

Processo empreendedor: um estudo do grau de aderência das práticas dos recém-empresendedores ao processo de empreendedorismo proposto por Baron e Shane

Entrepreneurial process: a study of the degree of adherence of the practices of newly entrepreneurs entrepreneurship process proposed by Baron and Shane

Odair Santos da Silva*
Faccamp

Cida Sanches†
Faccamp

RESUMO

O empreendedorismo como uma perspectiva processual vem sendo um ascendente na área de estudo quanto sua utilidade e correção e ser visto como um processo que se desenvolve ao longo do tempo por meio de fases distintas e intimamente relacionadas, seja pela mudança social, surgimento e desenvolvimento de novos mercados, mudança econômica ou disponibilidade de tecnologia. Portanto, nesta pesquisa foi investigado o grau de aderência ao processo e até que ponto o processo de empreender do recém-empresendedor está de acordo com as premissas de Baron e Shane (2007). Para isso, um questionário estruturado foi aplicado a 253 recém-empresendedores de MPE da Aglomeração de Jundiaí (AUJ), isto é, empresenedores que tenham iniciado o negócio há menos de 30 meses da data da pesquisa, nos segmentos de negócio (comércio, indústria ou serviços). No resultado encontrado foi visto que uma possível explicação para o elevado grau de aderência dos respondentes ao processo e aos subprocessos de empreender (reconhecer a oportunidade, decidir empreender, reunir recursos e efetuar o empreendimento) às premissas de Baron e Shane às respostas captadas pela escala Likert deve ter sido ao alto grau de otimismo dos respondentes.

Palavras Chave: Empreendedorismo, Processo empreendedor, Recém-empresenedores, Baron e Shane.

ABSTRACT

Entrepreneurship as a procedural perspective has been an upward in the study area as their usefulness and correction and be seen as a process that develops over time through different phases and intimately related, whether for social change, emergence and development of new markets, economic change or availability of technology. Therefore, in this study we investigated the degree of adherence to the process and to what extent the process of undertaking the newly entrepreneur is in line with the assumptions of Baron and Shane (2007). For this, a structured questionnaire was administered to 253 newly entrepreneurs of EPC

* Odair Santos da Silva é mestre em Administração pela Faccamp. E-mail: odairfj@terra.com.br

† Cida Sanches é mestre em Educação pela UNIP e Doutora em Ciências da Saúde pela UNIFESP/Escola Paulista de Medicina. É professora e pesquisadora do Programa de Mestrado Profissional em Administração da Faccamp. E-mail: cidasanches@uol.com.br

agglomeration of Jundiaí (UKA), that is, entrepreneurs who started the business for less than 30 months from the date of the survey, the business segments (trade, industry or services). In result was found as a possible explanation for the high degree of adhesion of the respondents to the process and sub-processes to undertake (recognize the opportunity, decide to take, pool resources and make the enterprise) to Baron and Shane assumptions responses captured by the scale Likert must have been the high degree of optimism of the respondents.

Keywords: *Entrepreneurship, Process entrepreneur, Just entrepreneurs, Baron and Shane*

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho, no campo do empreendedorismo e desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas, aborda aspectos como o grau de aderência das práticas dos recém-empresendedores ao processo de empreendedorismo proposto por Baron e Shane (2007) em seu livro “Empresendedorismo uma visão do processo”.

O objetivo geral da pesquisa foi investigar até que ponto os recém-empresendedores aderem ao processo de empreendedorismo proposto por Baron e Shane (2007). Os objetivos específicos, que são um desdobramento lógico do objetivo principal e são os seguintes:

- Verificar se os recém-empresendedores aderem ao processo de reconhecimento de oportunidades de acordo com Baron e Shane (2007);
- Verificar se os recém-empresendedores aderem ao processo de reunir recursos iniciais para lançar-se no empreendimento segundo Baron e Shane (2007);
- Investigar se os novos empresendedores entendem a complexidade de se começar um novo empreendimento.

Segundo Barros e Luhfeld (2011, p.37), “no seu sentido mais lato, tema é um assunto qualquer que se pretende desenvolver”. A presente pesquisa está circunscrita ao tema processo empreendedor especialmente sobre as práticas dos recém-empresendedores em relação ao processo de empreendedorismo proposto por Baron e Shane (2007).

O empreendedorismo como uma perspectiva processual vem sendo um ascendente na área de estudo quanto sua utilidade e correção de se enxergar o empreendedorismo como um processo que se desenvolve ao longo do tempo por meio de fases distintas e intimamente relacionadas, seja pela mudança social, surgimento e desenvolvimento de novos mercados, mudança econômica ou disponibilidade de tecnologia. Contudo, apesar de adiantadas pesquisas relacionadas ao tema, carece ainda de estudos que colaborem para melhor entendimento e desdobramento sobre o assunto.

A formulação do problema de pesquisa é parte fundamental no desenvolvimento de um trabalho acadêmico, ele mostra a razão, ou seja, revela a importância do trabalho, além de agir como direcionador das etapas até o resultado final com as conclusões e considerações finais trazendo as respostas para o problema definido (NAKATA e HASHIMOTO, 2008).

De acordo com Richardson (1999) o problema de pesquisa norteia o constructo dando forma aos estudos científicos chegando ao máximo na confiabilidade da pesquisa. Já Creswell (2007) diz que o problema de pesquisa é um gancho narrativo que atrai a atenção do leitor, fazendo com que o mesmo tenha interesse de ir até o final da leitura. Assim, o presente estudo elaborou o seguinte problema de pesquisa:

Até que ponto os recém-empresendedores aderem ao processo de empreendedorismo proposto por Baron e Shane?

As características fundamentais do problema são apresentadas neste item. A leitura de Baron e Shane (2007) Acreditando que, o empreendedorismo passou a ser visto mais como um processo em andamento do que como um evento único. Desta forma pode ser definida a seguinte estrutura: Campo da pesquisa: Empreendedorismo; Tema: Processo empreendedor; Tópico: Recém-empresendedor; Problema: Até que ponto os recém-empresendedores aderem ao processo de empreendedorismo proposto por Baron e Shane?

A aplicabilidade e utilidade da pesquisa, de acordo com Ruiz (1982), pode ser considerada sob um duplo enfoque: interno e externo ao pesquisador. Quanto ao enfoque interno, o autor afirma que se a pesquisa não tiver “caráter de descoberta e avanço para a ciência, tem, com toda a certeza, caráter de redescoberta e conquista” para o pesquisador. E neste sentido a presente pesquisa busca contribuir para a compreensão dos princípios norteadores do empreendedorismo como um processo em andamento e não como um evento único.

De qualquer forma espera-se que a presente pesquisa contribua para entender a natureza básica do empreendedorismo como um processo antes mesmo de fornecer aos empreendedores a ajuda prática que buscam. Perseverando em atingir um bom equilíbrio entre teoria e pesquisa, de um lado, e aplicação e conselhos práticos, de outro. Esse é o equilíbrio ideal ampliação do conhecimento mais avançado sobre aspectos específicos do processo empreendedor (Baron e Shane, 2007).

Para Barros e Luhfeld (2011, p.37), “no seu sentido mais lato, tema é um assunto qualquer que se pretende desenvolver”. O tema que esta pesquisa aborda é o empreendedorismo como um processo e alguns princípios norteadores a serem seguidos ao empreender (BARON e SHANE, 2007).

Segundo os mesmos autores, a área do empreendedorismo possui uma natureza dupla, de um lado, busca maior entendimento do processo como ele se desdobra e os diversos fatores que modelam e determinam o sucesso dos empreendedores, de outro, preocupa-se em fornecer aos empreendedores as informações práticas e habilidades que precisam para atingir seus objetivos. Estes autores ressaltam que

Devemos entender a natureza básica do empreendedorismo como um processo antes de continuarmos com a tarefa de fornecer aos empreendedores a ajuda prática que buscam. A área do empreendedorismo é eclética por natureza tem raízes importantes em muitas disciplinas mais antigas e mais bem estabelecidas, como a economia, a psicologia, a administração e a sociologia. Cada uma dessas áreas oferece uma perspectiva diferente e pode contribuir significativamente para nossa compreensão do empreendedorismo como um processo.

A relevância do tema pode ser mostrada por Bessant e Tidd (2009, p. 67), quando afirmam que o processo é centrado em metodologia e estratégias necessárias, como um caminho na direção de alguma solução ou resultado utilizando de uma sequência fixa e prescritiva de passos e atividades a serem seguidos, entretanto, para que funcionem é necessário que se tomem decisões deliberadas sobre componentes, estágios e técnicas que serão apropriados e eficazes, tendo-se em vista objetivos propostos e resultados pretendidos pelo processo.

Seltiz et al. (1975, p.552), afirma que as relações entre a teoria e a pesquisa não se dão em apenas uma direção: “A teoria estimula a pesquisa e aumenta o sentido de seus resultados; a pesquisa empírica, de outro lado, serve para verificar as teorias existentes e apresentar uma base para a criação de novas teorias”.

