



ESPACIO ABIERTO

Cuaderno Venezolano de Sociología



En foco: Temas de Sociología de la Salud
en tiempos de pandemia

Volumen 30
Nº 2
Abril-Junio
2021

2

Auspiciada por la Internacional Sociological Association (ISA)
La asociación Latinoamericana de Sociología (ALAS)
y la Asociación de Sociología (AVS)



**ESPACIO
ABIERTO**

Cuaderno Venezolano de Sociología

Volumen 30 N° 2 (abril - junio) 2021, pp. 118-134

ISSN 1315-0006. Depósito legal pp 199202zu44

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.4966134>

Mapeando o perfil de jovens futuros empreendedores da Baixada Fluminense, Rio Janeiro, Brasil, usando análise de correlação matemática

*Marcus Vinícius Coutinho Parreiras, Daniel Barbosa Procópio
y Herlander Costa Alegre da Gama Afonso*

Resumo

Este artigo tem o objetivo de mapear o perfil dos futuros empreendedores da Baixada Fluminense, calculando o nível de correlação entre diversas características destas pessoas, procurando por padrões de gênero, idade, escolaridade etc. A finalidade é fornecer subsídios às decisões em políticas públicas pró-empresariamento na região. Para tanto foi feita uma pesquisa de campo com voluntários jovens na faixa etária de 18 e 24 anos, e coletados dados por meio de entrevistas e da aplicação de questionários, utilizando também a escala de Likert. Os resultados foram tratados com ferramentas estatísticas descritivas, e demonstraram que apesar da taxa de empresariamento total (TTE) no Brasil entre os jovens ser elevada, há evidência da falta de conhecimentos e preparo destes jovens. Este *handicap* é bem mais significativo entre os homens que em mulheres que pretendem empreender, e sugere-se uma atenção particular em políticas públicas no campo de treinamento e linhas financeiras dos jovens.

Palavras-chave: Empresariamento; correlação de Pearson; Baixada Fluminense; Rio de Janeiro; escala de Likert; Empresariamento total

E-mail: marcus.parreiras@aluno.cefet-rj.br. ORCID: 0000-0002-7225-2675

E-mail: daniel.procopio@aluno.cefet-rj.br. ORCID: 0000-0001-8474-8443

E-mail: herlander.afonso@cefet-rj.br. ORCID: 0000-0002-8954-3508

Centro Federal de Educação Tecnológica "Celso Suckow da Fonseca" (CEFET). Rio de Janeiro, Brasil

Mapping the profile of future young entrepreneurs of Downtown Fluminense, Rio de Janeiro, Brazil, using mathematical correlation analysis

Abstract

This article aims to map the profile of the future entrepreneurs of the Baixada Fluminense, calculating the level of correlation between various characteristics of these people, looking for patterns of gender, age, education, etc. The purpose is to provide subsidies for pro-entrepreneurship public policy decisions in the region. For this purpose, a field research was carried out with young volunteers in the age group of 18 and 24 years old, and data was collected through interviews and the application of questionnaires, also using the Likert Scale. The results were treated with descriptive statistical tools, and demonstrated that although the rate of total entrepreneurship (TTE) in Brazil among young people is high, there is evidence of the lack of knowledge and training of these young people. This handicap is much more significant among men than women who intend to undertake, and it is suggested that particular attention be paid to public policies in the training field and financial lines of young people.

Keywords: Entrepreneurship; Pearson's correlation; Baixada Fluminense; Rio de Janeiro; Likert scale; Total entrepreneurship

Introdução

As organizações sólidas têm uma vantagem hipotética sobre as nascentes: a estrutura. Não é impossível que um negócio novo tenha uma estrutura organizacional e estratégias bem-feitas e elaboradas, mas recorrentemente o risco é menor conforme a empresa é capaz de resistir a variações imprevistas no mercado. Além disso, e a fim de minimizar essa desvantagem, começar um negócio próprio pode exigir maior conhecimento específico acerca de questões administrativas, contábeis ou correlatas, de modo a propiciar a sobrevivência do negócio.

O objetivo deste artigo é mapear o perfil de jovens que atualmente almejam se tornar empreendedores na Baixada Fluminense. Em linhas gerais, a criação deste mapeamento de perfil pretende investigar e responder as seguintes premissas:

- I. Qual o percentual dos jovens da Baixada Fluminense que pretende começar seu próprio negócio?
- II. Há evidência estatística para crer que existe diferença relevante entre o percentual de homens e mulheres que pretendem empreender?
- III. Há evidência estatística para crer que a pretensão por empreender é tem correlação com idade dos inquiridos?
- IV. Há evidência estatística para crer que os conhecimentos em questões gerais em empreendedorismo dos entrevistados que declaram que pretendem empreender é

superior ao daqueles que declaram que não pretendem?

V. Há evidência estatística para crer que existe correlação entre a quantidade de conhecimento geral em empreendedorismo e a certeza declarada dos inquiridos sobre a pretensão de empreender?

VI. Há evidência estatística para crer que há diferença relevante na escolaridade dos jovens que pretendem ou não empreender?

Há evidência estatística para crer que existe correlação entre a quantidade de conhecimento geral em empreendedorismo e o grau de escolaridade dos jovens inquiridos?

VII. Para tanto, foi elaborada uma pesquisa de campo com voluntários jovens na faixa etária de 18 e 24 anos, levando-se em consideração que essa é a faixa etária jovem utilizada pelo programa de pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* que avalia o comportamento das variáveis relacionadas ao empreendedorismo no Brasil.

Esta pesquisa pode interessar aos gestores dos municípios aos quais ela se refere, ao passo que tenta, em linhas gerais, estabelecer previsões úteis para fomentar ou embasar decisões que subsidiem a população jovem empreendedora quanto às suas necessidades, como infraestrutura ou conhecimento técnico.

