

**INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS DISCENTES DE ENSINO SUPERIOR SOB A ÓTICA DA
ABORDAGEM COMPORTAMENTAL**

ERICO AURELIO ABREU CARDOZO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)
erico.cardozo@gmail.com

RENATA PETRIN
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)
renata_petrin@yahoo.com.br

INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS DISCENTES DE ENSINO SUPERIOR SOB A ÓTICA DA ABORDAGEM COMPORTAMENTAL

1. INTRODUÇÃO

O empreendedor é o foco de investigação em diversos estudos (Athayde, 2009; Cunningham & Lischeron, 1991; Fernandes, Moreira & Pereira, 2015; Jayawarna, Jones & Macpherson, 2014; Staniewski & Awruk, 2016) que analisam esse agente, principalmente, a partir de fatores comportamentais, cognitivos e afetivos. A Escola de Psicologia concebe os empreendedores como indivíduos com valores e atitudes únicos que os diferenciam daqueles que não são empresários (Cunningham & Lischeron, 1991). Entretanto, tal perspectiva parte do fato de que as habilidades requeridas para empreender poderiam ser aprendidas. Dado que o potencial empreendedor pode ser desenvolvido, há estudos (Luna & Santos, 2013) que verificaram que as universidades são ambientes férteis para despertar a intenção de empreender e capacitar futuros empresários, uma vez que, geralmente, os graduandos ingressão no ensino superior sem uma definição de carreira profissional e se encantam pela possibilidade de ter seu próprio negócio.

Nos últimos anos, houve uma expansão e proliferação em âmbito mundial de cursos e programas educacionais voltados ao empreendedorismo (Solomon, 2008), o que mostra a preocupação com o desenvolvimento das habilidades desses agentes tão importantes para a inovação e o desenvolvimento econômico regional e nacional (Mangundjaya & Lecturer, 2012). Diante da necessidade de desenvolver novos empreendedores, diversos estudos (Athayde, 2009; Krueger & Brazel, 1994; Luna & Santos, 2013; Oliveira, Vieira, Moriano & Soares, 2016) têm discutido como o empreendedorismo deve ser estimulado. Krueger e Brazel (1994) e Athayde (2009) afirmam que para desenvolver a capacidade empreendedora, principalmente nos jovens, alguns atributos latentes nos seres humanos devem ser trabalhados, por isso é importante medir a Intenção Empreendedora com a finalidade de estimulá-la e formar profissionais de sucesso. Entre as diversas características e habilidades de um empreendedor, algumas pesquisas (Athayde, 2009; Dornelas, 2012; Fillion, Dolabela; 2000) mostram que um indivíduo disposto a empreender deveria ter criatividade para idealizar determinados objetivos e capacidade de implementá-los; disposição para assumir riscos e enfrentar as possibilidades de insucesso; perseverança e otimismo; e senso de independência.

Posto que as características requeridas para empreender podem ser adquiridas, Dornelas (2005) confirmou tal afirmação ao identificar que os empreendedores inatos existem e são referenciais de sucesso. Garavan e O'Conneide (1994) destacam que para se tornar inovador e empreendedor são necessários três fatores principais: (i) conhecimentos; (ii) habilidades; e (iii) atitudes. Há indícios identificados por alguns estudos (Anderson & Jack, 2008; Athayde, 2009) que os fatores primordiais para empreender poderiam ser positivamente influenciados por cursos de empreendedorismo, que seriam capazes de incentivar atitudes favoráveis para que o aluno opte por ser empreendedor (Anderson & Jack, 2008).

Embora as pessoas possam desenvolver suas habilidades empreendedoras, elas só irão empreender se houver intenção empresarial, o que é o primeiro indicativo do comportamento de indivíduos dispostos a assumirem os riscos que envolvem um negócio (Fayolle et al., 2006; Liñán & Chen 2006, 2009; Mangundjaya, 2012; Miranda, Chamorro-Mera, Rubio & Pérez- Mayo, 2017; Moriano, Palací & Morales, 2007). Posto isso, diante da possibilidade de se tornar um empreendedor a partir do desenvolvimento de habilidades e aquisição de conhecimento, e do fato de que a ação de empreender depende de incentivo, o objetivo desta

pesquisa é avaliar a Intenção Empreendedora dos discentes de uma instituição de Ensino Superior localizada na região sudeste do Brasil.

Tendo esse objetivo em perspectiva, optou-se por realizar uma pesquisa quantitativa a partir do método de *survey*. O questionário utilizado para analisar o perfil dos discentes que possuem Intenção Empreendedora foi elaborado e validado por Liñan e Chen (2009).

Os resultados apontam que a intensão empreendedora é influenciada por alguns fatores, tais como: (i) Atitude Pessoal; (ii) Norma Subjetiva; e (iii) Controle Pessoal percebido. Além disso, verificou-se que o empreendedorismo é percebido como uma possibilidade de carreira profissional, porém, a Intenção Empreendedora é influenciada pela pressão social.