Desta forma a presente pesquisa pode ampliar a base empírica dos estudos relacionados ao empreendedorismo como um processo acreditando que em geral os esforços dos empresários para começar novos empreendimentos seguem no mínimo esse processo básico (BARON e SHANE, 2007).

2. PROCESSO DE EMPREENDER

Até recentemente, a área do empreendedorismo era marcada por uma discussão contínua sobre a seguinte questão: ao estudar o processo empreendedor, devemos nos concentrar no empreendedor (suas habilidades, técnicas, seu talentos, motivos, traços, etc), nas variáveis de nível grupal (informações fornecidas por terceiros, relações com cofundadores, clientes, capitalismo de risco, etc) ou no contexto social em que o empreendedor

opera (políticas governamentais, tecnologia, condições econômicas)? Segundo Baron e Shane (2007), em cada fase do processo empreendedor, todas as variáveis de nível individual, as variáveis de nível interpessoal ou grupal e as variáveis de nível social interagem e desempenham seu papel para influenciar todas as ações e decisões tomadas por empreendedores.

O estudo do processo através do qual empresas surgem é geralmente identificado como empreendedorismo (SHANE e VENKATARAMAN apud ULHOI, 2005). O processo empreendedor envolve todas as funções, atividades e ações associadas à percepção de oportunidades e a criação de empresas que persigam estas oportunidades. (BYGRAVE e HOFER, 1991).

Para Morris et al (1994) o empreendedorismo é um processo com inputs e outputs, o empreendedorismo geralmente envolve os seguintes inputs: uma oportunidade; um ou mais indivíduos proativos; um contexto organizacional; risco e inovação; e recursos. Alguns outputs decorrentes podem ser: um novo negócio ou empreendimento; valor; novos produtos ou processos; lucro ou benefícios pessoais; e crescimento.

Já Stevenson e Sahlman (1999 citado por COPE, 2005) identificam três linhas de pensamento sobre a natureza do empreendedorismo. A primeira relaciona a palavra com a função econômica, o que pode ser descrito como uma perspectiva funcional. A segunda associa o empreendedorismo ao indivíduo, nomeada de perspectiva da personalidade. A terceira conceitua empreendedorismo a partir de uma perspectiva comportamental. Os autores definem empreendedorismo em torno destes três aspectos, o que acaba por gerar conceitos que se complementam.

Conquanto o seja recente como campo de estudo em Administração (BARON e SHANE, 2007), o empreendedorismo é fenômeno conhecido da humanidade, devido principalmente, segundo a visão cognitiva, ao caráter inquieto de alguns indivíduos que, estimulados para desenvolver novos fatos, rompem barreiras, combinam recursos, assumem riscos e criam espaços próprios de atuação (HISRICH e PETERS, 2004).

Baron e Shane (2007) colocam o empreendedorismo como motor desenvolvimentista. Daí sua relevância como fato social, no âmbito das nações. Schumpeter (1934) liga o empreendedorismo ao desenvolvimento da economia.

Como campo de estudo, diz-se do empreendedorismo ser a área da Administração cujo objetivo é abordar como surgem oportunidades para criação do novo, como essas oportunidades são descobertas ou criadas por indivíduos empreendedores, como são desenvolvidas, e quais são os efeitos disso decorrentes (SHANE e VENKATARAMAN, 2000). Engloba, portanto, as diversas nuances referentes à empreendimento e empreendedor. Daí ressaltarem os autores a importância desse campo de estudo (SHANE e VENKATARAMAN, 2000; DOLABELA, 2006; BARON e SHANE, 2007), ora especialmente como área de pesquisa especializada (SHANE e VENKATARAMAN, 2000). Como fenômeno, pode-se dizer que o empreendedorismo é um processo constituído de etapas desempenhadas pelo indivíduo empreendedor. Baron e Shane (2007) propõem visão processual segundo a qual a atividade empreendedora consiste de várias etapas correspondentes a todo um ciclo de negócio. E Kuratko e Hodgetts (2001) atentam também para a figura do intra-empendedor.

Seja no âmbito da ciência, seja no do fenômeno, tem-se sempre presente, ora como objeto de estudo, ora como protagonista, o indivíduo que os possibilita: o empreendedor. Toca-se aí no ponto de sustentação de qualquer esforço de que se possa dizer empreendedor. Schumpeter (1982) define-o como indivíduo que inova e aproveita oportunidades de negócios. Baron e Shane (2007), como indivíduo que congrega um conjunto de habilidades essenciais ao desenvolvimento de um negócio. Dolabela (2006), como alguém que pratica um

sonho e tenta transformá-lo em realidade. Cada definição mantém o foco em determinado aspecto da figura do empreendedor, o que denota complexidade do objeto sob o estudo.

2.1 Empreendedorismo

Embora muitos autores arrisquem uma definição para o empreendedorismo, Davidsson (2001) ou Steyaert e Hjorth (2003) lembram, que nem sempre há concordância nisso. Por exemplo, definindo como o ato de organizar recursos com intuito de gerenciar uma atividade comercial, o empreendedorismo tem sido estudado sob variadas perspectivas (BHIDDE, apud FELDMAN, 2001). Gartner (1990) retoma essa definição, explicando que o empreendedorismo está relacionado ao “comportamento que leva à criação de uma nova empresa”

Outros autores destacam, acima de tudo, a inovação. Assim, para Curran e Barrows (1986), o empreendedorismo constitui fundamentalmente “um processo inovador [...]”, o que exclui as reproduções de empresas ou simples recuperações, como as que são feitas pelos administradores. Venkataraman (1997) vê também o empreendedorismo como “uma nova produção de bens ou serviços, aproveitando-se uma oportunidade, com todas as suas consequências ou ainda como novas iniciativas de negócios inicialmente concebidos e em seguida desenvolvidos para atingir o mercado”. Sendo o objetivo principal desse trabalho apresentar o empreendedorismo como um processo e não propriamente preocupando-se em buscar uma definição concisa do que melhor define empreendedorismo vê-se válido todas essas tentativas de alguns autores apresentados.

Para Shane e Venkataraman (2000) o empreendedorismo está diretamente ligado à identificação e à exploração de oportunidades econômicas: «o campo do empreendedorismo envolve o estudo de pesquisas de oportunidades, o processo de descoberta, evolução e exploração das oportunidades e o conjunto de indivíduos que descobrem e as exploram.» A posição de Shane e Venkataraman ganhou espaço no meio acadêmico. Mais recentemente, um artigo que conta com a colaboração de nove autores reconhecidos neste campo de estudos (entre eles Brush, Gartner, Katz, Meyer e Venkataraman) tentou reunir os diferentes pontos de vista ao indicar que a principal característica do empreendedorismo é o foco na criação:

A característica fundamental do campo do empreendedorismo e da sua pesquisa é um foco na criação (de novos empreendimentos e organizações, novas combinações de bens e serviços, etc.) Tal criação pode ocorrer em vários níveis de análise (indivíduos e equipes, novos empreendimentos e organizações, etc) e em uma grande variedade de contextos (novos empreendimentos e organizações, corporações existentes, as empresas familiares, franquias, etc.) (Brush, e Duhaime et al., 2003, pp. 310-311).

Conforme o entendimento de Morris (1998) o empreendedorismo trata de sete diferentes tipos de criação, não excludentes entre si: criação de riqueza, criação de empresas, criação de inovação, criação de mudança, criação de empregos, criação de valor e criação de crescimento. Podemos ver que o conceito de Schumpeter (1934), que liga o empreendedorismo diretamente a inovação, está presente na visão de Brush, Duhaime et al. (2003) e de Morris (1998), mas que o empreendedorismo não é limitado, por eles, à inovação. Como já foi demonstrado entre outros por Bhidé (2000) existem casos de criação de novos negócios que não são inovadores e nem por isso deixam de ser atos de empreendedorismo.

O empreendedorismo envolve reconhecer a oportunidade para criar algo novo, como também o reconhecimento de uma oportunidade para desenvolver um novo mercado, usar uma nova matéria-prima ou desenvolver um novo meio de produção (SHANE; BARON, 2007).

O empreendedorismo é entendido como um processo no qual se realiza algo criativo e inovador, objetivando a geração de riqueza e valor para indivíduos e para a sociedade (FILION, 2004; SHANE; VENKATARAMAN, 2000).

Utilizando uma abordagem empírica para a definição de empreendedorismo, Gartner (1990) encontrou oito termos usados pelos acadêmicos e outros profissionais. O essencial significado do empreendedorismo é caracterizado pelo envolvimento do empreendedor, da inovação, da criação de organização, da criação de valor, do ser lucrativo ou não-lucrativo, do crescimento, da singularidade, e do gerente-proprietário. Contudo, a pesquisa sobre empreendedorismo estuda não só a criação de novos negócios como também o aparecimento de novos mercados (DAVIDSSON, 2005).