Além desta introdução, o artigo apresenta uma revisão bibliográfica na seção 2, que apresenta contribuições teóricas acerca destes temas; a metodologia de pesquisa na seção 3; os resultados e discussões pertinentes na seção 4; e as considerações finais na seção 5.

Referencial teórico

Empreendedorismo

Segundo Baggio et al. (2015), o empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos. É assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas.

O empreendedor é o indivíduo que pode iniciar algo novo, enxergando um negócio onde nenhum outro vê e parte para implementação. Empreender até algumas décadas atrás era entendido, apenas, como abrir/criar seu próprio negócio/empresa. Hoje sabe-se que empreender é muito mais que abrir seu próprio negócio e precisa de uma dedicação para investir nessa área profissional.

Dornelas (2012) diz que “empreender é criar algo novo e que gere valor financeiro ou social”.

Conforme Drucker (2002) o empreendedorismo é utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, aquele que cria algo novo, algo diferente, que muda ou transforma valores. O empreendedor fomenta o movimento do desenvolvimento econômico, sendo ele responsável por introduzir as inovações tecnológicas e gerenciais no mundo dos negócios. Conforme Hisrich et al. (2014) o empreendedorismo tem uma função importante na criação e no crescimento dos negócios, assim como no desenvolvimento e na prosperidade de nações e regiões, ressaltando dessa maneira, sua importância.

Quanto aos perfis do empreendedor, Dornelas (2012) informa que as habilidades requeridas a um empreendedor de sucesso podem ser classificadas em três áreas: técnicas, gerenciais e pessoais. As habilidades técnicas envolvem saber escrever, saber ouvir as pessoas e captar informações, ser um bom orador, ser organizado, saber lidar e trabalhar em equipe e possuir conhecimento técnico na sua área de atuação, entre outras.

As habilidades gerenciais, por sua vez, incluem as áreas envolvidas na criação, desenvolvimento e gerenciamento de uma nova empresa, tais como: marketing, administração, finanças, operacional, produção, tomada de decisão, controle das ações da empresa, negociação etc. Por fim, quanto às características pessoais, uma das mais marcantes é a “paixão” pelo que fazem.

Depois disso vem a motivação, o empenho, a doação de tempo e por último, encontra-se a preocupação com o lucro que virá deste empreendimento, principalmente, porque, em geral, os empresários de sucesso acreditam que o dinheiro é consequência de um trabalho bem realizado.

No Brasil, as formações de empreendedores têm se tornado cada vez mais importantes, visto que o povo brasileiro é conhecido por sua capacidade de inovação e transformar oportunidade em negócio, além de considerar que abrir uma empresa, ou empreendedorismo empresarial, é uma das infundáveis formas de empreender. Não obstante, estes carecem de instrumentos disponíveis em termos de formação e da educação empreendedora.

Educação empresarial no Brasil

De acordo com Souza (2001), existem vários estudos que mostram que a educação em empreendedorismo, durante a fase de desenvolvimento de ideias quanto a inovação, contribuiu para a formação de futuros empreendedores de uma maneira proativa, levando o aprendizado quanto o agir e pensar por conta própria de forma criatividade juntamente com visão de negócio, para assim evitar que de forma prematura feche o negócio com pouco tempo ativo.

Segundo Muylder et al. (2013), os cursos acadêmicos estão preocupados principalmente com a formação de uma pessoa que procura um emprego; fenômeno este relatado por Medeiros (2001), que destacou que a situação mudaria, em virtude da alta taxa de desemprego e dificuldade do jovem ingressar no mercado de trabalho, levando as universidades a preparar e introduzir o ensino do empreendedorismo em todos os cursos de ensino superior oferecidos: História, Música, Direito, Ciência da Computação, Engenharia, Medicina, etc.

Assim os alunos estariam mais preparados para assumir conhecimentos necessários para desenvolver um plano de negócios, implementá-lo e monitorá-lo. O prognóstico do Medeiros [opcit], evidencia a necessidade de se orientar políticas públicas na educação e formação de recursos humanos capacitados para empreender desde cedo. Landström (2020) diz que a abordagem comportamental, por sua vez, explica o empreendedorismo a partir do indivíduo empreendedor

Planejamento estratégico

O planejamento estratégico ao jovem empreendedor é de suma importância para o avanço de suas ideias de negócio, em virtude que seus processos de trabalho necessitam de avaliações do nicho que pretende se inserir no mercado, realizando reconhecimento dos ambientes ao seu redor sejam eles externos ou internos (oportunidades, ameaças, consumidores e fornecedores), proporcionando uma metodologia que o jovem usará como plano de ação e definirá a direção a seguir, tirando melhor proveito dos fatores externos e internos.

Nesse sentido, refletir periodicamente sobre o conhecimento acumulado em um campo é fundamental para estabelecer bases para desenvolvimentos futuros (Landström, 2020).

Conforme Osterwalder&Pigneur (2011) às mudanças no ambiente auxilia no processo de adaptação do modelo com mais eficiência, a fim de lidar com as inconstantes forças externas. O ambiente pode ser pensado como um contexto no qual se concebe ou adapta o modelo de negócios, levando em consideração uma variedade de direcionadores (novas necessidades dos clientes, novas tecnologias, etc.) e restrições (regulações, concorrentes dominantes, etc.). Esse ambiente não deve influenciar as escolhas ou definir o modelo de negócios.

