



# **AUTOEFICÁCIA E INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS DISCENTES DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**Suzete Antonieta Lizote**  
**lizote@univali.br**  
**Univali**

**Sayonara Fátima Teston**  
**sayo.teston@unoesc.br**  
**Unoesc**

**José Carlos Terres**  
**jcterres@terra.com.br**  
**Univali**

**Cledinei Clovis de Melo Cavalheiro**  
**cledinei.c@gmail.com.br**  
**Univali**

**Wesley Mendes da Silva**  
**weslei.silva@gmail.com**  
**Univali**

**Resumo:** Este estudo teve como objetivo avaliar se o grau da autoeficácia e intenção empreendedora dos estudantes de Ciências Contábeis, condizem com o desejo de criar um negócio e com a perspectiva de sucesso ou fracasso. A amostra foi composta por 174 empresários de sucesso e 212 de fracasso e 54 alunos de Ciências Contábeis. Paralelamente se estimou o sucesso ou o fracasso dos graduandos por meio de uma função linear discriminante gerada a partir de dados reais de empresários que tiveram seus negócios funcionando por mais do que cinco anos, como medida do sucesso, e os que não chegaram a mantê-los por esse período, ou seja, fracassaram. Os resultados obtidos a partir das análises de variância, tendo como variáveis dependentes as pontuações dadas pelos discentes às subescalas da autoeficácia ou às dimensões da intenção empreendedora, e como preditores o interesse em abrir um escritório de contabilidade ou sua categorização em empreendedor de sucesso ou de fracasso, mostraram que não há coerência. Estudos desta natureza podem contribuir significativamente para as práticas docentes, buscando direcionar as ações que estimulem a formação de empreendedores que tenham clara compreensão da importância de seu comportamento como fator chave do sucesso do negócio.

**Palavras Chave:** Autoeficácia - Empreendedorismo - Intenção empreendedora - Novos negócios - Educação

## 1 INTRODUÇÃO

A estratégia empresarial apresenta inúmeros desafios como, por exemplo, as frequentes mudanças que ocorrem no ambiente de negócios. Para enfrentá-las e ainda prosperar, torna-se necessário que os gestores e proprietários contem com atributos que os destaquem frente à concorrência. No atual contexto organizacional, o ambiente de negócios tem exigido dos gestores atuação proativa na identificação de oportunidades e ameaças, com a finalidade de obter informações para formular estratégias que auxiliem no processo de tomada de decisões. Dess, Lumpkin e Covin (1997) afirmam que, para competir neste ambiente, adotar uma abordagem empreendedora na elaboração de estratégias torna-se um fator essencial para o sucesso das empresas. Tal abordagem também foi definida como postura empreendedora (Covin & Slevin, 1989)

O ambiente de negócio das empresas está envolvido por uma rede de influências e relacionamentos. Nas organizações contemporâneas, esse ambiente tem passado por profundas modificações e, por essas mudanças serem dinâmicas, necessitam monitoramento contínuo (CANCELLIER, ALBERTON, SILVA, MARCON, 2009). Se o ambiente for considerado com base numa visão cognitiva, por oposição à corrente que sustenta a sua existência real, a competência de administradores e funcionários é fundamental. Eles precisam saber reconhecer, interpretar e implementar estratégias que, por uma parte garanta a continuidade da empresa e por outra forneçam vantagens competitivas. Pois sendo as mudanças comum a todas as organizações, aquelas que saibam alterar sua base de recursos e capacidades, para se ajustar a um novo estado, serão as que se sobressaiam (CRUZ Jr., WOLF, RIBEIRO, 2006).

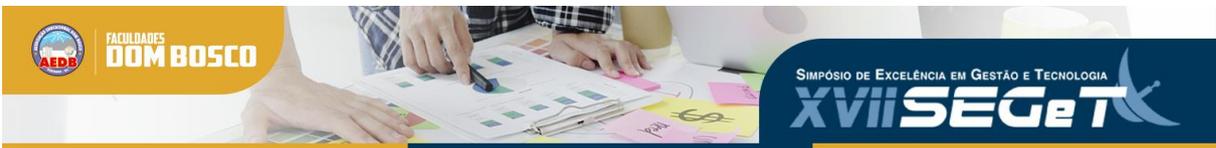
A rápida adequação organizacional é interpretada como uma capacidade ou orientação empreendedora, a que pressupõe proatividade, inovatividade e assunção de riscos. Se o gestor ou o proprietário for empreendedor ele será capaz de identificar oportunidades de mercado e desenvolver uma visão própria sobre os negócios em situações onde os outros nada ou pouco enxergam.

Os fatores que podem levar um indivíduo a ser um empreendedor são muitos e, segundo McGee, Peterson e Sequeira (2009); Ferreira, Loiola e Gondim (2017) consistem em uma combinação de atributos pessoais, experiências, traços e contexto. As duas dimensões responsáveis pela formação das intenções empreendedoras, já afirmava Bird (1988) são os domínios individuais e as variáveis contextuais.

As dimensões contextuais apontam que o suporte e as influências ambientais têm impacto nas intenções empreendedoras (FINI, GRIMALD, MARZOCCHI, SOBRERO, 2009). No que tange aos domínios individuais, características como propensão à tomada de risco e autoeficácia, em conjunto com as competências e habilidades desenvolvidas, influenciam as intenções empreendedoras (ZHAO, SEIBERT, HILLS, 2005; NABI, LIÑÁN, 2013).

Em relação à intenção empreendedora, conforme destacam Cavazos-Arroyo, Puentes-Diaz e Agarwal (2017) deve-se reconhecer que não se caracteriza apenas pelo intuito de criar uma empresa, mas também por incluir as ideias de mudar um negócio já existente. Ela abrange fatores motivacionais que influenciam o comportamento, indicando quanto esforço o indivíduo pretende despender para manifestar tal conduta (AJZEN, 1991). Lopez Jr. e Souza (2008) tratam a intenção empreendedora como o real comportamento do indivíduo e um conjunto de variáveis sociais, culturais e econômicas que influenciam a disposição para iniciar um negócio.

Liñán e Chen (2009), Thompson (2009), Teixeira e Davey (2010) e Fayolle e Gailly (2015) apontam inúmeros modelos baseados na intenção empreendedora, que dependem da previsão de empreendedores potenciais. Para Paiva et al. (2018) a intenção empreendedora



liga-se diretamente ao empreendedorismo, e pode ser considerada um processo intrínseco da pessoa. O empreendedorismo, por sua vez, se assenta como chave para a inovação, produtividade e efetiva competitividade em “processo dinâmico de visão, mudança e criação, que exige a aplicação de energia e paixão para a criação e implementação de ideias inovadoras e soluções criativas” (KURATKO, 2016, p. 5).