Na definição de Longenecker et al (2007) os empreendedores são aquelas pessoas que ao observar uma necessidade do mercado, assumem riscos e abre uma nova empresa para atender àquela necessidade, e nesse processo dinâmico promovem inovação e estimulam mudanças no setor econômico. O empreendedor é aquele que recorre à decisão para agir em uma oportunidade percebida, e empreende esforços para alcançar sua realização (DAVIDSSON, 2005).

Nesse sentido, os empreendedores tentam criar valor e fazer uma contribuição quando reconhecem uma oportunidade, um mercado a ser explorado, e de acordo com Shane e Baron (2007, p.12) essas “idéias não surgem do nada; elas quase sempre são uma combinação nova de elementos já existentes. O que é novo é a combinação – não os componentes que fazem parte dela”. Os empreendedores percebem os desafios de modo diferente da grande parte das pessoas, posto que, nas palavras de Shane e Venkataraman (2000) onde a maioria dos indivíduos vê riscos, os empreendedores vêem oportunidades. Tais oportunidades são caracterizadas como ocasiões em que quais novos produtos e/ou métodos organizacionais podem ser inseridos e negociados a preços superiores aos seus custos (SHANE; VENKATARAMAN, 2000).

Para Gimenez, Inácio e Sunsín (2001) apresentam a definição de empreendedorismo do Centro para Empreendedorismo Arthur M. Blank, do Babson College como:

Uma maneira de pensar e agir que é obcecada pela oportunidade, holística na abordagem e balanceada na liderança. Empreendedorismo é identificar uma oportunidade sem levar em consideração os recursos correntemente disponíveis e agir sobre esta com o propósito de criação de riqueza nos setores públicos, privados e globais.

2.2 - Recém Empreendedores

Os estudos de empreendedorismo a partir de seu agente principal, ou seja, do individuo empreendedor que com suas ações e comportamentos dá forma a grandes negócios preconizando o sucesso, é a consequência da ação de seu agente com características e atributos próprios. O empreendedor é aquele que tem competência para visualizar a oportunidade e assume riscos calculados para atingir seu objetivo (ARMOND e NASSIF, 2008; PARDINI e BRANDÃO, 2007). Considerar as ações e comportamentos do individuo requer o reconhecimento da influência de variáveis, como cultura, história de vida e condições socioeconômicas que determinam o ser empreendedor e se esconde sob as transformações do mundo do trabalho e das atividades produtivas (FEUERSCÜTTE e GODOI, 2007). As autoras definem o empreendedor, como:

O individuo empreendedor é tido como detentor de determinados atributos que lhe predispoem ao sucesso e à eficiência, sendo frequentemente desafiado a enfrentar situações complexas que pode transformar-se em espaços para “empreender”, ou seja, realizar ações que expressam aqueles atributos ou características. Essa dinâmica vai ao encontro da noção da competência humana, cuja expressão está na articulação de um conjunto de características individuais que só são percebidas quando contextualizadas e atribuídas de significado em uma efetiva aplicação à realidade .

Bessant e Tidd (2009) esclarecem que a maioria dos empreendedores tem por objetivo a independência profissional ao invés da criação de negócios inovadores. Contudo, ainda

existe um grande número de empreendedores que se baseiam em empreendimentos inovadores e tem prazer na criação de novos produtos ou serviços. Existem muitos motivos pelos quais podem-se criar novos empreendimentos, são diferentes as razões que se busca mecanismos do empreendedorismo. No Quadro 1 encontram-se três razões diferentes, pelos quais os empreendedores criam seus negócios na visão dos autores:

Quadro 1- Razões que os Empreendedores criam seus negócios

Visão do Empreendedor	Razão do Empreendimento	Aplicação
Ter um modo de vida	Empreendedores que buscam a independência e desejam ganhar a vida com base nas suas possibilidades e valores pessoais.	Consultoria profissional individual, negócios artesanais, trabalhos comunitários.
Forma de crescimento	Empreendedores que querem ficar ricos e poderosos por meio de criação e do crescimento agressivo de novos negócios.	Corporações grandes que podem dominar mercados nacionais, pelos quais se tornam ricos e influentes.
Forma de criar ou mudar algo, em qualquer nível	Empreendedores inovadores, querem mudar ou criar algo novo.	Setor privado, público ou no terceiro setor.

Fonte: Quadro adaptado de Bessant e Tidd (2009, p.288)

Quadro 2 - Aspectos do processo de empreender

Identificação e avaliação da oportunidade	Desenvolvimento de um plano de negócio	Recursos Necessários	Administração da empresa
Avaliação da oportunidade	Página de título	Determinar os recursos necessários	Desenvolver o estilo administrativo
Criação e dimensão da oportunidade	Sumário, Resumo executivo	Determinar os recursos existentes	Conhecer as principais variáveis para o sucesso
Valor real e valor percebido da oportunidade	Principal seção 1. Descrição do negócio 2. Descrição do setor 3. Plano tecnológico	Identificar a falta de recursos e os fornecedores disponíveis	Identificar problemas e possíveis problemas
Risco e retornos da oportunidade	4. Plano de marketing 5. Plano financeiro 6. Plano de produção 7. Plano organizacional	Desenvolver acesso aos recursos necessários	Implementar sistemas de controle
Oportunidade versus aptidões e metas pessoais	8. Plano operacional 9. Resumo		Desenvolver a estratégia de crescimento
Ambiente competitivo	Apêndices		

Fonte: Adaptado de Hisrich e Peters (2009, p.30)

Seja qual for a razão, pela qual o empreendedor está criando seu negócio e deseja o sucesso, há necessidade de prestar atenção nas tendências do mercado, por isso quanto mais informação possível, melhor para se afastar de resultados desastrosos (BARON e SHANE, 2007).

A busca de um novo empreendimento está incorporada ao processo de empreender, que envolve mais do que a simples solução de problemas em uma posição administrativa

típica. Um empreendedor precisa encontrar, avaliar, desenvolver uma oportunidade, superando as forças que resistem à criação do algo novo. (HISRICH e PETERS, 2009).

Segundo esses mesmos autores, o processo empreendedor tem quatro fases distintas que são: (1) identificação e avaliação da oportunidade, (2) desenvolvimento do plano de negócio, (3) determinação dos recursos necessários e (4) administração da empresa resultante conforme Quadro 2.

Segundo os autores embora essas fases ocorram progressivamente, nenhuma é tratada de forma isolada ou está totalmente concluída antes de ocorrer o trabalho nas outras fases anteriores.

O processo empreendedor envolve todas as funções, atividades e ações associadas à percepção de oportunidades e a criação de empresas que persigam estas oportunidades. (BYGRAVE e HOFER, 1991). Embora, o empreendedor, apenas com uma ideia de negócio, não executa nada, ele depende de planejamento e de um plano de negócios, que será sua ferramenta de trabalho.

3. BARON E SHANE

Para posicionamento do assunto e do ambiente, como ponto de partida, para que melhor se compreenda os tipos de dados, os levantamentos e o estudo desses dados, é necessário oferecer uma conceituação clara sobre seu conteúdo, as suas características e a delimitação da abrangência, na qual o tema será desenvolvido ou abordado. Caracterizar o tema requer um esforço no sentido de esclarecer o significado que será atribuído às palavras-chave do estudo e aos conceitos que as delimitam ou caracterizam.

Os estudos na área de empreendedorismo têm evoluído no sentido de buscar um arcabouço teórico que contribua com o crescimento da mesma. Ao se considerar os pilares que sustentam a presente pesquisa, o referencial teórico procura abordar o fato de que o empreendedorismo é um processo, uma cadeia de eventos e atividades que ocorrem ao longo do tempo, em alguns casos, períodos consideráveis de tempo, começando com uma ideia para algo novo muitas vezes um novo produto ou serviço e que para um negócio ter sucesso deve haver um prévio planejamento composto de diversas etapas a cumprir. Um modelo processual para empreender um negócio é oferecido por Baron e Shane (2007) que consideram que tais etapas podem ser consideradas de forma geral em: reconhecer a oportunidade, decidir empreender, reunir recursos e efetuar o empreendimento, construir o sucesso e colher as recompensas.

Os empreendedores brasileiros ao iniciarem seus empreendimentos levam em conta essas etapas?

3.1 - O Processo Empreendedor

O processo empreendedor sofre a influência de múltiplas variáveis: individuais (motivações, habilidades e processo cognitivo), intrapessoais (relacionamento entre empreendedores e outras pessoas) e sociais (e.g. políticas governamentais, economia, condições de mercado, etc.) (BARON, 2007).

Esta influência confere grande complexidade ao processo, o que requer o uso de todas as ferramentas conceituais disponíveis na tentativa de entender como tudo acontece. Neste sentido, perspectivas que abordam aspectos-chaves do comportamento humano (e.g., tomada de decisão, resolução de problemas, auto-regulação do comportamento) podem contribuir substancialmente para o entendimento do processo de reconhecimento e desenvolvimento de novas oportunidades (SHANE e VENKATARAMAN, 2000).

