

FACULDADE CAMPO LIMPO PAULISTA
PROGRAMA DE MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO

ODAIR SANTOS DA SILVA

**PROCESSO EMPREENDEDOR:
UM ESTUDO DO GRAU DE ADERÊNCIA DAS PRÁTICAS DOS RECÉM
EMPREENDEDORES AO PROCESSO DE EMPREENDEDORISMO PROPOSTO
POR BARON E SHANE**

CAMPO LIMPO PAULISTA - SP
JANEIRO/2013

FACULDADE CAMPO LIMPO PAULISTA
PROGRAMA DE MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO

ODAIR SANTOS DA SILVA

**PROCESSO EMPREENDEDOR:
UM ESTUDO DO GRAU DE ADERÊNCIA DAS PRÁTICAS DOS RECEM
EMPREENDEDORES AO PROCESSO DE EMPREENDEDORISMO PROPOSTO
POR BARON E SHANE**

Projeto de Pesquisa apresentado ao Programa de Mestrado Profissional em Administração da Faculdade Campo Limpo Paulista, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientadora: Professora Doutora Maria Aparecida Sanches

Linha de pesquisa: Empreendedorismo e Desenvolvimento

CAMPO LIMPO PAULISTA - SP
JANEIRO/2013

Ficha Catalográfica

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

SILVA, Odair Santos

PROCESSO EMPREENDEDOR: Um estudo do grau de aderência das práticas dos recém empreendedores ao processo de empreendedorismo proposto por Baron e Shane / Odair Santos da Silva; Campo Limpo Paulista-SP: FACCAMP 2013 (Projeto de Pesquisa para obtenção do título de Mestre em Administração)

1. Processo Empreendedor
2. Empreendedorismo
3. Recém empreendedores
4. Baron e Shane

CDD: 338.04

Página de Aprovação

FACULDADE CAMPO LIMPO PAULISTA
PROGRAMA DE MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO

**PROCESSO EMPREENDEDOR:
UM ESTUDO DO GRAU DE ADERÊNCIA DAS PRÁTICAS DOS RECEM
EMPREENDEDORES AO PROCESSO DE EMPREENDEDORISMO PROPOSTO
POR BARON E SHANE**

Odair Santos da Silva

Campo de Conhecimento:
Empreendedorismo e Desenvolvimento

**Data de aprovação
30/ 01/ 2013**

Banca examinadora

Prof. Dra. Maria Aparecida Sanches (Orientadora)
FACCAMP- Faculdade Campo Limpo Paulista

Prof. Dr. Manuel Antônio Meireles Costa
FACCAMP – Faculdade Campo Limpo Paulista

Prof. Dra. Vânia Maria Jorge Nassif
UNINOVE – Universidade Nove de Julho

Dedicatória

Dedico este trabalho à todos aqueles que diretamente ou indiretamente contribuíram para o seu desenvolvimento.

Ao meu pai Sr. Osvaldo Linhares da Silva (in memórian), querido amigo que infelizmente não pode compartilhar comigo aqui na Terra nenhuma das minhas vitórias e conquistas no mundo acadêmico vindo a nos deixar quando ainda cursava meu primeiro ano de faculdade, mas, com certeza olha por mim de onde estiver; minha adorável mãe Maria Zilda Souza Santos da Silva, mulher maravilhosa da qual herdei algumas de suas inúmeras qualidades, das quais espírito de luta, determinação e principalmente respeito ao próximo foram o alicerce para construção da minha carreira. Minha esposa Flávia Veronesi de Santana da Silva companheira e amiga nos momentos mais difíceis, mulher pela qual tenho um amor incondicional. Aos meus amados filhos Larissa Veronesi Silva e João Victor Veronesi, razão pela qual vivo na busca de me tornar uma pessoa cada vez melhor servindo como espelho para eles; meus queridos irmãos Orlando Santos da Silva e Osmar Santos da Silva, que sempre torceram muito por mim.

“Há objetivos que só os persistentes conseguem alcançar”
(autor desconhecido)

Agradecimentos

O autor deseja registrar nesta página a gratidão e o carinho a todas as pessoas que, ao longo desta jornada, contribuíram, direta ou indiretamente, para que este momento pudesse ser alcançado:

Em primeiro lugar a Deus que sempre foi meu verdadeiro amigo de todas as horas não permitindo que eu desistisse nos momentos mais difíceis e, quando não encontrava mais forças para lutar ele com sua imensa magnitude e amor vinha ao meu encontro, me estendia a mão e prosseguia ao meu lado.

O privilégio de ser orientando por Maria Aparecida Sanches, a quem considero, mais do que uma professora e orientadora, uma confidente e grande amiga pela qual tenho um carinho e respeito imenso.

Ao professor Manuel Antônio Meireles da Costa, por ter me ajudado tanto com os métodos quantitativos, uma excelência na área, que com seu jeito rígido e extrovertido ao mesmo tempo proporcionou momentos de múltipla reflexão em minha vida, um grande amigo pelo qual tenho uma gratidão enorme.

Ao Professor Dr. Nelson Gentil e sua filha Professora Ma. Patrícia Gentil pela atenção e confiança em meu trabalho. Muito obrigado.

Aos professores Dr. Orlando Roque Silva, Mauro Elias Gebran, Alessandra Lomazini, Antonio Carlos Camacho, Emerson Wagner Rosseto, Francisco Coelho de Oliveira, João Baptista Sperl de Faria, Dra. Vânia Maria Jorge Nassif, Marcelo Adriano de Oliveira Lopes e Rubens Cukier, pela amizade e incentivo.

Aos meus queridos alunos da FACCAMP que sempre estavam de prontidão para me ajudar em minhas pesquisas. Meu muito obrigado a todos vocês pelo carinho.

Às amigas e secretárias da FACCAMP, Juçara Cenen e Jeniffer – pelo incentivo, pela torcida e pelo apoio que sempre me deram.

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-empREENDEDOR está de acordo com as premissas de Baron e Shane (2007). Para isso, um questionário estruturado foi aplicado a 253 recém-empREENDEDORES de MPE da Aglomeração de Jundiaí (AUJ), isto é, empREENDEDORES 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 devem ter sido ao alto grau de otimismo dos respondentes.

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

Abstract

Entrepreneurship as a procedural perspective has been an ascending in the study area as its usefulness and correctness of seeing it as a process that develops over time through different phases and related intimateness, whether for social change, and emergence development of new markets, changing economic or availability of technology. Therefore, in this study we investigated the degree of adherence to the process and to what extent the process take the newly developer is consistent with the assumptions of Baron and Shane (2007). For this, a structured questionnaire was administered to 253 entrepreneurs-recently of the Agglomeration of Jundiaí MPE (AUJ), ie, entrepreneurs who started the business less than 30 months from the date of the research, the business segments (trade, industry or services). Was seen in the results found that a possible explanation for the high degree of adhesion of the respondents to the process and subprocesses (recognizing the opportunity, decide to take, gather resources and make the enterprise) to undertake the premises of Baron and Shane responses captured by Likert scale should have been the high degree of optimism of the respondents.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneurial-process, entrepreneurs-recently, Baron and Shane.

Lista de Quadros

Quadro 2.1 - Razões que os Empreendedores criam seus negócios	23
Quadro 2.2 - Aspectos do processo de empreender.....	24
Quadro 3.1 - Fases do Empreendedorismo segundo Baron e Shane (2007)	27
Quadro 4.4 - Proposições referentes ao processo de empreender.....	35
Quadro 4.5 - Forma de apresentação das proposições	37
Quadro 4.6 - Proposições ajustadas em função do teste piloto	41
Quadro 4.7 - Questionário para avaliar a consistência interna dos itens	42
Quadro 4.8 - Resumo dos casos processados	45
Quadro 4.9 - Alpha de Cronbach	46
Quadro 4.10 - Estatísticas dos itens.....	47
Quadro 4.11 - Questionário disposto para análise	48
Quadro 4.12 - Questionário em análise.....	51
Quadro 5.13 - Pontos para averiguar a consistência das respostas coletadas.....	71

Lista de Figuras

Figura 4.1 - Cálculo do tamanho da amostra	32
Figura 4.2 - Output do Minitab referente ao teste da hipótese H_1	56
Figura 4.3 - Output do BioEstat 5.0 para o teste binomial de duas proporções	58
Figura 5.4 - A associação entre a aderência ao subprocesso RO e ao processo como um todo não é alta	81
Figura 5.5 - Nenhum subprocesso se destaca pelo nível de aderência	82
Figura 5.6 - A associação entre a aderência ao subprocesso RR e ao processo como um todo não é alta	83

Lista de Tabelas

Tabela 4.1 - Dados coletados para consistência interna dos itens.....	44
Tabela 4.2- Estatísticas descritivas referentes a diversos graus de aderência	55
Tabela 4.3 - Teste da hipótese H_0	55
Tabela 4.4 - Estatísticas descritivas referentes à hipótese H_{b1}	57
Tabela 4.5 - Teste t para análise da hipótese H_{b1}	57
Tabela 5.6 - Campo Limpo Paulista foi o município com maior número de respondentes.....	62
Tabela 5.7 - Comerciantes representam mais de 2/3 da amostra.....	62
Tabela 5.8 - Mulheres representam apenas 1/3 dos respondentes	62
Tabela 5.9 - Mulheres e homens distribuem-se desproporcionalmente pelos setores econômicos.....	62
Tabela 5.10 - Maduros são empreendedores	63
Tabela 5.11 - Homens e mulheres não se diferenciam por instrução	63
Tabela 5.12 - Mulheres estudam como empreendedor.....	63
Tabela 5.13 - Homens e mulheres não diferem e experiência anterior	64
Tabela 5.14 - Experiência anterior conta na busca de curso específico	64
Tabela 5.15 - Aderência ao modelo tende à indiferença	66
Tabela 5.16 - Homens julgam-se mais aderentes ao processo em empreender	66
Tabela 5.17 - Os graus de aderência média aos subprocessos foram superiores a 50.....	67
Tabela 5.18 - Há uma aderência significativamente maior ao subprocesso Decidir Empreender	68
Tabela 5.19 - O subprocesso Construir o sucesso do empreendedor por necessidade (desempregado) tem uma aderência significativamente menor do que os demais subprocessos.....	68
Tabela 5.20 - Gênero masculino adere significativamente mais ao subprocesso Reconhecer oportunidade	69
Tabela 5.21 - Gênero feminino adere mais ao subprocesso Decidir Empreender	69
Tabela 5.22 - No subprocesso Reunir recursos não há diferença alguma quanto à aderência no que se refere ao gênero do empreendedor.....	69
Tabela 5.23 - Mulheres desempregadas apresentam uma aderência ligeiramente inferior ao subprocesso Reunir Recursos	70
Tabela 5.24 - Homens aderem ligeiramente mais ao subprocesso Construir sucesso	70
Tabela 5.25 - 17% dos questionários obtidos podem ser considerados inconsistentes quanto ao teor das respostas.....	71
Tabela 5.26 - O grau de aderência ao processo de empreendedorismo dos respondentes considerados inconsistentes é significativamente maior do que o grau de aderência dos respondentes consistentes.....	72
Tabela 5.27 - Aderência ao modelo tende à indiferença	72
Tabela 5.28 - Aderência ao modelo tende à indiferença	73
Tabela 5.29 - Homens e mulheres não diferem quanto ao grau de aderência ao processo	74
Tabela 5.30 - Jundiá e Cabreúva possuem respondentes mais aderentes ao processo de empreendedorismo	75

Tabela 5.31 - Os empreendedores de serviços possuem média de aderência ao processo ligeiramente maior do que os demais setores	75
Tabela 5.32 - Maduros são mais numerosos e menos aderentes.....	76
Tabela 5.33 - Empreendedores sem estudo formal aderem ao processo significativamente menos do que os que possuem instrução formal.....	77
Tabela 5.34 - Empreendedores com 6 a 10 anos de estudo possuem menos aderência ao processo.....	77
Tabela 5.35 - Recém-empreendedores que fizeram curso específico de empreendedorismo aderem mais ao processo	78
Tabela 5.36 - Recém-empreendedores que fizeram curso específico mas não possuem experiência anterior aderem significativamente mais ao processo.....	79
Tabela 5.37 - Recém-empreendedores sem experiência não diferem dos que possuem experiência.....	80
Tabela 5.38 - Recém-empreendedores sem experiência não diferem dos que possuem experiência	80
Tabela 5.39- Não é significativa a associação entre a aderência ao subprocesso RO e a aderência ao processo.....	81
Tabela 5.40 - Mulheres desempregadas apresentam baixa aderência ao subprocesso Decidir empreender.....	82
Tabela 5.41 - O desemprego e o gênero não influenciam a aderência ao subprocesso de Reunir Recursos	83
Tabela 5.42 - Ter feito ou não curso específico de empreendedor e o gênero não influenciam a aderência ao subprocesso Construir o sucesso.....	84
Tabela 5.43 - Empreendedores por oportunidade são mais do que o dobro dos empreendedores por necessidade	85
Tabela 5.44 - Quanto à aderência.....	85
Tabela 5.45 - Quanto à aderência ao processo, empreendedores por oportunidade e por necessidade não diferem significativamente	86

SUMÁRIO

1 - INTRODUÇÃO	13
1.1 - Objetivos da Pesquisa	14
1.1.2 - Objetivo geral	14
1.1.3 - Objetivos específicos.....	14
1.1.4 - Delimitação do tema.....	14
1.2 - O Problema da Pesquisa.....	15
1.2.1 - Configuração do problema	15
1.3 - Aplicabilidade e Utilidade da Pesquisa.....	16
1.4 - Relevância do Tema.....	16
1.5 - Contribuição Científica da Pesquisa	17
2 - REVISÃO DA LITERATURA	18
2.1 Empreendedorismo	20
2.2 - Recém Empreendedores.....	22
3 - REFERENCIAL TEÓRICO	26
3.1 - O Processo Empreendedor	26
4 - METODOLOGIA ADOTADA.....	29
4.1 - Tipo de Pesquisa e Justificativa do Método.....	29
4.2 - Definições Operacionais da Pesquisa	30
4.3 - Universo Populacional e Amostra.....	32
4.4 - Instrumento de Coleta	33
4.5 - Validação da Escala	39
4.5.1 - Teste piloto e apresentação do questionário	39
4.5.2 - Consistência interna dos itens.....	41
4.5.3 - Validade de constructo	44
4.6 - Variáveis e Hipóteses a Testar e Análise	49
4.6.1-Variáveis.....	50
4.6.2-Hipóteses.....	52
4.6.3-Análise.....	53
4.6.4 -Testes de hipóteses	54
4.7 - OPERACIONALIZAÇÃO DA PESQUISA	58
4.8- LIMITAÇÕES DA PESQUISA.....	59
5- RESULTADOS ENCONTRADOS	60
5.1 - Introdução.....	61
5.1.1 - Estatísticas descritivas	61
5.1.2 - Aderência ao processo de empreendedorismo	65

5.1.3 - Aderência aos subprocessos.....	67
5.1.4-Consistência das respostas.....	70
5.1.5-Testes das hipóteses apenas com respondentes consistentes.....	72
6- CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	87
6.1-Conclusões.....	87
6.2-Recomendações.....	90
7- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	91
APÊNDICE	97
Apêndice 1 –Questionário	97

1 - INTRODUÇÃO

Este trabalho se refere ao projeto de pesquisa — no campo do empreendedorismo e desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas — que aborda aspectos como o grau de aderência das práticas dos recém-empREENDEDORES ao processo de empreendedorismo proposto por Baron e Shane (2007) em seu livro “EmpREENDEDORISMO uma visão do processo”.