O empreendedor não é só executor, é um pensador, porque planeja antes de agir. “Um empreendedor é um ator que inova, reconhecendo oportunidades; ele ou ela toma decisões moderadamente arriscadas que levam a ações que exigem o uso eficiente dos recursos e contribuem com um valor agregado” (FILION, 2011, p. 8). Nesta linha de pensamento Paço, Ferreira e Raposo (2015) enfatizam que a formação para o empreendedorismo não se limita à criação e gestão de uma empresa, focando meramente os resultados tangíveis e quantificáveis de um plano de negócios, mas é essencial que busque desenvolver competências, atributos e comportamentos.

A teoria da autoeficácia foi apresentada por Bandura em 1977. Trata-se de um traço de personalidade que afeta a motivação para realizar com sucesso as tarefas ou o grau de tolerância para enfrentar determinadas situações adversas e a percepção individual acerca do risco. Ainda, segundo o autor, os indivíduos com maior autoeficácia são mais capazes de perseguir e persistir numa tarefa do que aqueles que a tem em menor escala.

Na concepção de Martínez e Salanova (2006) as crenças de eficácia se constroem com base nos juízos sobre as capacidades possuídas. Desta forma, pessoas com as mesmas capacidades, porém com diferentes crenças, em função destas, podem ser bem ou malsucedidas. Neste sentido, Lopes e Meurer (2019) colocam que os indivíduos possuem crenças diferentes em relação às suas expectativas de carreira. Estas crenças, segundo Azzi e Polydoro (2006) podem estar relacionadas a domínios específicos, existindo percepção de elevada autoeficácia em determinado domínio e baixa em outros. Moraes e Pedro (2018) explanam que se crenças comportamentais sugerem que resultados positivos podem ser obtidos por meio da participação em um comportamento específico, as pessoas provavelmente teriam uma atitude positiva em relação a esse comportamento específico.

A autoeficácia empreendedora, por sua vez, conforme Chen, Green e Crick (1998), é vista como a crença de um indivíduo que é capaz de ser bem-sucedido ou ter uma excelente *performance* em várias tarefas. Estes autores afirmam que ela é o preditor mais efetivo do desempenho. Para Miao, Qian e Ma (2017), ela emergiu como um construto psicológico chave na pesquisa de empreendedorismo, sendo descoberta a sua influência na motivação, intenção, comportamento e desempenho do empreendedorismo.

Na literatura, poucos estudos têm sido realizados com o intuito de examinar a relação do empreendedorismo no contexto do processo de criação de um novo empreendimento com autoeficácia e a intenção empreendedora. No contexto nacional, pode-se mencionar o trabalho de Nascimento, Verdinelli e Lizote (2014) que analisaram a autoeficácia e a intenção empreendedora de estudantes concluintes dos cursos de administração e ciências contábeis de duas universidades comunitárias de Santa Catarina em relação com seus estilos de cognitivos. Os resultados mostraram que os discentes manifestam diferenças na sua autoeficácia e intenção empreendedora em relação aos estilos que eles possuam. Posteriormente, os mesmos autores desenvolveram uma pesquisa com gestores de empresas que estavam instaladas em incubadoras tecnológicas (NASCIMENTO, LIZOTE, VERDINELLI, 2016). Seus resultados permitiram corroborar que a personalidade empreendedora é multidimensional e que os componentes psicológicos, sociológicos e econômicos se encontram inter-relacionados influenciando conjuntamente as ações empreendedoras.

Considerando que muitos dos concluintes do curso de ciências contábeis apresentam personalidade empreendedora emerge a preocupação em relacionar suas características

comportamentais, como uma dimensão determinante, com as possíveis ações que intencionem desenvolver tendo como alicerce a crença da sua eficácia empreendedora. Assim sendo, surgiu a pergunta que norteia a presente pesquisa: Em que grau a autoeficácia e intenção empreendedora dos estudantes de Ciências Contábeis, condizem com o desejo de criar um negócio e com a perspectiva de sucesso ou fracasso, segundo uma estimativa baseada nas atitudes comportamentais? Para dar resposta a esse questionamento, estabeleceu-se como objetivo deste estudo avaliar se o grau da autoeficácia e intenção empreendedora dos estudantes de Ciências Contábeis, condizem com o desejo de criar um negócio e com a perspectiva de sucesso ou fracasso,

Estudos desta natureza podem contribuir significativamente para as práticas docentes, buscando direcionar as ações que estimulem a formação de empreendedores que tenham clara compreensão da importância de seu comportamento como um fator chave do sucesso do seu negócio. Do mesmo modo, os resultados alcançados e sua articulação com o referencial teórico, podem permitir planejar ações que contribuam com novas perspectivas no estudo do empreendedorismo.

O artigo está estruturado em seis seções, iniciando com esta introdução; na seção dois se apresenta o marco teórico; ao que segue a abordagem metodológica na terceira seção. Os resultados são apresentados na quarta e na seção cinco são feitas as considerações finais da pesquisa e, por último, se disponibiliza o referencial citado.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Nesta seção apresenta-se o marco teórico definido como necessário à compreensão da abordagem adotada. Para tanto, se abordam os seguintes temas: autoeficácia empreendedora e intenção empreendedora.

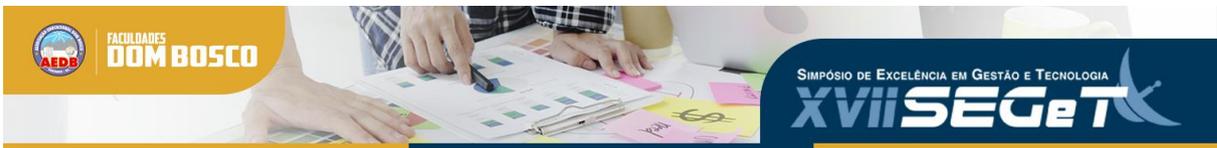
### **2.1 AUTOEFICÁCIA EMPREENDEDORA**

Autoeficácia refere-se à crença na capacidade de uma pessoa para realizar com êxito um determinado comportamento ou tarefa. Embora o conhecimento e habilidades desempenhem papéis críticos nas escolhas, suas ações baseiam-se mais no que acreditam que no que é objetivamente verdadeiro (BANDURA, 1977). A Teoria Social Cognitiva (BANDURA, AZZI, POLYDORO, 2008), é relevante para entender a perspectiva contemporânea da autoeficácia empreendedora. Na literatura de gestão são encontradas pesquisas empíricas sobre o construto autoeficácia empreendedora em contextos distintos. Dentre eles podem ser assinalados: avaliação de desempenho, criação de novas empresas, educação empreendedora, empreendedorismo, estilos cognitivos, sustentabilidade, intenção empreendedora e motivação. Lima e Nassif (2017) destacam que enquanto o capital social está associado às questões sociais e culturais, o capital humano versa sobre as questões voltadas ao conhecimento, capacidades, educação e experiência.