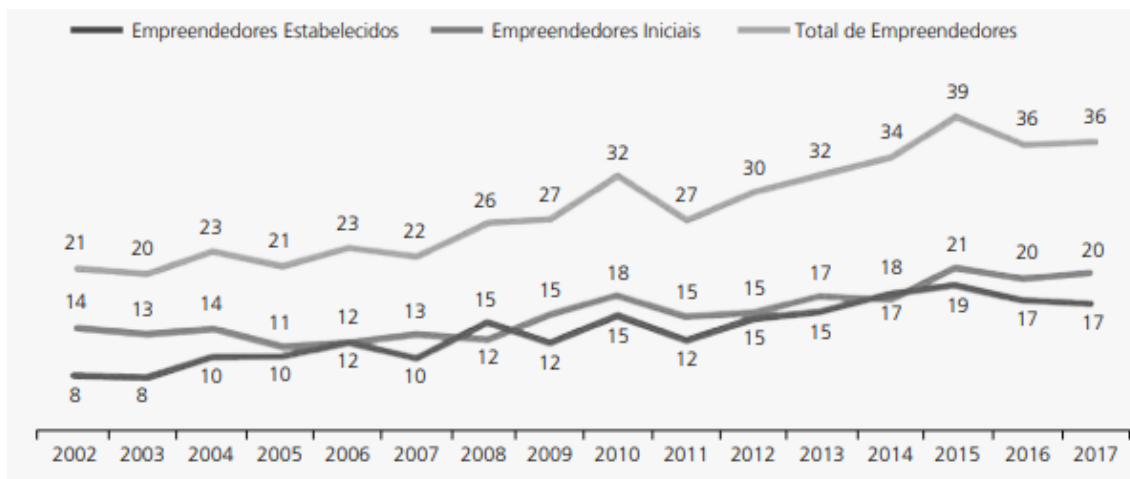
Segundo Oliveira (2011) o empreendedor deverá escolher determinado tipo de estratégia que esteja mais adequada, de acordo com sua capacitação e o objetivo estabelecido. A escolha pode ser feita de acordo com a situação do negócio, podendo estar voltada para a sobrevivência, manutenção, crescimento ou desenvolvimento. Assim, as estratégias podem ser combinadas de forma que se aproveite cada oportunidade possível, utilizando a estratégia certa no momento certo.

Situação econômica no Brasil

Nos últimos anos o Brasil encontra-se em uma grande instabilidade econômica e essa instabilidade foi responsável pelo o aumento de empreendedores no país. Salgado & Bakker (2017) traz a informação que os anos de 2015 e 2016 foram marcados por grande consternação na mídia nacional acerca dos efeitos da “crise brasileira”. Mediante o cenário de turbulência política e econômica no país, as altas consecutivas nos índices de desemprego publicadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) foram sistematicamente noticiadas na grande mídia.

Segundo o gráfico do relatório executivo empreendedorismo no Brasil 2017 da Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2018), um ano após a análise de Salgado & Bakker, podemos acompanhar que mesmo com a instabilidade dos últimos anos a taxa de empreendedores continua crescente e no gráfico 2, do mesmo relatório o percentual de empreendedores iniciais que buscam o empreendedorismo por necessidade tem um aumento significativo comparado com o ano de 2014.

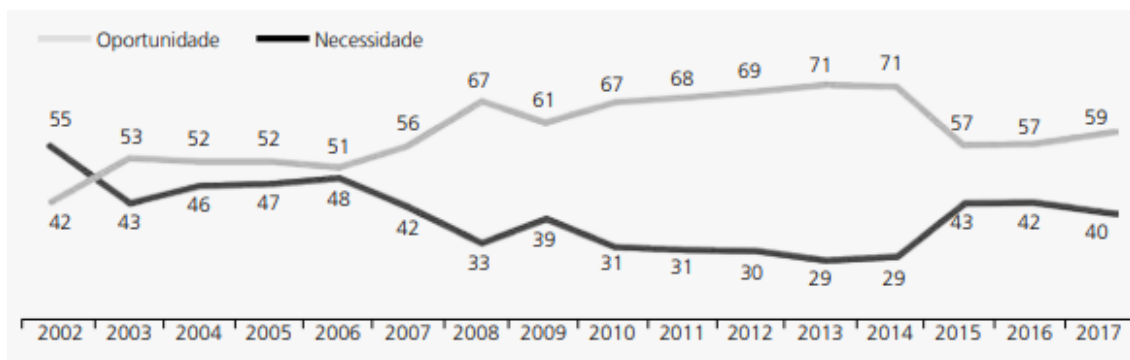
Gráfico 1: Taxas¹ (em%) de empreendedorismo segundo estágio do empreendimento TEA, TEE, TTE -Brasil - 2002:2017



Fonte: GEM Brasil 2017

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos

Gráfico 2: *Empreendedorismo por oportunidade e necessidade como proporção (em%) da taxa de empreendedorismo inicial- Brasil - 2002:2017



Fonte: GEM Brasil 2017

* A soma pode não totalizar 100% pelo fato de que alguns empreendimentos não são possíveis distinguir se é por oportunidade ou necessidade.

Metodologia

Essa pesquisa foi realizada entre os meses de outubro e novembro de 2019, nos municípios de Belford Roxo, Duque de Caxias, Mesquita, Nilópolis, Nova Iguaçu, Queimados e São João de Meriti.

Os dados nos quais este artigo se baseia foram conseguidos através de uma pesquisa de campo.

David Clarence McClelland (1974) foi um especialista em motivação humana e reforça em seu artigo *Testing for competence rather than for "intelligence"* que a codificação de

competências a partir de entrevistas comportamentais de acordo com os princípios de uma nova abordagem de avaliação produz avaliações confiáveis e validamente associadas ao sucesso.

Quanto a sua abordagem, esta pesquisa é do tipo quali-quantitativa, por utilizar um ferramental numérico e inferir resultados qualitativos (Barros e Vital, 2019). Já quanto ao seu objetivo, essa é uma pesquisa exploratório-descritiva, dado que pretende conhecer melhor um aspecto em particular da atividade empreendedora.

