

AUTOEFICÁCIA, ATITUDE E PAIXÃO EMPREENDEDORA: O CASO DOS CONTADORES POTIGUARES

SELF-EFFICACY, ATTITUDE AND ENTREPRENEURIAL PASSION: THE CASE OF POTIGUARIAN ACCOUNTANTS

Valéria Regina de Carvalho

Discente do curso de Ciências Contábeis da Faculdade UNINASSAU/Mossoró

E-mail: re.valeria21@gmail.com

Macário Neri Ferreira Neto

Doutorando em Administração pela UNIFOR, Mestre em Gestão Pública pela UFPE

Professor da Faculdade UNINASSAU/Mossoró

E-mail: macario_ferreira@hotmail.com

Recebido em 04/08/2020

Aprovado em 01/09/2020

RESUMO

Pesquisas sobre empreendedorismo demonstram as intenções dos indivíduos em ter seu próprio empreendimento, mas pouco avaliam o contexto após a criação da empresa. Nesse sentido, o objetivo deste trabalho é verificar se a autoeficácia e a paixão empreendedora contribuem para o empresário apresentar atitudes empreendedoras após o início do seu negócio. A classe contábil foi selecionada pela importância dos profissionais no contexto das outras empresas, municiando-as com informações para tomada de decisão. Assim, para atender este objetivo foram aplicados questionários com 69 contadores empresários do Rio Grande do Norte, os dados foram tratados por métodos de estatística descritiva com uso do software SPSS® IBM® e as relações com a utilização de análise da modelagem de equações estruturais com o uso da técnica *Partial Least Square* (PLS). Como principais resultados, a autoeficácia e a paixão empreendedora antecedem a atitude empreendedora em negócios em desenvolvimento.

Palavras-chaves: Empreendedorismo. Atitude empreendedora. Paixão empreendedora. Autoeficácia. Contador empresário.

ABSTRACT

Entrepreneurship research demonstrates the intentions of individuals to have their enterprise, but little appreciate the context after the company's creation. In this way, the objective of this work is to verify if self-efficacy and entrepreneurial passion contribute to the entrepreneur to present entrepreneurial attitudes after the beginning of his business. The accountants were selected due to the importance of professionals in the context of other companies, providing them with information for decision making. Thus, to meet this objective, questionnaires were used with 69 accountants involved in Rio Grande do Norte, the data were analyzed using descriptive statistical methods using the SPSS® IBM® software and as relationships with the use of the modeling analysis of equations using the partial partial least squares (PLS) technique. As main results, self-efficacy and an entrepreneurial passion precede an entrepreneurial attitude in developing businesses.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneurial attitude. Entrepreneurial passion. Self-efficacy. Accountant.

1 INTRODUÇÃO

Cada negócio em funcionamento foi criado por um empreendedor, sendo que tem aqueles que inventam, criam, fundam e repassam o seu negócio, e tem aqueles que passam a etapa seguinte do empreendedorismo, a fase do desenvolvimento, em que se busca realizar o que antes sonhou (FILION, 1999).

Neste cenário, a paixão empreendedora desenvolvida está relacionada ao crescimento e expansão do empreendimento após a sua fundação (CARDON; MITTENES; SUDEK, 2009), que aliada a autoeficácia, que é a confiança que o sujeito possa executar algo com êxito (BRANDURA, 1999), motivam a atitude em empreender com a qual os empresários pensam sobre si mesmos e seus negócios (TREVELYAN, 2009).

Assim sendo, o contador empresário não foge à regra, como boa parte dos profissionais liberais, ele cria, desenvolve e colhe os resultados de seu empreendimento. Segundo o *site* do Conselho Federal de Contabilidade, no Brasil existem mais de setenta e uma mil organizações contábeis, desde microempreendedores a sociedade empresarial.

Ademais, estudos sobre empreendedorismo buscam demonstrar as intenções em ter seu próprio negócio, mas pouco avaliam o contexto após a criação da empresa. Em estudo

bibliométrico sobre a produção científica na área de empreendedorismo e publicadas no *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, que analisou 809 artigos publicados, na relação das oitenta palavras-chaves mais empregadas, os termos paixão empreendedora e atitude não foram encontradas, enquanto autoeficácia foi citada em oito oportunidades, além disso, o estudo demonstrou a tendência futura de estudos de intenção empreendedora e empreendedorismo feminino (CAPUTO; LAUDANO; MARZI, 2018).

Com a finalidade da paixão em empreender na fase do desenvolvimento atenda as demandas desafiadoras para conduzir uma empresa, há necessidade de habilidades para lidar com o sucesso e expectativas e atitudes empreendedoras. Nessa perspectiva, o objetivo deste estudo é verificar se a autoeficácia e a paixão empreendedora contribuem para o contador empresário apresentar atitudes empreendedoras após o início do seu negócio.

