, mas se reduziu após o curso. Isto se deve, em parte, à própria motivação do indivíduo, que pode oscilar no tempo.

A percepção de controle do comportamento ($M_{\text{percepção do controle do comportamento t1}}=4,439$, *versus* $M_{\text{percepção do controle do comportamento t3}}=4,778$, $p=0,153$) e as normas subjetivas ($M_{\text{normas subjetivas t1}}=5,765$, *versus* $M_{\text{normas subjetivas t3}}=5,659$, $p=0,626$) se mantiveram inalteradas durante os instantes mensurados. Isto parece se dever ao fato de que o indivíduo apresenta um comportamento concernente com a intenção de empreender.

A relação entre normas subjetivas e intenção de empreender (H1) se mostrou frágil em mais de um instante, se confirmando apenas no instante t2 ($\Gamma=0,062$, $p=0,061$). Este aspecto parece sugerir que para que o indivíduo queira empreender, o ambiente em que está inserido não se mostra favorável. Isto se deve, atualmente, a todo um cenário de incertezas sociais, econômicas e políticas no Brasil que não se mostram favoráveis e estimulantes para empreender. Aqui, sem dúvidas, caberia toda uma série de considerações. E, estudos mais específicos que fogem, no momento, ao objetivo desta pesquisa.

As demais hipóteses foram confirmadas. Destaca-se a percepção de controle do comportamento que obteve uma forte relação com a atitude pessoal (H6, $\Gamma=0,219$, 0,56 e 0,43 em cada instante), sempre com alto grau de significância ($p<0,001$). Da mesma forma, a relação deste construto com a intenção empreendedora se manteve forte e significativa em todos os momentos (H7, $\Gamma=0,438$, 0,312 e 0,280, $p<0,001$). Isto denota que este construto possui um papel relevante no modelo.

O construto mais preditivo do modelo foi normas subjetivas ($f^2=0,679$) em t3. Enquanto no instante t1, o construto mais importante na previsão do modelo foi a atitude pessoal ($f^2=0,386$), porém muito semelhante às demais variáveis. Isto indica que inicialmente as crenças pessoais tem influência na previsão da intenção de empreender, porém, o contexto que o cerca o participante do evento ganha força, e passa a ter grande impacto na previsão da intenção empreendedora ao final do evento.

Também se observa o papel mediador da atitude pessoal para a relação entre normas subjetivas e intenção empreendedora (Teste de Sobel=2,01, $p=0,044$ em t1 e teste de Sobel=2,680, $p<0,001$ em t3), e para a relação entre percepção de controle do comportamento e intenção empreendedora (Teste de Sobel=1,91, $p=0,05$ em t1 e teste de Sobel=3,06, $p<0,003$ em t3). A mediação da atitude pessoal indica um importante achado deste estudo, pois representa um caminho alternativo para a relação frágil entre normas subjetivas e intenção empreendedora. Ou seja, baldado o ambiente adverso, as atitudes pessoais do indivíduo que tem a intenção de empreender, e buscam um evento como o SW para obter melhor aprendizado, se mantêm firmes, quase inabaláveis, no tempo. Esta ideia o acompanha, a

despeito do ambiente por vezes desfavorável, no momento. Para Kautonen, Van Gelderen e Tornikoski (2014) o comportamento empreendedor ocorre quando existe conexão/união entre o indivíduo empreendedor e a oportunidade empresarial, pois pode ocorrer a vontade de empreendedor, mas não existe o momento para essa aplicabilidade ou vice-versa.

6 CONCLUSÃO

Com o objetivo de analisar a Intenção Empreendedora dos participantes do *Startup Weekend* Santana do Ipanema, sertão de Alagoas, de forma longitudinal, foi realizado uma terceira coleta de dados quatro meses após a sua realização. Poucos estudos se dedicam a acompanhar egressos de um evento de empreendedorismo para entender a sua intenção dali por diante.

Neste estudo, os participantes responderam ao Questionário de Intenção Empreendedora (QIE), em três instantes: antes do evento (t1), após a sua realização (t2), e quatro meses depois de sua realização (t3). Comparando os resultados das três coletas realizadas verificou-se que ao final do evento, considerando os indivíduos que participaram de todas as coletas, em duas das variáveis houve redução significativa das médias obtidas (Atitude pessoal, $M_{\text{atitude pessoal t1}}=6,35$, versus $M_{\text{atitude pessoal t3}}=5,80$, $p=0,008$, e Intenção empreendedora, $M_{\text{intenção empreendedora t1}}=5,29$, versus $M_{\text{intenção empreendedora t3}}=4,86$, $p=0,028$).