No subcapítulo 1.1 são apresentados os objetivos da pesquisa e no subcapítulo seguinte é apresentado o problema da pesquisa. No subcapítulo seguinte (1.3) mostra-se a aplicabilidade e utilidade da pesquisa e, a seguir a relevância do tema. Por fim é apresentada a contribuição científica deste trabalho.

No capítulo 2, é feita uma breve revisão da literatura abordando os temas pertinentes à pesquisa (empREENDEDORISMO e recém-empREENDEDORES), o que ocorre nos subcapítulos 2.1 e 2.2, onde busca-se apresentar o empREENDEDORISMO como um processo, de Baron e Shane, que serve de referencial teórico à pesquisa.

No capítulo 3, é apresentado o referencial teórico abordando e reforçando o fato de que o empREENDEDORISMO na visão de Baron e Shane é um processo, uma cadeia de eventos e atividades que ocorrem ao longo do tempo, o que ocorre no subcapítulo 3.1 procurando abordar uma forma de entender o empREENDEDORISMO como um processo, uma atividade na qual os empREENDEDORES se envolvem levando em consideração as condições econômicas, tecnológicas e sociais das quais surgem as oportunidades.

No capítulo 4, é feita uma apresentação da metodologia adotada, especialmente no subcapítulo 4.4, 4.5 e 4.6, em que se abordam as ferramentas e os procedimentos para obtenção dos dados coletados via questionário utilizando uma escala Likert apresentando as principais variáveis que a pesquisa trabalhou as hipóteses testadas e o modo de como foi feita a análise e os passos da operacionalização da pesquisa. No capítulo 5 são descritos os resultados que a pesquisa obteve e, por fim, no capítulo 6, são tecidas algumas considerações aos resultados encontrados bem como propostas recomendações.

1.1 - Objetivos da Pesquisa

O objetivo de uma pesquisa é “descobrir respostas para perguntas, por meio do emprego de processos científicos”. Implica afirmar que uma pesquisa, necessariamente, deve conter algumas perguntas que lhe deram origem (SELLTIZ et al,1975:5).

1.1.2 - Objetivo geral

O objetivo geral define o que se pretende alcançar com a realização da pesquisa, de modo a contribuir com verificações de fatores que alicerçam a pesquisa (RICHARDSON, 1999). Assim o objetivo geral desta pesquisa foi:

Investigar até que ponto os recém-empresendedores aderem ao processo de empreendedorismo proposto por Baron e Shane (2007).

1.1.3 - Objetivos específicos

De acordo com Richardson (1999) os objetivos específicos definem etapas que devem ser cumpridas para alcançar o objetivo geral. Dessa forma, os objetivos específicos desta pesquisa 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 empresenedores entendem a complexidade de se começar um novo empreendimento.

1.1.4 - Delimitação do tema

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).

1.2 - O Problema da Pesquisa

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 norteará 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?

1.2.1 - Configuração do problema

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?

1.3 - Aplicabilidade e Utilidade da Pesquisa

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 empresários 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).

1.4 - Relevância do Tema

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 empresários, de outro, preocupa-se em fornecer aos empresários 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 empresários 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.

1.5 - Contribuição Científica da Pesquisa

Selltiz 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 - REVISÃO DA LITERATURA

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, seus talentos, motivos, traços, etc), nas variáveis de nível grupal (informações fornecidas por terceiros, relações com co-fundadores, 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-empreendedor.

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 Sunsin (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 indivíduo 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 indivíduo 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 indivíduo empreendedor é tido como detentor de determinados atributos que lhe predis põem ao sucesso e à eficiência, sendo freqüentemente 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 2.1 abaixo, encontram-se três razões diferentes, pelos quais os empreendedores criam seus negócios na visão dos autores:

Quadro 2.1- 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)

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 tabela abaixo:

Quadro 2.2 - 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)

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 - REFERENCIAL TEÓRICO

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 3.1 - 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. E 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 significamente para uma melhor compreensão do empreendedorismo como processo.

4 - METODOLOGIA ADOTADA

Neste capítulo é abordada a metodologia adotada para realizar a pesquisa e obter as respostas para o problema formulado. No subcapítulo 4.1 é feita uma justificativa do método e no seguinte são apresentadas algumas definições operacionais e no subcapítulo 4.3 são definidos o universo populacional e a amostra.

No subcapítulo 4.4 é apresentada a forma da obtenção dos dados e no subcapítulo 4.5 procede-se à validação da escala Likert que será utilizada. No subcapítulo 4.6 são apresentadas as principais variáveis que a pesquisa trabalhará as hipóteses a testar e o modo de fazer análise e no seguinte são mostrados os passos da operacionalização da pesquisa. Por fim são apresentadas as limitações da pesquisa

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.

A presente pesquisa, também, pode ser classificada quanto a outras características. Marconi et al. (1986) apontam as diversas formas de classificação dos tipos de pesquisa, que variam segundo o enfoque dado. A presente pesquisa pode ser classificada dos seguintes modos:

- segundo o processo de estudo, é **monográfico** pois se ocupa de um único tema: processo empreendedor;
- segundo a natureza dos dados é **fatual** pois se fundamenta em dados objetivos ou fatos relatados por empreendedores;
- segundo o tipo fundamental de dados, faz uso de **dados primários** coletados por meio de questionário junto aos respondentes;
- segundo o grau de generalização dos resultados, é **alto** por fazer uso de amostragem aleatória;
- segundo a extensão do campo de estudo: é restrito ao empreendedorismo;

- segundo as técnicas e os instrumentos de observação, faz uso da observação indireta na medida em que utiliza **questionários** e formulários;
- segundo os métodos de análise busca uma **classificações** dos sujeitos descritos (os processos de fazer o empreendimento); e,
- segundo o nível de interpretação, é uma pesquisa **descritiva** como já apontado acima.

Segundo Selltiz et al. (1975) sob o título de *estudos descritivos*, são agrupados um grande conjunto de interesses de pesquisa:

Uma grande quantidade de pesquisa social se volta para a descrição de características de comunidades. É possível estudar as pessoas de uma comunidade: sua distribuição por grupos de idade, seus antecedentes raciais ou nacionais, sua saúde física ou mental, o nível de educação que receberam - a lista poderia ser ampliada indefinidamente. É possível estudar os recursos de uma comunidade e seu emprego: a condição das habitações, o uso de bibliotecas, a proporção de crimes em vários bairros - ainda aqui a lista é interminável. É possível tentar a descrição da estrutura da organização social da comunidade, ou dos principais padrões de comportamento.

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-empresendedores ao processo de empreendedorismo proposto por Baron e Shane) de um grande número de casos (empresendedores recentes).

4.2 - Definições Operacionais da Pesquisa

Um dos primeiros passos do pesquisador, afirma Goldenberg (1977), é o de definir alguns conceitos fundamentais para construir o quadro teórico da pesquisa, já que “toda construção teórica é um sistema cujos eixos são os *conceitos*, unidades de significação que definem a forma e o conteúdo de uma teoria”.

Selltiz (1975) recomenda que os conceitos sejam definidos “em termos abstratos, dando-se o sentido geral que devem transmitir, bem como em termos das operações através dos quais serão representados no estudo específico”. Entretanto, cabe lembrar que as definições não são *neutras* porquanto também expressam *juízos de valor*.

Assim, são apresentadas algumas definições operacionais que se entendem relevantes para a presente pesquisa:

Processo empreendedor: Conjunto de etapas sequências que um empreendedor deve seguir e que são subdivididas nas sub-etapas: reconhecer a oportunidade, decidir empreender, reunir recursos e efetuar o empreendimento, construir o sucesso e colher as recompensas, de acordo com Baron e Shane (2007).

Grau de aderência: Nível entre 0 e 100 que expressa o quanto os valores observados se aproximam dos valores de uma função teórica (Rodrigues, 1956, p.12). Neste caso o nível entre 0 e 100 que expressa o quanto os valores observados nos processos empreendedores de recém-empreendedores se aproximam dos valores do processo empreendedor de Baron e Shane (2007) tomado como referência; O nível 0 expressa ausência total de aderência; o nível 100 expressa aderência perfeita..

Recém empreendedores: Empreendedores MPE 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) com sede nos municípios de: Jundiaí, Campo Limpo Paulista, Várzea Paulista, Itatiba, Itupeva, Janiru e Atibaia.

MPE: Micro e pequena empresa: empresa que atende às exigências de classificação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (SEBRAE, 2007, p.7). A definição de microempresa e de empresa de pequeno porte quanto aos limites de receita bruta anual segue as mesmas diretrizes adotadas pela Lei do Simples Federal (Lei nº 9.317/96) que, vale ressaltar, será revogada a partir de 1º de julho de 2007. Microempresa (ME): pessoa jurídica que auferir, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360 mil; Empresas de Pequeno Porte (EPP): pessoa jurídica que auferir, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 360 mil e igual ou inferior a R\$ 3,6 milhões.

4.3 - Universo Populacional e Amostra

O universo populacional é composto dos recém-empresendedores de MPE da Aglomeração Urbana de Jundiaí (AUJ), isto é, empresenedores 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-empresenedores da região será 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”.

	B	C	D	E	F	G	H		
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10								Nível de confiança desejado	95,00%
11								Erro máximo desejado	5,00%
12								Proporção da população	50,00%
13								Amostra	385
14									
15								Tamanho da população conhecido?	Sim
16									
17	Tamanho da população finito e conhecido								
18									
19	Tamanho da população	11900							
20	Amostra corrigida pela população	373	<i>Considere este tamanho de amostra.</i>						

Figura 4.1 - Cálculo do tamanho da amostra
Output do software Siqueiracampos (2000)

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. Com base nesta estimativa se pode estimar o tamanho da amostra como se exhibe na figura 4.1.

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 seleccionar os respondentes será 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

O método de coleta de dados deve ser aquele capaz de dar resposta à pergunta formulada no problema. Sellitz (1975) chama a atenção para a necessidade de um planeamento que reduza o *viés* e *amplie a precisão* da prova obtida:

O viés resulta da coleta de provas de uma forma que favorece uma resposta alternativa a uma questão de pesquisa. A prova é precisa na medida em que podemos afirmar, com confiança, que se obteriam resultados semelhantes se se repetisse a coleta de provas.

Ballesterro-Alvarez (1997) aponta alguns passos básicos que devem ser seguidos para a aplicação do questionário, entre eles a questão da definição da informação procurada:

Esta análise fornecerá as alternativas das respostas possíveis para várias relações que se pretendem estabelecer. Aqui são estabelecidas as formas de uso e emprego das informações. De acordo com seu conteúdo, podem ser: a) Relato de fatos: sobre o respondente (idade, sexo, formação); sobre outras pessoas (dependentes, subordinados); sobre acontecimentos (ambiente, acidentes, políticas, salário); b) Opiniões, sentimentos, crenças:

razões e motivos para certas atitudes; fatores objetivos (influências); fatores subjetivos (necessidades).

Na coleta de dados da presente pesquisa se aplicará questionário tipo Likert, destinado a medir opiniões e atitudes dos respondentes. Tal questionário se encontra descrito integralmente no Apêndice 1 incluindo a carta que será endereçada aos recém-empresendedores.

A coleta de dados fundamenta-se basicamente numa escala tipo Likert com um diferencial semântico de cinco colunas que mede opiniões e atitudes. Uma atitude, segundo Mann (1973), é essencialmente uma disposição mental em face de uma ação potencial; uma opinião, no dizer de Ander-Egg (1978), representa uma posição mental consciente, manifesta, sobre algo ou alguém.

De acordo com Ander-Egg (1978) a escala foi idealizada com a finalidade de medir a intensidade das atitudes e opiniões na forma mais objetiva possível. Há inúmeros tipos de escalas, inúmeras técnicas que transformam uma série de fatos qualitativos em fatos quantitativos ou variáveis, às quais se pode aplicar processos de mensuração e de análise estatística. Em Marconi e Lakatos (1986), pode-se encontrar algumas.

A escala tipo Likert será usada na presente pesquisa por ser a mais conveniente à presente pesquisa. Segundo Pereira (1999), Likert em 1932 propôs

Uma escala de cinco pontos com um ponto médio para registro da manifestação de situação intermediária, de indiferença ou de nulidade, do tipo “ótimo”, “bom”, “regular”, “ruim”, “péssimo”. Essa escala tornou-se um paradigma de mensuração qualitativa e desde então tem sido largamente aplicada, quer na forma original, que em adaptações para diferentes objetos de estudo.

Outras atribuições semânticas podem ser dadas, tais como: “concordo totalmente”; “concordo em parte”, “neutro”, “desaprovo em parte” e “desaprovo totalmente”.

A escala Likert (5) que será utilizada na presente pesquisa para avaliar o grau de aderência das práticas dos

recém-empresendedores ao processo de empreendedorismo proposto por Baron e Shane (2007) teve como ponto de partida a leitura atenta da obra com vistas a obter etapas específicas do processo de empreender.