A pesquisa contou com 69 contadores empresários que responderam os questionários, que foram tratados de forma descritiva com uso do software SPSS ® da IBM ®, assim como, para se verificar as relações propostas, se utilizou de modelos de equações estruturais (PLS-SEM), em a finalidade de confirmar ou não as relações presumidas. Com isso, se espera contribuir com a lacuna existente na literatura referente essas relações, tendo como amostra empresários já estabelecidos.

O artigo está dividido em seções, inicialmente por esta introdução, seguida pela revisão da literatura, a seção três traz a metodologia aplicada, a quarta demonstra os resultados encontrados que são discutidos na seção seguinte, pôr fim a seção seis traz as conclusões deste trabalho.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Nesta seção serão discutidas os conceitos e definições apontadas pela literatura sobre o profissional da contabilidade, a atitude empreendedora, autoeficácia e a paixão empreendedora. Também serão demonstrados trabalhos anteriores e a formação das hipóteses deste estudo.

2.1 O CONTADOR EMPRESÁRIO

O mercado de trabalho está gradativamente mais desafiador, há necessidade de empenho dos profissionais em atualizar e adquirir novos conhecimentos, bem como em se adaptarem as mudanças sempre constantes no ambiente em que atuam. Entretanto, o contador é visto como

um profissional limitado a atuar somente na sua área de formação, sem habilidades que transcendam seus conhecimentos, diferente do que o mercado espera de um profissional (MARIA; NEUENFELD, 2018).

Porém, mudanças vêm ocorrendo nas práticas contábeis e com a evolução tecnológica o contador deixou de ser apenas um profissional antiquado e operacional para se tornar parte importante no processo decisório das empresas, nessa perspectiva, as empresas vem apostando em sujeitos qualificados profissionalmente, que consigam contribuir para tomada de decisão com informações que retratem a real situação econômica e financeira, prestando consultorias e contribuindo para a perenidade das organizações (LA VIELLE; BIANCHE, 2016).

Ademais, a área de atuação no ramo da contabilidade é extensa, com isso, oferece oportunidades de empregos no meio organizacional, no ensino, em órgãos públicos e de forma independente. A oferta de trabalho está cada vez mais exigente, reclamando que os profissionais busquem estar bem qualificados, de forma que possam ajudar as empresas a enfrentarem os desafios existentes no mercado em que atuam. Nesse sentido, se espera do contador o domínio sólido e atualizado de conhecimentos contábeis e afins (jurídicos, financeiros, econômicos, administrativos, governamentais etc.), necessários para sua atuação em um mercado que é globalizado e dinâmico (LA VIELLE; BIANCHE, 2016).

Entre as principais atividades do contador tem-se a de empresário da contabilidade, aquele que monta seu escritório, sozinho ou em sociedade, para prestar serviços às pessoas físicas, governos e, principalmente, às empresas. Segundo a Resolução CFC 1.390/12¹ são consideradas organizações contábeis: o microempreendedor individual, o empresário individual, a empresa individual de responsabilidade limitada, a sociedade simples pura limitada ou ilimitada, e a sociedade empresária limitada que, registra no conselho estadual de Contabilidade de sua atuação, venham prestar serviços contábeis sob a responsabilidade técnica de um Contador ou Técnico em Contabilidade.

Assim, o contador empresário deve estar preparado para contribuir com as estratégias das organizações para quem presta serviços contábeis, agindo de forma eficiente e eficaz, visando detectar e solucionar as dificuldades e adversidades que se apresentem na sua jornada. Para isso é necessário buscar novas qualificações e capacitações na área gerencial. A renovação de seus

¹ Disponível em <https://cfc.org.br/registro/legislacao/>. Acesso em 10 jun 2020.

conhecimentos, bem como a sede por novas experiências e desafios devem ser contínuas (MANHANI, 2006). Desse modo, o mercado exige do profissional da contabilidade melhor qualificação e habilidades no crescimento de suas atividades, além do mais, com estratégias de negócios que possam fazer seus clientes atingir suas metas e objetivo, sendo assim, também é uma condição essencial de um contador empreendedor (SANTOS; MOREIRA; PIRES, 2015).

Portanto, percebe-se que o contador empresário vem conquistando seu espaço profissional de destaque como um agente visionário e empreendedor, o contador empresário com características empreendedoras da atualidade precisa demonstrar seu espírito de liderança e sua capacidade de assumir riscos.

2.2 ATITUDE EMPREENDEDORA (AT)

Atitude empreendedora pode ser definida como cognições motivacionais, ou seja, como os empresários pensam sobre si mesmos e seus negócios (TREVELYAN, 2009), portanto, toda atitude tem um objetivo, seja uma pessoa, um lugar, um evento, uma atividade, ou mesmo um conceito mental, uma orientação cognitiva, um estilo de vida ou combinações dessas categorias (HUEFNER; HUNT; ROBINSON et al, 1991; AJZEN, 2005). A atitude está associada à avaliação de um objeto, conceito ou comportamento ao longo de uma dimensão de favor ou desfavor, bom ou ruim, gostar ou não gostar (AJZEN; FISHBEIN, 2000).