Esta pesquisa contribuiu com a literatura sobre esta temática ao indicar características a serem trabalhadas e que podem aumentar o potencial empreendedor. Empiricamente, os resultados são relevantes para as instituições de ensino interessadas em capacitar empreendedores, uma vez que, apresentou discussões sobre os fatores considerados influentes na Intenção Empreendedora de discentes de cursos de graduação.

Para além dessa introdução, o artigo está estruturado em outras cinco seções. Na primeira é apresentada a fundamentação teórica sobre empreendedorismo. Em seguida, descrevem-se os procedimentos metodológicos utilizados. Na seção quatro, são descritos os dados e discutidos os resultados. Na seção cinco apresentam-se as contribuições, conclusões e limitações da pesquisa.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. Empreendedorismo a partir da abordagem comportamental

O sistema capitalista possui uma característica denominada “processo de destruição criadora”, pelo qual se deve abandonar o velho e partir para a criação e desenvolvimento do novo (Schumpeter, 1934). O agente que permite essa mudança é denominado empreendedor (Motomura, 2004). Embora o empreendedorismo seja uma das mais importantes forças dinâmicas capazes de moldar a paisagem econômica atual, as causas e os impactos desse fenômeno são ainda muito mal compreendidos (Monitor-Gem, 2005).

O empreendedor é um agente capaz de ver as mudanças como algo necessário e sadio. Além disso, é um indivíduo que transforma recursos em algo com valor econômico utilizando seu espírito inovador (Drucker, 1987). Hecke (2011) afirma que empreendedores não são simplesmente criadores de mercadorias ou serviços, mas também são fontes de energia que possibilitam transformações, crescimento e inovação, de modo a incentivar o crescimento econômico.

Alguns estudos (Schumpeter & Backhaus, 2003) afirmam que uma das ações que incentivam o desenvolvimento econômico seria a disposição do empreendedor em realizar novas combinações, e sua habilidade de prever determinados eventos e combinar os fatores produtivos. Assim, Kuratko (2005) constata que o empreendedorismo é visto como um motor da economia, porque possibilita a criação de novas empresas que têm impactos, geralmente, positivos ao contribuir com inovação para o mercado consumidor. Entretanto, Cruz e Others (2005) salientam que empreender não é uma ação fácil, porque exige autonomia, inovação e criatividade. Além disso, o empreendedor deve estar preparado para correr riscos e disposto a assumir desafios. Ele precisa liderar, confiar na sua capacidade, além de ter autoestima e habilidade para controlar seus próprios objetivos e comportamentos (Dornelas, 2005).

Dado que o empreendedor é um agente com características e habilidades distintas, diversos estudos (Athayde, 2009; Dornelas, 2005; Fernandes, Moreira & Pereira, 2015;

Krueger & Brazeal, 1994; Jayawarna, Jones & Macpherson, 2014; Staniewski & Awruk, 2016) se dedicaram a identificar quais seriam os atributos necessários para que um indivíduo pudesse empreender, e para atender esse objetivo tomaram como base os conceitos comportamentais, cognitivos e afetivos desses agentes a partir da perspectiva da psicologia. Dentro dessa vertente comportamental com base na Escola da Psicologia, pesquisas indicam que o empreendedor deve desenvolver sua criatividade, estar disposto a assumir riscos, enfrentar as possibilidades de insucesso, ser perseverante, e depender de sua própria capacidade (Athayde, 2009; Dornelas, 2012; Filion, Dolabela; 2000). Filion e Dolabela (2000) complementam tais atributos dos empreendedores ao identificarem que uma das características fundamentais desse agente é ser atento aos fatos e eventos do mercado consumidor e ao comportamento da concorrência com o intuito de definir diretrizes, corrigir ações que não estejam apresentando resultados desejados e, assim, conquistar seu *market share*.

As pessoas podem desenvolver as habilidades essenciais para se tornar um empreendedor, porém é necessário ter impulso e disposição para empreender, o que depende da Intenção Empreendedora, ou seja, de um estado consciente da mente que dirige a atenção e, portanto, a experiência e a ação para um objeto ou via específica para alcançá-lo (Bird, 1989). Essa “intenção” é frequentemente estudada como o melhor preditor do comportamento empreendedor (Fayolle et al., 2006; Honig, 2004; Liñán & Chen 2006, 2009; Mangundjaya, 2012; Miranda, Chamorro-Mera, Rubio & Pérez- Mayo, 2017; Moriano, Palací & Morales, 2007; Shapero, 1982).

A Intenção Empreendedora pode ser influenciada, principalmente, em ambientes que estimulem tal ação, como é o caso das universidades (Liñán & Chen 2006, 2009; Raposo, Ferreira, Paço, & Rodrigues, 2008; Raposo, Paço, & Ferreira 2008). Bird (1989) constatou que os estudantes envolvidos em programas de empreendedorismo acadêmico têm intenções mais elevadas para iniciar os próprios negócios no futuro. Assim, estudos mostram (Bird, 1989; Liñán & Chen 2006, 2009; Fernandes, Moreira & Pereira, 2015) a importância de examinar modelos empresariais em contextos educacionais distintos, uma vez que, esses resultados indicariam diferenças significativas entre a Intenção Empreendedora em diferentes áreas de ensino. Um dos modelos apresentados na literatura para analisar essa intenção empresarial e que tem sido utilizada por algumas pesquisas (Ajzen, 1991, Liñán & Chen, 2009) é a Teoria do Planejamento do Comportamento.

