

Universidade do Minho
Escola de Economia e Gestão

Ana Rita Machado Batista **Estudo da influência das emoções no Processo Empreendedor**

Ana Rita Machado Batista

**Estudo da influência das emoções no
Processo Empreendedor**

UMinho | 2016

abril de 2016



Universidade do Minho
Escola de Economia e Gestão

Ana Rita Machado Batista

Estudo da influência das emoções no Processo Empreendedor

Dissertação de Mestrado
Mestrado em Estudos de Gestão

Trabalho efetuado sob a orientação do
Professor Doutor António Joaquim Araújo de Azevedo
e coorientação do
Professor Doutor Nuno Filipe Pinto de Oliveira Marques

Declaração

Nome – **Ana Rita Machado Batista**

Endereço eletrónico: **ritabatista92@hotmail.com**

Número do Cartão de Cidadão: 14048155 9 zz1

Título dissertação: **Estudo da influência das emoções no Processo**

Empreendedor

Orientador: **Profº Doutor António Joaquim Araújo de Azevedo**

Co-Orientador: **Profº Mestre Nuno Filipe Pinto de Oliveira Marques**

Ano de conclusão: **2016**

Designação do Mestrado: **Mestrado em Estudos de Gestão**

1. É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTA DISSERTAÇÃO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

Universidade do Minho, ____/____/____

Assinatura:

Agradecimentos

A elaboração desta dissertação só foi possível graças à disponibilidade, à colaboração e apoio de diversas pessoas. A todos quero aqui expressar o meu mais sincero agradecimento, nomeadamente aos meus orientadores, o Prof. Doutor António Azevedo e o Prof. Mestre Nuno Marques, em razão do esforço, da partilha de conhecimentos, das ideias e criatividade, e também pela disponibilidade de tempo, empenho e confiança depositada em mim.

Expresso aqui um agradecimento especial a todos os empreendedores que responderam prontamente ao questionário porque sem eles o estudo não seria possível. Muito obrigada por partilharem comigo as vossas vivências. Eles foram sem dúvida uma peça fundamental neste trabalho, e aqui todos recordo com carinho.

Agradeço a todos os professores do mestrado que ajudaram a fomentar os conhecimentos e ideias cruciais. Aos meus colegas do mestrado, em especial à Daniela, ao Pedro e à Ana, pelo companheirismo e cooperação ao longo de todo o processo, pela partilha de conhecimentos e pela força dada.

À minha amiga Vânia, obrigada pelo apoio dado ao longo de toda a investigação, mesmo à distância.

Por fim agradeço aos pilares mais importantes da minha vida, os meus pais, por todos os ensinamentos que me transmitiram, e por todos os sacrifícios que por mim fizeram, que ajudaram a formar a pessoa que sou hoje. E o meu irmão, Pedro Nuno, pela inspiração, pelo apoio incondicional, pelo incentivo, pela compreensão e por estar sempre ao meu lado, és o meu porto de abrigo. Não posso deixar de agradecer à minha avó e a minha madrinha pelo apoio, que constantemente, oferecem e por estarem sempre presentes.

E a todos que fizeram ou fazem parte da minha vida, em especial aos restantes familiares e amigos muito obrigada.

Resumo

A presente dissertação debruça-se sobre a influência que as emoções tem no processo empreendedor. O empreendedorismo tem vindo a revelar-se uma área muito explorada pelos investigadores, devido ao desenvolvimento económico e social que este tem na sociedade. Contudo as emoções que possam ou não estar implícitas no processo empreendedor não tem sido um tema muito abordado. Os principais objetivos do estudo são analisar a influência das emoções (medo, confiança, paixão) na identificação da oportunidade e na sua implementação no decorrer do processo empreendedor; Apresentar hipóteses para o melhoramento do processo empreendedor.

Foi dado um enfoque qualitativo através da realização de entrevistas a empreendedores de diferentes setores. Mas também quantitativo, utilizando para o efeito, um inquérito por questionário para a verificação macro dos resultados obtidos nas entrevistas, usando uma amostra por conveniência de 35 empreendedores. Os dados foram recolhidos em startup no norte do país, mas também em empresas com projetos inovadores.

Os resultados obtidos revelam que a emoção mais presente no processo empreendedor é a confiança encontrando-se presente na identificação e na implementação da oportunidade. Também na identificação da oportunidade verificou-se a presença da paixão, sendo substancialmente menor na fase seguinte, a implementação do projeto. Em relação à emoção medo, esta tornou-se insignificante na única fase que foi estudada, a identificação da oportunidade.

Os resultados obtidos apontam para uma grande confiança que os empreendedores tem na identificação e no desenvolvimento do projeto, assim como uma paixão inicial grande que vai diminuindo à medida que o projeto entra em criação. A falta da perceção efetiva do projeto pode ser a razão para a insignificância do medo. O surgimento de um empreendedor pode estar relacionado com as motivações que este tem para a criação do projeto.

O trabalho realizado contribuiu assim para o aprofundamento do conhecimento das emoções presentes no empreendedor, principalmente em duas fases do processo empreendedor, bem como para o melhoramento deste mesmo processo.

Abstract

The present dissertation is about the influence that the emotions have in the enterprising process. The entrepreneurship has been explored a lot by researchers due to the economical and social development that it has in society.

However, the emotions that may be implicit in the enterprising process haven't been approached so far. The main goals of the study are about analysing the influence of the emotions (fear, confidence, passion) in the identification of the opportunity and in its application throughout the enterprising process, presenting assumptions to improve the enterprising process.

A quality emphasis was given throughout interviews to several entrepreneurs. It was also given a quantitative emphasis through a survey per quiz to the macro examination of the results given in the interviews, using a sample of 35 entrepreneurs. The data was collected in startup not only in the north of the country, but also in companies with innovative projects.

The obtained results reveal that the most present emotion in the enterprising process is the confidence which is present in the identification and in the implementation of the opportunity. There was passion in the identification of the opportunity as well; however, it was less present in the next phase, the implementation of the project. As far as the fear is concerned, that was insignificant in the unique phase studied, the identification of the opportunity.

The obtained results show not only the great confidence the entrepreneurs have in the identification and in the development of the project, but also a big starting passion that diminishes as the project starts. The lack of the effective perception of the project may be the reason for the insignificance of the fear. The appearance of an entrepreneur may be related to his/her motivations to the creation of a project.

All in all, this work has contributed both to the deepening of the knowledge of the emotions present in the entrepreneur, mainly in two phases of the enterprising process, and to the improvement of this process.

Índice

1. Introdução.....	11
2. Formulação do problema de pesquisa	14
3. Empreendedorismo.....	16
3.1. O conceito de Empreendedorismo	16
3.2. Perspetiva histórica do Empreendedorismo.....	18
3.3. Processo Empreendedor.....	21
3.4. Definição de Empreendedor	24
3.5. Atividade empreendedora	27
4. Emoção	28
4.1. Conceito de Emoção	29
4.2. Teorias da Emoção: perspetiva histórica	32
4.3. Emoção e Racionalidade: António Damásio	33
4.4. Roda de Emoções: Teoria da Emoção de Plutchik	34
5. Estudos de emoção no empreendedorismo.....	38
5.1. O papel do afeto no Processo Empreendedor	38
5.2. Explorando o Coração: A Emoção Empreendedora é um tema quente.....	39
5.3. As Emoções e avaliação da Oportunidade Empresarial	40
5.4. Emoções e oportunidades: a interação da avaliação da oportunidade, do medo, da alegria e da raiva como antecedente para a exploração empreendedora	41
5.5. Medição da paixão empresarial: bases conceituais e validação da escala.....	41
6. Enquadramento metodológico e enquadramento da pesquisa.....	43
6.1. Questões e objetivos de pesquisa.....	43
6.2. Opções Metodológicas: Enfoque de Pesquisa	44
6.3. Definição e Modelo de Pesquisa.....	49
6.4. Formulação de hipóteses.....	49
6.5. Técnicas de recolha e tratamento de dados.....	51
6.5.1. A entrevista	52
6.5.2. Questionário – Instrumento de Recolha de dados.....	54
6.5.2.1. Escala de paixão	57
6.5.2.2. Escala de medo	58
6.5.2.3. Escala de confiança	61
6.5.3. Análise bibliográfica	63
6.5.4. Análise de Conteúdo	64
6.5.5. Análise de dados.....	65

6.6. Seleção da amostra.....	66
6.7. Síntese do capítulo	68
7. Análise dos dados e interpretação dos resultados.....	70
7.1. Entrevista	70
7.1.1. Sinopses das entrevistas realizadas aos três empreendedores (com base nas recomendações de Guerra, 2006)	71
7.1.2. Análise descritiva e interpretativa das entrevistas.....	71
7.1.3. Formulação das combinações possíveis – Hipóteses	75
7.2. Questionário.....	76
7.2.1. Influência da idade, do gênero e do setor	83
7.2.2. Correlações entre as emoções	83
7.2.3. Evolução das duas fases do Processo Empreendedor estudadas.....	87
7.2.4. Validação das hipóteses	87
8. Conclusões gerais e implicações futuras	89
Bibliografia.....	91
Anexo I – Entrevista Semiestruturada: Guião de entrevista.....	95
Anexo II – Inquérito a Empreendedores com projetos sustentáveis	108
Anexo III – Tratamento de resultados	119

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Etapas do processo de investigação. Fonte: Adaptado de Quivy & Campenhoudt (2003).	45
Tabela 2 – Grelha analítica para desenvolvimento do guião da entrevista. Fonte: elaboração própria.	54
Tabela 3 – Escala de paixão realizada por Robert Vallerand e seus colaboradores (2003). Fonte: elaboração própria.	58
Tabela 4 – Escala de medo do manual de David Conroy (2002). Fonte: elaboração própria.....	60
Tabela 5 – Escala de confiança. Fonte: elaboração própria.....	62
Tabela 6 – Características dos inquiridos. Fonte: elaboração própria.....	68
Tabela 8 – Setor de atividade dos projetos. Fonte: elaboração própria.	78
Tabela 9 – Motivação que levaram a enveredar por esse caminho. Fonte: elaboração própria.....	78
Tabela 10 – Fatores impulsionadores que levaram a avançar com o projeto. Fonte: elaboração própria.	79
Tabela 11 – Fatores de bloqueio que se opuseram ao projeto. Fonte: elaboração própria.	79
Tabela 12 – Fatores que levaram a Identificação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.....	80
Tabela 13 – Scores da paixão na Identificação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.....	80
Tabela 14 – Scores do Medo na Identificação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.....	80
Tabela 15 – Scores da Confiança na Identificação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.....	81
Tabela 16 – Fatores que levaram a Implementar da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.....	81
Tabela 17 – Scores da Paixão na Implementação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.....	81

Tabela 18 – Scores da Confiança na Implementação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.....	82
Tabela 19 – Viabilidade financeira do projeto. Fonte: elaboração própria.	82
Tabela 20 – Coeficientes de correlação de Spearman entre as motivações. Fonte: elaboração própria.	83
Tabela 21 – Coeficientes de correlação de Spearman entre as emoções nas duas fases do Processo Empreendedor. Fonte: elaboração própria.	84
Tabela 22 – Teste não paramétrico da confiança e da paixão na fase da identificação e implementação da oportunidade. Fonte: elaboração própria.	86
Tabela 23 – Emoções estudadas nas duas fases do processo empreendedor. Fonte: elaboração própria.	87
Tabela 24 – Validação das hipóteses através dos resultados obtidos. Fonte: elaboração própria.....	88
Tabela 25 – Valores das frequências da Paixão na Identificação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.	120
Tabela 26 – Valores das frequências do Medo na Identificação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.	122
Tabela 27 – Valores das frequências do Confiança na Identificação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.	123
Tabela 28 – Valores das frequências do Paixão na Implementação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.	124
Tabela 29 – Valores das frequências do Confiança na Implementação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.	125
Tabela 30 – Análise Fatorial da Paixão na Identificação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.	126
Tabela 31 – Análise Fatorial do Medo na Identificação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.	127
Tabela 32 – Análise Fatorial da Confiança na Identificação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.	128
Tabela 33 – Análise Fatorial da Paixão na Implementação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.	129
Tabela 34 – Análise Fatorial da Confiança na Implementação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.	130

Índice de Figuras

Figura 1 – O processo empreendedor segundo Timmons. Fonte: Adaptado de Timmons (1994).	24
Figura 2 – Modelo conceitual da atividade empreendedora segundo o relatório GEM. Fonte: Amorós e Bosma (2013).	27
Figura 3 – Modelo tridimensional da emoção de Plutchik e corte do modelo emocional de Plutchik. Fonte: Strongman (1996).....	35
Figura 4 – Roda das Emoções desenvolvida por Robert Plutchik. Fonte: adaptado de Robert Plutchik (1980) http://www.updateordie.com/2012/04/10/plutchick-wheel-um-mapa-de-emocoes/	36
Figura 5 – Modelo teórico do afeto em Empreendedorismo. Fonte: Baron (2008).	39
Figura 6 – Histograma da idade dos inquiridos. Fonte: elaboração própria.....	68
Figura 7 – Esquema das combinações das emoções com as duas fases do processo empreendedor. Fonte: elaboração própria.	76
Tabela 7 – Quadro da área de formação. Fonte: elaboração própria.....	77
Figura 8 – Histograma com a duração do projeto. Fonte: elaboração própria.	82
Figura 9 – Histograma da idade dos inquiridos. Fonte: elaboração própria.....	119

1. Introdução

Na sociedade atual, designando-a por sociedade da informação, que sucedeu à sociedade pós-industrial, o empreendedorismo tem um papel ascendente no desenvolvimento da mesma. A rápida mudança comportamental ocorrida na sociedade aconteceu sustentada, sobretudo, em novas concepções, criações e conhecimento generalizado. Esta atingiu uma aceleração espontânea que conduziu a uma mudança profunda no estilo de vida das pessoas, transformando as suas pretensões e conquistas.