Um dos primeiros estudos empíricos sobre autoeficácia empreendedora foi realizado por Chen, Greene e Crick (1998). Esses autores defendem que a autoeficácia empreendedora refere-se à força da crença de uma pessoa que é capaz de ser bem-sucedida ou de ter um bom desempenho em vários papéis e tarefas empreendedoras.

De Noble, Jung e Ehrich (1999), definem autoeficácia empreendedora como a confiança de um indivíduo em sua capacidade para realizar com êxito papéis e tarefas empresariais, podendo explicar o esforço inicial de um indivíduo para criar e desenvolver um novo negócio. Para McGee, Peterson e Sequeira (2009) a autoeficácia empreendedora é o construto que mede a confiança do indivíduo na sua capacidade para desenvolver um projeto empreendedor.

Um passo importante na compreensão de como os empreendedores emergentes percebem oportunidades é através da compreensão de suas crenças, nesse sentido, estudar a



autoeficácia empreendedora pode ajudar a entender o que faz com que os potenciais empreendedores sustentem seus esforços iniciais para materializar novas oportunidades de negócios (LIMA, NASSIF, 2014).

A escala de De Noble et al. (1999) é um dos principais instrumentos utilizado para a mensuração e operacionalização da autoeficácia empreendedora, conforme evidenciado na pesquisa de Moriano, Palací e Morales (2006), que demonstrou sua confiabilidade, validação e aplicabilidade em contextos culturais distintos. No Brasil foi aplicada por Lizote, Verdinelli e Silveira (2013) e, portanto, optou-se por utilizá-la neste estudo. Ela contém as principais tarefas que um empreendedor deve desenvolver para obter êxito em seu próprio empreendimento. Ela é composta por vinte e três itens e contempla seis subescalas, que são explicitadas sucintamente a seguir. A subescala desenvolvimento de novos produtos e oportunidades de mercado refere-se a um conjunto de habilidades relacionadas ao reconhecimento de oportunidades, sendo esta dimensão considerada um elemento-chave em pesquisa sobre empreendedorismo na previsão do constructo segundo diferentes autores (CHEN, GREENE, CRICK 1998; MORIANO, PALACÍ, MORALES, 2006). Os indivíduos que acreditam em sua capacidade de iniciar uma empresa devem ser criativos e ainda, conseguir detectar oportunidades de mudanças incrementais ou descontínuas nos produtos, serviços ou mesmo nos mercados em que atuam.

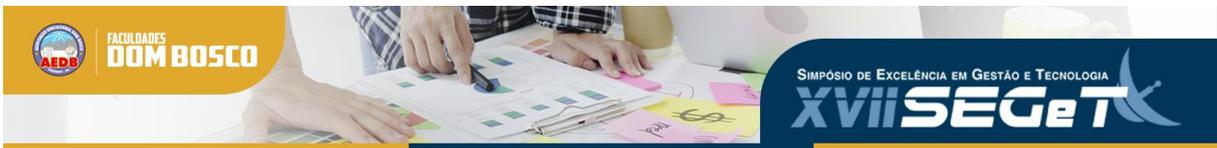
A ideia da construção de um ambiente inovador, a segunda subescala, é utilizada tendo como foco a capacidade do indivíduo para incentivar outras pessoas a experimentar novas ideias, iniciar novas ações e assumir a responsabilidade por seus resultados. (De NOBLE, JUNG, EHRLICH, 1999). A inovação pode ser visualizada como uma nova ideia que, através de ações definidas ou implementações, vá resultar em uma melhoria, um ganho ou lucro para a organização. Pode-se salientar que a inovação contínua está baseada nas capacidades e atitudes das pessoas que trabalham na organização e também em sua autoeficácia. Neste sentido, os estudos de Rosairo e Potts (2016) apontaram que, entre outras variáveis, a inovação influenciou as atitudes empreendedoras, sugerindo que o empreendedorismo representa um meio de escapar à pobreza nos países em desenvolvimento.

A subescala iniciando relações com investidores tem como objetivo utilizar redes sociais para estabelecer contatos, procurando, também a melhor forma de obter capital necessário para iniciar seu próprio negócio (MORIANO, PALACÍ, MORALES, 2006). Dificilmente a empresa crescerá sem que haja um gerenciamento efetivo das relações do empreendedor, que possibilite a evolução de sua visão (LAZZAROTTI *et al.*, 2015).

A subescala definição do objetivo principal do negócio é utilizada para esclarecer e conscientizar o empreendedor sobre a visão essencial que sua empresa detém, uma vez que esta terá de atrair os funcionários-chave e potenciais investidores. O indivíduo que acredita não ser capaz de decidir por um propósito central do seu negócio é improvável que se sinta motivado a iniciá-lo (MORIANO, PALACÍ, MORALES, 2006).

Lidar com mudanças inesperadas, outra das subescalas do instrumento, refere-se à crença na capacidade do empreendedor poder trabalhar em condições de incerteza, ter tolerância à ambiguidade e adaptabilidade à mudança. Para Gardelin, Rossetto e Verdinelli (2013), as incertezas do ambiente e o forte aumento da competição obrigaram os gestores a se adaptarem às transformações ambientais, adequando as mudanças estratégicas à realidade de seu ambiente. Por fim, a sexta subescala, desenvolvimento de recursos humanos chave para a empresa, representa a habilidade do empreendedor em atrair e reter pessoas competentes na criação de um novo negócio (De NOBLE, JUNG, EHRLICH, 1999).

Pesquisas com estudantes universitários têm confirmado que existem argumentos acerca do impacto positivo que exerce a educação empreendedora na autoeficácia. Neste sentido, tem surgido novas alternativas no estudo do empreendedorismo e sua relação com a



autoeficácia. Por exemplo, a inclusão da autorregulação (BANDURA, 2012) tem possibilitado a proposição de um modelo com essa visão por Pihie e Bagheri (2013), também testado junto a alunos universitários.