Quadro 4.4 - Proposições referentes ao processo de empreender

N	Etapa	Proposições
P1	RO 1	Reconheci a oportunidade para criar algo novo
P2	RO 2	Colhi informações sobre o mercado do negócio
P3	RO 3	Colhi informações sobre questões ambientais do negócio
P4	RO 4	Colhi informações sobre questões jurídicas do negócio
P5	RO 5	Elaborei uma lista de mudanças recentes no âmbito tecnológico
P6	RO 6	Elaborei uma lista de mudanças recentes referente a demografia
P7	RO 7	Construi uma ampla e rica base de conhecimentos
P8	RO 8	Organizei e criei conexões entre conhecimentos adquiridos sobre o negócio
P9	DE 1	Decidi explorar a oportunidade reconhecida
P10	DE 2	Tinha familiaridade com o tipo de negócio que montei
P11	DE 3	Sabia que o negócio ia gerar lucros dentro de certo tempo
P12	DE 4	Sempre me senti confortável com o negócio
P13	DE 5	O negócio satisfaz meu senso de status
P14	DE 6	O negócio é compatível com minhas habilidades.
	DE 7	Quando pensei no negócio eu estava desempregado
P15	RR 1	Busquei diversas fontes de capital para meu novo negócio
P16	RR 2	Sabia quanto seria o custo pago do capital empreendido
P17	RR 3	Reuni uma ampla gama de recursos necessários
P18	RR 4	Reuni informações básicas sobre recursos financeiros
P19	RR 5	Reuni informações básicas sobre recursos humanos
P20	RR 6	Reuni informações básicas sobre recursos informacionais
P21	RR 7	Escolhi o sócio ideal para o tipo de empresa constituída
P22	RR 8	Eu tinha capital necessário para o negócio ou conhecia potencial sócio.
P23	CS 1	Elaborei um plano de negócio formal
P24	CS 2	Fiz análise para determinar o preço de venda
P25	CS 3	Fiz cálculos para estimar os custos fixos da empresa

N	Etapa	Proposições
P26	CS 4	Fiz cálculos do volume de vendas para saber o ponto de equilíbrio do negócio
P27	CS 5	Sabia sobre as regulamentações e políticas governamentais e como elas poderiam afetar o meu negócio
P28	CS 6	Fiz estudos sobre a localização para a abertura da empresa
P29	CS 7	O setor do negócio ainda vai crescer muito
P30	CS 8	Preocupei-me com os aspectos socioambientais do negócio
P31	CS 9	Tenho uma vantagem competitiva bem definida
P32	CS 10	Sabia a sofisticação tecnológica que o negócio exigia
P33	CS 11	Eu conhecia a complexidade das normas governamentais
P34	CS 12	Sabia a relação custos fixos/custos variáveis
P35	CS 13	Conhecia meus custos de estocagem

Fonte: Baron e Shane (2007), adaptado. A proposição DE 7 foi adicionada com fins específicos

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 mantêm 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 H_{n1} :

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 4.5, ao serem processadas requerem a conversão do valor.

Quadro 4.5 - 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

N	Proposições
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).

4.5.1 - Teste piloto e apresentação do questionário

O questionário conforme mostrado no Quadro 4.2 foi submetido a um teste piloto com o objetivo de se saber se as proposições eram plenamente compreensíveis. Para tal submeteu-se o questionário a seis recém-empresendedores escolhidos por conveniência. O questionário foi aplicado pelo autor que solicitou que o respondente ficasse à vontade para exprimir quaisquer dúvidas em relação à proposição.

O questionário piloto foi impresso em formato A-4 e foi acompanhado de um texto introdutório. O texto de apresentação tinha a redação abaixo. O primeiro parágrafo informava ao respondente qual é o objetivo da pesquisa:

Prezado Sr.:

Na medida em que constituiu recentemente uma micro ou pequena empresa Vc. foi selecionado, por meio de metodologia específica, para responder ao questionário anexo. Convido-o, assim, a participar da pesquisa que estou desenvolvendo e que pretende investigar alguns aspectos das etapas do seu processo de empreender.

O segundo parágrafo tinha o objetivo de incentivar o respondente a emitir uma resposta completa

Sua resposta é muito importante, não apenas para a presente pesquisa mas também para estudos relativos ao empreendedorismo e à compreensão dos fenômenos associados à construção do empreendimento e ao comportamento dos

empreendedores. É, para mim, certamente impossível agradecer de forma adequada o tempo que o questionário lhe tomará - não mais de dez minutos. Como retribuição ao esforço de cooperação, se desejar, será remetido um resumo dos resultados obtidos, bastando, para tal, disponibilizar seu endereço em espaço próprio ao final do questionário.

No último parágrafo era feita a garantia de que as informações serão tratadas com sigilo:

As informações recebidas serão tratadas de forma sigilosa e o conteúdo a ser divulgado, na dissertação, não fará referências específicas ao seu nome ou a algo que possa constituir vínculo.

Atenciosamente,

Odair Santos da Silva

Depois da carta-apresentação seguiam-se instruções referentes ao preenchimento do questionário.

Instruções:

Cada uma das linha do questionário anexo apresenta uma afirmativa requerendo que Vc. aponte com um X a alternativa que está mais de acordo com o seu entendimento. .

Assinale:

- DT (Discordo Totalmente) se entender que a afirmação é totalmente contra o seu entendimento;
- D (Discordo em parte) se entender que a afirmação é parcialmente contrária ao seu entendimento;
- I (Indiferente) se entender que a afirmação possui aspectos discordantes e concordantes com o mesmo peso ou se lhe é indiferente;
- C (Concordo em parte) se entender que a afirmação está parcialmente de acordo com o seu entendimento;

- CP (Concordo plenamente) se entender que a afirmação está totalmente de acordo com o seu entendimento.

Após o teste piloto as proposições RO 1, RR 1, CS 5*, RO 6* e RR 6* foram ajustadas na redação para serem mais compreensíveis. A nova redação dada às proposições objeto de dúvidas está no Quadro 4.6.

Quadro 4.6 - Proposições ajustadas em função do teste piloto

N	Proposições ajustada
RO 1	Reconheci a oportunidade para criar algo novo
	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)
RR 1	Busquei capital para meu novo negócio
	Me preocupei em como obter o capital necessário para o empreendimento
CS 5*	Não foi importante conhecer as regulamentações e políticas governamentais e como elas poderiam afetar o meu negócio
	Não senti que era importante conhecer a legislação própria do meu negócio e como ela poderia afetar o meu negócio
RO 6*	Meu negócio não exigiu pensar uma lista de mudanças recentes referente à demografia
	Para o meu negócio não foi necessário pensar nas consequências do aumento ou da diminuição de pessoas na região
RR 6*	Não achei necessário buscar informações básicas sobre recursos informacionais
	Não achei necessário buscar informações especiais de como poderia utilizar a computação no meu empreendimento

Fonte: Autor

4.5.2 - Consistência interna dos itens

A consistência interna dos itens averigua o poder discriminatório de cada proposição, isto é, investiga se a proposição é adequada para distinguir recém empreendedores que construíram seu empreendimento de acordo com o processo de empreender descrito por Baron e Shane (2007) daqueles que não seguem tal processo. O procedimento utilizado é o descrito por Baquero (1974, p.336) sobre “consistência interna dos itens”.

Foram executados os seguintes passos:

1) Foram selecionados por conveniência dez empreendedores da região de Sorocaba que tinham feito curso de empreendedorismo. Este grupo de respondentes foi designado G1.

2) Foram selecionados por conveniência dez recém empreendedores da região de Sorocaba que não tinham feito curso de empreendedorismo e que podem ser considerados típicos “empreendedores por necessidade”.

3) O questionário ajustado, mostrado no Quadro 4.7 foi aplicado. A coluna P não aparecia para o respondente. As respostas dos dois grupos foram coletadas e tabuladas e foi feita a análise recomendada:

Quadro 4.7 - Questionário para avaliar a consistência interna dos itens

NI	P	Proposições	DT	D	I	C	CT
RO 1	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)					
DE 1	P2	Decidi explorar imediatamente a oportunidade reconhecida					
RR 1	P3	Me preocupei em como obter o capital necessário para o empreendimento					
CS 1	P4	Elaborei um plano de negócio formal					
RO 2*	P5	Não senti necessidade de colher informações sobre o mercado do negócio					
DE 2*	P6	Não tinha familiaridade com o tipo de negócio que montei					
RR 2	P7	Sabia quanto seria o custo pago do capital empreendido					
CS 2	P8	Fiz análises para determinar o preço de venda					
RO 3	P9	Colhi informações sobre questões ambientais do negócio					
DE 3	P10	Sabia que o negócio ia gerar lucros dentro de certo tempo					
RR 3	P11	Reuni uma ampla gama de recursos necessários					
CS 3*	P12	Não foi preciso estimar os custos fixos da empresa					
RO 4	P13	Colhi informações sobre questões jurídicas do negócio					
DE 4	P14	Sempre me senti confortável com o negócio					
RR 4	P15	Reuni informações básicas sobre recursos financeiros					
CS 4*	P16	Não senti necessidade de fazer cálculos do volume de vendas para saber o ponto de equilíbrio do negócio					
RO 5	P17	Elaborei uma lista de mudanças recentes no âmbito tecnológico					
DE 5	P18	O negócio satisfaz meu senso de status					
RR 5	P19	Reuni informações básicas sobre recursos humanos					
CS 5*	P20	Não senti que era importante conhecer a legislação própria do meu negócio e como ela poderia afetar o meu negócio					
RO 6*	P21	Para o meu negócio não foi necessário pensar nas consequências do aumento ou da diminuição de pessoas na região					
DE 6	P22	O negócio é compatível com minhas habilidades.					

NI	P	Proposições	DT	D	I	C	CT
RR 6*	P23	Não achei necessário buscar informações especiais de como poderia utilizar a computação no meu empreendimento					
CS 6*	P24	Não foi necessário elaborar estudos para a localização para a abertura da empresa					
DE 7	P25	Quando pensei no negócio eu estava desempregado					
CS 7	P26	O setor do negócio ainda vai crescer muito					
RO 8	P27	Organizei e criei conexões entre conhecimentos adquiridos sobre o negócio					
RR 8	P28	Eu tinha capital necessário para o negócio ou conhecia potencial sócio.					
CS 8*	P29	Não me preocupei com os aspectos socioambientais do negócio					
CS 9	P30	Tenho uma vantagem competitiva bem definida					
CS 11*	P31	Não achei necessário conhecer a fundo a complexidade das normas governamentais					
CS 12	P32	Sabia a relação custos fixos/custos variáveis					
CS 13*	P33	Não achei relevante conhecer os custos de estocagem					

4) As respostas foram tabuladas atribuindo-se os números correspondentes à posição na coluna: DT=1; D=2; I=3; C=4 e CT=5.

5) Para cada grupo de respondentes foi calculada a soma obtida para cada proposição, como mostra a tabela 4.1

6) A coluna D/10 mostrada na tabela 4.1 mostra o poder discriminatório da proposição. Segundo Baquero (1974, p.337) quanto maior o quociente maior será a validade do item. Importa sobretudo o valor absoluto do item que deve ser superior a 1. Isto é, desprezando-se o sinal, são válidas as proposições com $|D/10| > 1$.

Tabela 4.1 - Dados coletados para consistência interna dos itens

NI	Grupo G1										SG1	Grupo G2										SG2	D/10
	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10		R11	R12	R13	R14	R15	R16	R17	R18	R19	R20		
RO 1	2	4	4	1	2	2	5	5	3	2	30	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	14	1,6
DE 1	3	1	2	5	5	3	5	2	5	4	35	2	1	1	1	1	3	2	2	3	1	17	1,8
RR 1	5	2	1	5	3	2	5	3	5	2	33	1	1	2	1	1	2	1	4	1	2	16	1,7
CS 1	5	4	5	4	5	4	3	4	5	2	41	1	2	2	1	3	1	1	2	1	1	15	2,6
RO 2s	5	3	4	5	4	4	5	4	5	5	44	1	5	4	3	5	4	1	4	4	1	32	1,2
DE 2s	4	5	4	5	4	4	5	5	3	4	43	3	4	2	1	1	4	2	4	4	3	28	1,5
RR 2	5	4	4	2	4	2	5	5	5	4	40	4	2	3	1	2	4	3	2	1	2	24	1,6
CS 2	3	5	2	5	5	2	2	4	4	4	36	2	2	3	2	1	1	2	1	2	1	17	1,9
RO 3	4	3	3	3	4	2	5	4	2	4	34	2	1	1	2	2	2	4	3	2	2	21	1,3
DE 3	2	5	5	3	4	4	4	4	5	4	40	2	1	1	1	2	4	2	1	4	5	23	1,7
RR 3	5	5	3	5	2	2	3	5	2	2	34	1	1	2	3	1	2	2	3	2	3	20	1,4
CS 3s	4	3	4	4	4	4	4	3	4	1	35	1	4	1	3	3	1	3	1	2	2	21	1,4
RO 4	3	3	3	5	3	5	5	5	3	2	37	1	2	3	2	3	2	2	2	1	3	21	1,6
DE 4	3	2	2	2	2	2	5	2	5	2	27	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	12	1,5
RR 4	3	2	5	2	2	2	5	3	3	4	31	2	1	2	3	2	2	2	3	1	20	1,1	
CS 4s	4	5	3	5	4	4	4	5	4	5	43	1	1	2	2	2	4	2	2	4	2	22	2,1
RO 5	4	3	3	5	5	3	3	3	5	4	38	2	3	1	1	2	2	2	2	2	3	20	1,8
DE 5	3	3	5	5	5	4	4	5	3	5	42	1	3	2	3	2	1	1	2	1	2	18	2,4
RR 5	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	26	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	12	1,4
CS 5s	3	4	4	3	3	4	1	3	3	3	31	5	4	3	5	3	5	5	5	4	5	44	-1,3
RO 6s	5	4	4	5	3	5	5	4	4	5	44	1	1	5	2	4	4	4	1	2	2	26	1,8
DE 6	5	2	3	3	2	2	3	2	2	5	29	3	2	1	2	2	1	2	1	1	2	17	1,2
RR 6s	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	44	1	2	4	3	5	3	5	3	1	2	29	1,5
CS 6s	4	4	4	5	3	4	5	5	5	4	43	2	3	3	2	2	5	2	1	5	4	29	1,4
DE 7	2	1	1	3	5	1	1	1	1	1	17	5	5	1	5	5	5	5	1	4	1	37	-2
CS 7	2	2	5	5	4	5	3	3	5	3	37	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	12	2,5
RO 8	2	5	4	3	3	2	3	5	3	2	32	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	11	2,1
RR 8	2	3	4	4	5	5	3	2	2	2	32	1	1	2	2	1	1	1	2	1	3	15	1,7
CS 8s	5	5	4	4	5	4	5	4	5	3	44	4	1	4	1	1	4	1	4	1	1	22	2,2
CS 9	5	5	4	5	3	5	4	5	4	3	43	2	2	3	3	1	1	3	3	1	3	22	2,1
CS 11s	4	5	4	5	4	4	3	5	4	3	41	1	4	2	4	4	4	1	2	2	2	26	1,5
CS 12	4	5	3	5	5	3	3	5	5	4	42	1	1	3	2	2	1	2	3	2	3	20	2,2
CS 13s	5	5	5	5	4	4	5	4	3	5	45	1	1	2	2	1	5	5	4	2	4	27	1,8

7) O resultado mostra que as proposições RO 7, RR 7 e CS 10 devem ser eliminadas para se continuar a análise do questionário.