O empreendedorismo vem se configurando como o grande combustível do desenvolvimento dos tempos atuais. Timmons (1994) afirma que "o empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que foi a revolução industrial para o século XX". No processo empreendedor, o empreendedor deve encontrar, avaliar e desenvolver uma oportunidade. Este tem uma grande importância por orienta o empreendedor para a geração de produtos inovadores.

A emoção, numa definição geral, é um impulso neural que move um organismo para a ação. O tema das emoções consiste num parâmetro de fundamental importância para a reflexão sobre a construção do conhecimento. Por um lado, aponta para as exigências necessárias que o investigador tem que ter na concepção e na abordagem aos seus objetivos de estudo. Por outro lado, levanta problemas epistemológicos que fundamentam as bases da sua própria compreensão. (Strongman,1996).

Existem vários tipos de emoções, tais como, alegria, tristeza, confiança, desgosto, medo, raiva, antecipação e a surpresa, às quais o psicólogo Plutchik (2009) designa de emoções primárias. Na verdade a maioria dos investigadores acha que existem emoções provenientes de outras emoções, tornando-se assim uma espécie de interligação de emoções, às quais podemos designar de emoções complexas.

O empreendedorismo é, portanto, o tema que nos propomos estudar, nomeadamente o papel das emoções. Acreditamos que esta seja uma abordagem que possa contribuir para o melhoramento do processo empreendedor.

Atendendo à dimensão deste tema, de forma a especificar o nosso estudo, definimos como questão de pesquisa: Qual a influência das emoções (paixão, confiança e medo) em duas fases do Processo Empreendedor (Identificação da oportunidade e Implementação da oportunidade), em particular aos empreendedores incubados em

parques com projetos de reconhecido grau inovador? O propósito do estudo é melhorar o conhecimento das emoções, paixão, medo e confiança, em duas fases do processo empreendedor: identificação da oportunidade e implementação da oportunidade.

Para tal, atendendo ao nosso objeto de análise, recorreremos a uma metodologia qualitativa, mas também quantitativa para uma maior abrangência. Utilizaremos técnicas de recolha de dados como a entrevista e os questionários, tendo como público-alvo os empreendedores.

Relativamente à estruturação do trabalho, este contempla oito capítulos, incluindo o presente.

O segundo capítulo diz respeito à formulação do problema, que abrange a questão de pesquisa, os objetivos gerais e específicos, e a justificação (Sampieri *et al.*, 2006).

Passamos ao aprofundamento dos conceitos teóricos inerentes à nossa investigação, enquadrando-os nos dois capítulos seguintes. Assim, no ponto III fazemos uma abordagem aos conceitos de empreendedorismo, uma breve referenciação à perspetiva histórica, seguindo-se de uma análise ao processo empreendedor, à definição e à atividade empreendedora. No ponto IV abordamos a emoção e os conceitos que derivam, assim como as teorias numa perspetiva histórica. Nos dois últimos subcapítulos é referenciado as emoções tendo como referencia dois investigadores. Mais concretamente a “Emoção e Racionalidade” de António Damásio e a “Roda das Emoções” da teoria das emoções de Plutchik.

Já em relação ao ponto V, “Estudos de emoções no empreendedorismo”, referenciamos cinco estudos de emoções onde é abordado de alguma forma estas duas temáticas.

Continuamos com o capítulo VI, referente ao enquadramento metodológico, onde se inclui a questão e objetivos a que nos propomos responder, as opções metodológicas, a definição e modelo de pesquisa, a formulação de hipóteses, as técnicas, procedimentos de recolha e tratamento de dados e a seleção da amostra. Procuramos explicar em que consiste cada um destes passos teoricamente, relacionando-os com a nossa investigação.

O sétimo capítulo assume-se com o “capítulo central” da componente empírica do estudo, e constitui-se pelo tratamento dos dados e interpretação de resultados. Este procedimento será direcionado para os empreendedores com projetos ativos.

Finalmente, no último capítulo da tese, damos lugar às conclusões gerais da dissertação, bem como apresentamos algumas perspectivas futuras, que possam abrir caminho para novos trabalhos.

2. Formulação do problema de pesquisa

Aquando a iniciação de um processo investigativo é fulcral delimitar e estruturar textualmente o tema ou a ideia de pesquisa que iremos analisar, assim como, o que se pretende com o estudo. Sampieri et al. (1991) designa para este procedimento a Formulação do Problema de Pesquisa, sendo constituído por três elementos: a questão de pesquisa, os objetivos de pesquisa e a justificação; esta etapa da pesquisa científica é uma das principais.

A questão de pesquisa dirige-nos para as respostas pretendidas pela própria investigação. Já os objetivos de pesquisa evidência o que se pretende com a investigação, isto é as orientações do estudo. Para conseguir uns traços orientadores de fácil compreensão, foi necessário dissociar os objetivos em dois níveis distintos (objetivos gerais e objetivos específicos). Posto isto, definimos dois objetivos gerais, mais globais e amplos, nos quais estão implícitas as numerosas orientações para a ação, descrevendo as linhas de trabalho a seguir. Após estes, determinamos os objetivos específicos, que serão mais restritos e precisos, exprimindo os resultados que se pretende alcançar de forma mais específica e operacional. Por fim, a justificação da pesquisa onde se expõe as razões da investigação (Sampieri et al., 1991).

Desta forma, a investigação abrange:

Questão de Pesquisa: Qual a influência das emoções (paixão, confiança e medo) em duas fases do Processo Empreendedor (Identificação da oportunidade e Implementação da oportunidade), em particular aos empreendedores incubados em parques com projetos de reconhecido grau inovador?

Objetivos Gerais: Conhecer, compreender e diferenciar teoricamente os conceitos de Emoção, Empreendedorismo, Processo Empreendedor e outros conceitos associados, de forma a enquadrar, fundamentar e validar as variáveis em estudo no objetivo de uma melhor compreensão do processo empreendedor. E averiguar se a paixão, a confiança ou o medo influenciam as duas fases do Processo Empreendedor.

Objetivos Específicos: Conhecer as emoções que possam estar presentes nas etapas do processo empreendedor; Analisar a influência das emoções (medo, confiança, paixão) na identificação da oportunidade e na sua implementação no decorrer do processo empreendedor.

No que diz respeito à justificação, com base num conjunto de critérios, pretendemos demonstrar e avaliar o potencial da investigação (Sampieri *et al.*, 1991).

Portugal, à semelhança do resto do Mundo, atravessa uma crise económica, social e cultural que leva a um agravamento de problemas sociais que são conjunturais e estruturais, como o desemprego, a pobreza e a exclusão social. A motivação para desenvolver uma investigação sobre o tema do Empreendedorismo, mais concretamente o processo empreendedor, tem a ver, portanto, com expetativas e interesses pessoais e profissionais, que surgem sobretudo, perante a atual e difícil conjuntura, como resultado dos empreendedores estarem a revolucionar o mundo.

O conhecimento de uma necessidade específica foi, de facto, uma alavanca expressiva para o desenvolvimento de um projeto de investigação neste âmbito. Mais concretamente, o número de empreendedores tem vindo a crescer em Portugal com o aparecimento de incubadoras, logo o seu comportamento e até o próprio processo empreendedor devem ser estudados e entendidos em pormenor (Sarkar, 2010)

Assim, em termos de “relevância social e implicações práticas” (Sampieri *et al.*, 1991), esta investigação é direcionada para um público específico, sobre o qual pretendemos, junto de empreendedores, conhecer as emoções implícitas em todo o processo empreendedor, para, posteriormente, podermos propor a efetivação de uma iniciativa que procure responder às necessidades existentes.

No que diz respeito ao “valor teórico” (Sampieri *et al.*, 1991), a frequência no Mestrado em Estudos de Gestão assume-se como um contributo significativo, pois, mais do que a vertente de gestão, a unidade curricular de Empreendedorismo aprofundou a sensibilidade para essa temática. Para além disto, esta investigação vai-nos permitir consolidar os conhecimentos sobre os diversos conceitos-chave em estudo, são eles: o Empreendedorismo, o Processo Empreendedor e as Emoções. Pretendemos compreender o modo como estes conceitos se relacionam e se cruzam com a nossa questão de pesquisa. Efetivamente, o estudo será desenvolvido tendo por base que o empreendedorismo fornece um contexto emocional extremo e existe uma oportunidade de não apenas importar teorias a partir da psicologia e outras disciplinas, mas também de desenvolver e estender essas teorias, contribuindo desta forma para essas disciplinas fundamentais.

3. Empreendedorismo

Antes de iniciarmos o estudo propriamente dito é importante conhecermos e debatemos várias questões relacionadas com o empreendedorismo, o empreendedor e o processo empreendedor. Se entendermos os fenómenos na sua globalidade, podemos aplica-los da melhor forma.

O empreendedorismo está diretamente relacionado com o início de um negócio, por iniciativa de um individuo ou um grupo de indivíduos (Gaspar, 2010). Posto isto, podemos consideramos que esta interpretação é bastante limitada, porque o empreendedorismo abrange diferentes dimensões teóricas e práticas, dependendo do contexto histórico e geográfico onde se insere (Shane, Venkataraman, 2000).

Empreender não é só a abertura de uma empresa por iniciativa de um individuo ou de um grupo de indivíduos. Os empreendedores são indivíduos que tomaram a iniciativa de iniciar a atividade empresarial. Contudo, há investigadores que afirmam que a abertura de um negócio não é suficiente para ser considerado um ato empreendedor. O termo empreendedorismo surge relacionado com a inovação, ou com o risco ou ainda com o comportamento numa interpretação mais social. Este termo é, por vezes, confundido com empreendedor, visto que os dois estão bastante correlacionados. Existem alguns autores (Ferreira, Santos, Serra, 2010) que ao se referirem ao empreendedorismo enumeram características dos empreendedores, tais como, a capacidade de assumir o risco, a autoconfiança, a necessidade de realização, a tolerância à ambiguidade e à incerteza.

O estudo do empreendedorismo está cada vez mais presente em várias áreas do conhecimento, sendo evidente que a abordagem multidisciplinar é bastante reveladora do contributo positivo.

3.1. O conceito de Empreendedorismo

Em todo o Mundo, os países têm procurado fomentar o empreendedorismo (Ferreira et al, 2010). Em parte, os esforços tidos devem-se à relação esperada entre o empreendedorismo e o progresso económico, uma vez que as pequenas e novas empresas são as maiores geradoras de novos empregos, e não as grandes corporações. Contudo, os efeitos positivos do empreendedorismo na sociedade não se limitam à criação de

emprego. Também, emergem pelo seu contributo para a inovação de produtos, serviços, processos, métodos, técnicas e tecnologias. Os novos projetos empreendedores são, por vezes, baseadas em algo de novo, raramente algo de radicalmente novo, e impõem padrões de competição sobre as empresas já estabelecidas forçando-as a melhorar processos e produtos, assim como a serem mais eficientes, eficazes e flexíveis na adoção de novas tecnologias e métodos. Os benefícios do empreendedorismo não se restringem ao aumento da produção e da riqueza, mas também na promoção de mudanças nos negócios e na sociedade. Ainda, contribuem para aumentar as escolhas individuais de realização do indivíduo (Ferreira et al, 2010; Schumpeter, 1934).

Empreendedorismo é a capacidade de integrar e combinar recursos e competência num projeto para desenvolver novos produtos e serviços, ou seja, o desenvolvimento de inovação criando novos produtos/serviços que respondam as necessidades não satisfeitas ou com oportunidades de melhoria (Ferreira et al, 2010; Mills, 1848). Há uma conceção aplicada a diferentes contextos: iniciar novos negócios (startups), desenvolver iniciativas/projetos em organizações existentes incrementando a competitividade (intra-empreendedorismo) e atividades/projetos da comunidade para o benefício público (empreendedorismo social) (Gaspar, 2010).