Uma forma de entender o empreendedorismo como um processo é analisar como uma atividade na qual os empreendedores se envolvem, levando em consideração: as condições

econômicas, tecnológicas e sociais das quais surgem as oportunidades; as pessoas que reconhecem essas oportunidades – empreendedores; as técnicas de negócios e estruturas jurídicas que elas usam para desenvolvê-las; e, os efeitos sociais e econômicos produzidos por tal desenvolvimento (SHANE; BARON, 2007).

Quadro 2 - Fases do Empreendedorismo segundo Baron e Shane (2007)

Fases do Processo	Argumentação
Reconhecimento de uma oportunidade	O processo empreendedor começa quando uma ou mais pessoas reconhecem uma oportunidade. Um potencial de criar algo novo que surgiu de um padrão complexo de condições em mudança. Tais oportunidades têm o potencial de gerar valor econômico (lucro).
Decidir ir em frente e reunir os recursos iniciais	A decisão de ir em frente, refere-se à decisão de fazer algo efetivo em relação à idéia ou à oportunidade. Reunir recursos como: informações básicas (o mercado, questões ambientais e jurídicas), recursos humanos (sócios, funcionários) e recursos financeiros.
Lançar um novo empreendimento	Nesse momento é preciso agir e tomar algumas decisões: escolher o formato jurídico do novo empreendimento, desenvolver o produto ou serviço, definir os papéis da equipe, etc...
Construir o sucesso	Todas as ações e decisões tomadas definirão o sucesso do novo empreendimento, porém recurso humano está acima de qualquer outro, pois, sem equipes de motivados e talentosos funcionários, não se constrói o caminho do sucesso.
Colher as recompensas	Pelo esforço e dedicação, anos de sacrifícios e comprometimento, o empreendimento bem elaborado e com estratégia singular, devolve ao seu empreendedor uma fabulosa recompensa.

Fonte: Baron e Shane (2007), organizado pelo autor.

O empreendedorismo, num conceito comum, diz que é o conjunto formado por pessoas e processos, num envolvimento tal, que transforma idéias em oportunidades. É a perfeita implementação destas oportunidades gera negócios, que chegam ao sucesso. O conceito que aborda esse termo como atividade executada por indivíduos específicos, envolve as ações-chave de identificar uma oportunidade e que a mesma tem valor incomum para ser explorada em termos práticos como um negócio. Além disso, empreendedorismo, identifica as atividades envolvidas na exploração ou no desenvolvimento real dessa oportunidade. Baseados nestas definições, autores atribuem ao empreendedorismo, o aumento da abertura de pequenas empresas e, assim a abertura de novos empregos (BARON, 2007).

Baron e Shane (2007), enfocam o processo empreendedor como várias fases distintas (geração de uma ideia para uma nova empresa e ou reconhecimento de uma oportunidade, reunião dos recursos necessários para desenvolver a oportunidade, lançamento do novo empreendimento, administrando o crescimento e colher frutos). Para isso, sugerem uma estrutura conceitual que torna o entendimento de empreendedorismo como um processo, ao invés de evento único. No Quadro 3 encontra-se demonstração e evolução das fases do empreendedorismo como processo segundo Baron e Shane (2007):

Os autores afirmam que essas fases não são fáceis de serem distinguidas, pois o processo é complexo para que isso ocorra. Contudo as atividades ali descritas tendem a se desenvolver ao longo do tempo e isso numa seqüência organizada (BARON e SHANE, 2007).

Baron e Shane (2007) dizem que a área do empreendedorismo é eclética por natureza tendo raízes importantes em muitas disciplinas mais antigas e mais bem estabelecidas, como a economia, a psicologia, a administração e a sociologia e cada uma dessas áreas oferece uma perspectiva diferente e pode contribuir significativamente para uma melhor compreensão do empreendedorismo como processo.

4. MÉTODO

Neste capítulo é abordada a metodologia adotada para realizar a pesquisa e obter as respostas para o problema formulado.

4.1 - Tipo de Pesquisa e Justificativa do Método

O presente trabalho é uma pesquisa descritiva que usou do aparato quantitativo para um trabalho de método qualitativo na medida em que faz uso de variáveis qualitativas ordinais captadas por meio de escalas tipo Likert e quantitativas.

Para Boyd (1987), estudos descritivos buscam descrever as características / associações de determinada situação ou problema. Os estudos descritivos requerem um projeto formal de atuação; a definição clara do problema; exigem uma metodologia para a coleta de dados e requerem a interpretação dos dados coletados pelo investigador.

A presente pesquisa pretende investigar um conjunto pequeno de fatores (grau de aderência das práticas dos recém-empresários ao processo de empreendedorismo proposto por Baron e Shane) de um grande número de casos (empresários recentes).

4.3 - Universo Populacional e Amostra

O universo populacional é composto dos recém-empresários de MPE da Aglomeração Urbana de Jundiaí (AUJ), isto é, empresários que tenham iniciado o negócio há menos de 30 meses da data da pesquisa, seja qual for o tipo de negócio (comércio, indústria ou serviços).

A lista dos recém-empresários da região foi obtida em diversos órgãos classistas de Jundiaí e municípios próximos, como a ACE- Associação Comercial e Empresarial de Jundiaí (<http://www.acejundiai.com.br/>) no SINCOMÉRCIO- Sindicato do Comércio Varejista de Jundiaí e Região (<http://www.sincomerciojundiai.com.br/>), nas Associações Comerciais de Jundiaí e outros municípios da região na Prefeitura de Jundiaí (<http://www2.jundiai.sp.gov.br/>) especialmente os que constituem a AUJ: Jundiaí, Várzea Paulista, Campo Limpo Paulista, Jarinu, Louveira, Itupeva e Cabreúva.

De acordo com o jornal DCI (2012) “a Junta Comercial do Estado de São Paulo (Jucesp) constatou um aumento de 21% no número de empresas constituídas em 2011 nos sete municípios que compõem a Aglomeração Urbana de Jundiaí. No ano passado, foram registrados um total de 5,9 mil novas empresas”.

Considerando-se estes dados podem ser estimadas um total de 12,5 mil novas empresas na AUJ. De acordo com o DIESE (2010) pode-se considerar que “do ponto de vista setorial, as micro e pequenas empresas do setor de comércio e de serviços representaram 87,5% do universo de estabelecimentos formais brasileiros” pelo que das 12,5 mil novas empresas 10,9 mil são MPE.

O tamanho da amostra, tamanho corrigido tendo em conta o tamanho da população é de 253 respondentes ao nível de confiança de 0,95 com um erro máximo de 5%. Como se desconhece a proporção de empresas que aderem ao processo de empreender considerou-se a pior possibilidade que é de 50%.

Para se selecionar os respondentes foi constituída uma lista única dos recém-empresários de MPE na AUJ e serão ordenados, dentro de cada município, por data de

constituição do empreendimento. A partir dessa lista serão escolhidas de forma aleatória 253 MPE.

4.4 - Instrumento de Coleta

Com base no processo de empreender descrito por Baron e Shane (2007) foram levantadas 35 proposições listadas no quadro 4.4. Essas 35 proposições foram agrupadas de acordo com as sub-etapas consideradas pelos autores:

RO- reconhecer a oportunidade (8 proposições);

DE- decidir empreender (6 proposições);

RR- reunir recursos e efetuar o empreendimento (8 proposições); e

CS- construir o sucesso e colher as recompensas (13 proposições).

A proposição DE 7 foi incluída no sentido de saber do respondente se o que motivou o empreendimento foi a necessidade ou a oportunidade.

De acordo com Hashimoto (2012), “o empreendedor por necessidade, aquele que precisa do dinheiro para sobreviver, não encontra outra forma de remuneração por dificuldades para se inserir no mercado de trabalho e acaba adotando o caminho do empreendedorismo como forma de se sustentar”. De acordo com o mesmo autor “o empreendedor por oportunidade, que, embora bem empregado e com ótimas perspectivas de carreira no emprego tradicional, identifica uma oportunidade e cultiva há tempos o sonho de empreender e ser o dono do próprio nariz. Eles normalmente se prepararam bem antes de se lançar como empreendedores. Adquirem formação específica, ficam sempre de olho nas janelas de oportunidade, se mantém sempre informados, acumulam capital e, quando chega o momento, largam o emprego para seguir seus sonhos”.

A proposição DE 7 permite que seja estabelecida e testada a hipótese Hn1:

As 36 proposições da escala Likert serão apresentadas em uma ordem não temática como mostra o quadro 4.4. Doze das 36 proposições foram transformadas para valorizar a discordância com vistas a reduzir o viés da resposta positiva ou, como diz Baquero (1974, p.334) “evitar qualquer tendência ao estereótipo”. Desta forma, as proposições marcadas com asterisco no Quadro 4, ao serem processadas requerem a conversão do valor.