4.5.3 - Validade de constructo

Para se medir a confiabilidade de uma Escala, isto é a validade de constructo pode-se utilizar o coeficiente α de Cronbach como afirma Pereira (1999) . O valor alfa

varia de 0 a 1. O software SPSS 17.x tem a função Reliability Analysis que possibilita a análise de confiabilidade de um instrumento de coleta. Observar que o SPSS 17.x oferece além do coeficiente Alpha de Cronbach outros testes de consistência.

O cálculo do valor de α de Cronbach foi feito seguindo as etapas abaixo conforme recomenda Pereira (1999, p83)

1) Inicialmente fez-se o ajuste das respostas negativas (com *), aplicando-se a fórmula: $R_j = 6 - R_j^*$, ou seja: a resposta verdadeiramente dada a uma proposição invertida R_j é igual a 6 menos a resposta dada R_j^* . Assim, o respondente que tenha respondido Discordo Totalmente =1 a um item invertido é como se tivesse respondido $6 - 1 = 5$ ao item não invertido.

2) Foi aberto o SPSS e selecionada a planilha Variable View. Na coluna Name foram introduzidos os nomes das proposições válidas (que passaram pelo teste anterior) As proposições com sinal invertido foram marcadas com a letra “s” .

3) O número de casas decimais foi ajustado para o valor zero.

4) Para cada uma das proposições foi introduzido os resultados obtidos na pesquisa com os respondentes dos grupos G1 e G2.

5) Foi selecionada a função para a análise: Analyse, Scale, Reliability Analysis. Foram marcados os testes a serem executados. O output do SPSS fornece diversos e importantes resultados:

Resultados

O quadro 4.8 *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.

Quadro 4.8 - Resumo dos casos processados

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

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

onde:

K= número de variáveis consideradas

cov= média das covariâncias

var= média das variâncias

Quadro 4.9 - 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”.

Quadro 4.10 - 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

É muito importante a análise do quadro 4.10 *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.

Quadro 4.11 - 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.

Os dados são fictícios.

Observar que no quadro 4.11 as proposições CS 5* e DE 7 estão correlacionadas negativamente. A proposição CS 5* (P20) tem o teor: “Não senti que era importante conhecer a legislação própria do meu negócio e como ela poderia afetar o meu negócio” e a proposição DE 7 (P25) tem o teor: “Quando pensei no negócio eu estava desempregado”. O fato desta última proposição contribuir de forma negativa para a aderência ao processo de empreender é mais compreensível do que o fato de não sentir a necessidade de conhecer a legislação referente ao negócio.

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”.

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).

4.6 - Variáveis e Hipóteses a Testar e Análise

A escala destinada a avaliar o grau de aderência do processo empreendedor do recém empreendedor ao processo empreendedor de Baron e Shane (2007) tem a apresentação mostrada no quadro 4.4 e está dividida em diversas partes correspondentes às subetapas do processo: reconhecer a oportunidade (RO), decidir empreender (DE), reunir recursos e efetuar o empreendimento (RR), construir

o sucesso e colher as recompensas (CS).O questionário, para fins de análise, será disposto como mostra o quadro 4.8. Tal questionário, a título ilustrativo, mostra uma possível resposta de um recém empresário.

4.6.1-Variáveis

Pode-se afirmar que o questionário possibilita a coleta das seguintes variáveis: 33 variáveis correspondentes a cada uma das proposições que podem ser analisadas individualmente;

M- município do empreendimento: 1=Jundiaí, 2=Várzea Paulista, 3=Campo Limpo Paulista, 4=Jarinu, 5=Louveira, 6=Itupeva 7=Cabreúva. S- setor econômico do empreendimento: 1=Comércio 2=Indústria 3=Serviços G-gênero do recém empreendedor (0=Feminino 1=Masculino) FE- faixa etária (1=18-25 2=26-33 3=34-41 4=>41) GI- grau de instrução (anos completos de estudos acadêmicos); CE- cursos específico sobre como empreender (0=Não 1=Sim)

EA- experiência anterior como empreendedor (variável dicotômica Sim / Não);

gaRO-grau de aderência de reconhecer a oportunidade, constituída pelas proposições: RO 1, RO 2*, RO 3, RO 4, RO 5, RO 6* e RO 8;

ga DE-grau de aderência de decidir empreender, constituída pelas proposições DE 1, DE 2*, DE 3, DE 4, DE 5 e DE 6;

ME-motivação do empreendimento constituída pela proposição DE 7;

geRR-grau de aderência de reunir recursos e efetuar o empreendimento, contituída pelas proposições RR 1, RR 2, RR 3, RR 4, RR 5, RR 6* e RR 8;

gaCS-grau de aderência de construir o sucesso e colher as recompensas constituída pelas proposições CS 1, CS 2, CS 3*, CS 4*, CS 5*, CS 6*, CS 7, CS 8*, CS 9, CS 11*, CS 12 e CS 13* e

gaPGE-grau de aderência ao processo geral de empreender, associado ao problema da pesquisa.

Quadro 4.12 - Questionário em análise

1=Jundiá, 2=Várzea Paulista, 3=Campo Limpo Paulista, 4=Jarinu, 5=Louveira, 6=Itupeva 7=Cabreúva.										3
Setor econômico: 1=Comércio 2=Indústria 3=Serviços										2
Gênero do empreendedor 0=Feminino 1=Masculino										1
Faixa etária: 1=18-25 2=26-33 3=34-41 4=>41										2
Grau de instrução (anos completos de estudos acadêmicos)										7
Fez curso específico sobre como empreender? 0=Não 1=Sim										0
Em que Instituição?										
Tinha experiência anterior como empreendedor? 0=Não 1=Sim										0
Seu e-mail:										
Observação:										
NI	V	P	Proposições	DT	D	I	C	CT	Ga	
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		1
RO 2*		P5	Não senti necessidade de colher informações sobre o mercado do negócio				o			2
RO 3		P9	Colhi informações sobre questões ambientais do negócio	x						3
RO 4		P13	Colhi informações sobre questões jurídicas do negócio			x				4
RO 5		P17	Elaborei uma lista de mudanças recentes no âmbito tecnológico	x						5
RO 6*		P21	Para o meu negócio não foi necessário pensar nas consequências do aumento ou da diminuição de pessoas na região		o					6
RO 8		P27	Organizei e criei conexões entre conhecimentos adquiridos sobre o negócio			x				7
RO-Graus de Discordância e Concordância				0,4286			0,2857		40,00	
DE 1	DE-Decidir empreender	P2	Decidi explorar imediatamente a oportunidade reconhecida				x			8
DE 2*		P6	Não tinha familiaridade com o tipo de negócio que montei	o						9
DE 3		P10	Sabia que o negócio ia gerar lucros dentro de certo tempo				x			10
DE 4		P14	Sempre me senti confortável com o negócio			x				11
DE 5		P18	O negócio satisfaz meu senso de status				x			12
DE 6		P22	O negócio é compatível com minhas habilidades.				x			13
DE-Graus de Discordância e Concordância				0,1667			0,6667		80,00	
DE 7	ME	P25	Quando pensei no negócio eu estava desempregado					x		5
RR 1	RR-Reunir recursos	P3	Me preocupei em como obter o capital necessário para o empreendimento				x			14
RR 2		P7	Sabia quanto seria o custo pago do capital empreendido	x						15
RR 3		P11	Reuni uma ampla gama de recursos necessários				x			16
RR 4		P15	Reuni informações básicas sobre recursos financeiros			x				17
RR 5		P19	Reuni informações básicas sobre recursos humanos				x			18
RR 6*		P23	Não achei necessário buscar informações especiais de como poderia utilizar a computação no meu empreendimento	o						19
RR 8		P28	Eu tinha capital necessário para o negócio ou conhecia potencial sócio.				x			20
RR-Graus de Discordância e Concordância				0,2857			0,5714		66,67	
CS 1	CS-Construir o sucesso	P4	Elaborei um plano de negócio formal		x					21
CS 2		P8	Fiz análises para determinar o preço de venda		x					22
CS 3*		P12	Não foi preciso estimar os custos fixos da empresa	o						23
CS 4*		P16	Não senti necessidade de fazer cálculos do volume de vendas para saber o ponto de equilíbrio do negócio		o					24
CS 5*		P20	Não senti que era importante conhecer a legislação própria do meu negócio e como ela poderia afetar o meu negócio			o				25
CS 6*		P24	Não foi necessário elaborar estudos para a localização para a abertura da empresa					x		26
CS 7		P26	O setor do negócio ainda vai crescer muito				x			27
CS 8*		P29	Não me preocupei com os aspectos socioambientais do negócio	o						28
CS 9		P30	Tenho uma vantagem competitiva bem definida			x				29
CS 11*		P31	Não achei necessário conhecer a fundo a complexidade das normas governamentais		o					30
CS 12		P32	Sabia a relação custos fixos/custos variáveis		x					31
CS 13*		P33	Não achei relevante conhecer os custos de estocagem		o					32
CS-Graus de Discordância e Concordância				0,6667			0,1667		20,00	
PGE-Graus de Discordância e Concordância				0,4375			0,4063		48,15	

Legenda:

NI: Número interno da proposição.

V: variável;

P: Número da proposição;

DT, D,I,C,CT: diferencial semântico.

Ga: grau de aderência. O símbolo o significa valor convertido. Os dados são fictícios.

4.6.2-Hipóteses

As hipóteses testadas estão numeradas de Ha a Hx, são expressas na sua forma alternativa e são derivadas dos objetivos geral e específicos.

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

H_{b1}: Não há diferença significativa do gaPGE considerando-se o gênero do recém empreendedor: $gaPGE_m = gaPGE_f$.

H_{c1}: Não há diferença significativa do gaPGE considerando-se o município onde se localiza o empreendimento: $gaPGE_{Mi} = gaPGE_{Mj}$.

H_{d1}: Não há diferença significativa do gaPGE considerando-se o setor econômico do empreendimento: $gaPGE_{Si} = gaPGE_{Sj}$.

H_{e1}: Não há diferença significativa do gaPGE considerando-se a faixa etária do recém empreendedor: $gaPGE_{FE1} = gaPGE_{FE2} = gaPGE_{FE3} = gaPGE_{FE4}$

H_{f1}: Não há diferença significativa do gaPGE considerando-se o grau de instrução do recém empreendedor: $gapPGE_{Gii} = gapPGE_{Gij}$.

H_{g1}: Há diferença significativa do gaPGE considerando-se o fato do do recém empreendedor ter feito curso específico para empreender antes ou durante o processo de empreender: $gapPGE_{CE1} > gapPGE_{CE0}$.

H_{h1}: Há diferença significativa do gaPGE considerando-se o fato do do recém empreendedor ter experiência anterior como empreendedor: $gapPGE_{EA1} > gapPGE_{EA0}$.

H_{i1}: Os recém-empresendedores possuem baixa aderencia ao processo de reconhecer a oportunidade isto é, a variável gaRO é inferior a 30,0.

H_{j1}: Os recém-empresendedores possuem baixa aderencia ao processo de decidir empreender isto é, a variável gaDE é inferior a 30,0.

H_{k1}: Os recém-empresendedores possuem baixa aderencia ao processo de reunir recursos isto é, a variável gaRR é inferior a 30,0.

H_{11} : Os recém-empresendedores possuem baixa aderência ao processo de construir o sucesso isto é, a variável $gaCS$ é inferior a 30,0.

H_{m1} : Empresendedores por oportunidade são significativamente em menor proporção do que os empresenedores por necessidade isto é a proporção de respostas discordantes de ME é menor do que a proporção das respostas concordantes.

H_{n1} : Empresenedores por oportunidade (que discordam da proposição DE 7) possuem significativamente um maior grau de aderência ao processo de empreender de Baron e Shane (2007) do que empresenedores por necessidade (que concordam com a proposição DE 7), isto é, $gaPGE_{op} > gaPGE_{nec}$.

4.6.3-Análise

As análises foram feitas usando o software Minitab r16.1 e BioEsat 5.0.

O grau de aderência (ga) dos indicadores apresentados acima foi calculado por um oscilador que mostra a força relativa entre a discordância (respostas em DT e D) e a concordância (respostas em C e CT). As respostas em I foram desconsideradas. O oscilador para exprimir o grau de aderência segue a proposta de Wilder (1981) e gera um número entre um mínimo de zero e um máximo de 100. Os níveis 20 e 80 são níveis de referência respectivamente para aderência baixa e aderência alta. A

fórmula geral é: $gaV = 100 - \left(\frac{100}{\frac{C}{D} + 1} \right)$

No exemplo mostrado no quadro 4.9 o grau de aderência $gaRO$ (reconhecer a oportunidade) foi calculado da seguinte forma:

Grau de discordância (3 sinais em DT e D em 7 linhas) = $3/7 = 0,429$

Grau de concordância (2 sinais em C e CT em 7 linhas) = $2/7 = 0,286$

$$gaRO = 100 - \left(\frac{100}{\frac{0,286}{0,429} + 1} \right) = 100 - \left(\frac{100}{0,667 + 1} \right) = 100 - \left(\frac{100}{1,667} \right) = 100 - 60 = 40$$

No mesmo exemplo é calculado o grau de aderência ao processo empreendedor $gaPGE$ da seguinte forma:

Grau de discordância (14 sinais em DT e D em 32 linhas) = $14/32 = 0,448$

Grau de concordância (13 sinais em C e CT em 32 linhas) = $13/32 = 0,406$

$$gaPGE = 100 - \left(\frac{100}{\frac{0,406}{0,448} + 1} \right) = 100 - \left(\frac{100}{0,906 + 1} \right) = 100 - \left(\frac{100}{1,906} \right) = 100 - 51,85 = 48,15$$

4.6.4 - Testes de hipóteses

As variáveis $gaPGE$ (aderência ao processo geral de empreender), $gaRO$ e outras semelhantes na medida em que são calculadas por oscilador estocástico são variáveis de razão.

Para testar as hipóteses H_{a1} (Os recém-empresendedores possuem baixa aderencia ao processo geral de empreender proposto por Baron e Shane isto é, a variável **gaPGE** é inferior a 30,0); H_{i1} (Os recém-empresendedores possuem baixa aderencia ao processo de reconhecer a oportunidade isto é, a variável **gaRO** é inferior a 30,0); H_{j1} (Os recém-empresendedores possuem baixa aderencia ao processo de decidir empreender isto é, a variável **gaDE** é inferior a 30,0); H_{k1} (Os recém-empresendedores possuem baixa aderencia ao processo de reunir recursos isto é, a variável **gaRR** é inferior a 30,0; e H_{l1} (Os recém-empresendedores possuem baixa aderencia ao processo de construir o sucesso isto é, a variável **gaCS** é inferior a 30,0) basta averiguar se a média das observações é significativamente maior do que 30,0.

Inicialmente são apresentadas estatísticas descritivas das variáveis como ilustra a tabela 4.2 mostrando a média, desvio padrão e a mediana.