ROBINSON et al (1991) identificaram quatro dimensões para a atitude empreendedora, incluindo: a) necessidade de realização nos negócios, referente aos resultados concretos associados ao início e ao crescimento de um empreendimento comercial; b) inovação nos negócios, relacionada à percepção e atuação das atividades comerciais de maneiras novas e únicas; c) controle pessoal percebido dos resultados dos negócios, referente à percepção do indivíduo sobre controle e influência sobre seus negócios; e d) autoestima percebida nos negócios, pertencente à autoconfiança e à competência percebida de um indivíduo em conjunto com seus negócios.

No contexto empreendedor, a atitude foi definida como a extensão em que se percebe o comportamento empreendedor e seus resultados como valiosos, benéficas e favoráveis (AJZEN, 2002). Entretanto, como característica pessoal, a atitude é um construto hipotético que, pela impossibilidade da observação direta, deve ser percebido a partir de uma resposta que possa ser medida (AJZEN, 2005). A atitude pode ser considerada uma maneira interacional

dinâmica, em que um indivíduo se relaciona com o objeto da atitude, mudando ao longo do tempo e de uma situação para outra (ROBINSON et al, 1991).

2.3 AUTOEFICÁCIA (AE)

Autoeficácia é definida como a crença de que um indivíduo possua a capacidade de executar uma tarefa específica com êxito (BANDURA, 1994).

Conforme Bandura (1977), a autoeficácia percebida afeta a escolha de atividades, o esforço e a persistência. Pessoas que mantêm um baixo senso de eficácia na realização de uma tarefa podem evitá-la; aqueles que acreditam que são capazes devem participar mais ansiosamente. Assim, a autoeficácia percebida está atenta as convicções dos sujeitos nas suas competências de controlar sobre seu próprio funcionamento e sobre os eventos que afetam suas vidas (BANDURA, 1994).

Nesse sentido, a expectativa de eficácia determina quanto esforço o indivíduo despenderá na certeza que possa executar um comportamento necessário para produzir certos resultados e por quanto tempo persistirão diante dos obstáculos e experiências aversivas (BANDURA, 1977; AJZEN, 2002), para isso, as pessoas devem, portanto, ter um forte senso de eficácia para sustentar o esforço perseverante necessário para ter sucesso.

Dessa forma, a avaliação da eficácia é um processo inferencial: as pessoas avaliam e combinam as contribuições de fatores pessoais e situacionais, como: habilidade percebida, dificuldade da tarefa, quantidade de esforço despendido, quantidade de assistência externa recebida, resultados da tarefa, padrões de sucessos e fracassos, similaridade percebida com os modelos e credibilidade do persuasor (SCHUNK, 1989).

Dois fluxos de pesquisa distintos, mas inter-relacionados sobre a autoeficácia empresarial são evidentes na literatura. O primeiro fluxo examina o papel da autoeficácia durante os processos de inicialização dos negócios, enquanto o segundo fluxo de pesquisa examina seu papel durante as fases de crescimento dos negócios (CARDON; DRNOVSEK; WICENT, 2010). Neste sentido, se examina a autoeficácia durante a fase de desenvolvimento do negócio. Com o objetivo de verificar as relações entre autoeficácia, atitude, adversidade e intenção empreendedora, Firmansyah, Djatmika e Hermawan (2016) demonstraram, através de uma pesquisa envolvendo 311 participantes com formação em administração e negócios, a relação positiva entre autoeficácia empresarial com a atitude empreendedora.

H1 – A autoeficácia está relacionada positivamente com a atitude empreendedora.

2.4 PAIXÃO EMPREENDEDORA (PE)

Paixão empreendedora está associada com sentimentos intensos e positivos, acessíveis conscientemente e experimentados pelo envolvimento em atividades empreendedoras associadas aos papéis relevantes para auto identidade do empreendedor (CARDON et al, 2009).

A paixão pelo desenvolvimento motiva conscientemente o indivíduo a crescer e expandir um empreendimento após sua fundação, geralmente se utilizam de estratégias próprias, diferentes de seus pares (CARDON et al, 2013). Assim, a paixão do empreendedor em desenvolvedor está relacionada com as atividades referentes ao nutrir, crescer e expandir o empreendimento, uma vez criado (CARDON et al., 2009).

A paixão empreendedora é uma metaexperiência emocional fundamental para os empreendedores, sendo caracterizada por uma emoção discreta que é bastante intensa e que as pessoas sentem quando se envolvem em atividades que as interessam profundamente (CARDON et al, 2009).

A paixão envolve sentimentos focados em três identidades de papéis principais que são relevantes no empreendedorismo, o de inventar, fundar e desenvolver empreendimento. Assim, uma medida da paixão empreendedora deve refletir sentimentos potencialmente diferenciais em relação às atividades associadas aos três papéis distintos. A paixão pelo desenvolvimento de empresas está associada às atividades com o desenvolvimento de novos mercados e a expansão do tamanho do empreendimento (CARDON; STEVENS, 2009).