## 2.2 INTENÇÃO EMPREENDEDORA

A formalização das pesquisas sobre intenção empreendedora (IE) teve início com os estudos de Shapero (SHAPERO, SOKOL, 1982; SHAPERO, 1984), e de Ajzen (1985, 1991). Posteriormente, com o crescimento das pesquisas nesta área, destacam-se os trabalhos de Carvalho e González (2006), Teixeira e Davey (2010), Autio, Kenney, Mustar et al., (2014), Fayolle e Gailly (2015), Saeed, Yousafzai, Yani-De-Soriano, Muffatto (2015), Khuong e An (2016), Souza e Silveira (2016), Ferreira, Loiola e Gondim (2017), Paiva, et al. (2018), Braum e Nassif (2018), Marins, Santos e Silveira (2019).

Intenção empreendedora é quanto o indivíduo se esforça para criar algo novo. Deste modo, para Ajzen (1991) a intenção engloba fatores motivacionais que inspiram o comportamento. Tais fatores são indicadores de como é forte a vontade de tentar ou quanto esforço o indivíduo desenvolve para mostrar um comportamento. No entanto, ser um empreendedor potencial não implica em ter intenção de empreender. Na concepção de Lima, Lopes, Nassif e Silva (2015) um empreendedor potencial não implica em ter intenção de empreender, em outras palavras, há indivíduos preparados para empreender, mas não têm a intenção, assim como alguns têm a intenção, contudo, não estão preparados.

A intenção empreendedora foi definida por Koe, Sa'ari, Majid e Ismail (2012) como os esforços do indivíduo para realizar um comportamento empreendedor. Os autores destacam que ela é o resultado da percepção de controle sobre o comportamento (capacidade percebida para executar comportamento empresarial), a atitude em relação ao comportamento (o grau em que uma pessoa tem uma avaliação positiva ou negativa, ou bem a avaliação do comportamento empreendedor) e normas subjetivas e sociais (a percepção de quão importante os outros pensam sobre ser um empreendedor, a força da motivação para cumprir, e o apoio social para realizar o comportamento empreendedor).

No modelo de Ajzen (1991) qualquer comportamento requer um planejamento. Assim, o ato de criar um novo negócio pode ser visto de acordo com a intenção adotada pelo indivíduo. Tal modelo compreende três variáveis da intenção: atitude pessoal, normas subjetivas e comportamento controlado. Essas variáveis que influenciam as intenções são chamadas de “antecedentes” motivacionais por Ajzen (1991). Assim, a força da intenção empreendedora é maior na medida em que esses três antecedentes ou atitudes são favoráveis ao comportamento considerado e que torna o indivíduo mais propício a realizá-lo.

Para Almeida e Sobral (2005) a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) se impôs como uma das mais difundidas teorias comportamentais do homem no contexto das ciências sociais, sendo testada em vários estudos como modelo explicativo e resultados que revelam uma capacidade explicativa satisfatória. Porém, para Fontenele, Brasil e Sousa (2015) no processo da intenção empreendedora devem ser somados outros aspectos aos componentes da TPC, quais sejam os fatores demográficos, culturais e as trajetórias empresariais e familiares. Estes poderiam facilitar ou dificultar a ação empreendedora.

Com base na Teoria do Comportamento Planejado, Liñán e Chen (2009) criaram um instrumento com o objetivo de mensurar a intenção empreendedora. Esses autores, adaptando o modelo desenvolvido por Ajzen (1991) para manifestação do comportamento humano em determinadas situações, desenvolveram um questionário. Para aqueles autores o instrumento deve contemplar quatro subescalas: atitude pessoal em relação ao empreendedorismo; normas subjetivas; controle comportamental percebido; e, intenção empreendedora. Neste estudo optou-se por empregar o modelo de Liñán e Chen (2009) para o contexto brasileiro, no intuito de aferir a intenção empreendedora de estudantes universitários.

A atitude pessoal está relacionada à avaliação positiva ou negativa do indivíduo em ser um empreendedor (AUTIO, KEELEY, KLOFSTEN, PARKER, HAY, 2001). Inclui não só o afetivo, como seria gostar ou considerar atraente, mas também implica numa avaliação de se ter ou não vantagens (LIÑÁN, CHEN, 2009). Já a norma subjetiva mede a pressão social percebida em realizar ou não um comportamento empreendedor. Em especial, remete para a percepção de que as pessoas de referência possam aprovar ou não a decisão de se tornar um empreendedor (AJZEN, 2001). Na literatura encontramos diversos estudos onde o contexto familiar, como é a existência de familiares empreendedores, influencia o desejo dos estudantes em criar um novo negócio no final dos estudos (KRUEGER, BRAZEAL, 1994). No entanto cabe assinalar, por exemplo, que no estudo de Fontenele et al. (2015) aquela influência não foi confirmada. Por sua vez, o controle comportamental percebido é definido como a percepção da facilidade ou dificuldade do indivíduo em realizar determinado comportamento, baseado em experiências passadas, incluindo as liberdades ou impedimentos e obstáculos (LIÑÁN, CHEN, 2009).

### 3 METODOLOGIA

Esta pesquisa é de natureza descritiva e quantitativa e adotou a técnica de levantamento para a coleta dos dados. Os dados compreendem dois conjuntos. O primeiro foi levantado com empresários de sucesso e de fracasso, isto é, com aqueles que continuam operando com seus negócios depois de cinco anos de constituídos e aqueles que tiveram que fechar antes de esse período, e o outro conjunto obtido junto aos alunos do último ano do curso de Ciências Contábeis de uma Universidade Comunitária do Sul do Brasil. O primeiro contempla 174 empresários de sucesso e 212 de fracasso e o segundo compreende 54 alunos do sétimo período e 33 do oitavo. O instrumento de pesquisa foi direcionado aos respondentes via correio eletrônico com auxílio da ferramenta do *Google Docs*

Os dados com os empresários de Santa Catarina, 600 ao total, foram levantados num amplo estudo de Lezana, Longen e Yonemoto (1997), dos quais foram selecionados 386 que tinham respondido de modo completo 45 questões comportamentais mensuradas por meio de uma escala Likert de concordância com cinco pontos. As mesmas questões foram incluídas num questionário que foi aplicado pessoalmente nas salas de aula aos estudantes. Nesse instrumento, composto por 4 blocos se colheram no primeiro as informações pessoais (gênero, se trabalha na área e se pretende abrir um escritório de contabilidade), os 3 blocos seguintes, a serem respondidos com escalas Likert de cinco pontos, se destinaram a levantar os dados comportamentais (45 itens), a autoeficácia empreendedora, com 23 itens pela escala de De Noble, Jung e Ehrlich (1999) e a intenção empreendedora segundo o modelo de Liñán e Chen (2009), operacionalizado com o questionário de Dakoumi e Abdelwahed (2014) que possui 18 itens.