Tabela 4.2- Estatísticas descritivas referentes a diversos graus de aderência

Descriptive Statistics: gaRO; gaDE; gaRR; gaCS; gaPGE				
Total				
Variable	Count	Mean	StDev	Median
gaRO	373	32,212	0,964	32,180
gaDE	373	42,175	0,947	42,146
gaRR	373	47,330	1,008	47,299
gaCS	373	29,224	0,987	29,163
gaPGE	373	34,253	0,997	34,248

Fonte: Autor. Dados fictícios.

O teste t pode verificar a hipótese H_{i1} (Os recém empreendedores possuem baixa aderência ao processo de reconhecer a oportunidade isto é, a variável **gaRO** é inferior a 30,0);

Tabela 4.3 - Teste da hipótese H_{i1}

One-Sample T: gaRO							
Test of mu = 30 vs not = 30							
Variable	N	Mean	StDev	SE Mean	95% CI	T	P
gaRO	373	32,2116	0,9641	0,0499	(32,1134; 32,3097)	44,30	0,000

Fonte: Autor. Dados fictícios.

Como mostra a tabela 4.3 a variável gaRO calculada está ao nível de confiança de 0,05 compreendida entre os valores 32,11 e 32,31 pelo que se rejeita a hipótese H_{i1} . Com procedimentos semelhantes serão testadas as hipóteses H_{a1} , H_{j1} , H_{k1} e H_{l1} .

Gráficos ilustrativos podem ser utilizados, como mostra a figura 4.2.

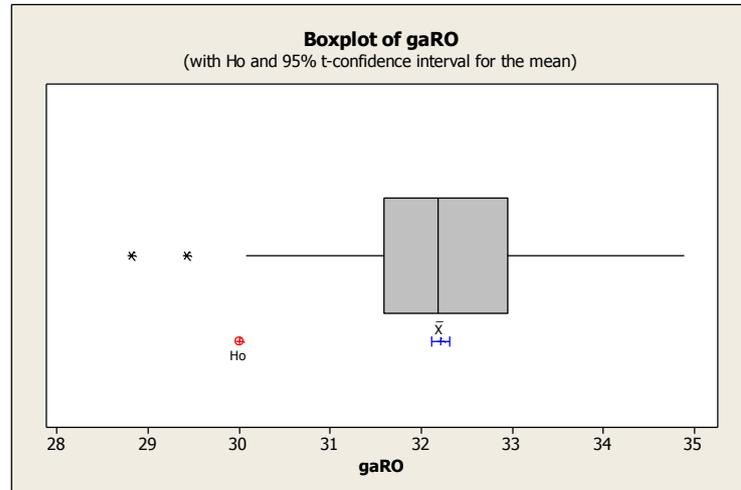


Figura 4.2 - Output do Minitab referente ao teste da hipótese H_{i1}

Hipóteses que averiguam se existe diferença significativa no grau de aderência considerando-se uma outra variável, como ocorre nas hipóteses H_{b1} (Não há diferença significativa do gaPGE considerando-se o gênero do recém empreendedor: $gaPGE_m = gaPGE_f$), H_{c1} (Não há diferença significativa do gaPGE considerando-se o município onde se localiza o empreendimento: $gaPGE_{Mi} = gaPGE_{Mj}$), H_{d1} (Não há diferença significativa do gaPGE considerando-se o setor econômico do empreendimento: $gaPGE_{Si} = gaPGE_{Sj}$), H_{e1} (Não há diferença significativa do gaPGE considerando-se a faixa etária do recém empreendedor: $gaPGE_{FE1} = gaPGE_{FE2} = gaPGE_{FE3} = gaPGE_{FE4}$), H_{f1} (Não há diferença significativa do gaPGE considerando-se o grau de instrução do recém empreendedor: $gapPGE_{G1i} = gapPGE_{G1j}$); H_{g1} (Há diferença significativa do gaPGE considerando-se o fato do do recém empreendedor ter feito curso específico para empreender antes ou durante o processo de empreender: $gapPGE_{CE1} > gapPGE_{CE0}$), H_{h1} (Há diferença significativa do gaPGE considerando-se o fato do do recém empreendedor ter experiência anterior como empreendedor: $gapPGE_{EA1} > gapPGE_{EA0}$), H_{n1} (Empreendedores por oportunidade (que discordam da proposição DE 7) possuem significativamente um maior grau de aderência ao processo de empreender de Baron e Shane (2007) do que empreendedores por necessidade (que concordam com a proposição DE 7), isto é, $gaPGE_{op} > gaPGE_{nec}$) podem ser testadas como se ilustra a seguir.

Seja a título de exemplo a hipótese H_{b1} (Não há diferença significativa do gaPGE considerando-se o gênero do recém empreendedor: $gaPGE_m = gaPGE_f$). Inicialmente se faz a estratificação por gênero (masculino e feminino) e se obtém estatísticas descritivas como mostra a tabela 4.4.

Tabela 4.4 - Estatísticas descritivas referentes à hipótese H_{b1}

Descriptive Statistics: gaPGE _m ; gaPGE _f				
Total				
Variable	Count	Mean	StDev	Median
gaPGE _m	115	34,248	0,994	34,394
gaPGE _f	258	34,256	1,000	34,203

Fonte: Autor. Dados fictícios.

O resultado mostra que não diferem significativamente como se pode ver pela tabela 4.5.

Tabela 4.5 - Teste t para análise da hipótese H_{b1}

Two-Sample T-Test and CI: gaPGE _m ; gaPGE _f				
Two-sample T for gaPGE _m vs gaPGE _f				
N	Mean	StDev	SE Mean	
gaPGE _m	115	34,248	0,994	0,093
gaPGE _f	258	34,26	1,00	0,062
Difference = mu (gaPGE _m) - mu (gaPGE _f)				
Estimate for difference: -0,007702				
95% CI for difference: (-0,227808; 0,212403)				
T-Test of difference = 0 (vs not =): T-Value = -0,07 P-Value = 0,945 DF = 371				
Both use Pooled StDev = 0,9983				

Fonte: Autor. Dados fictícios.

A hipótese H_{m1} (Empreendedores por oportunidade são significativamente em menor proporção do que os empreendedores por necessidade isto é a proporção de

respostas discordantes de ME é menor do que a proporção das respostas concordantes) pode ser testada com teste binomial de duas proporções. A título de exemplo admita-se que 83 recém empreendedores se declararam empreendedores que podem ser considerados “por oportunidade”. Num total de 373 empreendedores 50% deles (186) são de oportunidade caso a proporção seja indiferente.

A figura 4.3 mostra o resultado do teste que pode ser aplicado (teste binomial para duas proporções). O resultado mostra que as proporções diferem significativamente aceitando-se a hipótese H_{m1} ao nível de significância de 0,05.

The screenshot shows a dialog box titled "Teste binomial: duas proporções" with a close button (X) in the top right corner. Below the title bar is a "Imprimir" button. The main area is divided into two sections: "Entrada de dados" and "Resultados".

Entrada de dados:

	Amostra 1	Amostra 2
Tamanho da amostra	373	373
No. de sucessos	186	83

Below the input table are two buttons: "Executar" and "Cancelar".

Resultados:

Z = 7.8536
 $p_1 = 0.4987$
 $p_2 = 0.2225$

	Unilateral $p_1 < p_2$ ou $p_1 > p_2$	Bilateral $p_1 \neq p_2$
p-valor	< 0.0001	< 0.0001
Poder (0.05)	1.0000	1.0000

Figura 4.3 - Output do BioEstat 5.0 para o teste binomial de duas proporções

No item seguinte são apresentadas as etapas da pesquisa.

4.7 - OPERACIONALIZAÇÃO DA PESQUISA

A operacionalização da pesquisa descreve os passos principais da mesma. Tais passos, de uma forma genérica, são os seguintes:

1 - Elaborar a lista dos recém empreendimentos da AUJ: Jundiaí, Várzea Paulista, Campo Limpo Paulista, Jarinu, Louveira, Itupeva e Cabreúva.

- 2 - Selecionar aleatoriamente os empreendimentos a serem pesquisados;
- 3 - Obter endereços dos empreendimentos selecionados;
- 4 – Contactar os responsáveis pelos empreendimentos selecionados e solicitar a participação na pesquisa;
- 5 - Atuar de forma a obter 100% de retorno de respostas, dos sujeitos selecionados;
- 6 - Tabular respostas recebidas;
- 7 - Proceder à análise dos resultados como descrito acima.

4.8- LIMITAÇÕES DA PESQUISA

A presente pesquisa levará em conta que:

- 1-os sujeitos pesquisados são responsáveis por recém-empresendimentos sediados na da AUJ: Jundiaí, Várzea Paulista, Campo Limpo Paulista, Jarinu, Louveira, Itupeva e Cabreúva;
- 2-considera como sendo verdadeiras as respostas dadas pelos respondentes.

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 empreendedores do Aglomerado Urbano de Jundiaí.

O universo populacional é composto dos recém-empresendedores de MPE da Aglomeração Urbana de Jundiaí (AUJ), isto é, empreendedores 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 (tabela 5.1). Grande parte dos respondentes são comerciantes (tabela 5.2). A proporção das mulheres fica bem abaixo da proporção naturalmente esperada (cerca de 50%): apenas 1/3 dos respondentes são do sexo feminino (tabela 5.3).

Tabela 5.6 - Campo Limpo Paulista foi o município com maior número de respondentes

Qtde	%	Município
48	18.97	Jundiaí
56	22.13	Várzea Paulista
76	30.04	Campo Limpo Paulista
30	11.86	Jarinu
16	6.32	Louveira
20	7.91	Itupeva
7	2.77	Cabreúva
253	100	Total

Fonte: Autor

Tabela 5.7 - Comerciantes representam mais de 2/3 da amostra

Qtde	%	Tipo
173	68.38	Comércio
33	13.04	Indústria
47	18.58	Serviços
253	100.00	TOTAL

Fonte: Autor

Tabela 5.8 - Mulheres representam apenas 1/3 dos respondentes

Qtde	%	Gênero
86	33.99	Feminino
167	66.01	Masculino
253	100.00	

Fonte: Autor

Tabela 5.9 - Mulheres e homens distribuem-se desproporcionalmente pelos setores econômicos

em %	Feminino	Masculino	Totais
Comércio	23.32	45.06	68.38
Indústria	2.77	10.28	13.04
Serviços	7.91	10.67	18.58
Totais	33.99	66.01	100

Fonte: Autor

Se fizer análise conjunta das tabelas 5.2 e 5.3 notar-se-á que a presença feminina na indústria é muito inferior à presença nos demais setores. Um 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 empreendedores que tenham iniciado o negócio há menos de dois anos e meio e que a maior parte dos respondentes tem mais de 41 anos (tabela 5.5) pode-se considerar que os recém-empreendedores chegam maduros ao seu primeiro negócio.

Tabela 5.10 - Maduros são empreendedores

Qtde	%	Faixa etária
15	5.93	1: 18-25
70	27.67	2: 26-33
81	32.02	3: 34-41
87	34.39	4: >41
253	100	Total

Fonte: Autor

Tabela 5.11 - Homens e mulheres não se diferenciam por instrução

Masculino	%	Feminino	%	Anos de instrução
16	9.58	5	5.81	0
29	17.37	18	20.93	1 a 5
87	52.10	45	52.33	6 a 10
35	20.96	18	20.93	≥11
167	100	86	100	Total

Fonte: Autor

A maioria dos recém-empreendedores tem de 6 a 10 anos de estudo e não há diferença significativa na forma de distribuição dos anos de instrução por gênero como mostra a tabela 5.6). Dos 21 casos sem estudo formal, 12 (57%) estão na faixa etária >41 e os demais na faixa etária 34 a 41.

Tabela 5.12 - Mulheres estudam como empreendedor

Curso específico sobre como empreender		Gênero		Totais
		Fem	Masc	
Curso	Não fez	54	118	172
	Fez	32	49	81
Totais		86	167	253

Fonte: Autor

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.

Tabela 5.13 - Homens e mulheres não diferem e experiência anterior

		Gênero		Totais
		Fem	Masc	
Experiência anterior	Não tinha	64	134	198
	Tinha	22	33	55
Totais		86	167	253

Fonte: Autor

Tabela 5.14 - Experiência anterior conta na busca de curso específico

		Curso específico como empreendedor		Totais
		Fez	Não fez	
Experiência anterior	Não tinha	54	144	198
	Tinha	27	28	55
Totais		81	172	253

Fonte: Autor

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 analisadas alguns dados para investigar até que ponto os recém-empresendedores 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. A tabela 5.10 mostra que 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-empresendedores ao processo geral de empreender (gaPGE) proposto por Baron e Shane (2007) medido pelo estocástico de Wilder (1981) é dado por:

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

De acordo com a tabela 4.10 este resultado deve ser interpretado como de aderência moderada.

Tabela 5.15 - 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 5.15 Aderência ao modelo é moderada**Descriptive Statistics: Aderencia**

Variable	Mean	StDev	Minimum	Q1	Median	Q3	Maximum
Aderencia	57.678	13.286	20.690	48.150	57.890	66.670	91.670

Fonte: Autor

Foram calculados os graus de aderência de cada respondente e a tabela 5.15 faz uma análise descritiva dos valores encontrados. O valor mínimo foi de 20,69 e o máximo 91,67.

Tabela 5.16 - Homens julgam-se mais aderentes ao processo em empreender

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

Fonte: Autor

Com relação ao processo de empreender, os respondentes foram estratificados pelo grau de aderência segundo Nihans. A classificação deu como classe A o grau de aderência igual ou superior a 60,73; classe B entre 53,22 e 60,73 e abaixo de 53,22 como de classe C. O resultado encontra-se na tabela 5.12. Pelo χ^2 num teste para observar a independência das amostras o p-value calculado foi de 0,0116, o que significa que o gênero masculino respondeu de forma mais aderente ao processo do que o gênero feminino.

5.1.3 - Aderência aos subprocessos

O processo de empreender de acordo com Baron e Shane (2007) é dividido em alguns subprocessos, a saber:

RO: subprocesso de reconhecer a oportunidade;

DE: subprocesso Decidir empreender;

RR: subprocesso Reunir recursos; e

CS: subprocesso Construir Sucesso

O questionário aplicado permite que sejam estratificadas as respostas referentes a cada um dos subprocessos possibilitando uma análise dos mesmos.

Tabela 5.17 - Os graus de aderência média aos subprocessos foram superiores a 50

Descriptive Statistics: RO; DE; RR; CS; Amed							
Variable	N	N*	Mean	StDev	Minimum	Median	Maximum
RO	253	0	58.93	24.34	0.000000000	60.00	100.00
DE	253	0	66.83	22.98	0.000000000	66.67	100.00
RR	253	0	59.38	29.60	0.000000000	60.00	100.00
CS	253	0	53.90	18.32	0.000000000	55.56	100.00
Amed	253	0	59.760	14.585	25.000	60.710	93.750

Legenda: RO: subprocesso de reconhecer a oportunidade; DE: subprocesso Decidir empreender; RR: subprocesso Reunir recursos; CS: subprocesso Construir Sucesso. Amed: aderência média aos subprocessos.