Estes resultados sugerem que, em um entendimento mais específico do contexto que se dá o evento, as Normas Subjetivas, por estarem relacionadas com o ambiente que cerca o indivíduo, devem estar desestimulando a atividade empreendedora, principalmente em períodos de crise. Sabe-se que as Normas Subjetivas estão relacionadas com a pressão social percebida pelo indivíduo no sentido de realizar ou não de determinado comportamento. Aqui, realizar a ação de empreender. Em Normas Subjetivas se encontra, ainda, a atitude que um indivíduo percebe sobre o que os grupos de referência e as outras pessoas esperam ou não esperam, aprovam ou desaprovam sobre o seu comportamento de realizar um determinado comportamento (Ajzen 1991). O ambiente do sertão alagoano, no momento, sem dúvida, o cenário nacional. O evento não foi capaz de estabelecer influência significativa nos indivíduos de maneira a fazê-los perceber o que a sociedade local espera do participante do evento, como forma de pressão social. O mesmo se observa para o controle do comportamento. O participante do evento não sentiu que sua capacidade de empreender tenha diminuído depois do evento. Em todos os momentos o indivíduo acredita na sua capacidade de empreender. Entretanto, esta confiança não é alta (médias 4,439, 5,019 e 4,778, respectivamente para cada momento) e talvez isto justifique a queda na intenção empreendedora.

Os achados desta atual pesquisa revelam que, se a maioria dos indivíduos não sofreu alteração em suas crenças e atitudes em razão do evento, uma vez que normas subjetivas e a percepção de controle de comportamento se mantiveram estáveis, e atitude pessoal e intenção empreendedora se reduziram, é necessário refletir. Até que ponto é necessário que as políticas e as instituições que fomentam o empreendedorismo concentrem maiores esforços e recursos na construção de um programa de formação de um ecossistema empreendedor em regiões periféricas, como o sertão nordestino? E, continuando, como poderiam ser realizados estes eventos motivadores de forma mais sistemática, buscando amparar principalmente os jovens que apresentam ideias inovadoras e o desejo de empreender, e que buscam inserção no mercado de trabalho? Bem, estas e outras questões merecem atenção. São preocupantes. E, podem se constituir em objetivos de novos estudos.

Ao finalizar cabe destacar que este estudo se revela inovador no que tange ao contexto de pesquisa, uma vez que a maioria dos trabalhos que utilizam o QIE desenvolvem pesquisas no ambiente universitário, considerando alunos como respondentes. Aqui os respondentes se

diferenciam dos alunos de graduação. É um público heterogêneo, formado por indivíduos locais do sertão alagoano. Da mesma forma, houve inovação neste estudo quando adotou o QIE para mensuração da intenção empreendedora em três momentos, em um mesmo evento de empreendedorismo, de forma longitudinal, avaliando a manutenção da intenção empreendedora. E, ainda, com o sentido inovador, este artigo permite considerar o QIE como uma escala que pode avaliar resultados ao longo do tempo, em termos de intenção de empreender. Assim, este artigo traz, em seu bojo, algo novo. E, merece ser continuado. Para trabalhos futuros sugere-se a continuidade da proposta em um novo tempo, ou seja, ainda uma quarta medida, depois de mais quatro meses, para verificar o comportamento dos participantes deste SW, em específico. Também se sugere como parte complementar, que estes sujeitos sociais participantes da pesquisa deste SW sejam ainda envolvidos em uma pesquisa de cunho qualitativo, com método indutivo, para que questões pontuais sobre a forma como sentem este aprendizado depois de sua conclusão possa ainda ser avaliado. E, possa servir de referência para apontar ideias para novas ações a serem oferecidas para continuar estimulando a intenção empreendedora neste ambiente, em que desenvolvem atividades. Sugere-se ainda estudar o evento SW, de forma mais abrangente, em outras regiões do Brasil, para futuras comparações.