Os dados a processar foram organizados em duas matrizes diferentes. Uma relativa aos dados comportamentais, que incluía 473 respondentes dispostos nas linhas e 45 questões, e outra com os dados obtidos com os estudantes, com 87 linhas e 44 colunas, considerando as informações pessoais e as escalas de autoeficácia e intenção empreendedora. Com o setor referido aos 386 empresários se fez uma análise discriminante qualitativa (Lebart, Morineau, & Piron, 1995) usando o software SPAD® para gerar a função linear discriminante-FLD. Posteriormente com esse mesmo setor se realizou uma análise fatorial de correspondências-AFC a partir de uma matriz disjuntiva completa com o software Statistica® e usando os dados dos alunos, no formato disjuntivo completo, como indivíduos suplementares, se obtiveram as coordenadas da AFC para os 10 primeiros fatores, uma vez que a FLD contempla esse mesmo número além da constante somativa. A seguir se pode estimar em que categoria estariam os estudantes do último ano da graduação em Ciências Contábeis, se como empreendedores de sucesso ou de fracasso, possibilitando adicionar mais uma variável na matriz referida a eles.

Com as respostas dos discentes aos questionários se procurou saber se existiam dados faltantes e se constatou que não houve omissões na escala de autoeficácia empreendedora-AE, e apenas dois na escala de intenção empreendedora-IE, um para cada período. Eles foram preenchidos com o valor da mediana do item em que faltou o valor. A continuação se avaliou se os dados da AE e da IE tinham distribuições aproximadamente normais dos itens usando o sugerido por Finney e DiStefano (2006), que apontam que valores de assimetria no intervalo [-2;2] e de curtose [-7;7] podem ser considerados quase normais. Também se verificou se essas duas escalas eram passíveis de processar usando a análise fatorial-AF. Neste caso tomou-se como referência o apontado por Churchill Jr (1979), que sugere observar o valor da correlação do item com o total e a confiabilidade mensurada com o alfa de Cronbach. Adicionalmente se calculou a medida de adequação da amostra pelo teste de Kaiser, Meyer e Olkin-KMO e se fez o teste de esfericidade de Bartlett.

Confirmada a possibilidade de usar a AF se realizou uma análise exploratória-AFE para dispor dos itens envolvidos nas subescalas do modelo de De Noble et al. (1999) e das dimensões da escala de Liñan e Chen (2009). Estabeleceram-se como requisitos que as cargas fatoriais sejam iguais ou superiores a 0,6 e que a variância extraída no caso da unidimensionalidade seja pelo menos 50%. Após efetuar os ajustamentos necessários nessas AFE se geraram os escores fatoriais para cada subescala da AE e para cada dimensão da IE, os que se usaram como variáveis dependentes nas análises de variância monofatoriais efetuadas (Anova *one-way*), as que tiveram como preditores categóricos o gênero, o interesse em abrir um escritório contábil ou a categoria de empreendedor de sucesso ou fracasso segundo a estimação feita a partir da FLD.

#### 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

O pacote estatístico utilizado, SPAD® efetua a análise discriminante qualitativa a partir dos dados originais, isto é, as pontuações dadas pelos respondentes na escala de concordância. Internamente o aplicativo gera uma matriz disjuntiva completa e, então, efetua a análise de correspondência múltipla-ACM. As coordenadas dos respondentes sobre os eixos fatoriais, gerados na ACM, é que formam a nova matriz de dados a serem discriminados. Como resultado com os 386 empresários obteve-se a FLD, que tem a seguinte expressão:

$$Y = 0,80 + 4,60 F1 + 7,82 F2 - 3,60 F3 + 13,23 F4 - 0,38 F5 - 9,74 F6 + 8,50 F7 + 2,77 F8 + 9,91 F9 - 1,37 F10$$

A mesma teve um excelente poder discriminatório, como se exhibe na Tabela 1 e nas Figuras 1 e 2.

		Grupo de afetação		
		F	S	Total
Grupo de origem	F	208	4	212
	S	8	166	174
	Total	216	170	

Tabela 1. Classificação dos indivíduos. F= fracasso; S = sucesso.

Conforme os dados tabelados, chega-se a uma classificação certa de 374 indivíduos em 386 (96,89%), sendo a errada de apenas 12 indivíduos (3,11%).

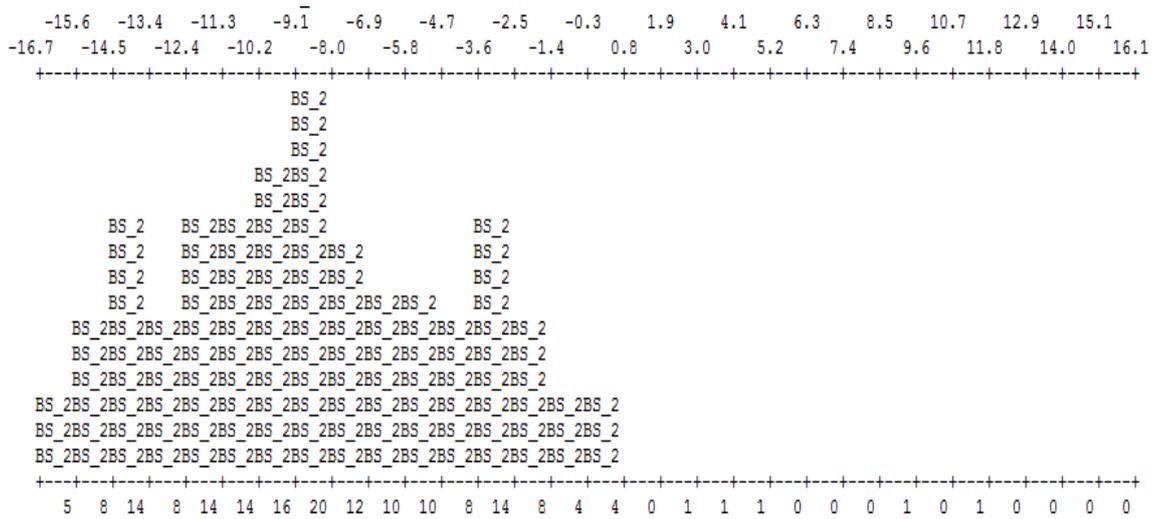


Figura 1 – Histograma do grupo de fracasso.