A paixão é necessária como um meio para alcançar altos níveis de desempenho e superar barreiras às mudanças e contribuir para o sucesso empresarial (ISMAIL et al, 2016), ademais, a paixão de um empreendedor pelo desenvolvimento evocará os mecanismos de definição de objetivos que facilitam o engajamento de habilidades empreendedoras e a aquisição de recursos necessários para alcançar o crescimento empreendedor (CARDON et al., 2009). Portanto, a paixão provavelmente influenciará a escolha da lógica de tomada de decisão que deve guiar o empreendedor para alcançar o resultado do empreendimento altamente significativo (STROE; PARIDA; WICENT, 2018). Neste sentido, estudos envolvendo a paixão empreendedora ainda são raros, o que leva a propor a seguinte hipótese:

H2 - A paixão empreendedora está relacionada positivamente a atitude empreendedora.

Com base no determinismo recíproco, Lex, Gielnik e Spitzmueller (2016) hipotetizaram que a paixão empreendedora e o sucesso do empreendimento afetam sua dinâmica reciprocamente, ao longo do tempo, para testar o modelo realizaram dois estudos de campo longitudinais com empreendedores nascentes e habituais. A pesquisa forneceu evidências de que a paixão empreendedora afeta, positivamente, a autoeficácia e o sucesso do empreendimento.

3. MÉTODOS

O método de pesquisa utilizado é o quantitativo, com a finalidade descritiva considerando que foram analisados os perfis dos respondentes e visa identificar as características empreendedoras dos entrevistados. Para coleta de dados se utilizou de um questionário, dividido em duas partes, a primeira com questões sociodemográficas, a segunda com questões no formato *Likert* visando identificar as características empreendedoras dos contadores empresários (RICHARDSON, 2014).

3.1 INSTRUMENTO DE PESQUISA

O instrumento de pesquisa na forma de questionário com respostas na escala Likert, variando as respostas de discordo totalmente a concordo totalmente, em escala de 1 a 5.

Quadro 1 – Instrumento de pesquisa

Construto	Quesito	Fonte
Autoeficácia Empreendedora (AT)	Serei capaz de alcançar a maioria dos objetivos que estabeleci para mim. Ao enfrentar tarefas difíceis, tenho certeza de que vou cumpri-las. Em geral, acho que posso obter resultados importantes para mim. Posso ter sucesso em qualquer empreendimento para o qual me dedicar. Serei capaz de superar com sucesso muitos desafios. Estou confiante de que posso executar de maneira eficaz em muitas tarefas diferentes.	Chen, Gully e Eden (2001)
Paixão Empreendedora Desenvolvimento (PE)	Eu realmente gosto de encontrar as pessoas certas para comercializar meu serviço. Reunir as pessoas certas para trabalhar para o meu negócio é empolgante. Conduzir meus funcionários e a mim para melhorar nossa empresa me motiva.	Cardon et al (2013)

	Criar e desenvolver empresas é uma parte importante de quem eu sou.	
Atitude Empreendedora (AT)	Planejo as atividades do meu negócio subdividindo tarefas de grande porte em subtarefas. Faço projeções claras para o futuro de meu negócio. Exploro novas oportunidades de negócio. Defino metas de longo prazo, claras e específicas. Procuro criar novos serviços. Implemento novas ideias com o objetivo de melhorar a qualidade do meu negócio. Busco obter informações sobre possíveis clientes. Adoto procedimentos para assegurar que o trabalho atenda padrões de qualidade estipulados.	Lopes e Souza (2005)

Fonte: Adaptado pelos autores (2020).

O questionário contém além das questões constantes no Quadro 1, quesitos demográficos com gênero, estado civil, idade, escolaridade e tempo de experiência na profissão.

3.3 AMOSTRA

A amostra do tipo não probabilística constou de 69 profissionais empresários da área contábil registrados no CRC/RN de um universo de 664 contadores empresários. A amostra apresenta um nível de confiança de 95% com margem de erro de 9% (RICHARDSON, 2014).

A delimitação da pesquisa com contadores empresários se explica pela importância deste profissional na prestação de serviços contábeis e de consultoria, contribuindo com abertura de novos empreendimentos e municiando os empresários com informações, que contribuam para a tomada de decisão e perenidade das empresas.

O acesso ao grupo contou com o apoio do CRC/RN que repassou os questionários por meio de rede social, que resultou nesta quantidade de respondentes. Os dados foram coletados no mês de março de 2020.