REFERÊNCIAS

- AJZEN, I. Attitudes, personality, and behavior. Milton Keynes: Open University Press, 1988.
- AJZEN, I. Nature and operation of attitudes. **Annual Review of Psychology**, v.52, p.27-58, 2001.
- AJZEN, I. Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. **Journal of Applied Social Psychology**, v. 32, n.4, p.665-683, 2002.
- AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 50, n. 2, p.179-211, 1991.
- ALMEIDA, G. O. **Valores, atitudes e intenção empreendedora: um estudo com universitários brasileiros e cabo-verdianos**. 2013. 400 f. Tese (Doutorado em Administração) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2013.
- ARMITAGE, C.J.; CONNER, M. Efficacy of the theory of planned behavior: a meta-analytic review. **British Journal of Social Psychology**, v. 40, p. 471-499, 2001.
- AUTIO, E.; KEELEY, R. H.; KLOFSTEN, M.; ULFSTEDT, T. Entrepreneurial intent among students. Testing an intent model in Asia, Scandinavia and USA. In: FRONTIERS OF ENTREPRENEURSHIP RESEARCH, 17. 1997. **Proceedings...**Disponível em: <<http://fusionmx.babson.edu/entrep/fer/papers97/autio/aut1.htm>>. Acesso em: 16 abr. 2016.
- BIRD, B. Implementing entrepreneurial ideas: the case for intentions. **Academy of Management Review**, v. 13, n. 3, p. 442-454, 1988.
- BLACK, M. M. **Exploring the multi-focus influence of identity on students' entrepreneurial intent**. 2012. Disponível em: <<https://shareok.org/handle/11244/7204>>. Acesso em: 22 abr. 2016.
- COUTO, C. L. P, MARIANO, S.R.H., MAYER, V.F. Medição da intenção empreendedora no contexto brasileiro: desafios da aplicação de um modelo internacional. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 34, Rio de Janeiro, 2010. **Anais...**Rio de Janeiro: ANPAD, 2010. CD-ROM.
- GUERRERO, M.; RIALP, J.; URBANO, D. The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: a structural equation model. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 4, n. 1, p. 35-50, 2006.

FAYOLLE, A.; DEGEORGE, J.-M. Attitudes, intentions, and behaviour: new approaches to evaluating entrepreneurship education. In: A. Fayolle; H. Klandt (Eds.) **International Entrepreneurship Education: Issues and Newness**. Cheltenham (UK): Edward Elgar, 2006.

FAYOLLE, A.; GAILLY, B. **Using the theory of planned behaviour to assess entrepreneurship teaching programmes**. Center for Research in Change, Innovation and Strategy of Louvain School of Management, Working Paper 05/2005.

FAYOLLE, A., LIÑÁN, F.; MORIANO, J.A. Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship. **International Entrepreneurship Management Journal**, v. 10, p.679–689, 2014.

FORBES, D. P. Cognitive approaches to new venture creation. **International Journal of Management Reviews**, v.1, n.4, 1999.

HAIR JR, J. F. et al. **Análise multivariada de dados**. 7.ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

HAIR JR, J.F. et al. **A primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)**. Los Angeles: SAGE, 2014.

HECKE, A. P. **A intenção empreendedora dos alunos concluintes dos cursos de graduação em administração e ciências contábeis das instituições de ensino superior de Curitiba-PR**. 2011. 83 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011.

KAUTONEN, T.; VAN GELDEREN, M.; TORNIKOSKI, E. T. Predicting entrepreneurial behaviour: a test of the theory of planned behaviour. **Applied Economics**, v. 45, p. 697–707, Aug. 2014.

KRUEGER, N. F. Entrepreneurial intentions are dead: long live entrepreneurial intentions. In: CARSRUD, A.; BRANNBACK, M. (Eds.). **Understanding the Entrepreneurial Mind Opening the Black Box**. New York: Springer, 2009. p. 51-72.

KRUEGER, N. F. The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. **Entrepreneurship: Theory & Practice**. v.18, n.1, p.5-21, 1993.

KRUEGER, N. F. What lies beneath? the experiential essence of entrepreneurial thinking. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 31, n.1,p.123-138, 2007.

KRUEGER, N.; CARSRUD, A. Entrepreneurship intentions: applying the theory of planned behavior. **Entrepreneurship & Regional Development**. v. 5, p. 316-323, 1993.

KRUEGER, N. F.; BRAZEAL, D. V. Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 18, n. 3, p. 91-104, 1994.