Quadro 4- Forma de apresentação das proposições

N	Proposições
RO 1	Reconheci a oportunidade para criar algo novo
DE 1	Decidi explorar imediatamente a oportunidade reconhecida
RR 1	Busquei capital para meu novo negócio
CS 1	Elaborei um plano de negócio formal
RO 2*	Não senti necessidade de colher informações sobre o mercado do negócio
DE 2*	Não tinha familiaridade com o tipo de negócio que montei
RR 2	Sabia quanto seria o custo pago do capital empreendido
CS 2	Fiz análises para determinar o preço de venda
RO 3	Colhi informações sobre questões ambientais do negócio
DE 3	Sabia que o negócio ia gerar lucros dentro de certo tempo
RR 3	Reuni uma ampla gama de recursos necessários
CS 3*	Não foi preciso estimar os custos fixos da empresa

RO 4	Colhi informações sobre questões jurídicas do negócio
DE 4	Sempre me senti confortável com o negócio
RR 4	Reuni informações básicas sobre recursos financeiros
CS 4*	Não senti necessidade de fazer cálculos do volume de vendas para saber o ponto de equilíbrio do negócio

RO 5	Elaborei uma lista de mudanças recentes no âmbito tecnológico
DE 5	O negócio satisfaz meu senso de status
RR 5	Reuni informações básicas sobre recursos humanos
CS 5*	Não foi importante conhecer as regulamentações e políticas governamentais e como elas poderiam afetar o meu negócio

RO 6*	Meu negócio não exigiu pensar uma lista de mudanças recentes referente à demografia
DE 6	O negócio é compatível com minhas habilidades.
RR 6*	Não achei necessário buscar informações básicas sobre recursos informacionais
CS 6*	Não foi necessário elaborar estudos para a localização para a abertura da empresa

RO 7	Construí uma ampla e rica base de conhecimentos
DE 7	Quando pensei no negócio eu estava desempregado
RR 7*	Não sei se escolhi o sócio ideal para o tipo de empresa constituída
CS 7	O setor do negócio ainda vai crescer muito

RO 8	Organizei e criei conexões entre conhecimentos adquiridos sobre o negócio
RR 8	Eu tinha capital necessário para o negócio ou conhecia potencial sócio.
CS 8*	Não me preocupei com os aspectos socioambientais do negócio
CS 9	Tenho uma vantagem competitiva bem definida

CS 10	Sabia a sofisticação tecnológica que o negócio exigia
CS 11*	Não achei necessário conhecer a fundo a complexidade das normas governamentais
CS 12	Sabia a relação custos fixos/custos variáveis
CS 13*	Não achei relevante conhecer os custos de estocagem

Fonte: Baron e Shane (2007), adaptado.

4.5 - Validação da Escala

A validação da escala seguiu as ideias básicas expostas por Likert no seu trabalho “A technique for the measurement of Aptitude” (Archives of Psychology. N. 140, 1932) de acordo com Baquero (1974, p.333).

O quadro 5 *Case Processing Summary* mostra o número de variáveis válidas e eventuais variáveis excluídas com base no procedimento de análise. No presente caso não ocorreu exclusão de variável alguma.

Quadro5 - Resumo dos casos processados

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

O quadro 6 *Reliability Statistics* é de fundamental importância pois mostra o valor Alpha de Cronbach que é obtido pela fórmula

onde:

$$\alpha = \frac{K \text{ cov}}{\text{var} + (K - 1) \frac{\text{cov}}{\text{var}}}$$

K= número de variáveis consideradas
 cov= média das covariâncias
 var= média das variâncias

Quadro 6 - Alpha de Cronbach

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,942	,944	33

O valor obtido do α de Cronbach, neste caso, é de 0,942. Este indicador assume valores entre 0 e 1 e trabalha com a premissa que as correlações entre os itens são positivas. De forma geral considera-se que um bom valor do α seria 0,70 ou superior (obtido com uma amostra significativa). Esta regra deve ser aplicada com prudência uma vez que, o grau adequado de fidedignidade depende da utilização do instrumento.

Pereira (1999, p87) afirma que “para interpretar o α de Cronbach, pode-se entendê-lo como um coeficiente de correlação ao quadrado (R^2) com uma suposta medida real do fenômeno”.

É muito importante a análise do quadro 7 Item-Total Statistics. A coluna Scale variance if item deleted (Variância da Escala, se o item é desprezado) mostra que itens podem ser eliminados para uma redução na variância. Nenhum item reduz de forma significativa a variância caso fosse removido da escala.

Corrected Item-Total correlation (Correlação corrigida entre Item e Total): mostra o coeficiente de correlação de Pearson (r) entre o item (proposição) e o indicador total depurado de sua própria contribuição. O primeiro tipo de impacto é o que tem menor correlação com o indicador total. De acordo com McHorney et al. (1994) no desenvolvimento de um instrumento de mensuração estabeleceram que a correlação item-total deveria ser pelo menos 0,40. No presente caso nenhum item deve ser excluído, pois a menor correlação item-total observada é de 0,418 na proposição DE6. A proposição DE 6 tem o conteúdo “O negócio é compatível com minhas habilidades”.

Quadro 7 - Estatísticas dos itens

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RO1	93,95	665,734	,585	.	,940
DE1	93,55	656,682	,630	.	,939
RR1	93,70	655,168	,633	.	,939
CS1	93,35	638,766	,830	.	,937
RO2s	92,35	673,818	,449	.	,941
DE2s	92,60	666,884	,612	.	,939
RR2	92,95	665,208	,575	.	,940
CS2	93,50	658,053	,666	.	,939
RO3	93,40	671,621	,596	.	,940
DE3	93,00	663,263	,544	.	,940
RR3	93,45	665,524	,579	.	,940
CS3s	93,35	669,713	,563	.	,940
RO4	93,25	661,671	,685	.	,939
DE4	94,20	666,589	,616	.	,939
RR4	93,60	680,253	,452	.	,941
CS4s	92,90	649,147	,806	.	,937
RO5	93,25	659,039	,755	.	,938
DE5	93,15	646,450	,777	.	,938
RR5	94,25	672,092	,783	.	,939
CS5s	92,40	744,989	-,663	.	,949
RO6s	92,65	657,818	,629	.	,939
DE6	93,85	681,503	,418	.	,941
RR6s	92,50	667,000	,554	.	,940
CS6s	92,55	666,997	,590	.	,940
DE7	93,45	761,734	-,554	.	,954
CS7	93,70	641,589	,795	.	,937
RO8	94,00	651,053	,792	.	,938
RR8	93,80	663,853	,620	.	,939
CS8s	92,85	648,450	,680	.	,939
CS9	92,90	653,147	,747	.	,938
CS11s	92,80	664,484	,632	.	,939
CS12	93,05	647,524	,806	.	,937
CS13s	92,55	654,997	,637	.	,939

O item CS 5s se expressa da seguinte forma: “Não senti que era importante conhecer a legislação própria do meu negócio e como ela poderia afetar o meu negócio”; o item DE7 é a proposição “Quando pensei no negócio eu estava desempregado”. Os dois itens devem ser mantidos.

Um valor de α de pelo menos 0,7 reflete uma fidedignidade aceitável, conforme Nunnally (1978), embora alguns valores inferiores sejam aceitos na literatura (BROWN, 2002; SANTOS, 1999).

O quadro 8 mostra o questionário validado disposto para aplicação.

Quadro 8 - Questionário disposto para análise

NI	V	P	Proposições	DT	D	I	C	CT
RO 1	RO-Reconhecer a oportunidade	P1	Percebi que eu tinha possibilidade de fazer um novo empreendimento (por ter visualizado um novo produto, uma nova forma de atender uma necessidade ou um grupo especial de clientes)					x
RO 2*		P5	Não senti necessidade de colher informações sobre o mercado do negócio		x			
RO 3		P9	Colhi informações sobre questões ambientais do negócio	x				
RO 4		P13	Colhi informações sobre questões jurídicas do negócio			x		
RO 5		P17	Elaborei uma lista de mudanças recentes no âmbito tecnológico	x				
RO 6*		P21	Para o meu negócio não foi necessário pensar nas consequências do aumento ou da diminuição de pessoas na região					x
RO 8		P27	Organizei e criei conexões entre conhecimentos adquiridos sobre o negócio			x		
DE 1	DE-Decidir empreender	P2	Decidi explorar imediatamente a oportunidade reconhecida				x	
DE 2*		P6	Não tinha familiaridade com o tipo de negócio que montei					x
DE 3		P10	Sabia que o negócio ia gerar lucros dentro de certo tempo				x	
DE 4		P14	Sempre me senti confortável com o negócio			x		
DE 5		P18	O negócio satisfaz meu senso de status				x	
DE 6		P22	O negócio é compatível com minhas habilidades.				x	
DE 7	ME	P25	Quando pensei no negócio eu estava desempregado					x
RR 1	RR-Reunir recursos	P3	Me preocupei em como obter o capital necessário para o empreendimento				x	
RR 2		P7	Sabia quanto seria o custo pago do capital empreendido	x				
RR 3		P11	Reuni uma ampla gama de recursos necessários				x	
RR 4		P15	Reuni informações básicas sobre recursos financeiros			x		
RR 5		P19	Reuni informações básicas sobre recursos humanos				x	
RR 6*		P23	Não achei necessário buscar informações especiais de como poderia utilizar a computação no meu empreendimento					x
RR 8		P28	Eu tinha capital necessário para o negócio ou conhecia potencial sócio.				x	
CS 1	CS-Construir o sucesso	P4	Elaborei um plano de negócio formal		x			
CS 2		P8	Fiz análises para determinar o preço de venda		x			
CS 3*		P12	Não foi preciso estimar os custos fixos da empresa					z
CS 4*		P16	Não senti necessidade de fazer cálculos do volume de vendas para saber o ponto de equilíbrio do negócio				x	
CS 5*		P20	Não senti que era importante conhecer a legislação própria do meu negócio e como ela poderia afetar o meu negócio			x		
CS 6*		P24	Não foi necessário elaborar estudos para a localização para a abertura da empresa					x
CS 7		P26	O setor do negócio ainda vai crescer muito				x	
CS 8*		P29	Não me preocupei com os aspectos socioambientais do negócio					x
CS 9		P30	Tenho uma vantagem competitiva bem definida			x		
CS 11*		P31	Não achei necessário conhecer a fundo a complexidade das normas governamentais				x	
CS 12		P32	Sabia a relação custos fixos/custos variáveis		x			
CS 13*		P33	Não achei relevante conhecer os custos de estocagem				x	