3.4 ANÁLISE DOS DADOS

Os dados foram tabulados em planilha do Excel[®] e exportados para os aplicativos SPSS[®] *Statistics*, versão 20, da IBM[®] para os cálculos de estatística descritivas, e para o Smart PLSSEM, versão 3.2.9, utilizado para modelagem de equação estrutural (RINGLE; WENDE; BECKER, 2015). Ademais, O PLS-SEM opera como uma análise de regressão múltipla, o que torna o PLS-SEM particularmente valioso para fins de pesquisa exploratória, seu uso é indicado

quando: a) dados anormais; b) amostras pequenas e, c) construtos formativos (HAIR JR et al, 2014).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta seção se encontram as análises dos dados da pesquisa, sendo dividida em características da amostra, análise descritiva e modelagem da equação estruturada, discutida com base no referencial teórico.

4.1 CARACTERÍSTICAS DA AMOSTRA

A amostra conta com sua maioria do sexo masculino (62,3%), casados (49,3%), e predomina a faixa etária acima dos 40 anos, e 65,2% possuem curso de pós-graduação. Com relação à experiência profissional, 60,4% possuem cinco ou mais anos de experiência na área de contabilidade, o que demonstra a maturidade dos respondentes.

Os dados são similares à pesquisa de Pereira e Matias (2016), cuja amostra apresentava 67% do sexo masculino e a faixa etária predominante estava acima de 45 anos.

Tabela 1 - Características da Amostra

Variável	Item	N	f%	Acumulado %
Gênero	Feminino	26	37,7	37,7
	Masculino	43	62,3	100,0
Estado Civil	Solteiro	22	31,9	31,9
	Casado	34	49,3	81,2
	União Estável	6	8,7	89,9
	Separado/Divorciado	4	5,8	95,7
	Viúvo	3	4,3	100,0
Faixa Etária	Até 25 anos	2	2,9	2,9
	De 26 a 30 anos	15	21,7	24,6
	De 31 a 35 anos	15	21,7	46,4
	De 36 a 40 anos	15	21,7	68,1
	Acima de 40 anos	22	31,9	100,0
Escolaridade	Superior	24	34,8	34,8
	Pós-graduação	41	59,4	94,2
	Mestrado	4	5,8	100,0
Experiência profissional	Menos de 5 anos	27	39,2	39,2
	Entre 5 e dez anos	21	30,4	69,6
	Mais de 10 anos	21	30,4	100,0

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

4.2 ANÁLISE DESCRITIVA

A Tabela 2 demonstra os dados, de forma resumida e descritiva, por cada construto. Os dados estão disponibilizados pela frequência de cada tipo de resposta da escala, demonstra a média e a moda e o desvio padrão de cada variável. E o percentual de concordantes (NC), que é a soma de concordo com concordo muito e dividido pelo total de respondentes, o resultado é em percentual.

Conforme se percebe na Tabela 2, as respostas foram bastantes positivas, revelando profissionais com paixão pelo seu negócio, uma autoeficácia elevada, ou seja, bons conhecimentos na área que atua e segurança no que faz, além de preparados para a continuidade dos negócios.

Os concordantes somaram em média 93%, refletindo a paixão para o desenvolvimento do seu negócio, na busca de crescimento e melhor performance (CARDON et al, 2009).

Tabela 2 - Estatística descritiva do construto atitude empreendedora

Construto	1	2	3	4	5	Média	Moda	NC
Autoeficácia	1,8	6,0	0,2	61,6	30,4	4,1	4	92,0
Paixão	1,1	2,5	0,4	55,8	40,2	4,3	4	96,0
Atitude	0,2	1,2	0,0	61,4	37,2	4,3	4	92,0

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Nota: 1 = Discordo totalmente; 2 = Discordo; 3 – Indiferente; 4 = Concordo; 5 = Concordo totalmente; NC = quantidade de respostas concordo e concordo muito; valores em %.

No geral, os respondentes se percebem como preparados e com confiança em administrar seu negócio, apresentando atitudes que contribuem para manutenção e estabilidade do empreendimento.

4.3 MODELAGEM DA EQUAÇÃO ESTRUTURADA

Para uso do PLS é necessário calcular o menor tamanho da amostra que se deve usar, para efetuar esse cálculo se utilizou do aplicativo G*Power, que resultou no valor de 68 casos como amostra mínima. Como a amostra da pesquisa conta com 69 casos, o que representa um poder de teste de 0,80, atende-se a quantidade mínima exigida (HAIR et al., 2014).