KRUEGER JR, N. F.; REILLY, M. D.; CARSRUD, A. L. Competing models of entrepreneurial intentions. **Journal of Business Venturing**, v.15, n.5-6, p.411-432, 2000.

KOLVEREID, L. Prediction of employment status choice intentions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v.20, n.3, p. 47, 1996.

LINAN, F. Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions? **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 4, n. 3, p. 257-272, 2008.

LIÑÁN, F. Intention-based models of entrepreneurship education. **Piccola Impresa/Small Business**, v.3, p.11–35, 2004.

LIÑÁN, F.; CHEN, Y. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 33, n. 3, p. 593-617, May, 2009.

LINAN, F.; CHEN, Y. Testing the entrepreneurial intention model on a two-country sample. **Document de Treball**, n.6/7, 2006.

LIÑÁN, F.; URBANO, D.; GUERRERO, M.. Regional variations in entrepreneurial cognitions: start-up intentions of university students in Spain. **Entrepreneurship & Regional Development**. v. 23, n. 3 e 4, April, p. 187-215, 2011.

LINAN, F.; SANTOS, F. J. Does social capital affect Entrepreneurial Intentions? **International Advances in Economic Research**, v.13, n.4, p.443-453, 2007.

LINAN, F.; URBANO, D.; GUERRERO, M. Regional variations in Entrepreneurial cognitions: start-up Intentions of university students in Spain. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 23, n.3/4, p.187-215, 2011.

LIÑÁN, F.; FAYOLLE, A. A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses and research agenda. **International Entrepreneurship Management Journal**. New York: Springer Science, Business Media, 2015.

LIÑÁN, F.; NABI, G.; KRUEGER, N. British and Spanish entrepreneurial intentions: a comparative study. **Revista de Economia Mundial**, v. 33, p. 73-103, 2013.

LORTIE, J.; CASTOGIOVANI, G. The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions. **International Entrepreneurship and Management Journal**, published online: Mar. 2015.

NAIA, A. M. P. **Entrepreneurship education in sport sciences: implications for curriculum development**. 2013. Tese (Doutorado em Ciências da Educação) – Universidade de Lisboa – Faculdade de Motricidade Humana. Lisboa, Portugal, 2013.

NAGER, M.; NELSEN, C.; NOUYRIGAT, F. **Startup Weekend: como levar uma empresa do conceito à criação em 54 horas**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2012.

RINGLE, C. M.; SILVA, D. da; BIDO, D. Modelagem de equações estruturais com utilização do SmartPLS. **Brazilian Journal of Marketing – BJM e Revista Brasileira de Marketing - ReMark**, Edição Especial, São Paulo, v.13, n.2, p.56-73, mai.2014.

RINGLE, C. M.; WENDE, S.; WILL, A. **Finite mixture partial least squares analysis: methodology and numerical examples. Handbook of partial least squares**. Berlin: Springer Berlin Heidelberg, 2010, p.195-218.

RINGLE, C. M.; WENDE, S.; WILL, A. **SmartPLS 2.0 (2005)**. Disponível em: www.smartpls.de. Acesso em: 20 abr. 2016.

SCHLAEGEL, C.; KOENIG, M. Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models. **Entrepreneurship Theory and Practice**. v. 38, n. 2, p. 291-332, 2014.

SILVEIRA, A. et al. Intenção empreendedora dos participantes do Startup Weekend: o antes e depois da capacitação empreendedora. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 39, 2015, Belo Horizonte. **Anais...**Rio de Janeiro, ANPAD, 2015.

SHAPERO, A. The entrepreneurial event. In. C. A. Kent (Ed.) **The environment for entrepreneurship**. Lexington, Mass: Lexington Books, 1984.

SHAPERO, A.; SOKOL, L. The social dimensions of entrepreneurship. In: **Encyclopedia of Entrepreneurship**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. p. 72-90. 1982.

SOUZA, R. dos S. **Intenção empreendedora: validação de modelo em universidades federais de Mato Grosso do Sul, Brasil**. 2015. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Nove de Julho – Programa de Pós-Graduação em Administração. São Paulo, SP, 2015.

TKACHEV, A.; KOLVEREID, L. Self employment intentions among Russian students. **Entrepreneurship and Regional Development**, v.11, n.3, p.269-280, 1999.