Um país empreendedor oferece oportunidades e infraestruturas para ajudar o cidadão empreendedor a criar e a gerir o negócio. Os relatórios do GEM indicam que há quatro principais debilidades limitadoras da atividade empreendedora em Portugal. Que são os obstáculos no acesso a capitais e desconhecimento dos meios de financiamento existentes; a inconstância das políticas industriais, das estratégias de desenvolvimento nacional e dos programas de apoio do governo; pouca oferta no ensino do empreendedorismo como disciplina nas escolas; o insuficiente desenvolvimento dos serviços comerciais e profissionais (Amorós, Bosma, 2013; Ferreira et al, 2010).

Além das condições nacionais, o empreendedorismo resulta das perceções dos indivíduos sobre a sua necessidade, que leva alguns empreendedores a constituírem a sua própria empresa, não por considerarem que existe uma oportunidade que pode ser aproveitada, mas porque têm a necessidade de o fazer, por sobrevivência. A existência de oportunidades no mercado, refere-se à perceção de que há oportunidades de negócio no mercado que podem ser exploradas, e as suas capacidades e conhecimentos para explorar as oportunidades que resulta da perceção da capacidade no sentido de serem bem sucedidos como empreendedores, influenciando a criação de novas empresas (Amorós,

Bosma, 2013). Um outro aspeto que influencia o processo será a formação na medida que, quanto menor for o nível de formação, tendencialmente menores serão as competências e conhecimentos empreendedor. (Ferreira et al, 2010).

De ressaltar que no que se refere à atividade empreendedora existem grandes variações entre os países. Estas diferenças não podem ser explicadas apenas pela riqueza relativa dos países. Contudo, nos países mais pobres, as pessoas que não tem emprego, nem fonte de rendimento, para a sua própria subsistência pode estar dependentes da criação do seu próprio negócio. Negócio esse que será, provavelmente, pequeno, o dito negócio de rua, que apenas exige um investimento mínimo. Já nos países mais ricos o sistema institucional é razoavelmente eficaz e os sistemas de apoio existentes (Ferreira et al, 2010; Schumpeter, 1934).

Hoje em dia, o empreendedorismo é melhor aceite socialmente e ser empreendedor é uma opção respeitada pela população (Ferreira et al, 2010). Muito a custa dos media que contribuem positivamente para esta dinâmica social, com a atenção e o destaque aos casos de sucesso que alguns cidadãos manifestam (Schumpeter, 1934).

Resumidamente, o conceito de empreendedorismo pode ser diferente dependendo do indivíduo que o está a estudar. No entanto, há alguns traços semelhantes, tais como a assunção dos riscos envolvidos num novo empreendimento, a criatividade necessária, a motivação pessoal e a recompensa desejada (Ferreira et al, 2010; Schumpeter, 1934).

3.2. Perspetiva histórica do Empreendedorismo

Uma das primeiras interpretações comuns na abordagem ao empreendedorismo levamos a um conceito muito liberal, isto é o empreendedorismo está diretamente relacionado com o início de um negócio, por iniciativa de um indivíduo ou um grupo de indivíduos. Todavia esta interpretação é considerada bastante limitada, pois o empreendedorismo abrange diferentes dimensões teóricas e práticas, dependendo do contexto onde se insere, seja ele histórico ou geográfico (Gaspar, 2010).

O estudo do empreendedorismo tem vindo a despertar o interesse de vários investigadores. Cada autor identifica diferentes visões do empreendedorismo, Shumpeter, em 1934 faz referência ao empreendedor como um indivíduo inovador, já em 1848, Mills definiu o empreendedor como um indivíduo que assumia riscos e tomava decisões. Mais recente, Winslow e Solomon (1988) referem o empreendedor como um sociopata

moderado. Assim sendo, existem varias definições, mas com algumas divergências, o que dificultam a definição do empreendedorismo (Rosário, 2007).

As raízes do empreendedorismo podem ser encontradas na época medieval. Porém, foi durante o processo de industrialização que o conceito de empreendedorismo se desenvolveu. O momento principal da transição passa pela transformação do modelo artesanal para o modelo industrializado. Todavia, há a salientar que atualmente os empresários artesanais ainda subsistem, mantendo técnicas tradicionais e as artes ancestrais que ainda perduram ao longo dos tempos (Hisrich, Peters e Shepherd, 2013).

No que se refere à palavra “empreendedorismo”, deparamo-nos com a origem do termo “entrepreneur” na língua francesa, por volta dos séculos XVII e XVIII, que traduzido, significa “aquele que está entre” ou “intermediário”, ou mesmo alguém que “empreende”. Salienta-se ainda como a particularidade de designar indivíduos capazes de estimular o desenvolvimento económico ao descobrirem formas aperfeiçoadas e diferenciadas de ação em sociedade (Dress, 1998; Hisrich et al, 2013).

Durante o século XVII ocorreu, pela primeira vez, a ligação do risco ao conceito de empreendedorismo, com o empreendedor a assumir um contrato com o Governo, para desempenhar um serviço ou fornecer produtos estabelecidos (Hisrich et al, 2013).

Em 1848, Mill referiu que o empreendedorismo era a base da empresa privada. E o empreendedor é a pessoa que corre riscos e toma decisões, e gere os recursos limitados para o lançamento de novos negócios (Sarkar, 2010).

No final do século XIX inícios do século XX, não existia distinção entre empreendedores e gerentes. Resumidamente, os empreendedores eram interpretados tendo por base uma perspetiva económica, como os que compravam o produto ao preço de mercado, e contribuíam com a sua própria iniciativa e engenho, na administração e organização da empresa. Consequentemente, estes assumiam a possibilidade de perdas ou lucros. Esta perspetiva deu origem a duas novas formas de empreendedorismo: o empreendedorismo (contempla os empreendedores com atividades exteriores às organizações) e o intra-empreendedorismo (reporta-se aos empreendedores que se encontram a exercer no interior das organizações). O intra-empreendedorismo é um constructo criado por Gifford Pinchot e Elizabeth Pinchot (1978).

O intra-empreendedorismo é uma abordagem que demonstra a capacidade de auto-motivação, por parte dos que o praticam (Pinchot et al, 1978). Deste modo, alcançam resultados positivos em favor da empresa onde laboram.

Com a chegada do século XX, verificou-se um aumento do interesse pelo empreendedorismo, sendo influenciado pela ciência, principalmente na sua evolução. Por ilação, o empreendedorismo assumiu um desígnio mais concreto e científico. Andrew Carnegie, em 1901, identificou a ligação entre o empreendedor e a inovação, associando as novas criações, invenções, experiências tecnológicas com o objetivo de introduzir um novo produto no mercado, levando a uma nova comercialização de produtos, organizando um novo setor (Hisrich et al, 2013). O ato da criação é um desafio para o empreendedor e continua a ser estimulado na atualidade. Para Carnegie, o conceito de inovação é parte integrante do empreendedorismo (Hisrich et al, 2013).

Em 1921, Knight atribuiu aos empreendedores competências e qualidade que lhes permitiam analisar a realidade de uma forma diferenciada, preparando-os para assumir riscos em situações de incerteza (Sarkar, 2010).

Já em 1934, o economista Joseph Schumpeter elucida a ideia acerca do empreendedor, adotando uma abordagem dinâmica, salientando o empreendedor que procura incrementar a inovação no mercado. O economista foi responsável pela associação da inovação ao empreendedorismo, ligada ao lucro e aos riscos, mas também pela criação de novos produtos e a exploração de novos mercados (Rosário, 2007).

Para o economista, o empreendedor torna-se responsável pela execução de novas convenções. As convenções podem ser realizadas de várias formas através da introdução de um novo produto; da introdução de um novo método de produção; da abertura de um novo mercado; da aquisição de uma nova fonte de oferta de materiais e da criação de uma nova empresa. Das abordagens referidas, a de Schumpeter é a mais próxima do conceito utilizado atualmente. Este sugere para o empreendedor, o papel fundamental do desenvolvimento económico, do progresso da sociedade, como agente responsável pela introdução de novos produtos no mercado através da inovação. Do mesmo modo, Kirzner, em 1973, destacou o papel do empreendedor como agente dinamizador do equilíbrio dos mercados (Rosário, 2007; Sarkar, 2010).

Após todas as definições referidas pelos vários autores, ao longo dos tempos, podemos constatar que os empreendedores executavam a função de criar uma empresa. Contudo, em 1998, Dess mencionou que fundar uma empresa não é a essência do empreendedorismo. Todavia, as teorias, como a da inovação de Schumpeter, ainda prevalecem na abordagem contemporânea e atual do termo (Rosário, 2007).

Atualmente, o empreendedorismo tem ganho cada vez mais importância, assim como os empreendedores. Porém, o empreendedorismo não é apenas uma ocupação, mas os empreendedores são uma classe profissional, mesmo exibindo o seu empreendedorismo durante uma fase da sua carreira, mas não deixam de o ser (Wennekers e Thurik, 1999).

3.3. Processo Empreendedor

O modelo de Gartner (1985) para o empreendedorismo destaca quatro dimensões essenciais: o indivíduo, o Ambiente, a Organização e o Processo. Neste podemos constatar a complexidade da criação de novos negócios. As dimensões são construídas por variáveis adjacentes, e torna-se importante perceber que as variáveis de cada dimensão se interagem com as das restantes dimensões. O indivíduo remete-nos para as pessoas que estão ligadas à criação de novos negócios. A estes são associadas várias características, como o conhecimento do ramo de negócio, as particularidades psicológicas e outras qualidades individuais. A “Organização” indica-nos a tipologia da empresa, as barreiras à criação da mesma e as suas estratégias de integração no mercado. O “Ambiente” retrata a situação que envolveu e proporcionou a criação da nova empresa, sendo apontados vários fatores que poderiam incentivar o empreendedorismo. Por último o “Processo”, que se refere ao empreendedor e às suas ações no início de um novo negócio (Gartner, 1985).

Gartner (1985) afirma que a sua intenção não é criar um modelo específico sobre o qual as novas empresas são geradas. O autor procura uma nova abordagem de empreendedorismo de forma a chamar atenção para compreender, na íntegra, como se criam novos negócios. Contudo, distancia-se de forma homogénea do processo empreendedor, e considera a complexidade da criação de novos negócios (Gartner, 1985).

O empreendedorismo possui um conceito muito subjetivo e existe muita dificuldade em defini-lo como processo. Esta subjetividade acontece por ser relativamente novo, pois somente no início do século XX se ouviu falar em empreendedorismo como sendo um processo criativo associado a inovações, mas também devido às diferentes conceções ainda não consolidadas sobre o assunto (Vick, Nagana, Semensato, 2009).

Deste modo, falar em processo empreendedor envolve todas as funções, atividades e ações associadas com a percepção de oportunidades. Existem autores que caracterizaram o processo como todas as atitudes, a percepção de oportunidades, a descoberta, a avaliação e obtenção das mesmas, bem como o grupo de indivíduos que as descobrem, as avaliam e as exploram (Vick et al. 2009).

Assim sendo, o processo empreendedor inicia-se quando ocorre um evento criador devido a fatores externos, ambientais, sociais, a aptidões pessoais ou a todos estes fatores que possibilitam o surgimento e o crescimento de uma nova empresa (Vick et al. 2009).

Dentre os aspetos que caracterizam uma organização empreendedora podem ser considerados alguns, tais como: uma atitude pró-ativa, objetivos maiores do que o potencial, a cultura do trabalho em equipa e a habilidade para aprender e para resolver situações problemáticas. Posto isto, é relevante destacar que estes aspetos estão presentes no perfil do sujeito empreendedor. Logo, o processo empreendedor pode ser considerado como um conjunto de comportamentos que o empreendedor desenvolve (Vick et al. 2009).

Durante o processo empreendedor, o empreendedor deve encontrar, avaliar e desenvolver uma oportunidade (Hisrich et al, 2013). Em geral, o processo empreendedor pode ser compreendido a partir de quatro fases distintas: na identificação e avaliação de oportunidades (constitui a etapa mais difícil no processo, implica a criação e abrangência da oportunidade, valores percebidos e reais, riscos e contornos da oportunidade e a situação dos competidores. Assim como, analisar a potencialidade da oportunidade, no que se refere a itens como: necessidades de mercado, potencial da concorrência e de mercado e ciclo de vida do produto. É interessante o empreendedor testar a sua ideia ou o conceito de negócio junto de potenciais clientes, avaliando sua disposição em adquirir o novo produto/serviço através de pesquisas de mercado. Esta pesquisa fornecerá a dimensão do mercado, se está em crescimento, estável ou estagnado, quem é a concorrência e quais são seus pontos fortes e fracos, ameaças e oportunidades); no desenvolvimento do plano de negócios (tem por base uma equipa de gestão, uma análise estratégica, do mercado e concorrência, marketing e das vendas, as estruturas e operações e o plano financeiro (Hisrich et al, 2013). Na mesma igualdade de condições, um negócio bem planeado terá melhores oportunidades de sucesso do que sem planeamento. O plano de negócios é uma parte importante do processo empreendedor. Este é um documento que sintetiza toda a essência da empresa, a sua estratégia de negócio, o seu mercado e

competidores, como vai gerar receitas e crescer, dentro de outros aspetos); na determinação e captação dos recursos necessários (o empreendedor deve utilizar a sua capacidade de planeamento e habilidade de negociação para relacionar no mercado as melhores alternativas de financiamento para seu negócio, ou seja, que lhe ofereçam melhor relação custo/benefício. A captação de recursos pode ser feita através de incubadoras, do governo, dos bancos, das economias pessoais, tendo em atenção sempre os capitais de risco); na administração da empresa criada (o empreendedor deve reconhecer as suas limitações, implementar um sistema de controlo, recrutar uma excelente equipa de trabalho para colaborar na gestão da empresa, implementar ações que minimizem os problemas e maximizem os lucros, ou melhor, produza mais com o mínimo de recursos necessários, conjugando o binómio eficiência e eficácia) (Vick et al. 2009).