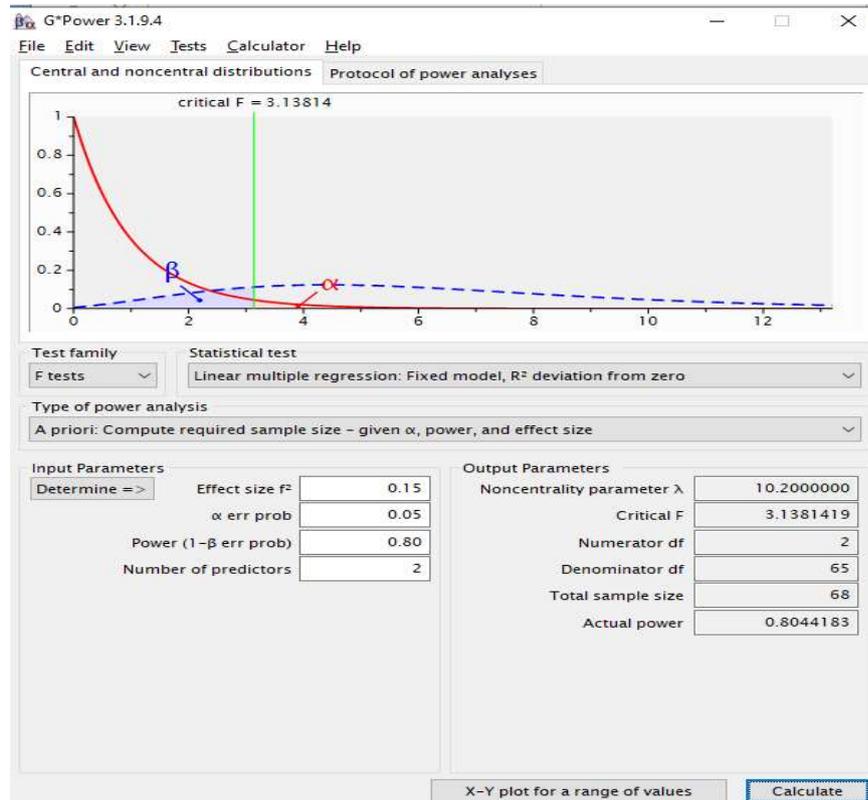


Figura 2 – Tela do software G*POWER 3.1.9 com o cálculo da amostra mínima da pesquisa.

4.3.1 Avaliação do modelo externo

Na Tabela 5 são demonstrados os valores de fiabilidade e validade dos construtos. Observa-se que para todas as VL, $AVE > 0.5$, bem como $CC > 0.7$, portanto, a validade convergente e confiabilidade estão adequadas (BIDO; SILVA, 2019).

Tabela 3 - Fiabilidade e validade do constructo

Variáveis latentes (VL)	AT	AE	PE
Alfa de Cronbach	0,866	0,835	0,777
Confiabilidade composta (CC)	0,895	0,873	0,847
Variância média extraída (AVE)	0,517	0,538	0,589

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

A tabela 4 comprova a validade discriminante por intermédio da técnica HTMT, que exige valores abaixo de 0,90 da estimativa da correlação entre os construtos para validar o modelo, sendo considerada a técnica mais segura para determinar a validade das relações entre construtos (HENSELER, RINGLE; SARSTEDT, 2015).

Tabela 4- **Rácio heterotrait-Monotrait (HTMT)**

Variáveis latentes (VL)	AT	AE	PE
Atitude empreendedora			
Autoeficácia	0,570		
Paixão empreendedora	0,679	0,580	

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

4.3.2 Avaliação do modelo estrutural

A Tabela 5 apresenta os valores preditivos R^2 ajustado, que representa o efeito combinado da variável exógena nas variáveis endógenas. Esse efeito varia de 0 a 1, com 1 representando precisão preditiva completa. Estudos indicam que valores de um R^2 aceitável, com 0,75, 0,50, 0,25, respectivamente, descrevendo níveis substanciais, moderados ou fracos de precisão preditiva. O Q^2 é um meio de avaliar a relevância preditiva do modelo interno. Valores de Q^2 diferentes de zero indicam a relevância preditiva do modelo (HAIR JR. et al, 2014). Neste caso, o modelo apresenta precisão preditiva moderada.

Tabela 5 -**Valores preditivos**

Construto	R^2	R^2 ajustado	Q^2
Atitude empreendedora	0,480	0,464	0,188

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Os efeitos e a confirmação das hipóteses estão demonstrados na Tabela 6, os coeficientes de caminho representam os relacionamentos hipotéticos que ligam os construtos, os valores dos coeficientes variam de -1 a 1, quanto mais próximo de -1 maior é a relação negativa, quanto mais próximo de 1, maior será a relação positiva. O valor de p demonstra a significância da relação quando o seu valor for menor que 0,05. O f^2 representa o tamanho do efeito para cada caminho, valores de 0,02, 0,15 e 0,35 representam efeitos pequenos, médios e grandes, respectivamente. Neste caso, as hipóteses foram confirmadas considerando que são significantes e com capacidade preditiva (HAIR ET AL, 2014).

Tabela 6 - Efeitos totais

Relação	Hipótese	Efeito	Coefficiente	Erro Padrão	f ²	Valor -p	Suportada
AE -> AT	H1	Direto	0,331	0,132	0,15	0,012	SIM
PE -> AT	H2	Direto	0,466	0,156	0,31	0,003	SIM

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Conforme a Tabela 8 todos as hipóteses foram confirmadas, estando de acordo com a literatura. A Figura 3 demonstra o modelo teórico proposto.