2.1.1 Teoria do Planejamento do Comportamento

Na Teoria do Planejamento do Comportamento (*TPB - Theory of Planned Behaviour*) a Intenção Empreendedora é concebida como um esforço que o indivíduo exerce para efetuar uma atividade empresarial a partir de comportamentos planejados. Assim, o empreendedorismo é previsto por intenções derivadas de atitudes (Ajzen, 1991), as quais podem mudar e evoluir ao longo do tempo. Essas atitudes não são iguais em todos os indivíduos e são oriundos de fatores exógenos como as influências culturais (Crant, 1995; Crant & Bateman, 2000).

Ajzen, 1991, Liñán e Chen (2009) salientam que a Teoria do Planejamento do Comportamento (*TPB - Theory of Planned Behaviour*) é baseada em três fatores motivacionais que influenciam o comportamento. Tais fatores são: (i) atitude empreendedora, que indica o grau em que o indivíduo possui uma avaliação pessoal positiva ou negativa sobre a ação empreendedora, o que inclui tanto fatores afetivos (gosto e atração pela atividade) quanto considerações avaliativas (vantagens e desvantagens da atividade, e oportunidades e recursos) (Ajzen, 2001; Liñán & Chen 2009); (ii) a Norma Subjetiva (NS), a qual mede a pressão social exercida sobre o desenvolvimento ou não de determinados

comportamentos, como o empresarial (Ajzen, 2001); e (iii) a Percepção de Controle Comportamental (PCC), que se refere à avaliação sobre a facilidade ou dificuldade de se tornar um empreendedor (Ajzen, 2001).

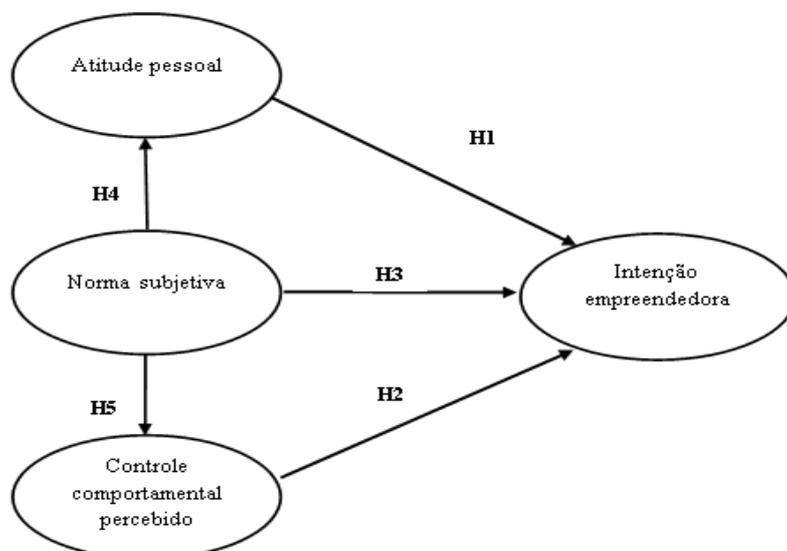
A atividade empresarial é, geralmente, um comportamento planejado ou intencional que é influenciado por atitudes. A viabilidade de um novo empreendimento advém de disponibilidades de recursos, consequências de um comportamento e suas ações (Crant, 1996). A orientação empreendedora ou propensão a ter Intenção Empreendedora consiste em quatro grandes dimensões: (i) realização; (ii) autoestima; (iii) controle pessoal; e (iv) inovação (Robinson, Stimpson, Huefner, & Hunt, 1991).

Empreendedores arriscam tempo e dinheiro na busca de oportunidades de transcender horizontes com sua própria ideia de negócio (Paul & Shrivastava, 2015; Robinson *et al.*, 1991). Normalmente, um aumento da percepção de controle e atitude positiva, bem como normas socialmente aceitas podem melhorar as intenções empreendedoras de um indivíduo (Goethner, Obschonka, Silbereisen, & Cantner, 2012; Kautonen, Tornikoski, & Kibler, 2011). Além disso, a intenção individual para realizar as atitudes empreendedoras acontece quanto mais favorável forem às atitudes particulares e as subjeções relacionadas ao comportamento e quanto maior for a percepção de controle comportamental (Ajzen e Fishbein 2000). Posto isso, a partir da TBP as hipóteses levantadas nesta pesquisa são:

- H1 – Atitude pessoal impacta positivamente na Intenção Empreendedora.
- H2 – Controle Comportamental Percebido impacta positivamente na Intenção Empreendedora.
- H3 – Norma Subjetiva impacta positivamente na Intenção Empreendedora.
- H4 – Norma Subjetiva impacta positivamente na Atitude Pessoal.
- H5 – Norma Subjetiva impacta positivamente no Controle Pessoal Percebido

Com base na literatura e nas hipóteses apresentadas, adotou-se nesta pesquisa o modelo elaborado por Liñán & Chen (2009) ilustrado na Figura 1.