Fonte: Autor.

Tabela 5.18 - 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	CI Lower	CI Upper
RO	253	58.93	24.34	55.0	60.0
DE	253	66.83	22.98	60.0	65.0
RR	253	59.38	29.60	55.0	60.0
CS	253	53.90	18.32	55.0	60.0

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 5.19 - 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	CI Lower	CI Upper
RO	197	58.86	23.88	56.0	63.0
DE	197	68.26	21.74	63.0	70.0
RR	197	60.00	29.74	56.0	63.0
CS	197	54.49	18.13	56.0	63.0
ROd	56	59.19	26.11	56.0	63.0
DEd	56	61.82	26.49	56.0	63.0
RRd	56	57.17	29.27	56.0	63.0
CSd	56	51.84	18.99	56.0	63.0

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.

Tabela 5.20 - Gênero masculino adere significativamente mais ao subprocesso Reconhecer oportunidade

One-way ANOVA: ROF; ROm					
Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	1	3686	3686	6.35	0.012
Error	251	145605	580		
Total	252	149291			

S = 24.09 R-Sq = 2.47% R-Sq(adj) = 2.08%

Individual 95% CIs For Mean Based on Pooled StDev

Level	N	Mean	StDev	-----+-----+-----+-----+-----
ROf	86	53.61	24.59	(-----*-----)
ROm	167	61.67	23.82	(-----*-----)

-----+-----+-----+-----+-----
50.0 55.0 60.0 65.0

Pooled StDev = 24.09

Legenda: f: gênero feminino; m: gênero masculino; RO: subprocesso de reconhecer a oportunidade. Fonte: Autor.

Tabela 5.21 - Gênero feminino adere mais ao subprocesso Decidir Empreender

One-way ANOVA: DEf; DEm					
Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	1	758	758	1.44	0.231
Error	251	132287	527		
Total	252	133045			

S = 22.96 R-Sq = 0.57% R-Sq(adj) = 0.17%

Individual 95% CIs For Mean Based on Pooled StDev

Level	N	Mean	StDev	-----+-----+-----+-----+-----
DEf	86	69.24	24.80	(-----*-----)
DEm	167	65.59	21.95	(-----*-----)

-----+-----+-----+-----+-----
63.0 66.5 70.0 73.5

Pooled StDev = 22.96

Legenda: f: gênero feminino; m: gênero masculino; DE: subprocesso Decidir empreender. Fonte: Autor.

Tabela 5.22 - No subprocesso Reunir recursos não há diferença alguma quanto à aderência no que se refere ao gênero do empreendedor

One-way ANOVA: RRf; RRm					
Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	1	14	14	0.02	0.900
Error	251	220779	880		
Total	252	220793			

S = 29.66 R-Sq = 0.01% R-Sq(adj) = 0.00%

Individual 95% CIs For Mean Based on Pooled StDev

Level	N	Mean	StDev	-----+-----+-----+-----+-----
RRf	86	59.05	28.58	(-----*-----)
RRm	167	59.55	30.19	(-----*-----)

-----+-----+-----+-----+-----
56.0 59.5 63.0 66.5

Pooled StDev = 29.66

Legenda: f: gênero feminino; m: gênero masculino; RR: subprocesso Reunir recursos. Fonte: Autor.

Tabela 5.23 - Mulheres desempregadas apresentam uma aderência ligeiramente inferior ao subprocesso Reunir Recursos

One-way ANOVA: RRf; RRfd; RRm; RRmd					
Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	3	716	239	0.27	0.847
Error	249	220077	884		
Total	252	220793			

S = 29.73 R-Sq = 0.32% R-Sq(adj) = 0.00%

Individual 95% CIs For Mean Based on Pooled StDev

Level	N	Mean	StDev	CI Lower	CI Upper
RRf	72	60.26	29.55	40.0	64.0
RRfd	14	52.79	22.84	48.0	56.0
RRm	125	59.85	29.96	40.0	64.0
RRmd	42	58.63	31.23	40.0	64.0

Pooled StDev = 29.73

Legenda: f: gênero feminino; m: gênero masculino; RR: subprocesso Reunir Recursos. Fonte: Autor.

Tabela 5.24 - Homens aderem ligeiramente mais ao subprocesso Construir sucesso

One-way ANOVA: CSf; Csm					
Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	1	794	794	2.38	0.124
Error	251	83744	334		
Total	252	84538			

S = 18.27 R-Sq = 0.94% R-Sq(adj) = 0.54%

Individual 95% CIs For Mean Based on Pooled StDev

Level	N	Mean	StDev	CI Lower	CI Upper
CSf	86	51.43	16.16	48.0	57.0
Csm	167	55.17	19.26	48.0	57.0

Pooled StDev = 18.27

Legenda: f: gênero feminino; m: gênero masculino; CS: subprocesso Construir sucesso. Fonte: Autor

5.1.4-Consistência das respostas

Foi feita uma análise da consistência das respostas dadas. Considerou-se, para o caso um conjunto de proposições (p4, p8, p16 e p19) como mostra o quadro 5.1. Se o respondente apontou D ou DT para a proposição p4 ele tenderia a responder de forma discordante às outras proposições do conjunto (ajustadas); se tivesse respondido C ou CT à proposição p4, para ser coerente deveria responder de forma concordante às outras proposições do conjunto (ajustadas).

Quadro 5.13- Pontos para averiguar a consistência das respostas coletadas

P	Proposições	DT	D	I	C	CT
P4	Elaborei um plano de negócio formal	x				
P8	Fiz análises para determinar o preço de venda	x				
P16	Não senti necessidade de fazer cálculos do volume de vendas para saber o ponto de equilíbrio do negócio					x
P19	Reuni informações básicas sobre recursos humanos	x				

Fonte: Autor

Calculou-se a mediana ajustada das respostas p8, p16 e p19 e comparou-se com a resposta p4. Uma diferença nula ou de 1 ou -1 ponto foi considerado resposta bem coerente. Respostas com diferenças de 3 ou mais pontos mostravam inconsistência. No total (como mostra a tabela 5.21) 43 questionários (17%) foram considerados de respostas inconsistentes.

O teste G de independência apresentou um p-value de 0.3567 o que indica que não há diferença significativa quanto a gênero: homens e mulheres foram inconsistentes basicamente na mesma proporção.

Tabela 5.25 - 17% dos questionários obtidos podem ser considerados inconsistentes quanto ao teor das respostas

Diferença de pontos	Qtde respondentes	Gênero Masculino	Gênero Feminino
4	15	13	2
3	28	21	7
Totais	43	34	9

Fonte: Autor

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

A tabela 5.23 faz uma comparação do grau de aderência ao processo, entre os respondentes que afirmaram não ter feito plano formal de negócio (p4disc= D e DT) e os que afirmaram ter feito tal plano (p4conc= C e CT). Há uma diferença significativa no grau de aderência (p.value= 0.000) mas a média dos discordantes ainda é bem superior a 30.

Tabela 5.28 - Aderência ao modelo tende à indiferença

One-way ANOVA: P4disc; P4conc

Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	1	2931.6	2931.6	29.97	0.000
Error	125	12226.3	97.8		
Total	126	15157.9			

S = 9.890 R-Sq = 19.34% R-Sq(adj) = 18.70%

Level	N	Mean	StDev	Individual 95% CIs For Mean Based on Pooled StDev
P4disc	85	52.751	10.031	(-----*-----)
P4conc	42	62.964	9.595	(-----*-----)

52.0 56.0 60.0 64.0

Pooled StDev = 9.890

Obs.: Dados com respondentes considerados consistentes. Legenda: P4disc: respondentes discordantes à proposição p4; P4 conc: respondentes concordantes à proposição p4. Fonte: Autor

De certa forma este resultado surpreende: dos 127 respondentes considerados para esta análise (desconsideraram-se as respostas 3 à proposição p4) 85 deles (67%) responderam com D ou DT à proposição p4 e, mesmo assim esses apresentaram um grau médio de aderência ao processo de 52,751.

H_{b1} : Não há diferença significativa do gaPGE considerando-se o gênero do recém empreendedor: $gaPGE_m = gaPGE_f$.

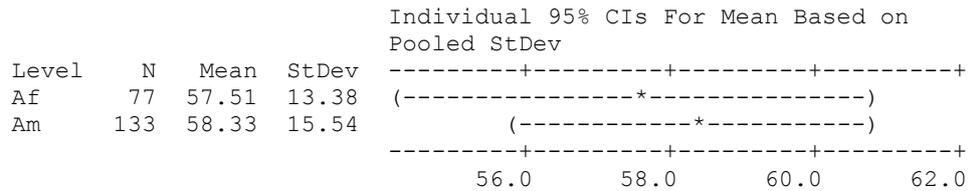
Hipótese não rejeitada. As médias da aderência não diferem significativamente (p-value: 0,699).

Tabela 5.29 - Homens e mulheres não diferem quanto ao grau de aderência ao processo

One-way ANOVA: Af; Am

Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	1	33	33	0.15	0.699
Error	208	45497	219		
Total	209	45530			

S = 14.79 R-Sq = 0.07% R-Sq(adj) = 0.00%



Pooled StDev = 14.79

Obs.: Dados com respondentes considerados consistentes. Legenda: Af: grau de aderência ao processo gênero feminino; Am: grau de aderência ao processo gênero masculino. Fonte: Auto

H_{c1} : Não há diferença significativa do gaPGE considerando-se o município onde se localiza o empreendimento: $gaPGE_{Mi} = gaPGE_{Mj}$.

Hipótese não rejeitada. Foram analisadas respostas provenientes de sete municípios. O maior número de questionários obtidos foi de Campo Limpo Paulista (70/210 ou 33,33%) seguido de Várzea Paulista (43/210 ou 20,5%) e Jundiaí (36/210 ou 17,1%). Jundiaí destaca-se por apresentar uma média relativamente superior aos demais municípios com pequeno desvio padrão. Não há diferença significativa, entretanto, ao nível de significância de 0,05 (p-value= 0,407)

Tabela 5.30 - Jundiá e Cabreúva possuem respondentes mais aderentes ao processo de empreendedorismo

One-way ANOVA: 1-Jund; 2-VPaul; 3-CLP; 4-Jarinu; 5-Louv; 6-Itupeva; 7-Cabre					
Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	6	1345	224	1.03	0.407
Error	203	44186	218		
Total	209	45530			

S = 14.75 R-Sq = 2.95% R-Sq(adj) = 0.08%

Individual 95% CIs For Mean Based on Pooled StDev				
Level	N	Mean	StDev	
1-Jund	36	61.66	12.11	(-----*-----)
2-VPaul	43	55.99	14.08	(-----*-----)
3-CLP	70	59.46	13.89	(---*-----)
4-Jarinu	23	55.49	16.18	(-----*-----)
5-Louv	16	53.61	16.63	(-----*-----)
6-Itupeva	18	56.52	17.98	(-----*-----)
7-Cabre	4	61.45	25.81	(-----*-----)

48.0 56.0 64.0 72.0

Pooled StDev = 14.75

Obs.: Dados com respondentes considerados consistentes. Legenda: 1-Jundiá; 2-Várzea Paulista; 3-Campo Limpo Paulista; 4-Jarinu; 5-Louveira; 6-Itupeva; 7-Cabreúva Fonte: Autor

H_{d1} : Não há diferença significativa do gaPGE considerando-se o setor econômico do empreendimento: $gaPGE_{Si} = gaPGE_{Sj}$.

Hipótese não rejeitada. Embora o setor de serviços apresente uma aderência maior, a diferença não é significativa ao nível de significância 0.05 (p -value= 0,160).

A maior parte dos empreendimentos são do setor comercial (148/210 ou 70,5%). Indústria concorre com 25 empreendimentos e serviços com 37 (17,6%) como mostra a tabela 5.26.

Tabela 5.31 - Os empreendedores de serviços possuem média de aderência ao processo ligeiramente maior do que os demais setores

One-way ANOVA: 1-Comercio; 2-Indústria; 3-Serviços					
Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	2	799	399	1.85	0.160
Error	207	44731	216		
Total	209	45530			

S = 14.70 R-Sq = 1.75% R-Sq(adj) = 0.81%

Individual 95% CIs For Mean Based on Pooled StDev				
Level	N	Mean	StDev	
1-Comercio	148	56.84	15.31	(-----*-----)
2-Indústria	25	59.38	14.58	(-----*-----)
3-Serviços	37	61.87	12.00	(-----*-----)

56.0 59.5 63.0 66.5

Pooled StDev = 14.70

Obs.: Dados com respondentes considerados consistentes. Legenda: 1-Comércio; 2-Indústria; 3-Serviços. Fonte: Autor

H_{e1} : Não há diferença significativa do gaPGE considerando-se a faixa etária do recém empreendedor: $gaPGE_{FE1} = gaPGE_{FE2} = gaPGE_{FE3} = gaPGE_{FE4}$

Hipótese não rejeitada. Não há diferença significativa, ao nível de significância de 0,05 entre a aderência ao processo considerando a faixa etária do recém-empreendedor.

Tabela 5.32 - Maduros são mais numerosos e menos aderentes

One-way ANOVA: 1-18a25; 2-26a33; 3-34a41; 4- > 41

Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	3	912	304	1.40	0.243
Error	206	44618	217		
Total	209	45530			

S = 14.72 R-Sq = 2.00% R-Sq(adj) = 0.58%

Level	N	Mean	StDev	Individual 95% CIs For Mean Based on Pooled StDev
1-18a25	12	64.40	14.90	(-----*-----)
2-26a33	60	59.75	13.15	(-----*-----)
3-34a41	67	57.07	13.04	(-----*-----)
4- > 41	71	56.41	17.21	(-----*-----)

-----+-----+-----+-----
55.0 60.0 65.0 70.0

Pooled StDev = 14.72

Obs.: Dados com respondentes considerados consistentes. Legenda: 1, 2, 3 e 4, faixas etárias. Fonte: Autor

Os recém-empreendedores a partir dos 34 anos apresentam menor aderência.

H_{f1} : Não há diferença significativa do gaPGE considerando-se o grau de instrução do recém empreendedor: $gapPGE_{Gij} = gapPGE_{Gij}$.