A pesquisa realizada neste estudo não necessitou ser submetida ao CEP/CONEP, em virtude que os participantes da pesquisa não foram identificados, com fulcro no art. 1º, I, da Resolução N° 510, de 7 de abril de 2016 (Brasil, 2016).

Objeto de Estudo

Os alvos da pesquisa foram os jovens da Baixada Fluminense, que responderam a uma pesquisa de campo. Todos os respondentes eram:

- Escolhidos ao acaso, sem conhecer previamente os investigadores ou os demais voluntários;
- Maiores de 18 e menores de 25 anos;
- Moradores do centro urbano de um dos sete municípios da Baixada Fluminense onde ocorreu a pesquisa, que foram Belford Roxo, Duque de Caxias, Mesquita, Nilópolis, Nova Iguaçu, Queimados e São João de Meriti.

Coleta de dados

Os dados foram coletados em duas fases diferentes, discutidas objetivamente nos subitens a seguir.

- A primeira constituiu-se de uma entrevista roteirizada e utilizou a escala de Likert com quatro pontos.
- A segunda fase constituiu-se de um questionário e atuou como uma prova de conhecimentos na área de empreendedorismo. As respostas foram objetivas, tendo cinco opções para cada pergunta.

A entrevista

Os entrevistados que se voluntariaram foram informados sobre a natureza e objetivos gerais da pesquisa, e então prosseguiu-se perguntando a idade como critério eliminatório, a fim de respeitar os limites da faixa etária jovem utilizada pelo programa de pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* e o recorte proposto pela pesquisa. As entrevistas foram feitas oralmente, nas ruas, calçadas e praças, com vistas a coleta de informações ou dados socioeconômicos dos voluntários habilitados.

Após isso, procedeu-se com a subsequentemente aplicação do questionário. Essa etapa forneceu cinco das seis variáveis que foram tratadas para calcular os índices para responder às questões da pesquisa. Essas variáveis, bem como os tipos de respostas coletadas, estão expostas na tabela 1.

Tabela 1:
Variáveis da entrevista da pesquisa

Variável	Tipo de resposta
Intenção de empreender	Binária (sim ou não)
Grau de certeza da intenção	Escala de Likert com quatro pontos
Escolaridade	Objetiva fechada
Idade	Objetiva fechada (de 18 a 24 anos)
Gênero	Aberta

Fonte: elaborado pelos autores.

Questionário

O questionário se ateve a testar os conhecimentos dos inquiridos acerca de questões gerais de empreendedorismo. O propósito desta etapa foi fornecer dados para testar as premissas IV e V. Isto é, buscou-se saber se há evidência estatística para supor que aqueles que alegam ter intenção de serem donos do próprio negócio têm mais conhecimento sobre como fazê-lo do que o grupo que declarar que não pretende empreender (IV), e se esse conhecimento é proporcional ao quão certos estes jovens estão de que irão efetivamente começar seus próprios negócios (V).

Esse questionário é composto de dez perguntas objetivas, cada uma com cinco respostas possíveis, onde apenas uma estava correta. As notas variam de 0 a 10, onde cada resposta acertada representa 1 ponto do todo. Dessa forma, o questionário contribui acrescentando a sexta e última variável necessária aos métodos estabelecidos para obtenção das respostas das perguntas da pesquisa, conforme a tabela 2.

Tabela 2: **Variáveis da entrevista da pesquisa.**

Variável	Tipo de resposta
Nota	Numérica (de 0 a 10)

Fonte: elaborado pelos autores.

Análise dos dados

Todos os dados coletados, tanto na fase da entrevista quanto na do questionário, foram tabulados juntos em uma planilha única, exceto pelos nomes dos inquiridos, campo substituído por uma indexação genérica. Para investigar cada uma das perguntas da pesquisa, foram utilizadas ferramentas matemáticas e estatísticas para testar cada uma das premissas. Cada pergunta está relacionada com as ferramentas e variáveis utilizadas na tabela 3.

Tabela 3: Relação das premissas, ferramentas estatísticas e variáveis utilizadas.

	Premissa	Ferramenta estatística	Variáveis cruzadas	Fonte
I.	Qual percentual dos jovens da Baixada Fluminense que pretende começar seu próprio negócio?	Porcentagem	Intenção de empreender	Entrevista
II.	Há evidência estatística para crer que existe diferença relevante entre o percentual de homens e mulheres que pretendem empreender?	Porcentagem, Variância e Correlação linear	Intenção de empreender e Gênero	Entrevista
III.	Há evidência estatística para crer que a pretensão por empreender é tem correlação com idade dos inquiridos?	Variância, Desvio-padrão e Correlação linear	Intenção de empreender e Idade	Entrevista
IV.	Há evidência estatística para crer que os conhecimentos em questões gerais em empreendedorismo dos entrevistados que declaram que pretendem empreender é superior ao daqueles que declaram que não pretendem?	Média, Variância e Desvio-padrão	Intenção de empreender e Nota	Entrevista e Questionário
V.	Há evidência estatística para crer que existe correlação entre a quantidade de conhecimento geral em empreendedorismo e a certeza declarada dos inquiridos sobre a pretensão de empreender?	Média, Variância, Desvio-padrão e Correlação linear	Grau de certeza da intenção e Nota	Entrevista e Questionário
VI.	Há evidência estatística para crer que há diferença relevante na escolaridade dos jovens que pretendem ou não empreender?	Variância e Correlação linear	Intenção de empreender e Escolaridade	Entrevista
VII.	Há evidência estatística para crer que existe correlação entre a quantidade de conhecimento geral em empreendedorismo e o grau de escolaridade dos jovens inquiridos?	Média, Variância, Desvio-padrão e Correlação linear	Nota e Escolaridade	Entrevista e Questionário

Fonte: elaborado pelos autores.