A forma como a exploração da oportunidade empresarial é organizada na economia tem sido criticada, isto é existem duas vias principais para a exploração dessas oportunidades: a criação de novas empresas e a venda de oportunidade a empresas já existentes (Shane, Venkataraman, 2000). Contudo, a via mais comum ocorre através da criação de uma atividade empresarial, por meio de startups novas (Shane et al., 2000). De referir, também, que os indivíduos que se encontram dentro de organizações estáveis que descobrem oportunidades, a maioria das vezes perseguem essas oportunidades em detrimento da estabilidade que possuíam, estabelecendo desta forma novas organizações (Shane et al., 2000).

Para Gaspar (2010), o empreendedor começa por procurar ideias de negócio e, se as encontrar, passa à fase de avaliação das ideias e desenvolvimento do projeto que lhe pareça corresponder a uma oportunidade. Se a avaliação é negativa, irá voltar ao início, caso contrário, será com esse projeto em mãos que vai tentar angariar os recursos necessários para montar a nova empresa. Se não conseguir reunir os recursos necessários voltará, mais uma vez ao início. Por outro lado, se conseguir os recursos, passará a fase seguinte, ou seja, ao lançamento da empresa no mercado. Caso consiga fazer isso e crie a sua empresa, passará a avaliar o desempenho da mesma e o retorno de todo o investimento que fez no processo, desde o início (Shane et al., 2000).

Portanto, durante o processo empreendedor, o empreendedor primeiro procura, identifica, avalia e desenvolve oportunidades de negócio. Depois, reúne os recursos necessários à exploração dessa oportunidade. Em terceiro lugar, lança no mercado uma nova empresa que vai aproveitar a oportunidade. Mais tarde, porque tudo na vida tem um

final, o empreendedor irá vender a sua empresa, ou dispersar o respetivo capital em bolsa, ou fechá-la e partir para outra oportunidade mais ambiciosa. De uma forma ou de outra, o processo empreendedor tem uma saída, mais tarde ou mais cedo, que não pode ser esquecida nem descuidada (Shane et al., 2000).

Existe, ainda, outra forma de analisar o processo empreendedor. Timmons (1994) leva a que o empreendedor priorize a análise de três fatores fundamentais: oportunidade (deve ser avaliada para que se tome a decisão de continuar ou não com o projeto), equipa empreendedora (pessoal necessário e capacitado que deverá atuar em conjunto com o empreendedor no projeto) e recursos necessários (apreciar como e onde a equipa conseguirá os recursos imprescindíveis). A Figura 1 representa o modelo de processo empreendedor proposto por Timmons (1994).

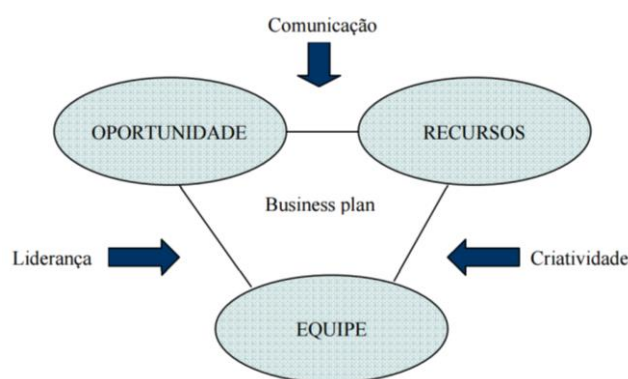


Figura 1 – O processo empreendedor segundo Timmons. Fonte: Adaptado de Timmons (1994).

3.4. Definição de Empreendedor

A definição de empreendedor evoluiu da mesma forma que a estrutura económica mundial mudava e se tornava mais complexa. Desde que se definiu o conceito de empreendedor, essa noção de empreendedor foi melhorada e ampliada, sendo incluídos conceitos relacionados com o indivíduo em detrimento da sua ocupação. Assim sendo, alguns dos critérios desenvolvidos durante a evolução do estudo da criação de novos negócios são o risco, a inovação e a criação de riqueza (Hisrich et al, 2013).

Normalmente, o conceito de empreendedor é considerado numa perspetiva empresarial, administrativa e pessoal. Quase todas as definições de empreendedorismo abrangem um tipo de comportamento: tomar iniciativa; organizar e reorganizar

mecanismos sociais e económicos com o fim de transformar recursos e situações para proveito prático; aceitar o risco ou o fracasso (Hisrich et al, 2013).

Um potencial empreendedor não depende de este ter um “perfil” certo para o efeito ou, também, da sua formação ser suficiente. O que na realidade deve orientar a atividade empreendedora foca três aspetos: a oportunidade; os recursos; o mercado, isto é podemos afirmar que qualquer indivíduo pode ser empreendedor, contudo, para ser um empreendedor de sucesso, este precisa de identificar uma boa oportunidade, reunir os recursos necessários para a exploração e lançar a empresa no mercado com condições de sucesso, ou seja, “o empreendedor de sucesso é aquele que consegue identificar boas oportunidades de negócio” (Gaspar, 2010:41). Contudo esta afirmação pode ser discutida no sentido de nem só as boas oportunidades de negócio é que leva a grandes empreendedores.

Posto isto, podem ser consideradas definições de empreendedor de diferentes áreas, segundo a perspetiva de economistas, psicólogos e parceiros de negócios. Para os economistas, o empreendedor é aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar o seu valor superior ao anterior, sendo também aquele que introduz mudanças, inovação e uma nova ordem. Por outro lado, os psicólogos defendem que o indivíduo empreendedor, geralmente, é impulsionado por determinadas forças, tais como, a necessidade de obter ou conseguir algo, de experimentar, de realizar, talvez de escapar à autoridade dos outros, sendo estas características atribuídas aos empreendedores diferentes para cada indivíduo. Já pela perspetiva dos parceiros de negócios, o empreendedor pode constituir uma ameaça, um concorrente agressivo, contudo para outros o mesmo empreendedor pode ser um aliado, uma fonte de suprimento, um cliente ou alguém que gera desperdício e criar empregos que outros ficarão satisfeitos em conseguir (Hisrich et al, 2013).

Por conseguinte, o empreendedor podemos definir como alguém que sonha e busca transformar o sonho em realidade, é aquele que arrasa a ordem existente através da introdução de novos produtos/serviços, pela exploração de novos recursos e materiais ou pela criação de novas formas de organização (Hisrich et al, 2013).

Assim sendo, o empreendedorismo é um processo dinâmico que cria riqueza. Esta riqueza é gerada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de património, tempo e compromisso com a carreira, ou resulta do valor do produto / serviço comercializado, mesmo não sendo nada de novo ou único, De alguma forma, o seu custo

deve ser promovido pelo empreendedor, tendo em conta as várias habilidades necessárias para definir o melhor preço (Hisrich et al, 2013).

Apesar das diferenças, as definições de empreendedor contemplam noções como a novidade, a organização, a criação de riqueza e de risco, embora cada definição aplicada isolada seja restrita, pois existem várias áreas onde é possível desenvolver o empreendedorismo. Para Hisrich, Peters e Shepherd (2013), o empreendedorismo é o processo de criar algo de novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal.

Uma das características do ato empreendedor é o esforço e o tempo que exige o empreendedorismo, com a criação de um produto novo, com um valor de mercado atribuído, que deve estar articulada com um público específico.

Várias vezes, o empreendedor depara-se com situações adversas, para as quais precisa de iniciativa própria e engenho para as ultrapassar. Todavia esta forma de encarar a vida, também, tem algumas vantagens, tais como a independência e a satisfação pessoal. Para os empreendedores que procuram o lucro, a retribuição económica é estímulo, refletindo, deste modo, o sucesso para alguns deles. Como mencionava, no século XVIII, Cantillon (primeiro autor a descrever o empreendedorismo) e Schumpeter, no século XX, o facto de assumir o risco é bastante importante para um empreendedor, pois a ação que o empreendedor projeta decorrendo durante um período de tempo, é natural que seja incerta. Quando se trata de algo inovador, a incerteza é substancialmente aumentada, tal como a inserção de um novo produto / serviço no mercado. Posto isso, mesmo num plano de incerteza os empreendedores devem agir. Resumidamente, o empreendedor motiva-se pela organização de algo novo e faz o que está ao seu alcance para garantir a sua sobrevivência e crescimento (Hisrich et al, 2013).

Em suma, um empreendedor é um indivíduo que cria algo comerciável, que estabelece objetivos e tem capacidade de os atingir, mantendo-se atento às oportunidades de negócio, e à respetiva oferta e procura do mercado. O empreendedor é quem tem por objetivo criar uma nova empresa centrada na exploração da tecnologia, intermediando a relação entre o conhecimento e as necessidades do mercado. Por vezes, a mesma pessoa acumula os papéis de empreendedor e de agente criador.

3.5. Atividade empreendedora

O Relatório da “Global Entrepreneurship Monitor” (GEM) é uma publicação periódica que procura medir e comparar as atividades empreendedoras dos países. Os investigadores da “Global Entrepreneurship Research Association” (GERA) desenvolveram um modelo para descrever os antecedentes e as implicações da atividade empreendedora. Segundo o modelo a atividade das empresas e dos seus colaboradores são influenciadas por três fatores. São estes os requisitos básicos (Instituições, Infraestruturas, Estabilidade macroeconómica, Saúde e Educação); Indutores de eficiência (Educação superior e formação profissional, eficiência do mercado de bens e do mercado de trabalho, prontidão tecnológica, sofisticação do mercado financeiro e dimensão do mercado); Dimensões da inovação e empreendedorismo (Financiamento do empreendedorismo, Políticas governamentais, Programas governamentais de apoio ao empreendedorismo, Educação para o empreendedorismo, Abertura do mercado interno, Infraestrutura física para o empreendedorismo, Infraestrutura comercial e legal para o empreendedorismo e Normas culturais e sociais) (Amorós, Bosma, 2013).

Como se pode analisar na Figura 2 os fatores determinam as dimensões do empreendedorismo (atitude, atividade e aspiração) e os seus efeitos positivos para a sociedade ao nível do desenvolvimento social e económico (Amorós, Bosma, 2013).

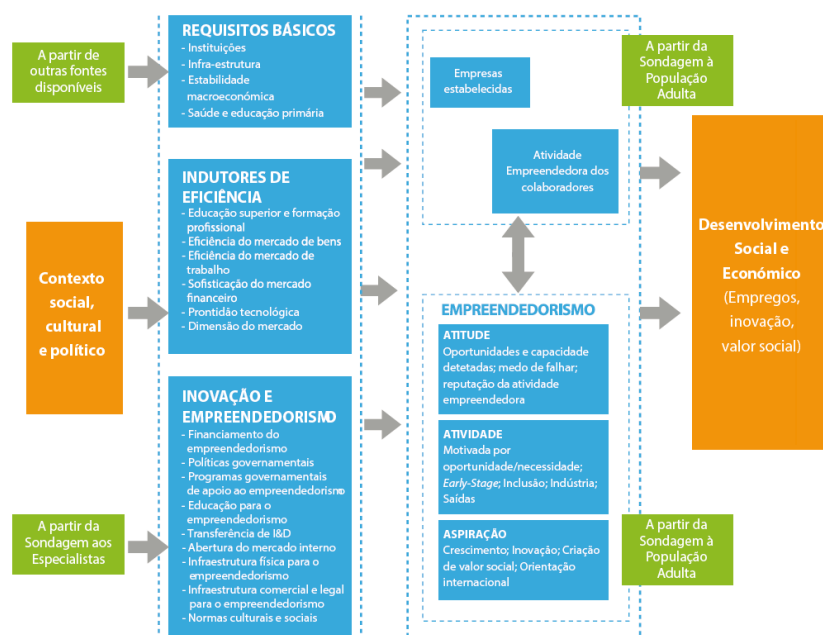


Figura 2 – Modelo conceitual da atividade empreendedora segundo o relatório GEM.
Fonte: Amorós e Bosma (2013).

4. Emoção

Desde tempos imemoriais que o ser humano se tem questionado sobre a natureza da emoção. Na Grécia antiga, Platão pareceu desvalorizar a emoção, considerando-a como algo que se intromete e interfere com a razão humana (Strongman, 1996). Em contrapartida, Aristóteles via as emoções como facetas mais interessantes da existência humana, considerando-as o resultado da combinação da vida cognitiva superior e da vida sensual inferior (Strongman, 1996).