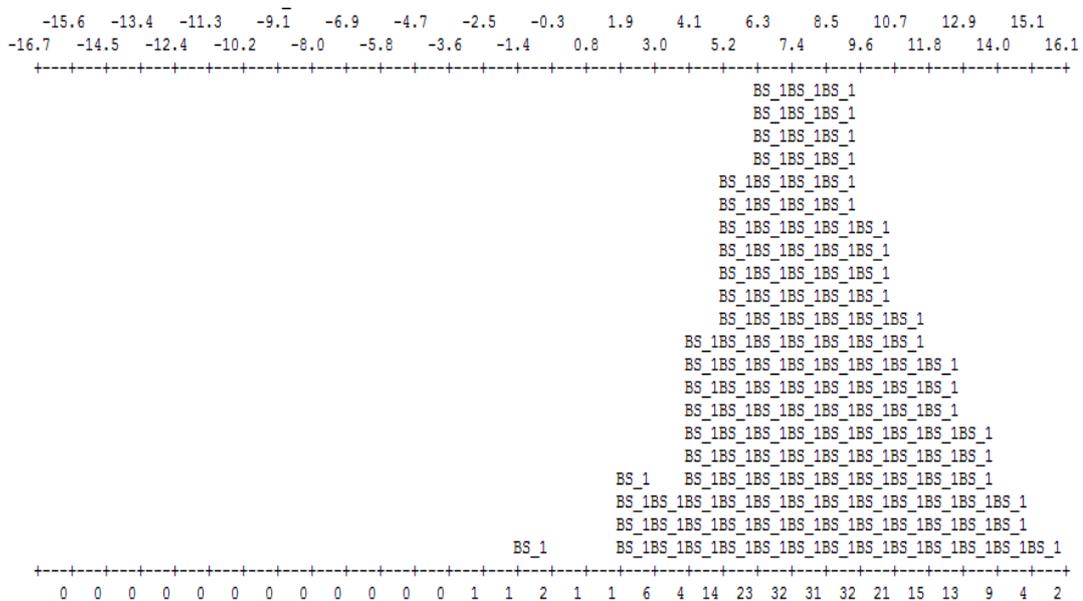


Figura 2 – Histograma do grupo de sucesso

Dando continuidade se realizou uma análise fatorial de correspondências-AFC com outro software, o Statistica®. Como ele não gera internamente a matriz disjuntiva completa os dados deveram ser transformados. Na AFC os 386 empresários foram considerados como indivíduos ativos, ou seja, participantes nos cálculos dos fatores. Já os dados dos alunos se incluíram como indivíduos suplementares, com massa zero, não participando dos cálculos, mas que se posicionam no espaço fatorial. Desse modo se obtiveram as coordenadas para os 10 primeiros fatores que aplicada a FLD deu os resultados classificatórios. Valores negativos corresponderam às condições de fracasso e os positivos de sucesso. Os dados consolidados desse procedimento se apresentam na Tabela 2.

Período	Sucesso		Fracasso	
	Número	%	Número	%
Sétimo	37	68,52	17	31,48
Oitavo	20	60,61	13	39,39
Total	57	65,52	30	34,48

Tabela 2. Número e porcentagens dos alunos

Depois de identificar em que categoria os alunos foram classificados essa informação se dispus na base de dados que incluía as variáveis pessoais e as pontuações atribuídas aos 23 itens da autoeficácia empreendedora-AE e os 18 da intenção empreendedora-IE. Para avaliar a possibilidade de realizar uma análise fatorial-AF com esses dados se calculou a correlação média do item com o total, o alfa de Cronbach e se realizaram os testes KMO e de Bartlett. Esses cálculos foram realizados para a AE e para a IE, resultando nos valores mostrados na Tabela 3.

Medidas	Autoeficácia	Intenção
Correlação média do item com o total	0,566	0,464
Valor do alfa de Cronbach	0,925	0,855
Valor da medida de adequação KMO	0,815	0,792
Significância do teste de Bartlett	0,000	0,000

Tabela 3. Indicadores para avaliar se é possível efetuar uma análise fatorial

Confirmada a possibilidade de realizar a análise fatorial se fez o cálculo das estatísticas descritivas, incluindo a média, desvio padrão, assimetria e curtose. Para ambos os constructos a assimetria e a curtose tiveram valores para seus itens muito aquém do sugerido por Finney e DiStefano (2006), pelo que suas distribuições devem ser consideradas como quase normais. Quanto às médias pode-se observar que computada para todos os itens de AE atingiu um valor de 4,64 e 1,14 de desvio padrão, entanto que essas medidas para a IE foram respectivamente 3,04 e 1,26. Esses resultados indicam que os discentes se sentem muito autoeficazes e suas intenções empreendedoras não são mais que medianamente manifestas.

Realizadas as análises fatoriais exploratórias - AFE para cada subescala da AE se pode avaliar quantos itens refletiam elas. Para a subescala capacidade de enfrentar mudanças imprevistas, os três itens considerados (AE1, AE11 e AE15) atingiram os mínimos estabelecidos. Essa mesma situação se confirmou para o estabelecimento de relações com possíveis investidores (AE2, AE7, AE13 e AE23), desenvolvimento de produtos e oportunidades de mercado (AE3, AE6, AE8, AE12, AE16 e AE19), definição do principal objetivo do negócio (AE5, AE10, AE 17 e AE 20) e para construção de um ambiente de inovação (AE14, AE18 e AE21). Por sua vez a subescala recursos humanos chave para a empresa, composta pelos itens AE4, AE9 e AE22 apresentou uma carga fatorial baixa de 0,42 nesse último item, mas optou-se por manter os três para dar sequência ao trabalho e gerar os escores fatoriais.

Para realizar a AFE com a IE se seguiu o mesmo procedimento com cada dimensão. Assim, para a dimensão intenção dos itens iniciais houve que excluir um restando só três (IE2, IE3 e IE4), nas dimensões atitudes pessoais os quatro itens que refletem essas dimensões foram mantidos (AP1, AP2, AP3 e AP4), o mesmo aconteceu para normas subjetivas também com 4 itens (NS1, NS2, NS3 e NS4). Por fim, para a dimensão controle comportamental percebido houve que excluir um item, restando cinco (CCP2, CCP3, CCP4, CCP5 e CCP6).