Coefficiente de correlação linear de Pearson

O coeficiente de correlação de Pearson foi calculado para verificar se há correlação entre as variáveis estudadas, como por exemplo, a variável *Intenção de empreender* a variável *idade*, procurando estabelecer uma relação de dependência matemática.

Existem outros coeficientes de correlação além do de Pearson, mas este é mais aderente aos objetivos da pesquisa por considerar dados quantitativos e por medir correlações tanto positivas quanto negativas. Além disso, foi percebido que a ferramenta utilizada em artigos sobre empreendedorismo com fins semelhantes aos deste, como o de Kruger et al. (2019). O coeficiente de correlação populacional (parâmetro) ρ e sua estimativa amostral estão intimamente relacionados com a distribuição normal bivariada, cuja função densidade de probabilidade é dada equação abaixo:

Onde o parâmetro da população é dado pela equação abaixo:

A covariância entre X e Y é igual $COV(X,Y)$, σ_x é o desvio-padrão de X, e σ_Y o de Y. O Estimador de Máxima Verossimilhança é dado pela expressão – equação:

Onde o número de observações da amostra é n ; média aritmética de X é \bar{X} ; e média aritmética de Y é \bar{Y} .

Resultados e Discussão

Ao todo, 86 pessoas se voluntariaram para responder a pesquisa, aplicada individualmente, e dias diferentes, durante 2 meses 39 pessoas se declararam do sexo feminino e 46 pessoas se declararam do masculino, havendo certo equilíbrio entre ambos os gêneros, respectivamente, 54% e 46%. Segundo a literatura clássica, foi adotado que quando a correlação calculada é maior que 0,15 infere-se matematicamente uma evidência estatística de que estes valores estão relacionados no grupo amostral de maneira direta: conforme um cresce, o outro tende a crescer também (Cohen, 1988).

Quanto mais próximo de 1 for esse número, mais forte é a correlação, e maior é o poder de explicação do modelo. Quando o resultado é menor que -0,15 infere-se o mesmo, mas diz que a correlação é inversa. Os resultados, considerando um $p < 0,05$, podem ser vistos na tabela 4.

Tabela 4:
Coefficientes de correlação de Pearson entre as variáveis pesquisadas.

	Gênero	Idade	Escolaridade	Nota na prova
Intenção de empreender	0,2208	0,3931	0,07039	0,02461
Intenção de não empreender	0,0464	-0,2125	-0,18581	0,08373
Escolaridade	--	--	--	0,31374

Fonte: Elaborado pelos autores

De acordo com os resultados da tabela 4, as várias premissas estabelecidas foram testadas. Os resultados onde há correlação estatística positiva ($>0,15$) ou negativa ($<0,15$) foram destacados na tabela 4, embora os demais resultados – o de não haver correlação entre os eventos – também sejam achados importantes da pesquisa. Cada interpretação é tratada abaixo dentro de cada Premissa.

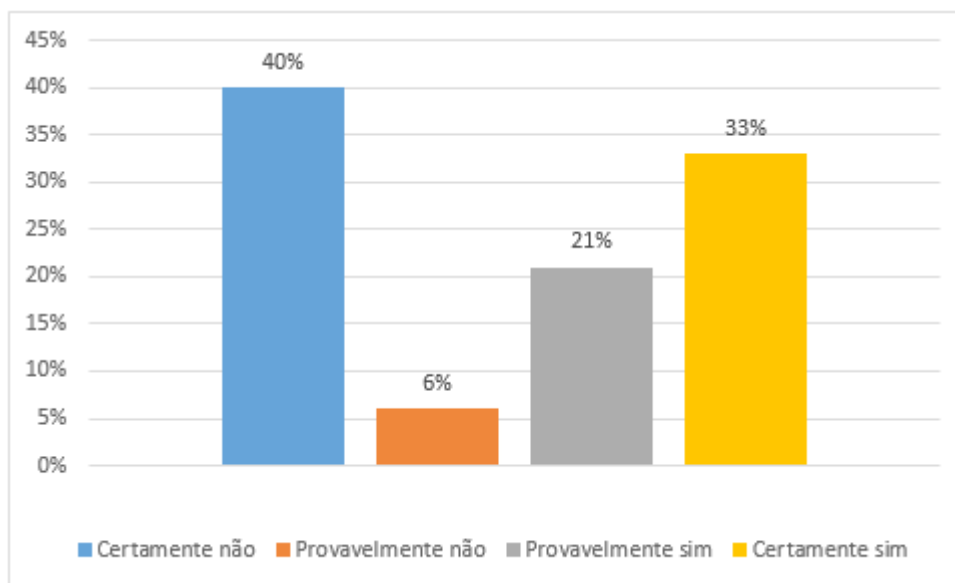
Premissa I

O gráfico 3 refere a todas as quatro opções de Likert para esta pergunta, enquanto o gráfico 4 estratifica em apenas dois grupos: os que responderam pelo menos “Não”, e os que responderam pelo menos “Sim”, independentemente da certeza atual. Vê-se que a maior parcela dos jovens inquiridos, dentre as respostas possíveis, afirma que certamente não irão começar seus próprios negócios (40%), seguido pelos que afirmam que “Certamente sim”, vão empreender (33%).