Esta visão abrangente de Aristóteles antecede em muito o que as modernas ciências cognitivas reconhecem, ou seja, a relação estreita entre a emoção e a cognição (Strongman, 1996). Porém, foi a visão de Platão que em grande medida prevaleceu na tradição filosófica e científica ocidental, sendo a emoção tradicionalmente encarada como impedimento à racionalidade (Strongman, 1996).

Vários estudos teóricos e experimentais de relevo têm vindo a alterar esta visão de modo consistente. Os trabalhos realizados por António Damásio (1994, 2003) e por Joseph LeDoux (1996, 2000) são, particularmente, relevantes nesta mudança de atitude, nos quais mostram, de forma evidente, o papel central que os fenómenos emocionais desempenham em múltiplos aspetos da cognição, em particular, no raciocínio, na tomada de decisão e na aprendizagem.

A emoção empresarial alui-se aos afetos, às emoções e aos sentimentos, de um indivíduo ou de uma equipa, que são o antecedente para, em simultâneo com, uma consequência do processo empreendedor, ou seja, o reconhecimento da criação, avaliação, reformulação, e a exploração de uma possível oportunidade (Cardon, Foo, Shepherd e Wiklund, 2012). É esta estreita relação entre a emoção e a vida empresarial que exploramos no sentido de motivar e enquadrar a abordagem proposta. Para isso, começar-se-á por apresentar uma perspetiva sintética das principais vertentes atuais das teorias da emoção. Pela abrangência do tema, são focadas algumas teorias que influenciaram o trabalho realizado, não pretendendo, deste modo, uma discussão exaustiva do tema (Cardon, Foo, Shepherd e Wiklund, 2012).

É com este enquadramento que será abordada a influência da emoção no processo empreendedor, realizando-se desta forma uma análise e discussão de alguns dos principais modelos que têm sido propostos.

4.1. Conceito de Emoção

A emoção é uma experiência subjetiva, associada ao temperamento, personalidade e motivação (Houwer, Hermans, 2010). A emoção é pública e inconsciente. No estudo etimológico da palavra, emoção provém de duas palavras do latim – “ex movere” – que significa em movimento, comoção, ato de mover. Posto isto, emoção, numa definição mais geral, é um impulso neural que move um organismo para a ação. Esta diferencia-se do sentimento, pois os sentimentos são informações que seres biológicos são capazes de sentir nas situações que vivenciam, porque, conforme observado, é um estado psico-fisiológico (Houwer, Hermans, 2010). Pode-se dizer que o sentimento é uma consequência da emoção com características mais duráveis (Houwer et al, 2010).

Em relação à definição de emoção, muitos teóricos identificaram uma série de componentes que consideram como sendo parte de um modelo explicativo da emoção. A presença de um episódio emocional indica algo a partir de um estímulo para os componentes posteriores ou as consequências imediatas da emoção. Portanto, a noção de um episódio emocional é mais amplo do que a noção de emoção (Houwer et al, 2010). Alguns componentes são o componente cognitivo; o componente sentimental (referindo-se a experiência emocional); o componente motivacional (que consiste nas tendências de ação ou em estados de prontidão, por exemplo, as tendências para fugir ou lutar); o componente somático (que consiste em respostas fisiológicas centrais e periféricas); o componente motor (consistindo no comportamento expressivo, por exemplo, luta e fuga e as expressões faciais e vocais) (Houwer et al, 2010). Estes componentes correspondem a algumas funções, tais como: a avaliação de estímulo, a monitorização (que pode servir outras funções de controlo ou de regulação), a preparação e apoio da ação e a ação (Houwer et al,2010).

Apesar da experiência da emoção ser um dos fenómenos mais essenciais da existência humana, tem-se mostrado extremamente difícil de descrever em termos científicos. Um problema central é a sua natureza subjetiva (Matthews et al., 2002). Não obstante as emoções terem correspondências físicas, como é o caso de expressões comportamentais e fisiológicas ou, mesmo, em termos de atividade cerebral, os fenómenos emocionais são essencialmente descritos pelas etiquetas que lhes são atribuídas em termos de experiência consciente: sentimentos de alegria e de tristeza, de

zanga e de medo, etc. Como resultado, as teorias propostas para a explicação dos fenómenos emocionais divergem consideravelmente (Matthews et al., 2002). Posto isto, a emoção tem sido relacionada com os mais variados aspetos, nomeadamente, com sistemas cerebrais específicos, com dimensões de apreciação subjetiva ou com mecanismos de processamento de informação para auto-regulação, entre muitos outros (Matthews et al., 2002).

Para Matthews et al (2002), a relação entre a emoção e as noções psicológicas clássicas como motivação e cognição é alvo de debate. Tradicionalmente, emoção, motivação e cognição formam um suporte tripartido de classificação dos fenómenos mentais. Nessa perspetiva, a emoção representa um sistema distinto, separado da motivação e da cognição. Em contrapartida, para outros investigadores a emoção é descrita como resultante da integração de diferentes aspetos. Como por exemplo, para Lazarus (1991) as emoções combinam processos motivacionais, cognitivos e fisiológicos, num estado complexo e único que envolve vários níveis de análise (Matthews et al., 2002; Lazarus, 1991).

A natureza subjetiva dos fenómenos emocionais torna igualmente difícil a sua classificação e caracterização, ou seja, é normal fazer-se a distinção entre emoção e estado de espírito, sendo as emoções consideradas transientes e relacionadas com eventos ou situações específicas, ao passo que os estados de espírito são mais prolongados no tempo e não possuem objetos específicos (Matthews et al., 2002). No entanto, não é clara a fronteira entre estas duas noções, nem sequer se são, ou não, diferentes facetas do mesmo fenómeno (Matthews et al., 2002). Para lidar com este tipo de problemas, Matthews et al. (2002) utilizam o termo afeto num sentido abrangente, incluindo as noções de emoções e de estado de espírito. Em contrapartida, outros investigadores utilizam a noção de afeto para se referir, especificamente, ao carácter agradável ou desagradável da experiência subjetiva associada aos fenómenos emocionais (Matthews et al., 2002).

Posto isto, resultam múltiplas conceções dos fenómenos emocionais, desde uma propriedade cognitiva de alto nível a um processo dinâmico intrinsecamente ligado à fisiologia dos organismos. Disto resulta, também, a existência de múltiplas definições de emoção (Damásio, 1994). No entanto, existe um consenso crescente acerca de três vertentes constitutivas da expressão emocional: a resposta fisiológica (corresponde a alterações em diversos sistemas orgânicos, produzindo sensações como aceleração do ritmo cardíaco ou tremores), a expressão comportamental (corresponde a alterações na

atividade motora e na expressão corporal, como alteração da expressão facial ou do tom de voz) e a experiência subjetiva (corresponde à percepção consciente da experiência emocional, tipicamente caracterizada através de termos emocionais como alegria, zanga ou medo) (Lazarus, 1991; Ortony et al., 1988;).

Assim sendo, são estas três vertentes que servem de base à caracterização emocional em geral. Uma das formas de caracterização da emoção é através da identificação de dimensões de classificação emocional. A principal dimensão de classificação emocional está relacionada com a experiência subjetiva de prazer ou de dor, agradável ou desagradável ou, como é designada normalmente no âmbito da psicologia, valência positiva ou negativa, a que corresponde a noção de afeto (positivo ou negativo) (Damásio, 1994; Lazarus, 1991).

Neste âmbito, têm sido propostas outras dimensões de classificação emocional tendo sido realizado um grande número de estudos para identificar dimensões relevantes. Esses estudos têm identificado de modo consistente duas dimensões: valência positivo vs. negativo e excitação vs. depressão, mais recentemente descrita como ativação vs. passividade. Para além de identificarem estas duas dimensões, esses estudos têm identificado, igualmente, um conjunto de termos emocionais, localizados em regiões específicas do espaço bidimensional formado pelas duas anteriores (Plutchik, 1980).

Em termos fisiológicos e comportamentais, a dimensão ativação (ativo vs. passivo) é também relacionada com a noção de mobilização/alerta, a qual é normalmente utilizada para descrever o estado de mobilização do organismo, desde estados de sono profundo, estados de mobilização e elevada atenção, até estados de grande excitação. No entanto, alguns investigadores fazem a distinção entre mobilização e ativação (Frijda, 1986).

É importante salientar que o facto de ser possível fazer uma projeção de termos emocionais numa representação bidimensional ou tridimensional, é sempre uma simplificação. De facto, o grande número de termos e expressões emocionais existentes em diferentes línguas e culturas indica claramente a existência de uma diferenciação muito mais subtil e, possivelmente, mais adequada à caracterização dos fenómenos emocionais (Ekman & Davidson, 1994).

4.2. Teorias da Emoção: perspectiva histórica

Os primeiros passos dados no estudo sobre a emoção na tradição moderna, foi dado por Charles Darwin. No seu livro “*On the Expression of the Emotions in man and animals*” (1872), Darwin propõe que os humanos expressam as suas emoções através de mecanismos similares aos presentes noutras formas de vida ancestrais e exemplificados nos vertebrados atuais, nomeadamente nos mamíferos. Darwin proporcionou, assim, uma motivação para a exploração das bases neurobiológicas da emoção. No entanto, as técnicas para a realização destes estudos só surgiriam no início do século XX. (Shepherd, 1994).

Todavia, na perspectiva prevalecente à altura, as emoções eram simplesmente uma classe de sentimentos, diferenciados da sensação corporal pela sua qualidade. William James, em 1884, propôs uma perspectiva diferente, na qual as emoções resultam da percepção subjetiva das modificações corporais que ocorrem durante episódios emocionais. Segundo James, quando percebemos que estamos em perigo, um conjunto de respostas corporais ocorrem. É a percepção subjetiva das respostas que constitui o sentimento de medo, por exemplo (Shepherd, 1994).

Cerca de um ano mais tarde, o fisiologista dinamarquês Carl Lange propôs a mesma ideia que viria a ser conhecida como a teoria de James-Lange. Deste modo, a teoria de James-Lange tinha como premissa base o facto de as emoções serem acompanhadas de reações físicas, como o aperto no estômago ou a aceleração do ritmo cardíaco. Seria o “feedback” fisiológica que daria a cada emoção a sua qualidade singular. Assim sendo, a reação física de cada ser humano seria crucial na génese da experiência emocional (Shepherd, 1994).

Uma importante questão difícil de explicar acerca desta teoria, levantada em 1927 por Walter Cannon, é o facto de não fornecer uma explicação adequada para a diferenciação das emoções. Enquanto para William James o que distingue as emoções é estas se envolverem na percepção de um conjunto único de alterações corporais, o investigador Cannon, com base em evidências experimentais, afirmou que as reações somáticas tem características de diferentes emoções. Como é o caso do medo e da zanga, que tem reações idênticas, logo não nos permitem diferenciar esses estados emocionais (Panksepp, 1998).

A ciência social pós-moderna exalta os sentimentos emocionais, não emocionais, intuições, individualidade e introspeção (Strongman, 1996). No que diz respeito ao pós-modernismo, este pode ser considerado como uma tentativa para, não apenas fundir a ciência e a literatura, mas para disponibilizar os estados afetivos e a sua expressão firme no discurso predominante, como os atos discursivos (Strongman, 1996).

4.3. Emoção e Racionalidade: António Damásio

A racionalidade das emoções tem tido uma longa tradição de crítica ao longo dos tempos. Nessa tradição, que persiste em grande medida na cultura atual, a emoção é vista como um impedimento ao pensamento racional, tendo sido em grande medida ignorada no âmbito das ciências cognitivas. A emoção é, igualmente, negligenciada no setor empresarial, em consequência da preocupação com a noção clássica de racionalidade como medida de capacidade de raciocínio (Damásio, 1994; Ben-Ze'ev, 2000; LeDoux, 2000).

Entretanto, os desenvolvimentos nas neurociências trouxeram um conhecimento acrescido acerca do papel abrangente da emoção em múltiplos processos cognitivos, como formação de memórias, aprendizagem ou raciocínio e tomada de decisão. De facto, evidências crescentes revelam uma complicada relação entre as emoções e a cognição em geral (Damásio, 2000; Dolan, 2002). De salientar o estudo dos investigadores Gray et al. (2002) apresentam evidências experimentais de ampla interação entre processamento emocional e cognitivo, com perda de especialização funcional, indicando uma efetiva integração entre processamento emocional e cognitivo.

Um dos trabalhos de António Damásio que maior impacto teve resultou do estudo de indivíduos claramente racionais na forma como governavam as suas vidas até que, como resultado de danos neurológicos em regiões específicas do cérebro, perderam a capacidade de tomar decisões racionais e, simultaneamente, perderam a capacidade de processamento emocional normal. Apesar de terem mantido a capacidade de lidar com os aspetos pertinentes do mundo que os rodeia e, em particular, da sua capacidade de compreender e lidar com a lógica de um problema se manter intacta, muitas das suas decisões pessoais e sociais passaram a ser irracionais (Damásio, 1994).