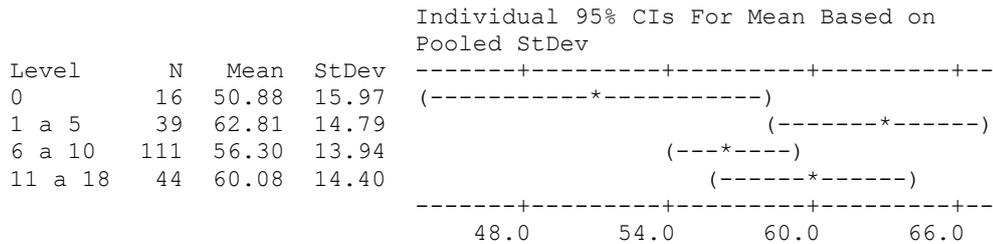
Hipótese rejeitada. Foram feitos dois testes quanto à aderência considerando o nível de instrução formal. Inicialmente foi feito um teste ANOVA considerando os respondentes que apontaram baixo nível de instrução. Estes respondentes ou apontaram 0 ou deixaram a resposta em branco. A diferença foi significativa, ao nível de significância 0,05 com p-value = 0,02.

Tabela 5.33 - Empreendedores sem estudo formal aderem ao processo significativamente menos do que os que possuem instrução formal.

One-way ANOVA: 0; 1 a 5; 6 a 10; 11 a 18

Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	3	2130	710	3.37	0.020
Error	206	43400	211		
Total	209	45530			

S = 14.51 R-Sq = 4.68% R-Sq(adj) = 3.29%



Pooled StDev = 14.51

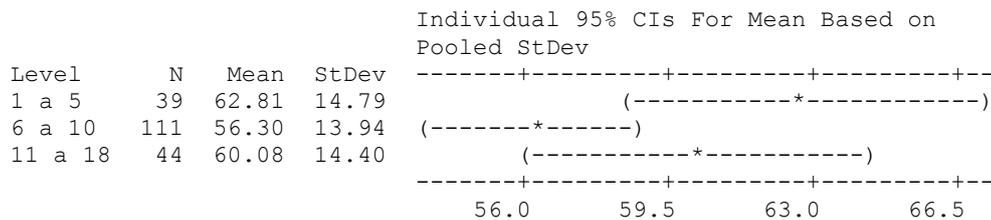
Obs.: Dados com respondentes considerados consistentes. Legenda: Level: quantidade de anos de instrução formal.. Fonte: Autor

Tabela 5.34 - Empreendedores com 6 a 10 anos de estudo possuem menos aderência ao processo

One-way ANOVA: 1 a 5; 6 a 10; 11 a 18

Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	2	1371	685	3.39	0.036
Error	191	38622	202		
Total	193	39993			

S = 14.22 R-Sq = 3.43% R-Sq(adj) = 2.42%



Pooled StDev = 14.22

Obs.: Dados com respondentes considerados consistentes. Legenda: Level: quantidade de anos de instrução formal.. Fonte: Autor

Um outro teste foi feito, desta vez desconsiderando os respondentes que apontaram zero anos de instrução formal ou deixaram a resposta em branco. A diferença também foi significativa ao nível de significância 0,05 com p-value = 0,036. Curioso ressaltar que os que possuem menor nível de instrução apresentam uma maior

aderência ao processo. É possível que tenha havido um viés de interpretação do questionário.

H_{g1} : Há diferença significativa do gaPGE considerando-se o fato do do recém empreendedor ter feito curso específico para empreender antes ou durante o processo de empreender: $gapPGE_{CE1} > gapPGE_{CE0}$.

Hipótese não rejeitada. Efetivamente o teste ANOVA mostra uma diferença significativa, ao nível de significância de 0,05 entre a aderência dos recém-empreendedores que fizeram curso específico de empreendedor e os que não fizeram. Os que fizeram curso específico de empreendedor apresentam uma maior aderência ao processo (tabela 5.30).

Tabela 5.35 - Recém-empreendedores que fizeram curso específico de empreendedorismo aderem mais ao processo

One-way ANOVA: Não Fez Curso; Fez Curso					
Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	1	1285	1285	6.04	0.015
Error	208	44245	213		
Total	209	45530			
S = 14.58 R-Sq = 2.82% R-Sq(adj) = 2.36%					
Individual 95% CIs For Mean Based on Pooled StDev					
Level	N	Mean	StDev	-+-----+-----+-----+-----	
Não Fez Curso	139	56.26	14.12	(-----*-----)	
Fez Curso	71	61.49	15.47	(-----*-----)	
				-+-----+-----+-----+-----	
				54.0	57.0 60.0 63.0
Pooled StDev = 14.58					

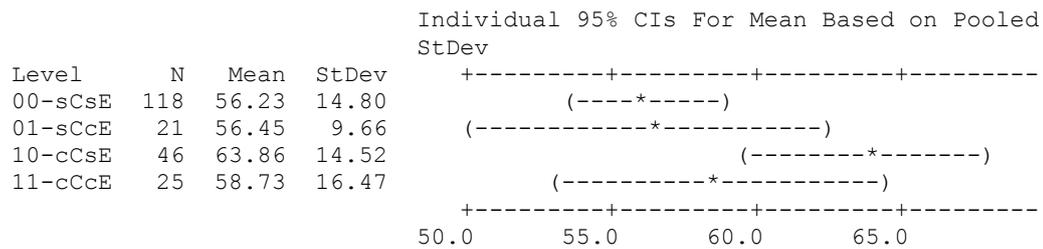
Obs.: Dados com respondentes considerados consistentes. Legenda: Level: Não fez curso específico para empreendedor / Fez curso. Fonte: Autor

Tabela 5.36 - Recém-empresendedores que fizeram curso específico mas não possuem experiência anterior aderem significativamente mais ao processo

One-way ANOVA: 00-sCsE; 01-sCcE; 10-cCsE; 11-cCcE

Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	3	2005	668	3.16	0.026
Error	206	43504	211		
Total	209	45509			

S = 14.53 R-Sq = 4.41% R-Sq(adj) = 3.01%



Pooled StDev = 14.53

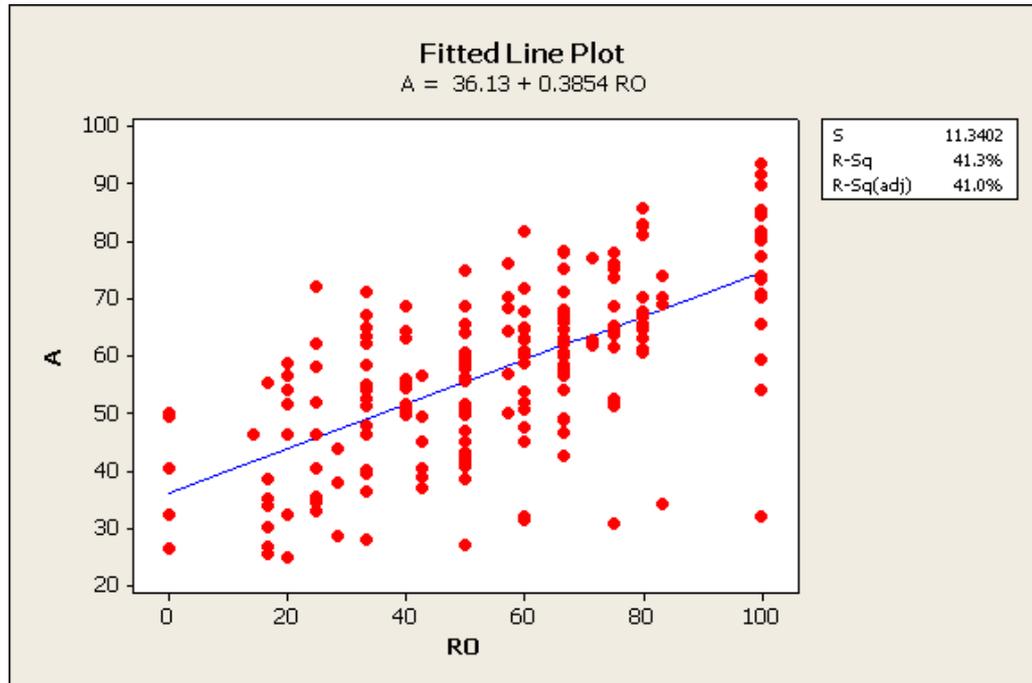
Obs.: Dados com respondentes considerados consistentes. Legenda: 00-sCsE: sem curso e sem experiência; 01-sCcE: sem curso e com experiência anterior; 10-cCsE: com curso e sem experiência; 11-cCcE: com curso e com experiência. Fonte: Autor

Uma análise envolvendo não só o fato de ter feito ou não curso específico de empreendedor, mas o fato de ter ou não experiência anterior (tabela 5.31) mostra que há diferença significativa ao nível de significância de 0,5: recém-empresendedores com curso e sem experiência aderem mais ao processo.

H_{h1} : Há diferença significativa do $gapPGE$ considerando-se o fato do do recém-empresendedor ter experiência anterior como empresário:
 $gapPGE_{EA1} > gapPGE_{EA0}$.

Hipótese rejeitada. Não há diferença significativa (tabela 5.32) ao nível de significância de 0,05 quanto à aderência ao processo entre recém-empresendedores com ou sem experiência anterior.

Figura 5.4 - A associação entre a aderência ao subprocesso RO e ao processo como um todo não é alta



A figura 5.4 e a tabela 5.39 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 5.39- Não é significativa a associação entre a aderência 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

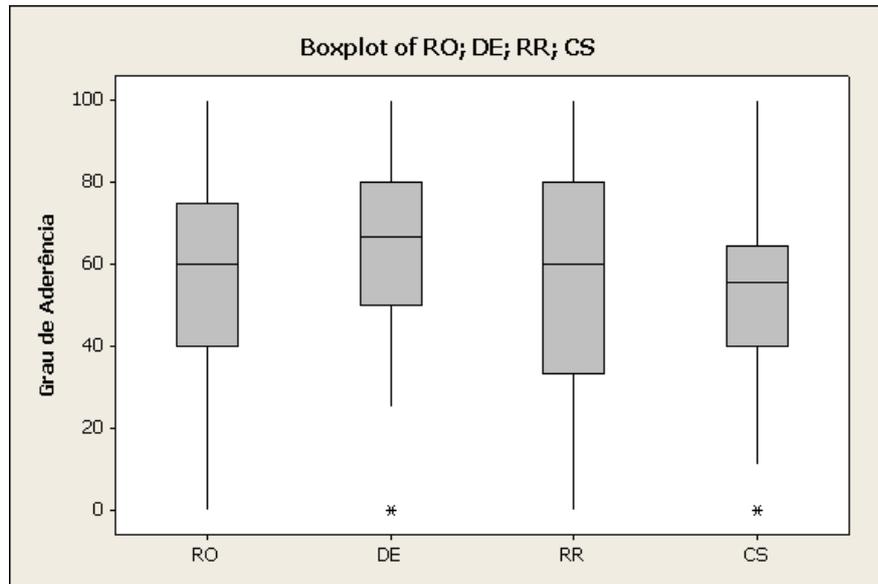
$S = 11.3402$ $R-Sq = 41.3\%$ $R-Sq(adj) = 41.0$

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

H_{j1} : Os recém-empresendedores possuem baixa aderência ao processo de decidir empreender isto é, a variável gaDE é inferior a 30,0.

Hipótese rejeitada, como mostra a tabela 5.33. A figura 5.5

Figura 5.5 - Nenhum subprocesso se destaca pelo nível de aderência



A tabela 5.40 mostra que as mulheres desempregadas são as que menos aderência possuem ao subprocesso Decidir empreender: distinguem-se claramente das mulheres com emprego.

Tabela 5.40 - 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			

S = 22.77 R-Sq = 10.61% R-Sq(adj) = 9.31%

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

Individual 95% CIs For Mean Based on Pooled StDev

Pooled StDev = 22.77

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

H_{k1}: Os recém-empresendedores possuem baixa aderencia ao processo de reunir recursos isto é, a variável gaRR é inferior a 30,0.

Hipótese rejeitada como mostra a tabela 5.33.

Figura 5.6 - A associação entre a aderência ao subprocesso RR e ao processo como um todo não é alta

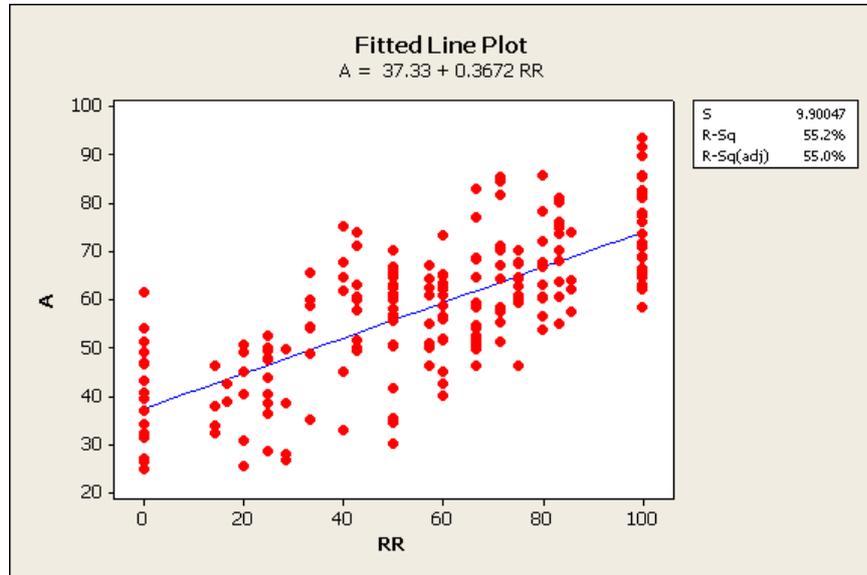


Tabela 5.41 - O desemprego e o gênero não influenciam a aderência ao subprocesso de Reunir Recursos

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
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

Individual 95% CIs For Mean Based on Pooled StDev

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

A figura 5.6 mostra que não há associação entre a aderência ao subprocesso RR e ao processo como um todo. A tabela 5.36 mostra que estar ou não estar empregado

por altura do empreendimento e o gênero não influenciam a aderência ao subprocesso de Reunir Recursos.

H_{11} : Os recém-empresendedores possuem baixa aderência ao processo de construir o sucesso isto é, a variável gaCS é inferior a 30,0.

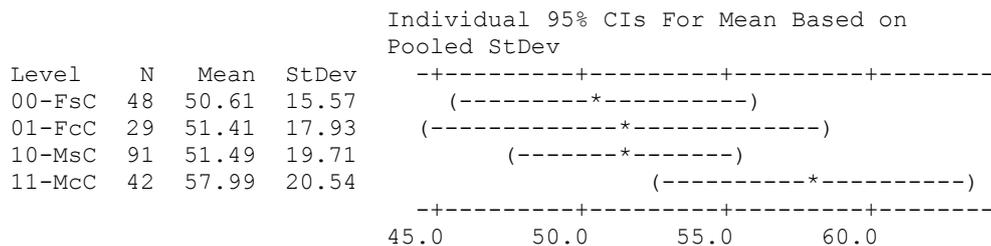
Hipótese rejeitada como mostra a tabela 5.33.