No entanto, agrupando as intenções independentemente do grau de certeza das

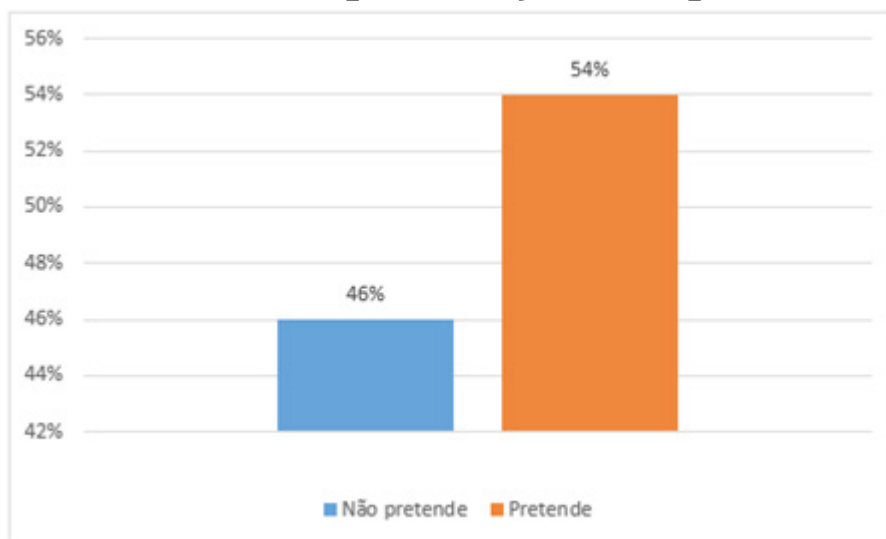
respostas, é o contrário: há mais jovens que pretendem empreender do que os que não pretendem. Isso é explicado graças a parcela de jovens que pretende empreender, mas sem muita certeza, em detrimento de uma pequena que não pretende empreender igualmente sem certeza.

Gráfico 3: Jovens por intenção de empreender



Fonte: Elaborado pelos autores

Gráfico 4: Jovens por intenção de empreender



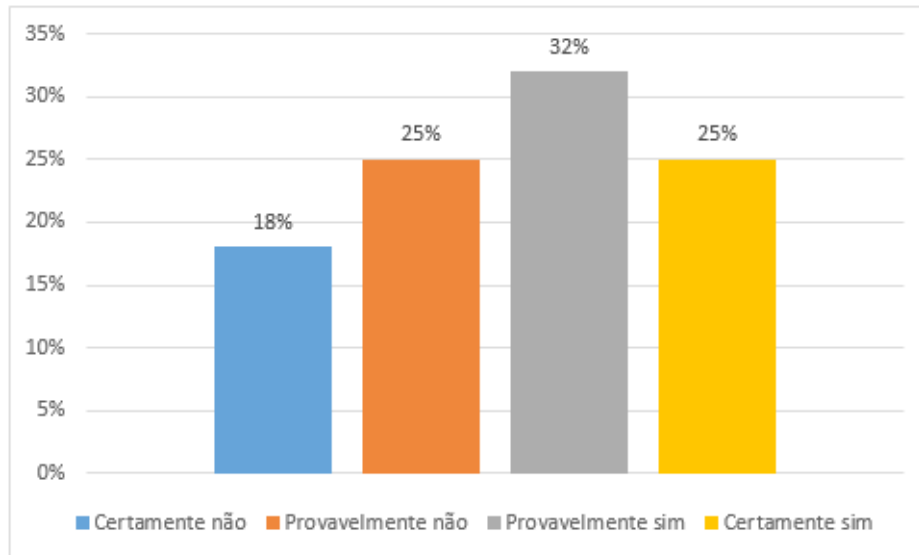
Fonte: Elaborado pelos autores

Premissa II

Vê-se na tabela 4 que há uma correlação positiva (maior que 15%) quando se testou

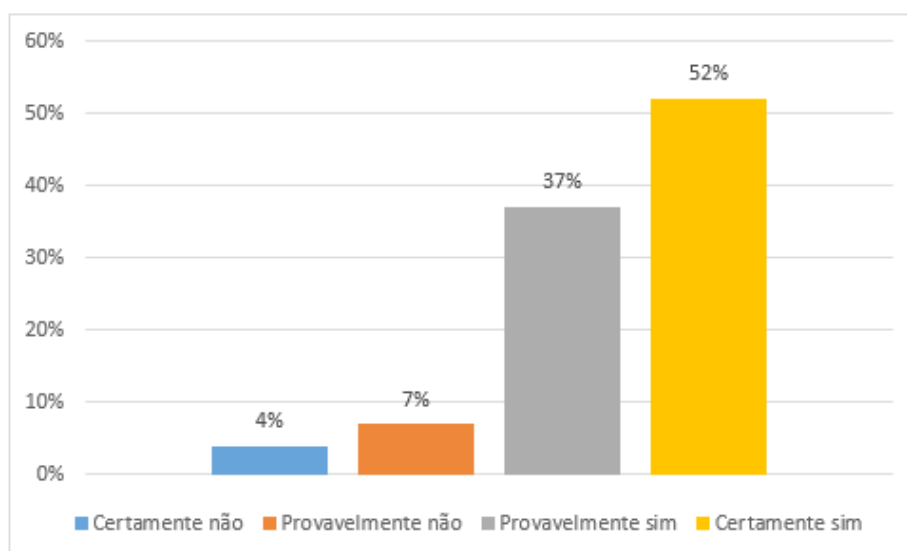
as variáveis intenção de empreender com gênero (22%). Logo, há correlação entre essas variáveis: a quantidade de jovens mulheres jovens na Baixada Fluminense com intenções de empreender é estatisticamente menor do que a de homens. Os resultados estão representados nos gráficos 5 e 6.

Gráfico 5: Mulheres por intenção de empreender



Fonte: elaborado pelos autores

Gráfico 6: Homens por intenção de empreender



Fonte: Elaborado pelos autores

Premissa III

Na tabela 4, a correlação entre as variáveis *intenção de empreender* e *idade* resultou 39%, evidenciando uma correlação direta e forte. Os resultados das médias das idades, estratificados por resposta de *Likert*, estão apresentados na tabela 5.

Tabela 5: Comparação da média das idades por Intenção de empreender.