Figura 1 - Modelo conceitual



Fonte: Adaptado do modelo proposto por Liñán & Chen (2009)

3 METODOLOGIA

Com o objetivo de avaliar a Intenção Empreendedora dos discentes de uma instituição de Ensino Superior localizada na região sudeste do Brasil, optou-se nesta pesquisa pela abordagem quantitativa, não experimental, por meio do método de *survey*. Além disso, apresentou caráter descritivo em que variáveis foram observadas, registradas e correlacionadas no seu desenvolvimento (Creswell, 2009).

Antes da concretização da coleta estruturada de dados foi realizada a tradução inversa (*back-translation*) do questionário desenvolvido por Liñán e Chen (2009), que é um procedimento sugerido para garantir a equivalência idiomática (Hambleton & De Jong, 2003). Posteriormente, os questionários foram respondidos por dois grupos de estudantes de graduação de cursos diferentes com o objetivo de avaliar a compreensão e clareza da linguagem utilizada, e algumas alterações foram realizadas. Após a aprovação do questionário foi realizada a coleta de dados.

O instrumento de coleta de dados (questionário) utilizado é estruturado fechado e adaptado de um estudo desenvolvido por Liñán e Chen (2009). Esse questionário contém 25 perguntas de alternativas fixas estruturadas em ordem predeterminada, das quais as primeiras seis tinham como objetivo coletar informações sobre o perfil demográfico do respondente. Além disso, a questão 07 buscou avaliar a Norma Subjetiva e da questão 08 até a 25, o respondente foi convidado a marcar em uma escala de 1 a 7 sua percepção quanto às Atitudes Pessoais, Controle Comportamental e Intenções Empreendedoras.

O instrumento de coleta foi aplicado por um membro da equipe de pesquisadores, em sala de aula com autorização previa do professor e da instituição de ensino entre os meses de maio e julho de 2016. Os alunos foram informados sobre o objetivo da pesquisa e em seguida foram convidados a responder ao questionário. A amostra foi inicialmente composta por 367 respondentes dos cursos de Administração, Ciências Contábeis, Sistema de Informação e Redes de Computadores de uma faculdade particular da região sudeste do Brasil. Dezoito questionários foram descartados por estarem incompletos, dessa forma, a base para desenvolvimento desta pesquisa foi de 349 respondentes.

O processo de amostragem foi não probabilístico, e o critério utilizado para seleção dos respondentes foi o de acessibilidade. Os dados obtidos caracterizam-se por sua natureza primária, reunidos por meio de questionário aplicado à amostra da população desta pesquisa. Os dados obtidos inicialmente foram tabulados em planilha do Excel para realização dos cálculos e, posteriormente, analisados por meio da estatística descritiva de modo a expor a distribuição das variáveis e sintetizar os resultados iniciais obtidos.

Para realizar a análise do modelo de Intenção Empreendedora elaborado por Liñán e Chen (2009) foi utilizada a modelagem de equações estruturais (SEM – *Structural Equation Modeling*), que é uma técnica de análise multivariada de dados adotada para testar a validade empírica (Gefen, Straub, & Boudreau, 2000). Hair, Hult, Ringle e Sarstedt (2014) explicam que PLS-SEM busca maximizar a variância explicada dos construtos dependentes, através da predição das relações das hipóteses entre os construtos do modelo. Para isso, o algoritmo estima os coeficientes de caminho entre os construtos e outros parâmetros do modelo. Também foi aplicado o PLS-SEM, a partir da utilização do software SmartPLS versão 3.2.6.

Com o objetivo de testar a confiabilidade dos dados amostrais, foi utilizado o teste *Alpha de Cronbach*, que tem como objetivo medir a confiabilidade do tipo consistência interna de uma escala, ou seja, avaliar a magnitude em que os itens de um instrumento estão correlacionados (Cronbach, 1951). Posteriormente, foi realizada a análise fatorial para verificar a aderência à teoria.

Por fim, em relação ao nível de significância estatística, foi considerado 5% e o pacote estatístico IBM SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versão 22 foi utilizado para realização de alguns teste.

4. DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1. Perfil dos respondentes

O perfil dos discentes foi traçado por meio da análise descritiva dos dados obtidos com o objetivo de contextualizar a interpretação dos resultados (Tabela 1)

Tabela 1 – Tabela descritiva dos discentes participantes

Variável	Categorias	n%
Gênero	Feminino	42%
	Masculino	58%
Estado Civil	Casado(a)	32%
	Solteiro(a)	61%
	Viúvo(a)	2%
	Outros	5%
Faixa Etária	16 a 20 anos	18%
	21 a 24 anos	31%
	25 a 28 anos	23%
	29 a 32 anos	16%
	Acima de 32 anos	12%
Faixa de Renda	Até 1 salário	10%
	Mais de 1 a 2 salários	32%
	Mais de 2 a 3 salários	27%
	Mais de 3 a 4 salários	16%
	Mais de 4 a 5 salários	6%
Curso	Mais de 5 salários	8%
	Administração	36%
	Ciências Contábeis	27%
	Sistema de Informação	21%
	Redes de Computadores	16%

Fonte: Elaborado pelos autores.