Tabela 5.42 - Ter feito ou não curso específico de empreendedor e o gênero não influenciam a aderência ao subprocesso Construir o sucesso

One-way ANOVA: 00-FsC; 01-FcC; 10-MsC; 11-McC

Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	3	1564	521	1.48	0.222
Error	206	72666	353		
Total	209	74230			

S = 18.78 R-Sq = 2.11% R-Sq(adj) = 0.68%



Pooled StDev = 18.78

Obs.: Dados com respondentes considerados consistentes. Legenda: 00-FsC:gênero feminino sem curso; 01-FcC: gênero feminino com Curso; 10-MsC:gênero masculino sem curso; 11-McC: gênero masculino com Curso. Fonte: Autor

H_{m1} : Empreendedores por oportunidade são significativamente em menor proporção do que os empreendedores por necessidade, isto é, a proporção de respostas discordantes de ME é menor do que a proporção das respostas concordantes.

Hipótese rejeitada. Os empreendedores por oportunidade representam 44% dos respondentes contra 20% dos que se encontravam desempregados por altura do início do empreendimento (tabela 5.38). Este resultado surpreende na medida em que outras pesquisas mostram exatamente o oposto.

Tabela 5.43 - Empreendedores por oportunidade são mais do que o dobro dos empreendedores por necessidade

Descriptive Statistics: Oportunidade; Necessidade (d)

Variable	N	Percent
Oportunidade	159	44.1667
Necessidade (d)	51	20.2381

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

Hn1: Empreendedores por oportunidade (que discordam da proposição DE 7) possuem significativamente um maior grau de aderência ao subprocesso de decidir empreender de Baron e Shane (2007) do que empreendedores por necessidade (que concordam com a proposição DE 7), isto é, $gaPGEop > gaPGEec$.

Hipótese rejeitada ao nível de significância de 0,05. Efetivamente os empreendedores por oportunidade possuem uma aderência maior ao subprocesso de Decidir empreender do que os empreendedores por necessidade. Entretanto, o p-value não é inferior a 0,05 (p-value= 0,075).

Tabela 5.44 - Quanto à aderência

One-way ANOVA: DEOport; DEnece (d)

Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	1	1814	1814	3.21	0.075
Error	208	117696	566		
Total	209	119510			

S = 23.79 R-Sq = 1.52% R-Sq(adj) = 1.04%

Level	N	Mean	StDev	Individual 95% CIs For Mean Based on Pooled StDev
DEOport	159	68.00	22.50	+-----+-----+-----+----- (-----*-----)
DEnece (d)	51	61.14	27.47	(-----*-----) +-----+-----+-----+-----

55.0 60.0 65.0 70.0

Pooled StDev = 23.79

Obs.: Dados com respondentes considerados consistentes. DEOport: aderência ao subprocesso Decidir empreender dos empreendedores por oportunidade; DEnece (d): aderência ao subprocesso Decidir Empreender dos empreendedores por necessidade (desempregados por altura do início do empreendimento) Fonte: Autor

A tabela 5.40 mostra que não diferem significativamente os empreendedores por oportunidade ou necessidade com relação ao grau de aderência ao processo (p-

value= 0,81). Este resultado também surpreende na medida em que se poderia esperar que os empreendedores por oportunidade apresentassem um grau de aderência significativamente maior.

Tabela 5.45 - Quanto à aderência ao processo, empreendedores por oportunidade e por necessidade não diferem significativamente

One-way ANOVA: Aoport; Anec (d)					
Source	DF	SS	MS	F	P
Factor	1	13	13	0.06	0.810
Error	208	45517	219		
Total	209	45530			

S = 14.79 R-Sq = 0.03% R-Sq(adj) = 0.00%

Level	N	Mean	StDev	Individual 95% CIs For Mean Based on Pooled StDev
Aoport	159	58.17	14.56	(-----*-----)
Anec (d)	51	57.60	15.49	(-----*-----)

-----+-----+-----+-----+-----
55.0 57.5 60.0 62.5

Pooled StDev = 14.79

Obs.: Dados com respondentes considerados consistentes. Aoport: aderência ao processo de empreendedores por oportunidade; Anec (d): aderência ao processo de empreendedores por necessidade (desempregados por altura do início do empreendimento) Fonte: Autor

Concluimos desta forma a análise dos dados coletados. Inicialmente foram vistas algumas estatísticas descritivas e a seguir feitas análises de todas as respostas. Os testes das hipóteses foram feitos considerando uma amostra reduzida que se presume mais consistente.

No próximo capítulo são extraídas conclusões e feitas algumas recomendações.

6- CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

6.1-Conclusões

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:

RO: subprocesso de reconhecer a oportunidade;

DE: subprocesso Decidir empreender;

RR: subprocesso Reunir recursos;

CS: subprocesso Construir Sucesso

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 o que corresponde a cerca de 2/3 da amostra prevista. Além disso, 43 questionários (17%) foram considerados inconsistentes na medida em que um determinado conjunto de respostas não pareciam alinhar logicamente com a resposta dada à proposição p4: “elaborei um plano de negócio formal”. As 43 respostas consideradas inconsistentes foram provenientes de ambos os gêneros. Os respondentes considerados inconsistentes apresentaram um grau de aderência ao processo de empreendedorismo significativamente maior do que o grau de aderência dos respondentes considerados consistentes. De certa forma este resultado parece validar a nulidade dos 43 questionários com “respostas inconsistentes”.

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.

Na mesma linha de surpresa se pode considerar o resultado que mostra que os recém-empresendedores sem experiência não diferem dos que possuem experiência.

Deve-se destacar que os empresenedores por oportunidade são mais do que o dobro dos empresenedores por necessidade. É possível que a situação econômica recente explique este resultado na medida em que nos últimos 30 meses a boa situação econômica tenha produzido a escassez de “empresenedores por necessidade”.

Os empresenedores por oportunidade possuem uma aderência maior ao subprocesso “decidir empreender” do que os empresenedores por necessidade. É um resultado lógico.

6.2-Recomendações

Foi visto que uma possível explicação para o elevado grau de aderência dos respondentes ao processo e aos subprocessos de empreender às premissas de Baron e Shane (2007), pode residir na “qualidade da aderência”: as respostas captadas pela escala Likert devem ter sido otimistas. Uma pesquisa que investigue a fidelidade das respostas dada pode ser recomendada em trabalhos posteriores.

Recomenda-se também um estudo mais amplo, onde mais MPE possam vir a ser avaliadas, não limitando-se a um tempo determinado de existência no caso desse trabalho até 30 meses da data da pesquisa. Sendo assim, a abordagem poderia conduzir a resultados mais abrangentes, bem como a uma maior quantidade de informações para compor de um banco de dados.

Outro aspecto que poderia ser explorado e também visto como uma oportunidade de continuidade da pesquisa seria comparar outros autores que tratam o empreendedorismo como um processo e observar quais seriam as variáveis de desdobramento ao grau de aderência dos recém empreendedores que estejam iniciando seu próprio negócio ao processo de empreendedorismo proposto por Baron e Shane.

7- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDER-EGG, Ezequiel. Introducción a las técnicas de investigación social. **Buenos Aires: Nueva Visión, 1978.**

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.**

BALLESTERO-ALVAREZ, M. E. Manual de Organização Sistemas Métodos: **abordagem teórica e prática da engenharia da informação.** São Paulo: Nobel, 1997

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.

BHIDE, A. **The Origin and Evolution of New Businesses,** New York: Oxford University Press, 2000.

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. et al. (2003). Doctoral education in the field of entrepreneurship. **Journal of Management**, 29 (3), 309-331.

Bruyat, C. and Julien, PA.(2000), "Defining the field of research in entrepreneurship", **Journal of Business Venturing**, Vol 16 No 2, pp. 165-180.

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.

Curran, J. and Barrows, H. S. (1986). **The survival of the small firm 1 – the economics of survival and entrepreneurship**, Aldershot: Gower.

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.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**. São Paulo: Record, 1977.

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.

LIKERT, Rensis "A technique for the measurement of Aptitude" (**Archives of Psychology**. N. 140, 1932)

LONGENECKER, Justin G. et al. **Administração de pequenas empresas**. São Paulo, 2007.

MANN, Peter. **Métodos de investigação sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.

MARCONI, Marina de Andrade e LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1986.

MCHORNEY, C.A.; WARE JR., J.E. LU, J.F.R.; SHERBOURNE, C.D. The MOS 36-item Short-form Health Survey (SF-36):III. **Teste of Data Quality, Scaling Assumptions, and Reliability across Diverse Patient Groups**. *Medical Care*, 32 (1): 40-46, 1994.

MORRIS, M. H. *Entrepreneurial Intensity: Sustainable Advantages for Individuals, Organizations and Societies*. Westport, CT, USA: **Greenwood Publishing Group, Incorporated**, 1998.

MORRIS, M. H.; LEWIS, P. S. e SEXTON, D. L. *Reconceptualizing entrepreneurship: An Input-Output Perspective*. **SAM Advanced Management Journal**. Winter 1994, 59 (1), p.21,9p.

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.

RODRIGUES, Milton da Silva. **Vocabulário brasileiro de estatística**. São Paulo: IBGE, 1956.

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.

SANTOS, J. R. A. Alfa de Cronbach: Uma ferramenta para avaliar a confiabilidade das escalas. **Journal of Extension**. ISSN 1077-5315, EUA, v.37, n.2, Apr. 1999.

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 de 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.

SIQUEIRACAMPOS. **Cálculo do tamanho amostral**. Software disponível em www.siqueiracampos.com/downloads. Acesso em 12/7/2012.

STEYAERT, C.; HJORTH, D. **New Movements in Entrepreneurship**. Cheltenham: Edward Elgar, 2003.

ULHOI, J. P., **The social dimensions of entrepreneurship**, Technovation, 2005.

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

APÊNDICE

Apêndice 1 –Questionário

Prezado Sr.:

Na medida em que constituiu recentemente uma micro ou pequena empresa Vc. foi selecionado, por meio de metodologia específica, para responder ao questionário anexo. Convido-o, assim, a participar da pesquisa que estou desenvolvendo e que pretende investigar alguns aspectos das etapas do seu processo de empreender.

Sua resposta é muito importante, não apenas para a presente pesquisa mas também para estudos relativos ao empreendedorismo e à compreensão dos fenômenos associados à construção do empreendimento e ao comportamento dos empreendedores. É, para mim, certamente impossível agradecer de forma adequada o tempo que o questionário lhe tomará - não mais de dez minutos. Como retribuição ao esforço de cooperação, se desejar, será remetido um resumo dos resultados obtidos, bastando, para tal, disponibilizar seu endereço em espaço próprio ao final do questionário.

As informações recebidas serão tratadas de forma sigilosa e o conteúdo a ser divulgado, na dissertação, não fará referências específicas ao seu nome ou a algo que possa constituir vínculo.

Atenciosamente,
Odair Santos da Silva

Instruções:

Cada uma das linhas do questionário anexo apresenta uma afirmativa requerendo que Vc. aponte com um X a alternativa que está mais de acordo com o seu entendimento. .

Assinale:

- DT (Discordo Totalmente) se entender que a afirmação é totalmente contra o seu entendimento;
- D (Discordo em parte) se entender que a afirmação é parcialmente contrária ao seu entendimento;
- I (Indiferente) se entender que a afirmação possui aspectos discordantes e concordantes com o mesmo peso ou se lhe é indiferente;
- C (Concordo em parte) se entender que a afirmação está parcialmente de acordo com o seu entendimento;
- CP (Concordo plenamente) se entender que a afirmação está totalmente de acordo com o seu entendimento.

Nome (Opcional):																				
1=Jundiaí, 2=Várzea Paulista, 3=Campo Limpo Paulista, 4=Jarinu, 5=Louveira, 6=Itupeva 7=Cabreúva.																				
Setor econômico: 1=Comércio 2=Indústria 3=Serviços																				
Gênero do empreendedor 0=Feminino 1=Masculino																				
Faixa etária : 1=18-25 2=26-33 3=34-41 4=>41																				
Grau de instrução (anos completos de estudos acadêmicos)																				
Fez curso específico sobre como empreender? 0=Não 1=Sim																				
Em que Instituição?																				
Tinha experiência anterior como empreendedor? 0=Não 1=Sim																				
Seu e-mail:																				
Observação:																				
P	Proposições	DT	D	I	C	CT														
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)																			
P2	Decidi explorar imediatamente a oportunidade reconhecida																			
P3	Me preocupei em como obter o capital necessário para o empreendimento																			
P4	Elaborei um plano de negócio formal																			
P5	Não senti necessidade de colher informações sobre o mercado do negócio																			
P6	Não tinha familiaridade com o tipo de negócio que montei																			
P7	Sabia quanto seria o custo pago do capital empreendido																			
P8	Fiz análises para determinar o preço de venda																			
P9	Colhi informações sobre questões ambientais do negócio																			
P10	Sabia que o negócio ia gerar lucros dentro de certo tempo																			
P11	Reuni uma ampla gama de recursos necessários																			
P12	Não foi preciso estimar os custos fixos da empresa																			
P13	Colhi informações sobre questões jurídicas do negócio																			
P14	Sempre me senti confortável com o negócio																			
P15	Reuni informações básicas sobre recursos financeiros																			
P16	Não senti necessidade de fazer cálculos do volume de vendas para saber o ponto de equilíbrio do negócio																			
P17	Elaborei uma lista de mudanças recentes no âmbito tecnológico																			
P18	O negócio satisfaz meu senso de status																			
P19	Reuni informações básicas sobre recursos humanos																			
P20	Não senti que era importante conhecer a legislação própria do meu negócio e como ela poderia afetar o meu negócio																			
P21	Para o meu negócio não foi necessário pensar nas consequências do aumento ou da diminuição de pessoas na região																			
P22	O negócio é compatível com minhas habilidades.																			
P23	Não achei necessário buscar informações especiais de como poderia utilizar a computação no meu empreendimento																			
P24	Não foi necessário elaborar estudos para a localização para a abertura da empresa																			
P25	Quando pensei no negócio eu estava desempregado																			
P26	O setor do negócio ainda vai crescer muito																			
P27	Organizei e criei conexões entre conhecimentos adquiridos sobre o negócio																			
P28	Eu tinha capital necessário para o negócio ou conhecia potencial sócio.																			
P29	Não me preocupei com os aspectos socioambientais do negócio																			
P30	Tenho uma vantagem competitiva bem definida																			
P31	Não achei necessário conhecer a fundo a complexidade das normas governamentais																			
P32	Sabia a relação custos fixos/custos variáveis																			
P33	Não achei relevante conhecer os custos de estocagem																			