Definidas as condições para cada constructo se geraram os escores fatoriais para cada subescala da AE e para cada dimensão da IE, que serviram para realizar os contrastes de médias por meio da Anova monofatorial. Os preditores categóricos utilizados foram o gênero, o interesse em abrir um escritório após se graduar e a categoria em que foram classificados pela FLD. Os resultados de todas as análises de variância realizadas não tiveram resultados significantes para nenhuma dos constructos com qualquer um dos preditores.



## 5 CONCLUSÕES

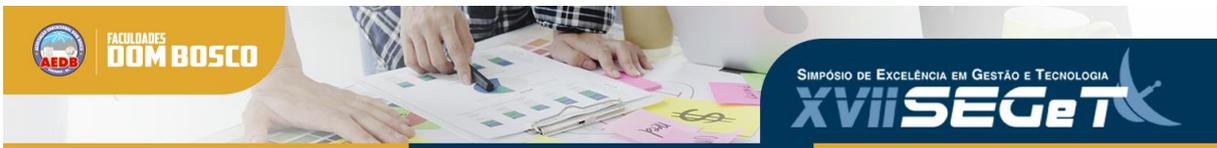
Diversas são as pesquisas quantitativas que se desenvolvem com estudantes universitários, uma vez que se podem obter dados com relativa facilidade e de modo geral bastante homogêneos quanto às características socioeconômicas e de idade dos respondentes. No entanto pode existir algum grau de viés na validade das escalas que se utilizam. Assim sendo e ao considerar que há uma tendência a direcionar o ensino superior no sentido de formar profissionais não apenas para a empregabilidade, mas de maneira cada vez mais marcante para o empreendedorismo, cabe buscar respostas acerca de se as percepções dos discentes coadunam com o que se procura mensurar. Neste sentido, os resultados obtidos ao confrontar aquilo que os graduandos do último ano de Ciências Contábeis, e que já participaram da disciplina de empreendedorismo, respondem ao serem questionados sobre seu desejo de abrir um escritório de contabilidade tão logo finalizem sua formação, ou segundo a classificação como possíveis empreendedores de sucesso ou de fracasso, alerta para ser cauteloso nas conclusões que se possam gerar.

Usando duas escalas validadas no Brasil com empreendedores que já iniciaram seu negócio, embora sob a proteção das incubadoras empresariais (LIZOTE et al., 2013; NASCIMENTO, LIZOTE, VERDINELLI, 2016), se levantaram dados a respeito da autoeficácia e intenção empreendedora dos discentes. Embora a maioria, 75,6% dos respondentes, trabalhe na área contábil, eles não têm constituído uma entidade própria e, portanto, suas respostas não podem ser comparadas com as daqueles aos que já se aplicaram esses mesmos instrumentos de pesquisa. Naqueles casos, como no presente estudo, a autoeficácia manifesta-se de forma evidente em todas as subescalas e com médias elevadas. Já a intenção empreendedora dos alunos aparece com valores um pouco menores que aquela que possuem os proprietários de empresas na fase de incubação. Entretanto, ao se contrastar as médias do grupo que declarou estar interessado em abrir um escritório, que se deve interpretar como os que intencionam empreender, contra as daqueles que não pretendem criar uma firma própria, não houve diferenças significativas mostrando falta de coerência. De igual maneira, quando se trata o constructo autoeficácia, o resultado tampouco mostra diferença entre ambos os grupos e isto também acontece quando se toma como preditor para formar os grupos o aspecto comportamental.

Duas considerações principais emergem desta pesquisa. A primeira é implícita em face aos resultados obtidos: nem sempre é possível considerar as respostas dos estudantes como algo que se possa generalizar. A segunda é derivada do aspecto comportamental mensurado nos empreendedores de sucesso e de fracasso. Pois, como apontado por Lima e Nassif (2017) há componentes do capital psicológico que o influenciam. Portanto, cabe refletir se nas disciplinas de empreendedorismo que são ministradas na graduação em Ciências Contábeis não se deveria incluir tal aspecto no seu plano de ensino.

## REFERÊNCIAS

- AJZEN, I. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, v. 50, n. 2, 1991, pp. 179-211.
- ALMEIDA, F. J. R. & SOBRAL, J. B. A. Os condicionantes psicológicos e estruturais da informatização organizacional: um estudo sobre empresas portuguesas utilizando o modelo de equações estruturais. In: *EnANPAD*, São Paulo, 2005. Anais... ANPAD, CD-ROM.2005.
- AUTIO, E.; KEELEY, R. H.; KLOFSTEN, M.; PARKER, G. G. C. & HAY, M. Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, v. 2, n. 2, 2001, pp. 145-160.
- AZZI, R. G. & POLYDORO, S. Autoeficácia proposta por Albert Bandura. In: AZZI, R. G. & POLYDORO, S. (Org.). (2006). *Autoeficácia em diferentes contextos*. Campinas: Alínea
- BANDURA, A. Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change, *Psychological Review*, v. 84, 1977, pp. 191-215.