A amostra analisada é composta por 58% de respondentes do gênero masculino e 42% do gênero feminino. A maioria dos respondentes está centrada no estado civil solteiro (a) com 61% do total dos discentes que participaram da pesquisa. Também verificou-se que 31% dos discentes pertencem a faixa etária compreendida entre 21 a 24 anos, seguida pela faixa etária de 25 a 28 anos. Além disso, ao serem questionados em relação a raça que pertenciam, verificou-se que a maioria dos respondentes (61%) se consideram negros.

Entre os participantes, 32% se encontram na faixa de renda mensal “mais de 1 a 2 salários”, sendo que a segunda parcela com maior participação (27%) está concentrada na faixa que inicia com valores maiores que 2 salários até valores iguais a 3 salários de renda mensal. Por fim, destaca-se que a maioria dos discentes participantes da pesquisa é do curso de Administração (36%), seguido pelo curso de Ciências Contábeis com 27% do total.

4.2. Análise do nível confiabilidade

O *Alfa de Cronbach* avalia o grau em que os itens de uma matriz de dados estão correlacionados entre si (Hair *et al.*, 2014). Geralmente, o índice obtido varia entre 0 e 1, ainda que não haja um limite mínimo para esse coeficiente (Cortina, 1993). De acordo com Hair e outros (2014), o valor mínimo para uma escala ser considerada confiável é de 0,7. Assim, verifica-se na Tabela 2 que nenhum item que compõem cada construto apresentou valor inferior a 0,7, portanto, todos os itens dos seus respectivos construtos foram mantidos na amostra.

Tabela 2- Indicador de Confiabilidade - *Cronbach Alpha*

Constructo	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Atitudes Pessoais	0,741	5
Norma Subjetiva	0,884	3
Controle Comportamental Percebido	0,817	6
Intenção Empreendedora	0,762	7

Fonte: Elaborado pelos autores.

Aplicou-se uma Análise Fatorial Exploratória, resultando na extração de quatro fatores (autovalores maiores que 1) correspondendo em sua plenitude com o apresentado na teoria.

4.3. Análise estrutural

Dando continuidade as análises, foi realizado a avaliação dos coeficientes de caminho entre os construtos. Neste momento foram verificadas as hipóteses da pesquisa que podem ser observadas no diagrama de caminho na Tabela 3, na qual observa-se que as hipóteses 1, 2, 4 e 5 apresentam significância.

Tabela 3 - Coeficiente de caminho

Coeficientes de caminho entre os construtos	Efeito	P-valor	T Statistics (IO/STERRI)	Níveis de significância
Atitude Pessoal -> Intenção Empreendedora	0,611	0,002	2,0488	*
Controle Comportamental Percebido -> Intenção Empreendedora	0,297	0,043	2,2580	*
Norma Subjetiva -> Intenção Empreendedora	-	-	0,5211	NS
Norma Subjetiva -> Atitude Pessoal	0,389	0,000	2,1042	*
Norma Subjetiva -> Controle Comportamental Percebido	0,338	0,031	2,0098	*

Fonte: Elaborado pelos autores

Nota: NS = Não Significante, * $p < .05$.

Como forma de avaliação dos t valores empíricos dos pesos e cargas, deve-se assumir que valores dos coeficientes de caminho acima de 1,96 são significativamente diferentes de zero a um nível de 5%, com alfa igual a 0,05, valores (Hair *et al.*, 2014)

4.4. Discussão das hipóteses

A partir das hipóteses levantadas foi possível obter alguns resultados sobre a Intenção empreendedora. Tais resultados são:

(i) H1 – Atitude pessoal impacta positivamente na Intenção Empreendedora.

Atitude pessoal impacta na Intenção empreendedora, com efeito de 0,611 (P-valor 0,002), ou seja, a hipótese de que a Atitude pessoal impacta positivamente na Intenção empreendedora é aceita.

O nível de impacto gerado pela Atitude pessoal é maior que o gerado pela Norma Subjetiva e pelo Controle Comportamental Percebido. A Intenção empreendedora é mais afetada pela Atitude Pessoal do que pela Norma subjetiva e pelo Controle comportamental percebido.

(ii) H2 – Controle Comportamental Percebido impacta positivamente na Intenção Empreendedora.

Controle comportamental percebido impacta positivamente na Intenção empreendedora, com efeito de 0,297 (P-valor 0,043), ou seja, a hipótese de que o Controle comportamental percebido impacta positivamente na Intenção empreendedora é aceita.

(iii) H3 – Norma Subjetiva impacta positivamente na Intenção Empreendedora.

A hipótese 3, propõe que “Norma Subjetiva impactam positivamente na intenção empreendedora”, é rejeitada dado que a relação entre os construtos “Norma Subjetiva” e “Intenção empreendedora” apresentam um coeficiente de caminho baixo e não significante, conforme mostra a Tabela 3 apresentada na página 7.

(iv) H4 – Norma Subjetiva impacta positivamente na Atitude Pessoal.

Confirmou-se que a Norma subjetiva impacta positivamente na Atitude pessoal, com efeito de 0,389 (P-valor 0,000).