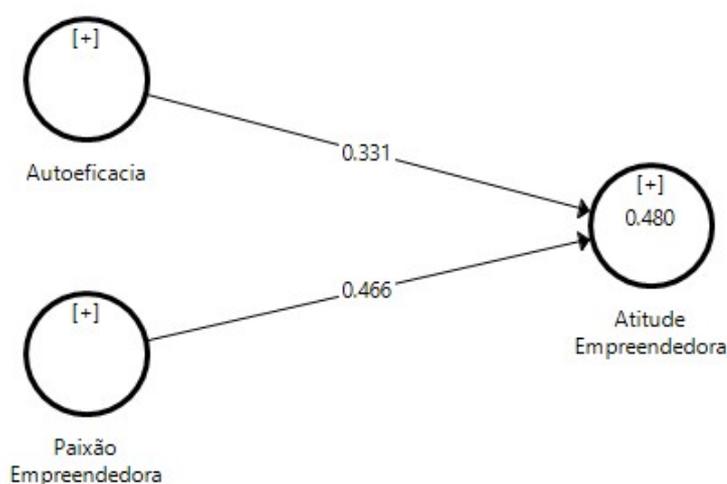


Figura 3 – Modelo estimado usando análise de caminho

A relação encontrada entre AE e AT ($\beta = 0,71$, $p < 0,05$) com elevado valor preditivo encontra similaridade com o trabalho de Firmansyah et al (2016), em que confirmaram a mesma relação ($\beta = 0,16$, $p < 0,05$), os estudantes que possuem uma AE alta tendem a ter mais confiança em cumprir seu papel e realizar as tarefas exigidas como empreendedores (ZHAO; SEIBERT; HILLS, 2005).

A relação PE -> AE se demonstrou importante ($\beta = 0,66$, $p < 0,05$), resultado que implica que quanto maior a paixão empreendedora pelo desenvolvimento do negócio, maior será a autoeficácia do empreendedor, nesse sentido, os empreendedores que experimentam paixão harmoniosa e auto eficazes evitam a lógica de tomada de decisão causal em favor da lógica eficaz (STROE et al, 2018).

Entre as limitações do trabalho a dificuldade de acesso ao profissional, que pese o apoio do CRC/RN no que resultou um número de respondentes abaixo do esperado pelos autores da pesquisa.

5 CONCLUSÕES

Este trabalho buscou verificar a relação entre paixão empreendedora, autoeficácia e atitude empreendedora aplicada aos contadores empresários já estabelecidos no mercado. O modelo estimado apresentou confiabilidade e qualidade estrutural, com moderada força preditiva.

Com relação aos dados descritivos, na média, 91% das respostas foram concordantes com as questões, demonstrando o quanto são apaixonados por seus negócios, se percebem seguros em realizar comportamento empreendedor, e demonstrando que os contadores empresários apresentam atitudes empreendedoras essenciais para a perenidade dos negócios.

O modelo estimado comprova as hipóteses do trabalho, confirmando as relações positivas entre paixão empreendedora e autoeficácia com a atitude empreendedora. Este modelo não encontra similaridade na literatura quando aplicados aos empresários com empresas em desenvolvimento.

Portanto, este trabalho contribui por destacar a importância da paixão empreendedora e a autoeficácia como antecedentes da atitude empreendedora, fornecendo suporte para que outros trabalhos possam confirmar essa relação, sendo sugerida a ampliação da amostra e outros segmentos de atuação empresarial.

REFERÊNCIAS

AJZEN, Icek. **Attitudes, personality, and behavior**. McGraw-Hill Education (UK), 2005.

AJZEN, Icek. Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior 1. **Journal of applied social psychology**, v. 32, n. 4, p. 665-683, 2002.

AJZEN, Icek; FISHBEIN, Martin. Attitudes and the attitude-behavior relation: Reasoned and automatic processes. **European review of social psychology**, v. 11, n. 1, p. 1-33, 2000.

BANDURA, Albert. Self-efficacy in, V. S. Ramachandran. **Encyclopedia of human behavior**, v. 4, p. 71-81, 1994.

BANDURA, Albert. Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. **Psychological review**, v. 84, n. 2, p. 191, 1977.

BANDURA, Albert. Social cognitive theory: An agentic perspective. **Annual review of psychology**, v. 52, n. 1, p. 1-26, 2001.

BIDO, Diógenes S.; SILVA, Dirceu. SmartPLS 3: especificação, estimação, avaliação e relato. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 20, n. 2, p. 1-31, 2019.

CARDON, Melissa S. et al. Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation. **Journal of business venturing**, v. 28, n. 3, p. 373-396, 2013. DOI: 10.1016/j.jbusvent.2012.03.003

CARDON, Melissa S. et al. The nature and experience of entrepreneurial passion. **Academy of management Review**, v. 34, n. 3, p. 511-532, 2009.