Resposta	Média das idades
Certamente não	18,8
Provavelmente não	19
Provavelmente sim	20,2
Certamente sim	20,1

Fonte: Elaborado pelos autores

A tabela 6 estratifica as respostas mostradas anteriormente por intenção positiva ou negativa. Dessa forma, a média abaixo apresentada não é a média das médias, e sim a média das idades considerando apenas esses dois grupos. Verifica-se uma diferença de aproximadamente 4%, maior para os que pretendem empreender, que reafirma a correlação encontrada.

Tabela 6: Comparação da média das idades por intenção de começar o próprio negócio.

Resposta	Média das idades
Não pretende	19,3
Pretende	20,1

Fonte: elaborado pelos autores

Premissas IV e V

A tabela 7, resume a média das notas da prova em função da resposta dada para a intenção de empreender ou não.

**Tabela 7:
Notas dos Questionário em função das intenções de empreender**

Resposta	Nota média
Certamente não	3.2
Provavelmente não	3.6
Provavelmente sim	2.9
Certamente sim	3.4

Fonte: elaborado pelos autores

Na tabela não se verifica qualquer correlação entre as variáveis *intenção de empreender* e *nota*, considerando o resultado de 2% menor do que os 15% estabelecidos como mínimo.

Isso quer dizer que, apesar de que poder-se-ia ser natural supor que haveria alguma melhora nas notas conforme a intenção de empreender aumenta, isso não foi verificado. Isso é especialmente indesejável, pois aponta que, no grupo amostral, aqueles que pensam em empreender não estão mais bem preparados do que os que não desejam isso. Por fim, é investigada a premissa de que a nota varia conforme o grau de escolaridade. Os resultados estão na tabela 8.

Tabela 8: Notas dos Questionário em função do nível de escolaridade.

Resposta	Nota
Médio cursando	3.3
Médio completo	3.3
Superior cursando	3.5
Superior completo	4.0

Fonte: Elaborado pelos autores

Nesse caso, é possível verificar um incremento nas notas à medida que cresce o nível de escolaridade, mostrando uma proporcionalidade direta mais clara e em concordância com a correlação calculada de 31% apresentada na tabela 4.

Premissa VI

Não foi encontrada evidência estatística de que as variáveis *intenção de empreender* e *escolaridade* estejam correlacionadas, de modo direto ou inverso. Na tabela 4, verifica-se 7% de correlação entre querer empreender e um maior nível de escolaridade, insuficiente para os padrões adotados.

Porém, há correlação inversa entre a *intenção de não empreender* e a *escolaridade* (-18%), ou seja, quanto maior a certeza de não empreender, menor tende a ser a escolaridade dos inquiridos. A tabela 9, abaixo, resume, para cada opção de resposta, o percentual de respondentes de cada nível de escolaridade, aumentando a visibilidade desse achado. Vê-se, por exemplo, que 60% dos que responderam que “Certamente não” pretendem começar um negócio têm apenas o ensino médio completo.

Tabela 9: Quantidade de respostas separadas por escolaridade.

Resposta	Médio cursando	Médio completo	Superior cursando	Superior completo	Total
Certamente não	20%	60%	20%	0%	100%
Provavelmente não	28%	39%	33%	0%	100%
Provavelmente sim	14%	57%	25%	4%	100%
Certamente sim	3%	68%	29%	0%	100%

Fonte: elaborado pelos autores

Considerações finais

Foi conduzida uma investigação que teve por objetivo culminar no mapeamento do perfil dos futuros jovens empreendedores da Baixada Fluminense. Essa investigação trouxe à luz diversos dados de dezenas de jovens da faixa etária de 18 a 24 anos, que foram tratados, a partir das seis premissas levantadas. O gráfico 4, mostra que 54% dos jovens querem empreender.

Considerando que esses dados possam ser extrapolados, há duas possibilidades: a primeira, é uma mudança social recente, de modo que as pessoas estão, cada vez mais, querendo ser donos do seu próprio negócio, que deve propiciar mais empreendedores no futuro; a segunda, é refutar esta premissa, e para tanto essas pessoas, apesar de sua intenção atual, não chegam a ser empreendedores, de modo que os motivos dessa desistência podem ser alvo de outra pesquisa futura.

Segundo McClelland (1985) avaliações de pesquisas que demonstram a importância da motivação, do valor do incentivo e da probabilidade de sucesso, medida de forma independente, para prever o desempenho das realizações e a frequência com que os atos de afiliação são realizados.

Tanto a teoria quanto a pesquisa levam às seguintes conclusões: (1) a força do motivo, particularmente em relação à força de outros motivos na pessoa, é o determinante mais importante da frequência do ato operante; (2) o valor do incentivo é o determinante mais importante das escolhas baseadas na cognição; (3) força motriz e probabilidade de sucesso combinam-se multiplicativamente para predizer força ou probabilidade de resposta; e (4) todos os determinantes, mais esta última interação, juntos respondem por mais de 75% da variação em operantes, como a frequência do ato afiliativo.

No gráfico 5 vê-se alguma diferença entre as respostas quando estratificadas por gênero. 57% das mulheres pretendem ter o próprio negócio, enquanto nos homens este número é ainda maior: 89%. Outro aspecto importante da pesquisa diz respeito à idade dos inquiridos. Na tabela 5 pode-se ver que a idade aparentemente é diretamente proporcional à vontade de empreender, dentro desta faixa-etária.

Na tabela 6, onde a resposta é binária, isso também fica claro. Apesar da diferença entre as médias das idades ser baixa, considerando que a faixa etária escolhida é pequena, a variação máxima seria de 25% (de 18 para 24 anos). Logo, essas curtas variações não devem ser ignoradas. Uma possível explicação para este fenômeno pode ser o amadurecimento dos inquiridos, que pode estar relacionado à sua intenção de ter seu próprio negócio.