- BANDURA, A.** On the functional properties of perceived self-efficacy revisited. *Journal of Management*, v. 38, n. 1, 2012, pp. 9-44.
- BANDURA, A., AZZI, R. G. & POLYDORO, S.** Teoria social cognitiva: conceitos básicos. Porto Alegre: Artmed, 2008.
- BIRD, B.** Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. *Academy of Management Review*, v. 13, n. 3, 1998, pp. 442-453.
- CANCELLIER, E. L. P. L.; ALBERTON, A.; SILVA, A. B. Da. & MARCON, R.** O monitoramento de informações estratégicas do ambiente externo em pequenas empresas. *Revista Ibero-americana de estratégia*, v. 8, n.1, 2009, pp. 28-51.
- CAVAZOS-ARROYO, J.; PUENTE-DIAZ, R.; & AGARWAL, N.** Análise de alguns antecedentes da intenção empreendedora social entre os residentes do México. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, v. 19, n. 2, 2017, pp. 180-199.
- CHEN, C. C.; GREENE, P. G. & CRICK, A.** Self-efficacy distinguishes entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, v. 13, 1998, pp. 295-316.
- CHURCHILL JR., G. A.** A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research*, v. 16, n. 1, 1979, pp. 64-74.
- COVIN, J. G. & SLEVIN, D. P.** Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, v. 10, n. 1, 1989, pp. 75-87.
- Covin, J. G. & Slevin, D. P.** A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 16, n.1, 1991, pp. 7-26.
- CRUZ Jr.; ARAÚJO, P. Da C.; WOLF, S. M. & RIBEIRO, T. V. A.** Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e a prática. *Revista de Ciências da Administração*, v. 8, n. 15, 2006, pp. 9-29.
- DAKOUMI, A. H. & ABDELWAHED, Y.** Is entrepreneurship for you? Effects of storytelling on Entrepreneurial Intention. *International Journal of Business and Management*, v. 9, n. 9, 2014, pp. 176-192.
- De NOBLE, A.; JUNG, D. & EHRlich, S.** Entrepreneurial self-efficacy: the development of a measure and its relationship to entrepreneurial actions. In: "Frontiers of Entrepreneurship Research". Waltham, 1999.
- DESS, G. G.; LUMPKIN, G. T. & COVIN, J. G.** Entrepreneurial strategy making and firm performance: tests of contingency and configurational models. *Strategic Management Journal*, v. 18, n. 9, 1997, pp. 677-695.
- FERREIRA, A. da S. M.; LOIOLA, E. & GONDIM, S. M. G.** Preditores individuais e contextuais da intenção empreendedora entre universitários: revisão de literatura. *Cadernos EBAPE.BR*, v. 15, n. 2, 2017, pp. 292-308.
- FINI R.; GRIMALDI, R.; MARZOCCHI G. L. & SOBRERO, M.** The foundation of entrepreneurial intention, *Academy of Management Meeting*, 2009.
- FINNEY, S. J. & DISTEFANO, C.** Non-normal and categorical data in structural equation modeling. In: Hancock, G. R. & Mueleer, R. O. *Structural equation modeling: a second course*. Charlotte, NC: Information Age Publ. 2006.
- FONTENELE, R. E. S.; BRASIL, M. V. O. & SOUSA, A. M. R.** Influência da intenção empreendedora de discentes em um instituto de ensino superior. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v. 4, n. 3, 2015, pp. 147-176.
- GARDELIN, J. P.; ROSSETTO, C. R. & VERDINELLI, M. A.** O relacionamento entre a incerteza ambiental e o comportamento estratégico na percepção dos gestores de pequenas empresas. *Revista de Administração da USP*, v. 48, n. 4, 2013, pp. 702-715.
- KOE, W.; SA'ARI, J. R.; MAJID, I. A. & ISMAIL, K.** Determinants of entrepreneurial intention among millennial generation. *Procedia*, v. 40, 2012, pp. 197-208.
- KRUEGER, N. F. & BRAZEAL, D. V.** Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 18, n. 3, 1994, pp. 91-104.
- LAZZAROTTI, F. et al.** Orientação empreendedora: um estudo das dimensões e sua relação com desempenho em empresas graduadas. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 19, n. 6, 2015, pp. 673-695.
- LEBART, L.; MORINEAU, A. & PIRON, M.** Statistique exploratoire multidimensionnelle. Paris: Dunod, 1995.



- LEZANA, A. G. R.; LONGEN, M. T. & YONEMOTO, H. W.** Análise dos fatores de êxito e fracasso das pequenas empresas. Relatório de Projeto de Pesquisa, UFSC, Florianópolis, 1997.
- LIMA, L. G. De & NASSIF, V. M. J.** Capital psicológico e comportamento empreendedor sob uma análise da trajetória de mulheres empreendedoras. *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo*, v. 2, n. 1, 2017, pp. 183-206.
- LIÑÁN, F. & CHEN, Y-W.** Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, v. 33, n. 3, 2009, pp. 593-617.
- LIZOTE, S. A.; VERDINELLI, M. A. & SILVEIRA, A.** Relação entre autoeficácia e competências empreendedoras de gerentes com o desempenho das empresas instaladas em incubadoras tecnológicas de Santa Catarina, Brasil. *Anais do XV Congresso Latino-Ibero-Americano de Gestão de Tecnologia - ALTEC*. Porto, Portugal, 2013.
- LOPEZ Jr., G. S. & SOUZA, E. C. L.** Atitude empreendedora: conceitos, modelos e medidas. In: *Anais... Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica*, 25. Brasília, 2008.
- LOPES, I. F. & MEURER, A. M.** Autoeficácia, elementos priorizados na prospecção de carreira pública e privada e comportamento acadêmico: análise dos estudantes de Ciências Contábeis das IES públicas. *REPeC – Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade*, v. 13, n. 1, 2019, pp. 46-67.
- MARTÍNEZ, I. M. & SALANOVA, M.** Autoeficacia en el trabajo: el poder de creer que tú puedes. *Estudios financieros*, [s.l.], n. 45. 2006.
- McGEE, J. E.; PETERSON, M. S. L. & SIQUEIRA, J. M.** Entrepreneurial self-efficacy: refining the measure. *Entrepreneurship Theory & Practice*, v. 33, n. 4, 2009, pp. 965-988.
- MIAO, C., QIAN, S. & MA, D.** The relationship between entrepreneurial self-efficacy and firm performance: A meta-analysis of main and moderator effects. *Journal of Small Business Management*, v. 55, n. 1, 2017, pp. 87-107.
- MORIANO, J. A.; PALACÍ, F. J. & MORALES, J. F.** Adaptación y validación en España de la escala de autoeficacia emprendedora. *Rev. de Psicología Social*, v. 21, n. 1. 2006, pp. 51-64.
- NASCIMENTO, S.; LIZOTE, S. A. & VERDINELLI, M. A.** Características empreendedoras e desempenho organizacional: uma análise com gestores de empresas incubadas. *Anais do IX Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – EGEPE*. Passo Fundo, 2016.
- NASCIMENTO, S.; VERDINELLI, M. A. & LIZOTE, S. A.** Relações do estilo cognitivo com a autoeficácia e a intenção empreendedora de estudantes de administração e ciências contábeis. In: *Anais dos Seminários em Administração – SemeAd*, São Paulo, 2014.
- PAÇO, L.; FERREIRA, A. & RAPOSO, A.** Entrepreneurial intentions: is education enough? *International Entrepreneurship and Management Journal*, v. 11, 2015, pp. 57-75.
- PIHIE, Z. A. L. & BAGHERI, A.** Self-Efficacy and entrepreneurial intention: the mediation effect of self-regulation. *Vocations and Learning*, v. 6, n. 3, 2013, pp. 385-401.
- ROSAIRO, H. R. & POTTS, D. J.** A study on entrepreneurial attitudes of upcountry vegetable farmers in Sri Lanka. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, v. 6, n. 1, 2016, pp. 39-58.
- ZHAO, H.; SEIBERT, S. & HILLS, G.** The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, v. 90, n. 6, 2005. pp. 1265-1272.