Legenda: NI: Número interno da proposição; V: variável; P: Número da proposição; DT, D,I,C,CT: diferencial semântico. Dados ilustrativos.

5- RESULTADOS ENCONTRADOS

Neste capítulo são discutidos os resultados encontrados. Inicialmente é feita uma descrição da amostra e são apresentadas estatísticas descritivas. Considerando todas as

respostas recebidas são medidos os graus de aderência ao processo e aos diversos subprocessos. Com o objetivo de reduzir o viés e tornar os testes de hipóteses mais precisos, foi feito um teste de consistência para selecionar respostas com alta discrepância de conteúdo. Por fim foram feitos os testes das hipóteses.

5.1 - Introdução

Neste item é feita uma descrição dos resultados obtidos via tabulação dos questionários aplicados aos empresários do Aglomerado Urbano de Jundiaí.

O universo populacional é composto dos recém-empresendedores de MPE da Aglomeração Urbana de Jundiaí (AUJ), isto é, empresários que tenham iniciado o negócio há menos de 30 meses da data da pesquisa, seja qual for o tipo de negócio (comércio, indústria ou serviços). O projeto de pesquisa previa uma seleção aleatória de 373 MPE mas, devido a diversas limitações, entre elas o tempo, foram pesquisados apenas 253 recém-empresendedores (67,8% do previsto).

A análise inicial, com o objetivo de buscar tendências gerais foi feita sobre a amostra de 253 recém-empresendedores respondentes; a seguir foi feito um teste de consistência para remover respostas potencialmente inconsistentes restando uma amostra, para teste das hipóteses com 210 questionários.

Cada pesquisa, em média, tomava aproximadamente vinte minutos do tempo do respondente. Cerca de 12% dos respondentes selecionados e abordados, justificando falta de tempo, recusaram-se a participar da pesquisa. O pesquisador contou com diversos Auxiliares de Pesquisa que foram previamente treinados. Cabe externar aqui os agradecimentos aos meus alunos e ex-alunos da FACCAMP dos mais diversos cursos e a Taís Castanho que chefiou uma equipe de cinco pesquisadores que se ocuparam das pesquisas em Louveira, Itupeva e Cabreúva.

5.1.1 - Estatísticas descritivas

São apresentadas aqui algumas estatísticas descritivas. Dos 253 recém-empresendedores pesquisados mais de 30% são do Município do pesquisador e residência da principal equipe de pesquisa. Grande parte dos respondentes são comerciantes. A proporção das mulheres fica bem abaixo da proporção naturalmente esperada (cerca de 50%): apenas 1/3 dos respondentes são do sexo feminino.

Nota-se que a presença feminina na indústria é muito inferior à presença nos demais setores. O teste χ^2 mostra que há diferença significativa, ao nível de significância de 0,01, entre as proporções de gêneros pelos diferentes setores.

Considerando que a pesquisa focou empresários que tenham iniciado o negócio há menos de dois anos e meio e que a maior parte dos respondentes tem mais de 41 anos pode-se considerar que os recém-empresendedores chegam maduros ao seu primeiro negócio.

A maioria dos recém-empresendedores tem de 6 a 10 anos de estudo e não há diferença significativa na forma de distribuição dos anos de instrução por gênero. Dos 21 casos sem estudo formal, 12 (57%) estão na faixa etária >41 e os demais na faixa etária 34 a 41.

O gênero feminino é mais propenso a fazer cursos específicos sobre como empreender: praticamente 37% das mulheres fizeram cursos de empreendedorismo contra 29% dos homens. Pelo Q de Yule a associação entre ser do gênero feminino e ter feito curso de empreendedorismo é de 0,17 o que representa uma associação positiva baixa.

Não se observa diferença, quanto ao gênero, em relação à experiência anterior: observam-se as mesmas proporções (tabela 5.8). Pelo χ^2 num teste para observar a independência das amostras o p-value calculado foi de 0,28, o que significa que não há diferença significativa entre ter ou não ter experiência anterior e o gênero. Pelo Q de Yule a associação entre ser do gênero feminino e ter experiência anterior é de 0,165 o que representa uma associação positiva baixa.

Há diferença significativa entre ter feito curso para empreendedor e a experiência anterior (tabela 5.9). Pelo χ^2 num teste para observar a independência das amostras o p-value calculado foi de 0,0022, o que significa que a experiência anterior influenciou na busca de curso de empreendedor. Pelo Q de Yule a associação entre ter feito curso de empreendedor e ter experiência anterior é de 0,44 o que representa uma associação positiva moderada.

As estatísticas descritivas apresentadas acima mostraram que Campo Limpo Paulista foi o município com maior número de respondentes e que os comerciantes representam mais de 2/3 da amostra. As mulheres representam apenas 1/3 dos respondentes quando se esperava algo em torno de 50%. As mulheres e os homens distribuem-se desproporcionalmente pelos setores econômicos e os empreendedores maduros (com mais de 41 anos) são a maioria dos respondentes. Homens e mulheres não se diferenciam quanto à instrução mas as mulheres estudam como empreender. Embora homens e mulheres não difiram em experiência anterior esta conta na busca de curso específico: quem tem tende a buscar curso específico de empreendedorismo.

Agora são analisados alguns dados para investigar até que ponto os recém-empresendores aderem ao processo de empreendedorismo proposto por Baron e Shane (2007).

5.1.2 - Aderência ao processo de empreendedorismo

Foi calculado para cada respondente o grau de aderência tendo em conta as 33 respostas coletadas pelo questionário tipo Likert. Das 8349 respostas coletadas (253 questionários vezes 33 respostas por questionário) 2604 são discordantes em parte ou totalmente e 3474 são concordantes em parte ou totalmente. A mediana bem como a moda situam-se na coluna I (indiferente ou ignoro).

O grau de aderência dos recém-empresendores ao processo geral de empreender (gaPGE) proposto por Baron e Shane (2007) medido pelo estocástico de Wilder (1981) é dado por:

$$gaPGE = 100 - \left(\frac{100}{\frac{3473}{2604} + 1} \right) = 100 - \left(\frac{100}{1,334 + 1} \right) = 100 - \left(\frac{100}{2,334} \right) = 100 - 42,84 = 57,16$$

Ests resultado deve ser interpretado como de aderência moderada. Os homens julgam-se mais aderentes ao processo em empreender como mostra a Tabela 2.

Tabela 1 - Aderência ao modelo tende à indiferença

DT	D	I	C	CT	Total	Mediana	Moda
902	1702	2272	2079	1394	8349	I	I
2604			3473				

Fonte: Autor

Tabela 2 - Homens julgam-se mais aderentes ao processo em empreender

Processo de empreender	Aderência	Gênero		Totais
		Masc	Fem	
Aderência	não-A	89	60	149
	A	78	26	104
	Totais	167	86	253

Fonte: Autor

A Tabela 3 mostra que há uma aderência significativamente maior ao subprocesso Decidir empreender (DE) que se destaca dos demais. O processo com menor aderência é o de CS- construir o sucesso e colher as recompensas. A Tabela 4 mostra esta análise.