Em relação às notas do questionário, não foi observada evidência estatística que sustente a ideia de que aqueles que têm intenção de empreender tenham melhor capacitação teórica para tal. Em outras palavras, o grupo que declara que quer ter seu próprio negócio não se saiu melhor quando testadas suas habilidades teóricas para fazê-lo, frente aqueles que decidiram que não serão empreendedores.

Esse é um resultado importante, e potencialmente a maior lacuna encontrada ou atestada por esta pesquisa: há necessidade de prover treinamento para dar suporte aos futuros jovens empreendedores da Baixada Fluminense, sobretudo no que diz respeito à técnica. Além disso, só 5 dos inquiridos afirmaram que certamente não abrirão nenhum negócio, ou seja, não só a parcela que pretende empreender é maior, como cresce conforme a certeza de que vai fazê-lo.

Também, há uma parcela pequena que disse que não tem certeza, mas que não pretende empreender. O modelo de Likert sugere que nestes casos deve-se evitar respostas neutras na pesquisa, a ausência de uma resposta neutra talvez tenha distorcido este caráter da pesquisa.

Como dificuldade da pesquisa, ressalta-se o fato de que, por ser uma pesquisa aplicada e de campo, há a necessidade de se locomover até o local para a coleta de dados, vários dias e por várias horas por dia, impossibilitando que a amostragem seja muito grande.

Ainda sobre a amostragem, os questionários aplicados foram longos, e conseguir voluntários que os fizessem também dificultou e reduziu significativamente o tamanho da amostra. Contudo, um questionário menor teria outros prejuízos, eventualmente mais dramáticos. Entende-se que esta é uma dificuldade natural do método.

Referências

- BAGGIO, A., & BAGGIO, D. (2015). “Empreendedorismo: Conceitos e definições”. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**. v. 1, n. 1, p. 25-38.
- BARROS, C.M.; VITAL, L. (2019) “Abordagens metodológicas das pesquisas em organização e representação do conhecimento no contexto brasileiro.” **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**.v. 17, e019018-e019018.
- BERNARDO, J. M. L., et al. (31/10/2018) “O microempreendedor individual no contexto econômico brasileiro: oportunidade ou necessidade?” **Simpósio De Excelência em Gestão e Tecnologia**. Disponível em <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos18/14826152.pdf>. Consultado em 16/02/2020.
- CARVALHO, D., PRÉVOT, F., & MACHADO, J. (2014). “The use of the resource based view theory based in rural properties: a systematic review of the literature”. **Revista De Administração**, v. 49, N° 03, 506-518.
- COHEN. J. (1988). **Statistical power analysis for the behavioral sciences**. New York. Lawrence Erlbaum Associates, 2º edição.
- DORNELAS, J. C. (2012). **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. São Paulo: Atlas S.A, 6º edição.
- Drucker. P. F. (2001). **O melhor de Peter Drucker: obra completa**. São Paulo: Nobel.
- GREATTI, L., SENHORINI, V. (2000). “Empreendedorismo uma visão comportamentalista.” **Anais do I EGEPE**, v. I, 22-34.
- GULINI, P. L. (2005). Ambiente organizacional, comportamento estratégico e desempenho empresarial: um estudo no setor de provedores de internet de Santa Catarina. **Universidade do Vale do Itajaí**. Disponível em <http://livros01.livrosgratis.com.br/cp001393.pdf>. Consultado em 20/01/2020.
- HANSEN, M. H., PERRY, L. T., & REESE, C. S. (2004) “A Bayesian Operationalization of the Resource-based View.” **Strategic Management Journal**, v. 25, N°13, 1279-1295.
- KRÜGER, C., BÜRGER, R., MINELLO, I. (2019) “O papel moderador da educação empreendedora diante da intenção empreendedora”. **Revista Economia & Gestão**, v. 19, N° 52, 61-81.
- LANDSTRÖM, H. (2020) “The Evolution of Entrepreneurship as a Scholarly Field”.

Foundations and Trends in Entrepreneurship, v. 16, n. 2, p. 65-243.

MCCLELLAND, D. C. (1974). "Testing for competence rather than for 'intelligence' ": Reply. **American Psychologist**, v. 28, 1-14.

MCCLELLAND, D.C. (1985). "How motives, skills, and values determine what people do." **American Psychologist**, v.40, 812–825.

MEDEIROS, P. (2001). "Empreendedorismo Presente nas Escolas". **Revista SEBRAE**, Ano III, N° 15, 28-34.

MUYLDER, C., DIAS, A., & OLIVEIRA, C. (2013). "É Possível Ensinar Empreendedorismo? Análise Comparativa com Estudantes Brasileiros." **Revista de Ciências da Administração**, v. 1, N° 1, 82-91.

OLIVEIRA, D. P. R. (2011). **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia, práticas**. São Paulo, Atlas S.A.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. (2011). **Business model generation: inovações em modelos de negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários**. Rio de Janeiro, Alta Books.

SALGADO, J.; BAKKER, B (2017). "Quando a crise faz o empreendedor: Desemprego e empreendedorismo no jornal o estado de S. Paulo". **Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura**, v. 15, n. 2, p. 590–608.

SOUZA, E.C.L. (2001). "Empreendedorismo: Competência essencial para Pequenas e Médias Empresas". **Revista de Administração e Inovação**. v. 8, N° 3, 120-140.

Documentos oficiais

BRASIL (2016), Resolução N° 510, de 7 de abril de 2016, consultado na internet em 19/12/2020 em http://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/cns/2016/res0510_07_04_2016.html

GEM Brasil. (2018) Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo 2017. **Global Entrepreneurship Monitor** Disponível em https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf Consultado em 19/01/2020.