CARDON, Melissa S.; STEVENS, Christopher E. The discriminant validity of entrepreneurial passion. In: **Academy of Management Proceedings**. Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management, 2009. p. 1-6. DOI: 10.5465/ambpp.2009.44244277

CFC. Conselho Federal De Contabilidade, 2020. Disponível em: <https://www3.cfc.org.br/spw/crcs/ConselhoRegionalAtivo.aspx>. Acesso em: 15 jul. 2020

CHEN, Gilad; GULLY, Stanley M.; EDEN, Dov. Validation of a new general self-efficacy scale. **Organizational research methods**, v. 4, n. 1, p. 62-83, 2001. DOI: 10.1177/109442810141004

DRNOVŠEK, Mateja; SLAVEC, Alenka; CARDON, Melissa S. Cultural context, passion and self-efficacy: do entrepreneurs operate on different planets? In: **Handbook of Entrepreneurial Cognition**. Edward Elgar Publishing, 2014.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

FIRMANSYAH, Anang Haris; DJATMIKA, Ery Tri; HERMAWAN, Agus. The Effect of Adversity Quotient and Entrepreneurial Self Efficacy on Entrepreneurial Intention Through Entrepreneurial Attitude. **Journal of Business and Management**, v. 18, n. 5, p. 45-5, 2016.

HAIR JR, Joe F. et al. Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). **European business review**, 2014. DOI: 10.1108/EBR-10-2013-0128

HENSELER, Jörg; RINGLE, Christian M.; SARSTEDT, Marko. A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. **Journal of the academy of marketing science**, v. 43, n. 1, p. 115-135, 2015.

ISMAIL, Irwan et al. Entrepreneurial success among single mothers: The role of motivation and passion. **Procedia Economics and Finance**, v. 37, n. 16, p. 121-128, 2016.

LA VIELLE, Adriana Pozzani; BIANCHI, Márcia. Profissão contábil em guias de cursos de graduação: perfil do contador, rotinas profissionais e mercado de trabalho. **Mudanças**, p. 31, 2013.

LAUDANO, Maria Carmen; MARZI, Giacomo; CAPUTO, Andrea. A decade of the International Journal of Entrepreneurship and Small Business: a bibliometric analysis. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 33, n. 2, p. 289-314, 2018. DOI: 10.1504/ijesb.2018.10010981

LEX, Maïke; GIELNIK, Michael Marcus; SPITZMUELLER, Matthias. Empirical evidence for a reciprocal model of entrepreneurial passion and venture success. In: **Academy of Management Proceedings**. Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management, 2016. p. 16233. DOI: 10.5465/ambpp.2016.16233abstract

LOPES JR, Gumersindo Sueiro; SOUZA, Eda Castro Lucas. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas. Construção de um instrumento de medida. **REAd-Revista Eletrônica de Administração**, v. 11, n. 6, p. 1-21, 2005.

MARIA, Darasele Francine; NEUENFELD, Debora Raquel. O Contador empreendedor. **Revista Borges**, v. 8, n. 2, p. 22-36, 2018.

PEREIRA, Kátia Rocha; MATIAS, Márcia Athayde. Características empreendedoras em contadores-empresários. **Revista Mineira de Contabilidade**, v. 1, n. 37, p. 22-30, 2016.

RICHARDSON, Roberto Jarry et al. Pesquisa social: métodos e técnicas. 14. Reimpr. **São Paulo: Atlas**, 2014.

RINGLE, Christian M.; WENDE, Sven; BECKER, Jan-Michael. SmartPLS 3. Boenningstedt, Germany: SmartPLS GmbH. 2015.

ROBINSON, Peter B. et al. An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 15, n. 4, p. 13-32, 1991.

SAITHONG-IN, Supapan; USSAHAWANITCHAKIT, Phaprukbaramee. Psychological capital and job performance: an empirical research of certified public accountants (CPAs) in Thailand. **The Business & Management Review**, v. 7, n. 5, p. 499, 2016.

SANTOS, Lidiane Campos; MOREIRA, Gabriel; PIRES, Jéssica Gonçalves. Perfil empreendedor dos contadores cadastrados na Associação de Contadores de Unaí/MG. **FACTU**, p. 12.

SCHUNK, Dale H. Self-efficacy and achievement behaviors. **Educational psychology review**, v. 1, n. 3, p. 173-208, 1989.

STROE, Silvia; PARIDA, Vinit; WINCENT, Joakim. Effectuation or causation: An fsQCA analysis of entrepreneurial passion, risk perception, and self-efficacy. **Journal of Business Research**, v. 89, p. 265-272, 2018. DOI: 10.1016/j.jbusres.2018.01.035

TREVELYAN, Rose. Entrepreneurial attitudes and action in new venture development. **The International Journal of Entrepreneurship and Innovation**, v. 10, n. 1, p. 21-32, 2009. DOI: 10.5367/000000009787414271

ZHAO, Hao; SEIBERT, Scott E.; HILLS, Gerald E. The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. **Journal of applied psychology**, v. 90, n. 6, p. 1265, 2005. DOI: 10.1037/0021-9010.90.6.1265