Estas observações sugerem que uma redução da emoção é, pelo menos, tão prejudicial para a racionalidade quanto a emoção excessiva. Mais, indicam que os

processos de raciocínio e tomada de decisão humana são em grande medida suportados por processos emocionais (Damásio, 2003).

O investigador Damásio (1994, 2003) classifica as emoções em duas classes gerais, as emoções primárias, despoletadas por estímulos externos, associadas a respostas fisiológicas como aceleração do ritmo cardíaco ou tremores. E as emoções secundárias que são as recordações “emocionalmente carregadas” de eventos passados. E propõe que as emoções primárias estão relacionadas com a amígdala, enquanto as emoções secundárias estão baseadas no córtex pré-frontal, mas suportadas na amígdala. Existe assim uma segunda forma de ativação emocional, para além dos estímulos exteriores, que consiste na ativação de imagens de eventos passados (Damásio, 1994; Damásio, 2003).

Conforme Damásio (1994), as mesmas áreas que estão envolvidas no raciocínio e planeamento a longo prazo, são igualmente responsáveis pela capacidade de ter uma resposta emocional a determinados estímulos, indicando que emoção e raciocínio estão fortemente interligados (Damásio, 1994).

Para a explicação destes fenómenos, Damásio (1994) propõe a hipótese do marcador somático, segundo o qual determinadas imagens mentais são marcadas com uma representação somática. Os efeitos dos marcadores somáticos podem ser fisiológicos ou hipotéticos. Deste modo, o corpo desempenha um papel central nos processos emocionais, o que o investigador designa como “teatro das emoções” (Damásio, 1994).

Outros aspetos centrais das conclusões de Damásio são a relação estreita entre a emoção e a regulação homeostática e a sua relação com a promoção da sobrevivência e manutenção da vida, bem como o facto de as emoções serem inseparáveis dos estados de prazer ou dor, da ideia de bom ou de mau, de consequências favoráveis ou desfavoráveis e da recompensa ou punição por uma ação (Damásio, 2000).

4.4. Roda de Emoções: Teoria da Emoção de Plutchik

A teoria psicoevolutiva da emoção de Plutchik (1980) foi desenvolvida durante mais de trinta anos, na qual a sua relevância evolutiva lhe confere uma base claramente biológica. O investigador Plutchik define emoção como uma sequência de reações complexas inferidas, que incluem avaliação cognitiva, alterações subjetivas e ativação de impulsos autonómicos e centrais para a ação (Strongman, 1996).

Para Plutchik, a emoção é multidimensional, ou seja, tem várias dimensões; pode variar na sua intensidade, na sua semelhança com outras emoções e todas têm polaridade. A apresentação do modelo de emoção de Plutchik pode ser através dos dois diagramas, ilustrados na figura 3. O corte vertical do cone mostra a intensidade, sendo que cada secção revela uma emoção primária. Já o corte horizontal exhibe, em pormenor, a área central onde se situam os conflitos entre emoções (Strongman, 1996; Plutchik, 1980).

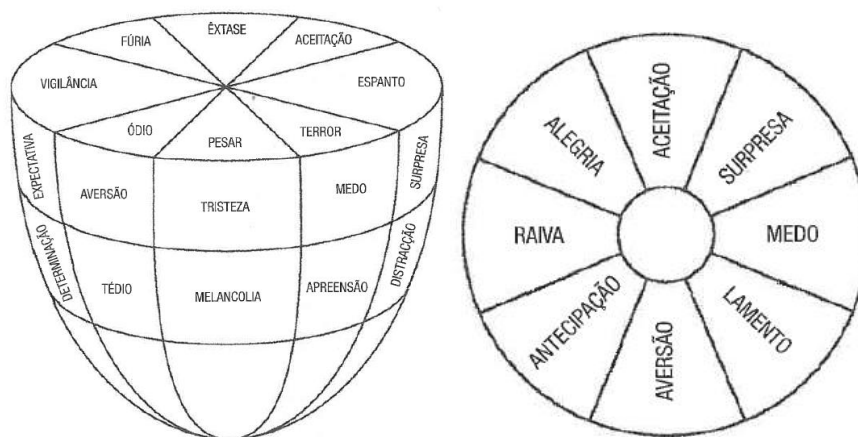


Figura 3 – Modelo tridimensional da emoção de Plutchik e corte do modelo emocional de Plutchik. Fonte: Strongman (1996).

Plutchik, também, salienta a importância da linguagem utilizada numa qualquer análise da emoção. Usualmente, é utilizada uma linguagem diária para falar da emoção, contudo, também é possível usar uma linguagem puramente descritiva baseada na observação do comportamento e na função adaptativa de quaisquer atos do organismo. Na sua perspectiva evolutiva, considera que a linguagem mais adequada à emoção é a adaptativa/funcional, uma vez que a adaptação varia de acordo com as mesmas três dimensões da emoção (Strongman, 1996).

As sensações subjetivas das condições suficientes da emoção não são necessárias. Deste modo, um indivíduo pode ter uma emoção mas não estar consciente dela. Assim como, as alterações fisiológicas são necessárias, todavia não são suficientes para que uma emoção ocorra, isto é as alterações fisiológicas podem ocorrer em situações que não estejam envolvidas emoções. Para Plutchik a emoção é uma reação corporal padronizada que tem os próprios processos adaptativos subjacentes, dos quais, são comuns aos organismos vivos. As emoções primárias são breves e normalmente despoletadas por

estímulos externos, existindo frequentemente misturas de padrões fisiológicos e expressivos (Strongman, 1996; Plutchik, 1980).

O psicólogo desenvolveu um modelo designada da “Roda de Emoções”, identificando oito emoções primárias, que organizou em pares opostos, ou seja, agrupadas numa base positiva ou negativa: alegria contra tristeza; confiar contra desgosto; medo contra a raiva e antecipação em relação surpresa. Algumas destas emoções básicas podem ser modificadas de modo a formar complexos de emoções. As emoções complexas podem surgir da combinação com as emoções básicas, isto é semelhante à forma como as cinco cores primárias combinam, as emoções primárias podem misturar-se para criar o espectro completo da experiência emocional humana (Plutchik, 1980). Existe relações entre as emoções básicas, resultando em influências positivas ou negativas. A figura 4 mostra a roda das emoções desenvolvida por Robert Plutchik, que usa a roda de cores para ilustrar variações entre a relação humana e as emoções, elucidando, deste modo, as diferentes emoções e as suas relações. A intensidade da emoção e a cor do indicador aumenta em direção ao centro da roda e diminui para fora (Plutchik, 1980).

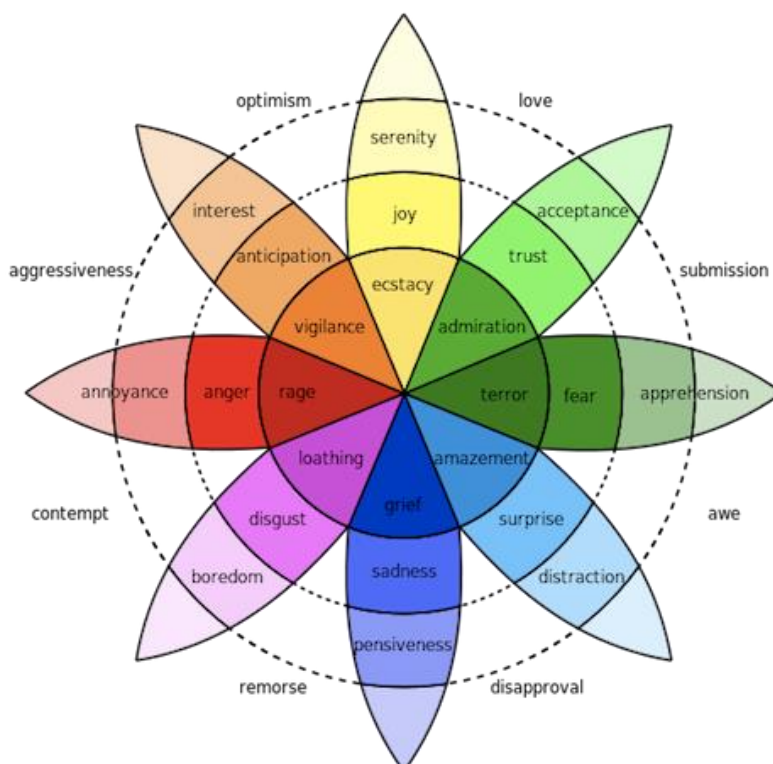


Figura 4 – Roda das Emoções desenvolvida por Robert Plutchik. Fonte: adaptado de Robert Plutchik (1980) <http://www.updateordie.com/2012/04/10/plutchick-wheel-um-mapa-de-emocoes/>

De acordo com a perspectiva de Plutchik, a emoção tem duas funções: comunicar informações acerca de intenções ou comportamentos prováveis, e aumentar as hipóteses de sobrevivência quando se enfrentam situações de emergência. A emoção pode ser modificada através da aprendizagem, considerando-se como mediadora de uma forma de homeostasia do comportamento (Strongman, 1996).

5. Estudos de emoção no empreendedorismo

Neste capítulo pretende-se estudar alguns estudos de emoção que existem aplicados ao empreendedorismo. Para tal, ao longo do capítulo abordamos cinco estudos encontrados que abordam essas temáticas. O primeiro estudo fala-nos da existência de um processo emocional no empreendedorismo. O estudo seguinte diz-nos que o empreendedorismo gera emoções substanciais. O terceiro estudo indica que as dimensões da avaliação das emoções influencia a percepção do risco e das preferências. Outro dos estudos aborda a interação da avaliação da oportunidade com as emoções, mais concretamente com o medo, a alegria e a raiva, na exploração empreendedora. Por último, temos um estudo que fala sobre a existência de três tipos de paixão empresarial e a forma de as medir.

5.1. O papel do afeto no Processo Empreendedor

As descobertas indicam que os sentimentos e os seus efeitos nos indivíduos influenciam muitos dos aspetos da cognição e do comportamento. Ao aplicarmos essas descobertas no empreendedorismo sugere-se que influencie vários aspetos da cognição dos empresários, sendo eles, elementos importantes do processo empreendedor (Baron, 2008).

O artigo de Baron (2008) apresenta uma estrutura (figura 5) que se baseia numa grande pesquisa em vários ramos da gestão e da ciência cognitiva e pode-se resumir em vários aspetos chave. Os aspetos chave são a influência em muitos aspetos da cognição e do comportamento; os efeitos que advêm do comportamento podem ser especialmente suscetíveis de ocorrer no domínio do empreendedorismo, uma vez que os ambientes em que os empresários operam são imprevisíveis e incerto, influenciando muitas das tarefas que os empresários realizam no lançamento de novos empreendimentos; os efeitos originados pela cognição, que podem ser verificados no processo empresarial, mais concretamente no reconhecimento da oportunidade, no sucesso e na aquisição de recursos necessários e na capacidade para responder eficazmente em ambientes altamente dinâmicos. Em suma, apesar de ao experimentar o afeto positivo, este fornecer vários

benefícios importantes, também apresenta riscos significativos que devem ser reconhecidos e cuidadosamente pesadas na balança (Baron, 2008).

Os estudiosos têm reconhecido a importância das emoções no trabalho. Mais importante ainda, é o empreendedorismo ser uma viagem emocional, por vezes, pelos níveis extremos de incerteza e risco pessoal envolvido, contribuindo, deste modo, para que a jornada empreendedora seja emocional. Contudo, independentemente do motivo, o empreendedorismo é, claramente, um processo emocional (Baron, 2008).

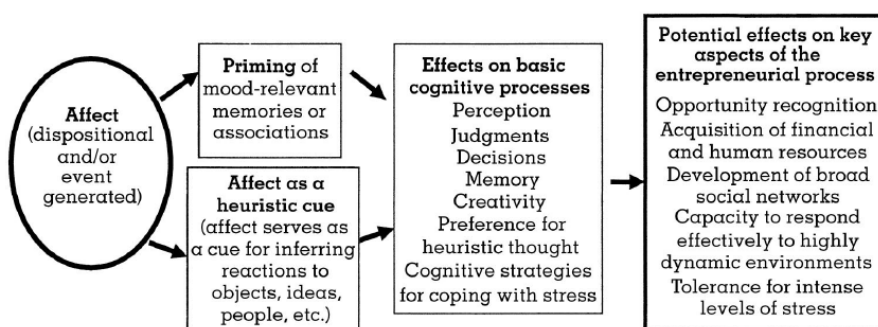


Figura 5 – Modelo teórico do afeto em Empreendedorismo. Fonte: Baron (2008).

5.2. Explorando o Coração: A Emoção Empreendedora é um tema quente

A emoção empresarial refere-se ao afeto, às emoções, aos humores e aos sentimentos dos indivíduos ou de um grupo de indivíduos, que leva a uma consequência no processo empreendedor. Cardon, Foo, Shepherd e Wiklund (2012) exploraram esta definição de emoção empreendedora, o que significa que existem alguns importantes avanços nesta área de pesquisa (Cardon et al, 2012).