(v) H5 – Norma Subjetiva impacta positivamente no Controle Pessoal Percebido

Confirmou-se que a Norma subjetiva impacta positivamente no Controle pessoal percebido, com efeito de 0,338 (P-valor 0,031).

4.5 Discussão do R²

O R² ou coeficiente de determinação é a medida mais comumente utilizada para avaliar o modelo, representando a acurácia preditiva do mesmo, como também representa o montante de variância dos construtos endógenos explicada por todos os construtos exógenos ligados a ele (Hair *et al.*, 2014).

O R² varia de 0 a 1, sendo que quanto mais próximo a 1 maior a acurácia preditiva. A determinação de valores de referência para o coeficiente de determinação é tarefa difícil, visto que isso depende da complexidade do modelo e da disciplina pesquisada (Hair *et al.*, 2014).

Os construtos Atitude Pessoal, Norma Subjetiva e Controle Comportamental Percebido explicam 58,3% da variação da Intenção empreendedora, isto é, a Intenção Empreendedora é afetada por outras variáveis em 41,7%.

4.6 Avaliação do tamanho do efeito f²

A análise do tamanho do efeito do f² visa avaliar se a omissão de determinado construto no modelo gera impacto significativo nos construtos endógenos (Hair *et al.*, 2014). Ou seja, quando o R² de determinado construto endógeno diminui após a exclusão de um construto exógeno, isso significa que este apresenta relevância preditiva para aquele.

O construto Norma Subjetivas quando excluído não gerou f^2 relevante, apresentando lacuna na predição dos demais construtos do modelo. Além disso, a retirada do construto Atitude Pessoal gerou um f^2 elevado de 0,501 se comparado ao construto Intenção Empreendedora ao qual está diretamente relacionado, e um f^2 médio de 0,193 em relação ao construto Controle Comportamental Percebido. Por sua vez, o construto Atitude Pessoal apresentou lacuna na predição dos demais construtos.

O construto Controle comportamental percebido quando excluído gera um f^2 médio de 0,231 mas um pouco mais elevado em relação ao construto Intenção empreendedora e um f^2 menor (0,079) em relação ao construto Atitude Pessoal, demonstrando lacuna preditiva em relação aos demais construtos do modelo

Considerando as ligações propostas no modelo do presente artigo, observa-se que, dos três construtos preditores da Intenção Empreendedora, apenas o construto Norma subjetiva não apresenta relevância preditiva, ou seja, a Atitude pessoal e o Controle Comportamental percebido apresentaram os maiores níveis de relevância preditiva em relação ao construto Intenção Empreendedora, com valores f^2 de 0,501 e 0,231, respectivamente.

4.7 Discussão dos resultados

A discussão dos resultados é realizada considerando as relações preditivas entre construtos que apresentam coeficientes de caminho com níveis aceitáveis de significância. Assim foi possível chegar as seguintes constatações:

- (i) Dos três construtos que buscam predizer o construto Intenção empreendedora, os que alcançam níveis aceitáveis de significância em seus coeficientes de caminho são os construtos Atitude Pessoal \rightarrow Intenção Empreendedora, com 0,611, e Controle Comportamental Percebido \rightarrow Intenção Empreendedora com 0,389. Os demais construtos não alcançaram níveis aceitáveis de significância, e apresentaram coeficientes de caminho menores.
- (ii) Como o R^2 do construtos Intenção empreendedora é de 0,583, é possível indicar que 58,3% da variação desse construto é explicada pelos construtos Atitude pessoal, Norma subjetiva e Controle comportamental percebido
- (iii) Dos três construtos que buscam predizer o construto Intenção empreendedora apenas os construtos Atitude pessoal e Controle comportamental percebido apresentaram coeficiente de caminho significativo, com um nível de confiança superior a 95%

5 CONCLUSÃO

O ponto de partida desse artigo foi o de avaliar a Intenção Empreendedora dos discentes de uma instituição de ensino superior. Para atender o propósito desta pesquisa, com base na literatura, levantou-se cinco hipóteses que foram testadas a partir dos dados analisados por meio do modelo conceitual elaborado por Liñán & Chen (2009).

As hipóteses testadas estavam associadas com os fatores que influenciam a Intenção Empreendedora, identificados na Teoria do Planejamento do Comportamento utilizada por Ajzen (1991) e Liñán e Chen (2009). Tais fatores analisados foram: (i) Atitude Pessoal; (ii) Norma Subjetiva; e (iii) Controle Pessoal Percebido.

Com relação a Atitude pessoal, observou-se que ela impacta de forma positiva na Intenção Empreendedora, efeito de 0,611 (P-valor 0,002, ou seja, a hipótese H1 foi confirmada). Considerando o Controle Comportamental Percebido, observou-se que ele impacta de forma positiva na Intenção empreendedora, com efeito de 0,297 (P-valor 0,043), ou seja, a hipótese H2 foi confirmada. Já a hipótese H3, que propõe que a Norma Subjetiva

impacta positivamente na intenção empreendedora, foi rejeitada dado que a relação entre os construtos “Norma Subjetiva” e “Intenção empreendedora” apresentam um coeficiente de caminho baixo e não significativo. Por sua vez, a hipótese H4 foi confirmada, pois a Norma subjetiva impacta de forma positiva na Atitude pessoal, com efeito de 0,389 (P-valor 0,000). Por fim, constatou-se que a Norma Subjetiva influencia de forma positiva no Controle Pessoal Percebido, com efeito de 0,338 (P-valor 0,031), ou seja, a hipótese H5 foi confirmada

Os achados confirmaram quatro das hipóteses analisadas (H1, H2, H4 e H5). Esse resultado indica que a Atitude Pessoal e o Controle Pessoal Percebido impactam de forma positiva na Intenção Empreendedora. Além disso, observou-se que os fatores também se influenciam mutuamente, isto é, a Norma Subjetiva interfere diretamente e de forma positiva na Atitude Pessoal e no Controle Pessoal Percebido.