Tabela 3 - Há uma aderência significativamente maior ao subprocesso Decidirempreender

One-way ANOVA: RO; DE; RR; CS					
Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	3	21545	7182	12.32	0.000
Error	1008	587667	583		
Total	1011	609212			

S = 24.15 R-Sq = 3.54% R-Sq(adj) = 3.25%

Individual 95% CIs For Mean Based on Pooled StDev

Level	N	Mean	StDev
RO	253	58.93	24.34
DE	253	66.83	22.98
RR	253	59.38	29.60
CS	253	53.90	18.32

Pooled StDev = 24.15

Legenda: RO: subprocesso de reconhecer a oportunidade; DE: subprocesso Decidir empreender; RR: subprocesso Reunir recursos; CS: subprocesso Construir Sucesso. Fonte: Autor.

Tabela 4 - O subprocesso Construir o sucesso do empreendedor por necessidade (desempregado) tem uma aderência significativamente menor do que os demais subprocessos

One-way ANOVA: RO; DE; RR; CS; ROd; DEd; RRd; CSd					
Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	7	24013	3430	5.89	0.000
Error	1004	585199	583		
Total	1011	609212			

S = 24.14 R-Sq = 3.94% R-Sq(adj) = 3.27%

Individual 95% CIs For Mean Based on Pooled StDev

Level	N	Mean	StDev
RO	197	58.86	23.88
DE	197	68.26	21.74
RR	197	60.00	29.74
CS	197	54.49	18.13
ROd	56	59.19	26.11
DEd	56	61.82	26.49
RRd	56	57.17	29.27
CSd	56	51.84	18.99

Pooled StDev = 24.14

Legenda: d: indica condição de “desempregado” ao iniciar o processo de empreender; RO: subprocesso de reconhecer a oportunidade; DE: subprocesso Decidir empreender; RR: subprocesso Reunir recursos; CS: subprocesso Construir Sucesso. Fonte: Autor.

5.1.5-Testes das hipóteses

O teste da hipótese H_{a1} mostra que ela deve ser rejeitada como mostra a tabela 5..

H_{a1} : Os recém-empresendedores possuem baixa aderência ao processo geral de empreender proposto por Baron e Shane isto é, a variável $gaPGE$ é inferior a 30,0.

Hipótese rejeitada. Observou-se que o grau de aderência dos recém-empresendedores ao processo geral de empreender ($gaPGE$) proposto por Baron e Shane (2007) medido pelo estocástico de Wilder (1981) é de 55,73.

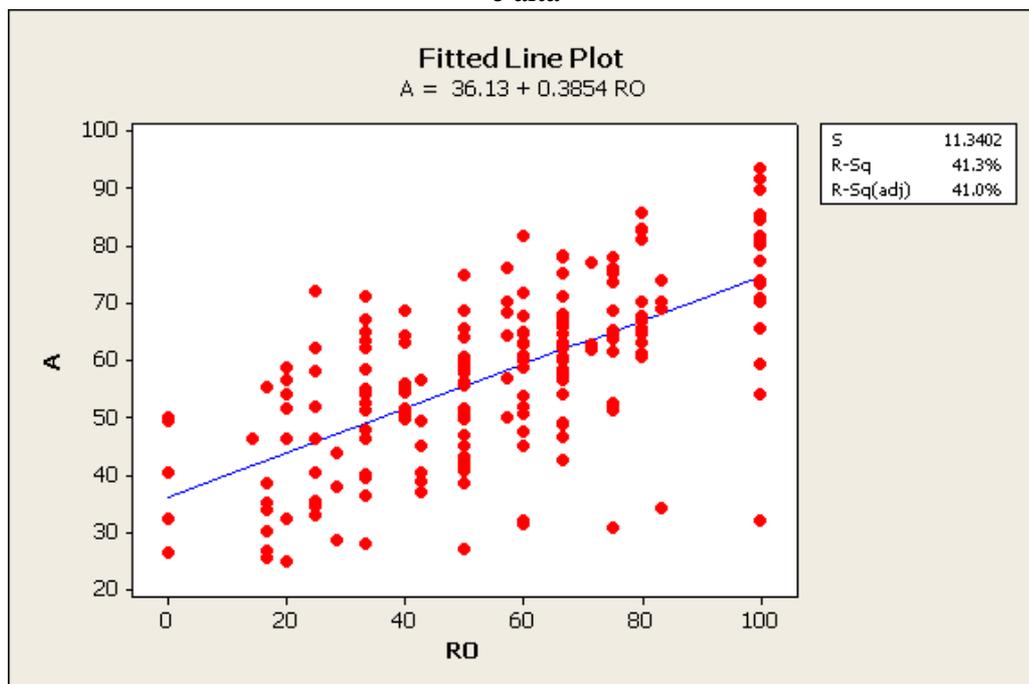
Tabela 5 - Aderência ao modelo tende à indiferença

DT	D	I	C	CT	Total	Mediana	Moda
756	1474	1893	1713	1094	6930	I	I
2230			2807				

Obs.: Dados com respondentes considerados consistentes. Fonte: Autor

$$gaPGE = 100 - \left(\frac{100}{\frac{2807}{2230} + 1} \right) = 100 - \left(\frac{100}{1,2587 + 1} \right) = 100 - \left(\frac{100}{2,2587} \right) = 100 - 44,27 = 55,73$$

Figura 1 - A associação entre a aderência ao subprocesso RO e ao processo como um todo não é alta



A figura 1 e a tabela 6 mostram que não há associação significativa entre o grau de aderência ao subprocesso RO (reconhecer a oportunidade) e a aderência ao processo de empreender.

Tabela 6- Não é significativa a associação entre a adewrência ao subprocesso RO e a aderência ao processo

Regression Analysis: A versus RO				
The regression equation is				
A = 36.1 + 0.385 RO				
Predictor	Coef	SE Coef	T	P
Constant	36.127	1.974	18.30	0.000
RO	0.38541	0.03189	12.09	0.000
S = 11.3402 R-Sq = 41.3% R-Sq(adj) = 41.0				

Obs.: Dados com respondentes considerados consistentes. Legenda: RO: subprocesso Reconhecer a Oportunidade; A: aderência ao processo de empreender. Fonte: Autor

A tabela 7 mostra que as mulheres desempregadas são as que menos aderência possuem ao subprocesso Decidir empreender: distinguem-se claramente das mulheres com emprego.

Tabela 7 - Mulheres desempregadas apresentam baixa aderência ao subprocesso Decidir empreender

One-way ANOVA: 00-sDF; 01-sDM; 10-cDF; 11-cDM					
Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	3	12683	4228	8.15	0.000
Error	206	106827	519		
Total	209	119510			
Obs.: S = 22.77 R-Sq = 10.61% R-Sq(adj) = 9.31%					
Individual 95% CIs For Mean Based on Pooled StDev					
Level	N	Mean	StDev	+-----+-----+-----+-----+	
00-sDF	64	74.95	19.65	(---*---)	
01-sDM	95	63.32	23.17	(---*---)	
10-cDF	13	43.08	33.14	(-----*-----)	
11-cDM	38	67.32	22.57	(----*----)	
				+-----+-----+-----+-----+	
				30 45 60 75	
Pooled StDev = 22.77					

Dados com respondentes considerados consistentes. Legenda: 00-sDF: sem desemprego e do sexo feminino; 01-sDM: sem desemprego e do sexo masculino; 10-cDF: com desemprego e do sexo feminino; 11-cDM: com desemprego e do sexo masculino.. Fonte: Autor

O resultado mostrado na tabela 8 mostra que o desemprego e o gênero não influenciam a aderência ao subprocesso de Reunir Recursos

Tabela 8 - O desemprego e o gênero não influenciam a aderência ao subprocesso de Reunir Recursos

One-way ANOVA: 00-sDF; 10-cDF; 01-sDM; 11-cDM					
Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	3	1335	445	0.50	0.686
Error	206	185102	899		
Total	209	186437			

S = 29.98 R-Sq = 0.72% R-Sq(adj) = 0.00%

Level	N	Mean	StDev	Individual 95% CIs For Mean Based on Pooled StDev
00-sDF	64	58.26	29.09	(-----*-----)
10-cDF	13	54.29	23.04	(-----*-----)
01-sDM	95	53.95	30.66	(-----*-----)
11-cDM	38	59.99	31.65	(-----*-----)

40 50 60 70

Pooled StDev = 29.98

Obs.: Dados com respondentes considerados consistentes. Legenda: 00-sDF: sem desemprego e do sexo feminino; 01-sDM: sem desemprego e do sexo masculino; 10-cDF: com desemprego e do sexo feminino; 11-cDM: com desemprego e do sexo masculino.. Fonte: Autor

6- CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Esta pesquisa aborda o estudo do processo de empreender, investigando até que ponto o processo de empreender do recém-empresendedor está de acordo com as premissas de Baron e Shane (2007). Além de estudar a aderência ao processo como um todo também se investigou os correspondentes subprocessos:

O questionário aplicado permitiu que fossem estratificadas as respostas referentes a cada um dos subprocessos possibilitando uma análise dos mesmos. Um dos primeiros resultados é que os graus de aderência média aos subprocessos foram superiores a 50 numa escala de zero a 100. Não se esperava este resultado: quando muito, se esperava uma aderência em torno de 30. Uma possível explicação pode residir na “qualidade da aderência” isto é: embora os respondentes tenham concordado com as proposições do tipo “elaborei um plano de negócio formal” ou “tenho uma vantagem competitiva bem definida” efetivamente não se sabe qual a qualidade do plano nem se realmente a “vantagem competitiva” é de fato uma vantagem competitiva.