Em contextos extremos, através das teorias da emoção da psicologia, foram construídas e alargadas as condições de contorno das teorias originais. Ao estender cada vez mais longe e obter os desenhos das teorias de cognição, emoção e ação, o potencial das contribuições é ainda maior. Desta forma são resolvidas as conexões de fazer pensamento discutido, mas também as conexões pensar-sentir-fazer (Cardon et al, 2012).

Cardon et al (2012) destacam exemplos importantes para o empreendedorismo, mas também para o comportamento organizacional e para a gestão. Realizado por diversos autores sobre a compreensão da dor no local de trabalho a partir de falhas firmes

a nível do projeto, que levou não só a uma melhor compreensão do sofrimento empresarial, mas também estendeu-se pelas teorias psicológicas de perda; sobre a compreensão das relações a longo e a curto prazo e esforço empreendedor; em estabelecer a importância do afeto em todas as fases do processo empreendedor (Cardon et al, 2012).

Cardon et al (2012) concluíram que o empreendedorismo gera emoções substanciais porque é em contexto de extremos de pressões de tempo, incerteza e a extensão das consequências pessoais que é desencadeado o destino da empresa. Desta forma, contribuíram para a literatura, tanto no empreendedorismo como na psicologia (Cardon et al, 2012).

5.3. As Emoções e avaliação da Oportunidade Empresarial

A emoção influencia diretamente muitos dos processos envolvidos na avaliação da oportunidade, como recordação da informação e do processamento. Como tal, muitos investigadores têm dedicado muito tempo para estudar as ligações cognitivas na avaliação de oportunidades. Contudo, as emoções podem afetar a avaliação oportunidade e as suas influências na investigação do empreendedorismo tem sido negligenciada (Foo, 2011).

Foo (2011) realizou dois estudos que indicam que as dimensões da avaliação de emoções influenciam a perceção do risco e das preferências (Foo, 2011).

Os resultados do estudo 1 suportam a hipótese de que a perceção para o cenário de risco foi significativamente menor para a raiva - participantes induzidos pela felicidade - (emoções associadas com certeza e controlo do resultado) do que para o medo - participantes induzidos pela esperança - (emoções associadas com a incerteza do resultado e de uma falta de controlo do resultado) (Foo, 2011).

O estudo 2 apoia a hipótese da preferência dos empresários para valores mais elevado, mas o resultado incerto está relacionado positivamente com a sua pontuação no traço raiva e na característica felicidade (Foo, 2011).

Os resultados do Estudo 1 e 2 indicam que as emoções, de facto, desempenham um papel significativo na avaliação da oportunidade representada pela perceção de risco e preferências de risco (Foo, 2011).

5.4. Emoções e oportunidades: a interação da avaliação da oportunidade, do medo, da alegria e da raiva como antecedente para a exploração empreendedora

Welppe, Spörrle, Grichnik, Michl e Audretsch (2012) realizaram uma avaliação da interação das oportunidades e das emoções como determinantes da exploração empresarial usando a teoria de “*affect - as - information*” e do princípio de processamento afetivo com bases conceituais. Este estudo propõe a examinação direta dos efeitos moderadores de emoções sobre as tendências de exploração, sendo que três hipóteses centrais foram confirmadas (Welppe et al., 2012).

A primeira hipótese é fundamentada nos efeitos das características de oportunidade e de exploração serem mediadas por avaliação. A segunda é que as emoções influenciam as decisões de exploração, ou seja, o medo reduz a exploração, ao passo que, a alegria e a raiva aumentam a exploração. A terceira hipótese é o efeito que o medo, a alegria e a raiva influencia na avaliação sobre a exploração, de acordo com o princípio de processamento afetivo, indicando que maiores níveis de alegria e raiva aumenta o impacto positivo da avaliação sobre a exploração (Welppe et al., 2012).

Os resultados mostram que a probabilidade de sucesso e lucro são determinantes centrais da avaliação, que, por sua vez, surgiu como uma determinante fundamental da exploração. Além disso, com base no princípio de processamento afetivo, previram efeitos periódicos e moderados dessas emoções na associação positiva entre a avaliação da oportunidade e a exploração (Welppe et al., 2012).

5.5. Medição da paixão empresarial: bases conceituais e validação da escala

A paixão está no centro do empreendedorismo, assim como outras dimensões afetivas e emocionais. Um grupo de investigadores desenvolveram e validaram um instrumento para medir as dimensões e os domínios da paixão empresarial. Este método pode ser importante na pesquisa das consequências e dos precedentes que as diferentes

emoções pode originar no processo empreendedor (Cardon, Gregoire, Stevens, Patel, 2013).

Este trabalho contribui em três níveis diferentes: a nível teórico, esclarecendo a natureza ontológica da paixão empresarial, pois, afirmam que, sem o papel da centralidade da identidade o conceito de paixão pode ser pouco mais que de contexto específico do afeto positivo; a nível metodológico, com um conjunto validado de medidas uteis para a investigação na paixão empresarial e para outras variáveis afetivas e cognitivas que se sabe que desempenham um papel empresarial, proporcionando uma forma concreta de explorar a natureza da paixão, pois esta pode variar sistematicamente com a experiência de diferentes empreendedores; a nível empírico, com a evidência de que as relações entre a paixão empresarial e os resultados relevantes variam em diferentes domínios (Cardon et al, 2013).

A teoria e os resultados indicam que a medição adequada de paixão empresarial incorpora a interação entre os sentimentos dos empresários e centralidade de identidade para cada domínio. Desenvolveram e validaram um instrumento para medir as dimensões e os domínios da paixão empresarial, de forma a poderem ajudar na pesquisa sobre empreendedorismo (Cardon et al, 2013).

6. Enquadramento metodológico e enquadramento da pesquisa

O conceito de investigação científica pode ser entendido como um processo que possibilita a resolução de problemas, que podem ser ligados ao conhecimento dos mais diversos fenómenos do mundo real em que vivemos (Fortin, 2003). Etimologicamente, a palavra «investigação» deriva do latim «investigativo» (in + *vestigium*), em que «in» designa uma ação de entrar e «*vestigium*» corresponde a um vestígio, isto é a um sinal. Por outras palavras, “investigar” refere-se a entrar nos vestígios, em procurar nos sinais, o conhecimento daquilo que os provocou (Sousa, 2005).

O sucesso da investigação depende dos procedimentos optados, bem como da utilização das mais variadas competências do investigador. Deste modo, é importante salientar que o investigador tem de ser capaz de conceber e de pôr em prática um dispositivo que esclarece o real, ou seja, um método de trabalho adequado (Fortin, 2003).

Neste capítulo, será apresentada a metodologia utilizada e as especificações do desenvolvimento desta dissertação. Também será feita uma referência ao método utilizado, contribuindo para o delineamento de toda a investigação, tal como ao tipo e modelo de pesquisa utilizados. Por último, serão abordados a seleção da amostra e as técnicas de recolha de dados

6.1. Questões e objetivos de pesquisa

Após todo um pequeno estudo sobre as emoções e o empreendedorismo verificamos que as emoções no contexto empreendedor não tem sido muito desenvolvido e será um tema relevante para colmatar porventura falhas que possam existir no processo empreendedor.

O modelo teórico deste projeto assenta em analisar algumas emoções que estão estreitamente ligadas ou não a duas fases do processo empreendedor que se pretende investigar. As emoções que utilizamos na investigação serão o medo, a confiança e a paixão, uma vez que foram as emoções que os entrevistados mais referiram na entrevista. Por outro lado, as fases do processo empreendedor que me vou focar serão a identificação e a implementação da oportunidade, uma vez que estas são as fases iniciais do projeto.

6.2. Opções Metodológicas: Enfoque de Pesquisa

A pesquisa científica é, na sua essência, rígida, organizada e realizada. É, igualmente: empírica, pois os dados recolhidos são analisados; sistemática, uma vez que existe uma disciplina para fazer a pesquisa e os factos não são deixados ao acaso; crítica, porque é avaliada e melhorada com persistência; um processo composto por etapas que combinam entre si (Sampieri *et al.*, 1991). Igualmente, abrange um conjunto de atividades que qualquer indivíduo pode desenvolver. Por outro lado, procura produzir conhecimento e, por outro, solucionar problemas práticos (Sampieri *et al.*, 1991).

Os investigadores Quivy e Campenhoudt (2003) propõem etapas do processo investigativo representativa na Tabela 1. Estes investigadores defendem que existe uma articulação entre etapas através de “três atos do procedimento científico”, que à semelhança das etapas do procedimento são interdependentes: a Rutura ocorre entre a 1.^a e 2.^a etapa, uma vez que é importante quebrar com preconceitos e com falsas evidências que possam dar ilusão do conhecimento das coisas; a Construção nas etapas 3 e 4, pois é fundamental solidificar e construir teoricamente, para podermos garantir que haverá experimentação válida; a Verificação nas etapas 5, 6 e 7, que diz respeito ao facto de uma proposição só será considerada válida, com direito ao seu estatuto científico, se for verificada pelos factos (Quivy & Campenhoudt, 2003).

Contudo, todo este processo não é assim tão linear. A forma como pode ser conduzido depende, também, do método utilizado. O método não é mais do que uma formalização particular do procedimento de investigação, para que esteja adaptado aos fenómenos estudados. Por seu lado, o método pode ainda ser qualitativo ou quantitativo (Quivy & Campenhoudt, 2003).

	Etapa	Denominação	Caraterísticas
Rutura	1	Questão de partida	Questão que pretendemos responder através do processo investigativo que se vai iniciar, seguindo ao encontro dos objetivos do estudo.
	2	Exploração	Revisão da literatura considerada válida para a investigação.
Construção	3	Problemática	Abordagem teórica enquadrada com a questão de partida.
	4	Definição da metodologia	Explicação teórica de como será realizada a componente empírica da tese.
Verificação	5	Recolha de dados	Seleção dos métodos, mais adequados, de recolha de dados, tais como a aplicação de entrevistas, observação, entre outras.
	6	Análise de dados	Organizar os dados recolhidos, tratá-los, analisá-los e interpretá-los.
	7	Conclusão	Conclusões do estudo e sugestões para futuras investigações, bem como limitações encontradas no decorrer de todo o processo.

Tabela 1 – Etapas do processo de investigação. Fonte: Adaptado de Quivy & Campenhoudt (2003).

A distinção entre dois métodos de investigação tem a ver com o percurso da própria Ciência. Na segunda metade do século XX foi quando as diferentes correntes de pensamento foram divididas em dois enfoques principais: enfoque quantitativo e enfoque qualitativo de pesquisa (Sampieri *et al.*, 1991).

No âmbito da metodologia de investigação, importa conhecer, mas também compreender ambos os tipos de pesquisa e as suas especificidades. Sampier *et al.* (1991) afirma que estes, quando utilizados em conjunto eleva a pesquisa, não se substituindo nem se anulando, desta forma surge o enfoque misto.

Em traços gerais, as duas metodologias (qualitativa e quantitativa) utilizam cinco etapas comuns, nas quais se relacionam entre si: Empregam ideias como resultado da observação e avaliação feitas; Fazem revisão das ideias sobre a base dos testes ou da análise; Observam e avaliam os fenómenos; Testam e comprovam o grau em que essas

ideias têm fundamento; No final da investigação, sugerem novas observações e avaliações para clarificar e/ou fundamentar as ideias, ou até gerar outras (Sampieri *et al.*, 1991).

Assim sendo, caracterizaremos e analisaremos as particularidades de cada enfoque. A pesquisa quantitativa é usada para quantificar o problema por meio da geração de dados numéricos ou dados que podem ser transformados em estatísticas utilizáveis. Sendo usado para quantificar atitudes, opiniões, comportamentos e outras variáveis definidas, generalizando os resultados a partir de uma amostra considerável da população.

Sampieri *et al.* (1991) afirmam que o enfoque quantitativo utiliza a recolha e análise de dados para responder às questões de pesquisa e consequentemente testar as hipóteses inicialmente estabelecidas. Confiando na contagem, medição numérica e no uso de estatística para estabelecer com exatidão os padrões de comportamento de uma população, ou seja, pretende recolher dados objetivos e que sejam mensuráveis. Posto isto, o enfoque quantitativo é fundamentado no método hipotético-dedutivo para gerar conhecimento e consideram como premissas que a delineação de teorias, a partir das quais derivam as hipóteses; estas, por sua vez, são submetidas à prova, utilizando os modelos de pesquisa adequados; se os resultados sustentam as hipóteses, são obtidas evidências claras, mas se os resultados as refutarem, estas são rejeitadas, em busca de melhores explicações e novas hipóteses.

Por outro lado, a investigação utilizando uma metodologia qualitativa surge da necessidade que a ciência começou a sentir em descrever fenómenos de natureza social, centrado no modo como as pessoas interpretam e atribuem significado aos acontecimentos que as envolvem no seu quotidiano (Sampieri *et al.*, 1991).