Apesar da variação, a Intenção Empreendedora poder ser explicada em grande parte ($R^2 = 58,3\%$) pelos construtos Atitude Pessoal, Norma Subjetiva e Controle Comportamental Percebido do ponto de vista teórico conceitual. Assim, torna-se pertinente continuar as investigações de forma a identificar quais outras variáveis podem ser acrescentadas ao modelo atual, devendo-se certamente ter cuidado com a parcimônia do modelo.

Em função dos resultados obtidos e com base nas discussões apresentadas na literatura sobre os fatores influentes na Intenção Empresarial, conclui-se que os discentes participantes desta pesquisa apresentam certa afetividade (gosto e atração pela atividade) e veem vantagens e oportunidades na carreira de empreendedor, o que foi confirmado na hipótese H1, assim como em alguns estudos sobre essa temática (Ajzen, 2001; Liñán & Chen 2009). Entretanto, a pressão social (Norma Subjetiva) foi apontada como um fator que influencia na atitude pessoal dos discentes em relação a avaliação da atividade empreendedora (confirmado pelas hipóteses H4 e H5). Assim, outra questão verificada nesta pesquisa e que também foi constatado por Ajzen (2001), é o fato de que para empreender os discentes avaliam as facilidades e dificuldades dessa atividade, o que está associado ao Controle Comportamental Percebido (confirmado pela hipótese H2).

Os resultados desta pesquisa têm implicações teóricas relevantes ao testar um modelo apresentado por outros estudos em um contexto diferente, o que permitiu avaliar a confiabilidade dos argumentos sobre a Intenção Empreendedora presentes na literatura. Do ponto de vista empírico contribuiu para que futuros empreendedores identifiquem as habilidades requeridas para se empreender e os fatores que influenciam sua intenção em atuar nessa atividade. Além disso, permitiu que a instituição de ensino participante da pesquisa verificasse a percepção dos discentes referente às suas ações de capacitação de empreendedores.

A despeito dos resultados, a pesquisa também possui algumas limitações, como o fato de a amostragem ser não probabilística, o que não permite generalizar as análises para toda a população, uma vez que, os respondentes não foram escolhidos de forma aleatória. Diante dessa limitação e baseando-se em alguns *insights* provenientes das constatações deste estudo, sugere-se que pesquisas futuras investiguem outros fatores que influenciam a Intenção Empreendedora como o contexto cultural e sócio econômico e utilizem uma amostra probabilística.

REFERÊNCIAS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2)
- Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 27–58.

- Ajzen, I; Fishbein, M. (2000). Attitudes and the attitude-behavior relation: Reasoned and automatic processes. In W.Stroebe & M. Hewstone (eds.) *European Review of Social Psychology*, p. 133. New York
- Anderson, A. and Jack, S. (2008), Role typologies for enterprising education: the professional artisan?, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 259-273.
- Athayde, R. (2009). Measuring enterprise potential in young people. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(2), 481–500. doi:10.1111/j.1540-6520.2009.00300.x
- Autio, E., Pathak, S., & Wennberg, K. (2013). Consequences of cultural practices for entrepreneurial behaviors. *Journal of International Business Studies*, 44, 334–362.
- Bentler, P. M. (1977). Factor simplicity index and transformations. *Psychometrika*, 42(2), 277–295. doi:10.1007/BF02294054
- Bird, B. J. (1989). *Entrepreneurial Behavior*, Scott Foresman, Glenview, IL.
- Cerny, B. A., & Kaiser, H. F. (1977). A Study Of A Measure Of Sampling Adequacy For Factor-Analytic Correlation Matrices. *Multivariate Behavioral Research*, 12(1), 43-47. doi:10.1207/s15327906mbr1201_3.
- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*, 78(1), 98-104. doi:10.1037/0021-9010.78.1.98
- Crant, J. M. The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34, 42-49, 1996.
- Crant, J. M., & Bateman, T. S. (2000). Charismatic Leadership Viewed from Above: The Impact of Proactive Personality. *Journal of Organizational Behaviour*, 21, 63-75.
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334. doi:10.1007/BF02310555
- Cruz, C. F., & Others. (2000). Os motivos que dificultam a ação empreendedora conforme o ciclo de vida das organizações: um estudo de caso: Pramp's lanchonete. Florianópolis, SC.
- Cunningham, J. B., & Lischeron, J. (1991). Defining Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, v. 29, n. 1; p. 45-61.
- Dolabela, F. & Fillion, L. J. (2000). *Boa Idéia! E Agora?: Plano de Negócio o Caminho Seguro Para Criar e Gerenciar Sua Empresa*. 1 Ed. São Paulo: Cultura Editores Associados.
- Dolabela, F. (2007). Pedagogia empreendedora. *Revista de Negócios*, 9(2).
- Dornelas, J. C. A. (2005). *Transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus.
- Drucker, P. F. (1987). *Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios*. Tradução de Carlos Malferrari. São Paulo: Pioneira.
- Fayolle, A. (2005). Evaluation of entrepreneurship education: behaviour performing or intention increasing, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 2(1), 89-98.