Se as aderências ao processo como um todo foram superiores a 50 o mesmo se pode afirmar em relação aos subprocessos, se bem que se tenha observado uma aderência significativamente maior ao subprocesso “decidir empreender”. Ou seja, os respondentes destacaram-se ao afirmar que decidiram explorar imediatamente a oportunidade reconhecida, que não tinham familiaridade com o tipo de negócio que montaram, que sabiam que o negócio ia gerar lucros dentro de certo tempo, sempre se sentiram confortáveis com o negócio, que ele satisfaz o seu senso de status e que o negócio é compatível com suas habilidades.

O subprocesso “construir o sucesso” do empreendedor por necessidade (desempregado) teve uma aderência significativamente menor do que os demais subprocessos. O que pode explicar isto? Dito de outra forma significa que o empreendedor por oportunidade elaborou um plano de negócio formal e fez análises para determinar o preço de venda entre outras coisas. Um resultado que pode ser considerado surpreendente é que ter

feito ou não curso específico de empreendedor não influencia a aderência ao subprocesso “construir o sucesso”

Outro resultado é que o gênero masculino adere significativamente mais ao subprocesso “reconhecer oportunidade”, isto é, o gênero masculino percebe mais facilmente que tem possibilidade de fazer um novo empreendimento, colhe informações sobre questões ambientais do negócio e sobre as questões jurídicas do negócio e organiza e cria conexões entre conhecimentos adquiridos sobre o negócio.

Já o subprocesso “reunir recursos” que se preocupa em como obter o capital necessário para o empreendimento e reunir uma ampla gama de recursos e de informações necessários bem como ter o capital necessário para o negócio não apresentou diferença alguma quanto à aderência no que se refere ao gênero do empreendedor. O que pode explicar, entretanto, o fato de as mulheres desempregadas apresentarem uma aderência ligeiramente inferior ao subprocesso ‘reunir recursos’? De igual forma mulheres desempregadas também apresentam baixa aderência ao subprocesso “decidir empreender”.

Um grupo de respondentes apontaram 0 ou deixaram a resposta em branco na questão referente à escolaridade. É provável que a ausência de resposta tenha sido ensejada por a resposta indicar um grau muito baixo de instrução formal. De qualquer forma cabe ressaltar que estes respondentes apresentaram uma aderência significativamente menor ao processo.

Outro resultado interessante é que os recém-empresendedores que fizeram curso específico mas não possuem experiência anterior aderem significativamente mais ao processo. Este resultado mostra que a busca de curso específico de empreendedorismo de certa forma adere ao processo de empreender.

7- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARMOND, A. C.; NASSIF, V. A liderança como elemento do comportamento empreendedor: Um estudo exploratório. **V EGEPE – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, 2008.

BAQUERO, M. G. **Testes Psicométricos e Projetivos: Medidas Psicoeducativas**. São Paulo: Loyola, 1974.

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thompson Learning, 2007.

BARROS, Aidil J.P. e LUHFELD, Neide Aparecida S. **Fundamentos de metodologia**. São Paulo: McGraw Hill, 2011.

BESSANT, J.; TIDD J. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BOYD, Harper W. e WESTFALL, Ralph. **Pesquisa mercadológica**. São Paulo: FGV, 1987.

BROWN, J. D. **The Cronbach Alpha Reliability Estimate**. Shiken: JALT Testing & Evaluation Sig Newsletter, ISSN 1881-5537, v. 6, n. 1, p. 16-18, Feb. 2002. Disponível em: <www.jalt.org/test/bro_13.htm>. Acesso em: 28 mar. 2006.

BRUSH, C. G., DUHAIME, I. M., GARTNER, W. B., STEWART, A. (2003). Doctoral education in the field of entrepreneurship. **Journal of Management**, 29 (3), 309-331.

BYGRAVE, W.D.; HOFER, C. W. **Theorizing about entrepreneurship. Theory and Practice**.v. 16, n.2, p.13-22, 1991.

COPE, J. **Toward a Dynamic Learning Perspective of Entrepreneurship, Entrepreneurship Theory and Practice**, 2005.

- CRESWELL, J.W. **Métodos de Pesquisa – Projeto de Pesquisa. Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto.** 2ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.
- DAVIDSSON, P. **Researching Entrepreneurship.** New York: Springer Verlag, 2005.
- DAVIDSSON, P.; WIKLUND, J. Levels of analysis in entrepreneurship research: current research practice and suggestions for the future. **Entrepreneurship theory and practice.** Summer, 2001.
- DCI. Região de Jundiaí registra cerca de cinco mil novas empresas. **Edição on-line de 29/2/2012 disponível em:** <http://www.dci.com.br/regiao-de-jundiai-registra-cerca-de-cinco-mil-novas-empresas--id284170.html>, acesso em 12/07/2012
- DIEESE - **Pesquisa de emprego nas Micro e Pequenas Empresas.** São Paulo: DIEESE, 2010 disponível em: <http://www.dieese.org.br/anu/AnuTrab2010>, acesso em 12/07/2012
- DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa.** 30 ed. São Paulo: Cultura, 2006.
- FELDMANN, M. P., **The entrepreneurial event revisited:** firm formation in a regional, 2001.
- FEUERSCHÜTTE, S. G.; GODOI, C. K. Competências empreendedoras: um estudo historiográfico no setor hoteleiro. Rio de Janeiro: **XXXI EnANPAD**, pp.1-16, 2007.
- FILION, Louis Jacques. Entendendo os intraempreendedores como visionistas. **Revista de Negócios.** v. 9, n. 2, p. 65-79, abril/junho 2004.
- GARTNER, William B. What are we talking about entrepreneurship? **Journal of Business Venturing,** v. 5, p. 15-28, 1990. Elsevier Science Publishing Co., Inc. 655 New York. 1990.
- GIMENEZ, F. A. P.; INÁCIO, E.; SUNSIN, L. A. S. B. Uma investigação sobre a tendência do comportamento empreendedor. In: SOUZA, E. C. L. S. Empreendedorismo: Competência Essencial para Pequenas e Médias Empresas. Brasília: **Anprotec**, 2001.
- HASHIMOTO, Marcos. **Tipos de empreendedores e suas diferentes motivações.** Disponível em: <http://www.pensandogrande.com.br/tipos-de-empreendedores-e-suas-diferentes-motivacoes/> Acesso em: 04/06/2012
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo.** 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD A. Dean; **Empreendedorismo.** 7 ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- KURATKO, D. F.; HODGETTS, R. M. Entrepreneurship – A Contemporary Approach. Orlando: **Harcourt College Publishers**, 2001.
- MORRIS, M. H. Entrepreneurial Intensity: Sustainable Advantages for Individuals, Organizations and Societies. Westport, CT, USA: **Greenwood Publishing Group, Incorporated**, 1998.
- NAKATA, L.E.; HASHIMOTO, F.O. Definindo o Problema de Pesquisa em Trabalhos Acadêmicos. São Paulo: **XI-SemeAD-USP**, 2008.
- NUNNALLY, J. C. Jr. **Psychometric theory.** New York: McGraw-Hill, 1978.
- PARDINI, D. J.; BRANDÃO, M. M. competências empreendedoras e sistema de relações sociais: a dinâmica dos construtos na decisão de empreender nos serviços de fisioterapia. Rio de Janeiro: **XXXI EnANPAD**, pp.1-16, 2007.
- PEREIRA, Júlio César R. Análise de dados qualitativos. São Paulo: **EDUSP**, 1999.
- RICHARDSON, R.J. **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas.** São Paulo: Atlas, 1999.

SEBRAE – **Planeje sua empresa**, 2007. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/momento/quero-abrir-um-negocio/planeje-sua-empresa/plano-de-negocio/integra_bia?ident_unico=1440>. Acesso em 05/02/2012.

RUIZ, João A. **Metodologia Científica: guia para eficiência nos estudos**. São Paulo: Atlas, 1982.

SCHUMPETER, J. A. *The theory of Economic Development*. Cambridge: **Harvard University Press**, 1934.

SCHUMPETER, J.A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEBRAE. **Lei Geral da Micro e Pequena Empresa**. Brasília: SEBRAE, 2007.

SELLTIZ, JAHODA, DEUTSCH, COOK. *Métodos se pesquisa nas relações sociais*. São Paulo: **EDUSP**; 1975.

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

VENKATARAMAN, S. **The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research: An Editor's Perspective**. *Advances in Entrepreneurship*. J. Katz and R. Brockhaus (Eds). Greenwich, JAI Press. 3:119-138 (1997).

WILDER Jr. J. W. **New concepts in technical trading systems**. NY: Trends Research; 1981