- Fernandes C. M.; Moreira, M. A., & Pereira, J. V. (2015). Avaliação do potencial empreendedor de estudantes de contabilidade. *Seminários em Administração: XVIII Semead*.
- Garavan, T. N., O’Cinneide, B. (1994) Entrepreneurship education and training programmes: a review and evaluation - part 1, *Journal of European Industrial Training*, 18(8), 3-10.
- Goethner, M., Obschonka, M., Silbereisen, R. K., & Cantner, U. (2012). Scientists’ transition to academic entrepreneurship: economic and psychological determinants. *Journal of Economic Psychology*, 33(3), 628–641.
- Hair, J. F. J., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Long Range Planning (Vol. 46). Los Angeles: SAGE Publications, Incorporated.
- Hambleton, R. K., & De Jong, J. H. A. L. (2003). Advances in translating and adapting educational and psychological tests. *Language Testing*, 20, 127-134.
- Hecke, A. P. (2011). *A Intenção Empreendedora dos Alunos Concluintes dos cursos de Graduação em Administração e Ciências Contábeis das Instituições de Ensino de Curitiba-PR*. Dissertação apresentada no Programa de Mestrado em Contabilidade, do setor de Ciências Sociais Aplicadas da UFPR.
- Honig, B. (2004). Entrepreneurship education: toward a model of contingency-based business planning”. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 258-273.
- Hutcheson, G. (1999). *The Multivariate Social Scientist. Introductory statistics using generalized linear models*. 6 Bonhill Street, London EC2A 4PU: SAGE Publications, Ltd. doi:10.4135/9780857028075.
- Jayawarna, D., Jones, O., & Macpherson, A. (2014). Entrepreneurial potential: The role of human and cultural capitals. *International Small Business Journal*. DOI: 10.1177/0266242614525795.
- Kautonen, T., Tornikoski, E. T., and Kibler, E. (2011). Entrepreneurial intentions in the third age: the impact of perceived age norms. *Small Business Economics*, 37(2), 219-234.
- Kirby, D., (2006). Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge?”, in Fayolle, A. and Klandt, H. (Eds), *International Entrepreneurship Education: Issues and Newness*, Edward Elgar, Cheltenham.
- Krueger, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91–104. doi:10.2139/ssrn.1505244
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-598.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Liñán, F., Moriano, J. A., Jaén, I. (2016). Individualism and entrepreneurship: does the pattern depend on the social context? *International Small Business Journal*, 34(6) 760– 776.
- Lorenzo-Seva, U., Timmerman, M. E., & Kiers, H. a. L. (2011). The Hull Method for Selecting the Number of Common Factors. *Multivariate Behavioral Research*, 46(2), 340–364. doi:10.1080/00273171.2011.564527

- Luna, I. N., & Santos, M. M. (2013). Profissão e carreira: Relações entre escolhas por cursos de graduação e âncoras de carreira. *Psicol. Argum*, 31(75), 653–663.
- Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., Rubio, S., Pérez-Mayo, J.(2017). Academic entrepreneurial intention: the role of gender. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9 (1).
- Monitor-Gem, G. E. (2005). Empreendedorismo no Brasil 2004: sumário executivo. Curitiba: SEBRAE.
- Motomura, O. (2004). *Empreendedorismo sustentável*. São Paulo.
- Paul, J., Shrivastava, A. (2015). Comparing entrepreneurial communities: theory and evidence from a cross-country study in Asia. *People and Places in the Global Economy*, 9(3), 206-220.
- Raposo, M., Ferreira, J., Paço, A. and Rodrigues, R. (2008). Propensity to firm creation: empirical research using structural equations, *International Entrepreneurship Management Journal*, 4(4), 485-504.
- Raposo, M., Paço, A., Ferreira, J. (2008). Entrepreneur's profile: a taxonomy of attributes and motivations of university students. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 405-418.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 13-31.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. *Harvard economic studies* (Vol. 46). doi:10.2307/1812657
- Schumpeter, J., & Backhaus, U. (2003). The theory of economic development. In *Joseph Alois Schumpeter* (pp. 61–116). Springer.
- Shapero, A., (1982). Social dimensions of entrepreneurship, in Kent, C., Sexton, D. and Vespers, K. (Eds), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Solomon, G. (2008). Entrepreneurship in the twenty-first century: from pedagogy to practice, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 233-238.
- Staniewski, M., Awruk, K. (2016). Start-up intentions of potential entrepreneurs – the contribution of hope to success. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 29 (1), 233–249.