A pesquisa qualitativa é um propósito da pesquisa essencialmente exploratória. Este é usado para ganhar uma compreensão de razões subjacente, opiniões e motivações. Fornece ferramentas sobre o problema e ajuda a desenvolver ideias ou hipóteses para o potencial da investigação quantitativa (Sampieri *et al.*, 1991).

A metodologia qualitativa é, apesar de tudo, muito diferente da metodologia quantitativa. Segundo, Bogdan e Biklen (2006), a metodologia qualitativa apresenta cinco características da investigação quantitativa. A primeira característica reporta ao facto que na investigação qualitativa, a fonte direta de dados é o ambiente natural e o investigador é o elemento principal do processo. A segunda característica aponta para o facto da investigação qualitativa ser descritiva, pois os dados recolhidos são na maioria descrições de cenários ou ações. A terceira característica refere-se ao facto de os investigadores

qualitativos interessarem-se mais pelo processo do que simplesmente pelos resultados. A quarta característica diz respeito à forma como os investigadores qualitativos tendem a analisar os dados de forma indutiva. O instituto prende-se com o facto de à medida que vai recolhendo dados sobre a investigação, ir construindo a teoria. Por último, a quinta característica apresenta o significado da importância vital na abordagem qualitativa. Os investigadores qualitativos receiam que a sua visão dos acontecimentos apresente um significado para si diferente, do que o significado atribuído pelos sujeitos ao objetos do estudo.

Por outro lado, considera-se que para aperfeiçoar a análise e compreensão da realidade, podemos opor a perspectiva qualitativa, sendo que o investigador lida, diretamente, com a população ou com o elemento a ser estudado e sobre o qual vai estudar, ou seja, interpreta-se e procura-se compreender a realidade vivida pelos sujeitos a partir do que pensam e como agem (Sampieri *et al.*, 1991).

Por esta razão, Guerra (2006) designa esta perspectiva de “metodologia compreensiva ou indutiva”, uma vez que considera que a especificidade é a orientação para a identificação das práticas quotidianas e das emergências de novos fenómenos sociais. O propósito deste tipo de metodologia é articular as diferentes dimensões, ao mesmo tempo que recusam a rutura entre o “sujeito real” e o “sujeito da ciência”, ou seja, na realidade o que pretende é a reconciliação entre a teoria e a prática, entre a ciência do geral e o saber particular entre o indivíduo e a sociedade

Por outro lado, para Sampieri *et al.* (1991) a perspectiva qualitativa utiliza a recolha de dados sem medição numérica para descobrir ou aperfeiçoar questões de pesquisa, provando ou não as hipóteses no processo de interpretação. Desta forma, existem simultaneamente técnicas de recolha de dados como por exemplo a entrevista, a revisão de documentos, a observação, a discussão em grupo, o levantamento bibliográfico, a análise de discursos quotidianos, a avaliação de experiências pessoais, a interação com grupos ou comunidades e a inspeção de histórias de vida. É considerada uma investigação holística, pelas suas especificidades, sendo analisado o fenómeno na totalidade.

Na mesma conjuntura, Guerra (2006) considera que na investigação qualitativa existem práticas de pesquisa muito variadas e que essa variedade diz respeito a um conjunto de técnicas interpretativas, das quais procuram descodificar, descrever e traduzir alguns fenómenos sociais, que se produzem aparentemente de forma natural. E essas

técnicas essas que dão mais importância ao significado dos fenômenos do que à frequência dos mesmos.

Quando utilizamos a perspectiva qualitativa na nossa pesquisa, existe um conjunto de etapas que se pode seguir, das quais tem muitas semelhanças às etapas do procedimento de investigação referidas na tabela 1, como exemplo: desenvolvimento de uma ideia, tema ou área a investigar; seleção do ambiente ou lugar de estudo; escolha de participantes ou indivíduos de estudo; trabalho de campo; seleção de um projeto de pesquisa ou estratégia a ser desenvolvida no ambiente, para posterior recolha dos dados necessários; seleção ou elaboração de um ou vários instrumentos para a recolha de dados; recolha de dados (obter as informações pertinentes) e registo dos acontecimentos do ambiente; preparação e análise dos dados; elaboração do relatório de pesquisa (Carmo & Ferreira, 2008).

Para este projeto, a escolha da metodologia foi inicialmente método qualitativo e posteriormente método quantitativo, uma vez que a perspectiva quantitativa complementa a perspectiva qualitativa, ou seja, com o método qualitativo obtemos um maior conhecimento acerca da percepção dos empreendedores para este estudo e com o método quantitativo esse conhecimento ganha uma dimensão maior.

Assim, e tendo em consideração os objetivos do nosso estudo e após toda a análise aqui apresentada, numa fase introdutória, optámos pelo método qualitativo para a realização da primeira parte empírica da dissertação, pois temos um conhecimento relativamente escasso sobre o tema. Com isto, pretende-se compreender qual a predominância das emoções nas diferentes fases do processo empreendedor, tendo como referência a literatura já existente que nos permite inferir possíveis relações entre variáveis. Posteriormente, pode ser operacionalizado num estudo quantitativo, utilizando um questionário e seguidamente usando uma técnica de análise de dados adequada, como por exemplo a análise de variância ou testes T de amostras independentes. Assim sendo, as técnicas que utilizaremos interligam-se ao método qualitativo e método quantitativo, que desenvolvemos.

6.3. Definição e Modelo de Pesquisa

Após realizada a revisão da literatura, o que se segue no processo investigativo é a classificação do tipo de estudo a ser efetuado. A classificação atinge uma importância particular, uma vez que a estratégia de pesquisa é influenciada pelo tipo de estudo.

Os investigadores Sampiere et al. (1991) fazem referência a quatro tipos de pesquisa: explicativos, descritivos, exploratórios e correlacionais. Os descritivos fundamentam as pesquisas correlacionais, combinando informação e favorecendo a continuidade aos estudos explicativos. Os estudos exploratórios preparam o campo e, geralmente, antecedem os outros três tipos de pesquisa.

Assim sendo, optamos para a nossa pesquisa os tipos de estudo exploratório e descritivo numa primeira fase e um estudo causal numa segunda fase. A nossa escolha prendeu-se, especialmente, com a escassez de conhecimentos nesta área, com o estado do conhecimento sobre o tema de pesquisa e, também, com o enfoque que queremos dar ao estudo, que será qualitativo numa primeira fase e quantitativo numa segunda fase. Focamo-nos na pesquisa descritiva aquando da recolha, tratamento, interpretação e análise dos dados, pois queremos procurar compreender o fenómeno no seu contexto específico, particularizando as suas especificidades. E por sua vez os estudos causais visam estabelecer uma relação de causa/influência de variáveis independentes sobre variáveis dependentes (Sampieri et al., 1991).

Segundo Sampieri et al. (1991), o termo “modelo de pesquisa” é entendido como a estratégia que se desenvolve para obter a informação necessária numa pesquisa. Em relação à pesquisa qualitativa, os investigadores consideram que não é essencial definir um modelo de pesquisa. Contudo, é sempre bom fazê-lo, uma vez que se o modelo for bem definido e planeado, o produto final do estudo terá maiores possibilidades de êxito para a produção de conhecimento.

6.4. Formulação de hipóteses

Sampieri et al. diz que “As hipóteses indicam o que estamos buscando ou tentando procurar e se definem como tentativas de explicações do fenómeno pesquisado” (Sampieri et al., 1991: 71). Por outro lado, Guerra (2006) entende que a formulação de

hipóteses é uma questão controversa. Alguns autores acham as hipóteses desnecessárias e contraditórias com a metodologia compreensiva, outros investigadores consideram que a formulação só deve acontecer na fase exploratória da investigação. Podemos, ainda ter em atenção que na metodologia de investigação qualitativa, não existe lugar para a formulação de hipóteses antes da recolha de dados, sobretudo se o tipo de investigação for descritivo e exploratório (Sampieri et al., 1991).

Na metodologia compreensiva busca-se a construção de conceitos e modelos explicativos dos fenómenos sociais, orientando-se sempre do particular para o geral. Assim sendo, o objetivo não é verificar hipóteses, mas ajudar a definir um conjunto de hipóteses, isto é um modelo explicativo potencial. Este modelo concetual é construído a partir da revisão da literatura e dos primeiros contactos com o terreno (Guerra, 2006).

As hipóteses a estudar serão:

- H1 – paixão está positivamente correlacionado com a identificação da oportunidade.
- H2 – medo está positivamente correlacionado com a identificação da oportunidade.
- H3 – confiança está positivamente correlacionado com a identificação da oportunidade.
- H4 – paixão está positivamente correlacionado com a implementação da oportunidade.
- H5 – confiança está positivamente correlacionado com a implementação da oportunidade.

Assim sendo, com a validação das hipóteses podemos inferir o papel positivo ou não de algumas emoções nas fases do processo empreendedor e saber se as emoções foram determinantes importantes aquando a tomada de decisão. Para validar as hipóteses as técnicas usadas foram as entrevistas exploratórias, utilizadas para preparar os questionários do estudo quantitativo; os estudos com escalas, usadas para medir as dimensões dos constructos em estudo; as alphas de cronbach e as análises fatoriais para poder confirmar a confiabilidade e as dimensões das escalas; e por fim as correlações de spearman para poder identificar as correlações significativas entre as variáveis não normais conforme postulado nas hipóteses.

6.5. Técnicas de recolha e tratamento de dados

Como no enfoque quantitativo, a recolha de dados no método qualitativo é, também, fundamental. No entanto, contrariamente à análise estatística, o que se procura nesta fase é obter informação de indivíduos, fenómenos, através das próprias palavras, definições ou conceitos dos indivíduos no seu contexto (Sampieri et al., 1991).

Entendemos por “dados” as informações recolhidas pelo investigador, das quais vão refletir a análise. Os dados podem ser observações ou registos que asseguram que o trabalho desenvolvido pelos investigadores não se baseia em especulações ou em informações não fundamentadas (Bodgan, 1994). Contudo, os dados podem ser primários (recolhidos pela primeira vez pelo próprio investigador, ou seja, pesquisa direta) ou secundários (obtidos de forma indireta, isto é informação já existente, recolhida por outros investigadores, na qual encontra-se em artigos, livros, bases de dados entre outros) (Marconi & Lakatos, 2001).

De acordo com o nosso modelo e tipo de pesquisa, de muitas técnicas de recolha de dados da metodologia qualitativa utilizamos aquelas que considerámos apropriadas para garantir uma maior abrangência e profundidade ao tema (Sampieri *et al.*, 1991). Na componente empírica da investigação, foi favorecida a entrevista semiestruturada, o que nos permite trabalhar os dados primários. Essas entrevistas iniciais serão realizadas a empreendedores para avaliar se existe algum tipo de emoção que tenha interferido no processo empreendedor a que este foi sujeito para a concretização do seu projeto. Posto isto, das várias técnicas de recolha de dados da metodologia quantitativa utilizamos o questionário, que realizei a uma amostra significativa de empreendedores, para poder generalizar os resultados e afirmar com maior exatidão os dados obtidos.

A cada inquirido será solicitado a colaboração no estudo, sendo feito uma breve explicação do projeto em estudo, tais como os objetivos a alcançar, ressaltando-se que é garantida a confidencialidade dos dados pessoais fornecidos ao investigador. De ressaltar que todo o procedimento de recolha de dados foi refletido e descrito, para garantirmos a sua análise e compreensão. Pretendemos ter presente durante a recolha de dados a importância da escolha de uma postura ponderada, imparcial e reflexiva, para que as nossas experiências de vida não influenciassem a investigação. Só assim é que foi possível dar resposta às questões de pesquisa inicialmente definidas e alcançar os objetivos propostos Sampieri *et al.*, 1991).

No que diz respeito às técnicas de tratamento de dados, recorreremos à análise de conteúdo proposta por Guerra (2006) para a análise das entrevistas. Já em relação a análise dos questionários realizaremos uma análise estatística com utilização do Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

6.5.1. A entrevista

A entrevista pode-se definir como uma conversa entre duas ou mais pessoas: o entrevistador e o entrevistado, e através de diálogo criam um espaço de comunicação e interação humana. Na realização de uma entrevista supõe-se uma relação direta entre os envolvidos e contribui para alargar ou melhorar o campo de investigação descrito na revisão da literatura (Quivy & Campenhoudt, 2003).

Esta técnica tem como principal objetivo obter respostas sobre o problema, tema ou tópico de interesse, na perspectiva do entrevistado. Tanto o entrevistado como o entrevistador espera-se que sejam “especialistas”, o que leva a que a partir de uma frase, estes devem interpretar e compreender a informação transmitida. O que é relevante é o conteúdo e a narrativa de cada resposta (Sampieri et al., 1991). É estabelecido uma troca de ideias, na qual espera-se que o entrevistado exprime as suas experiências, interpretações e perceções de um acontecimento ou situação, enquanto o entrevistador faz com que a entrevista não se distancie dos objetivos da investigação, através das suas questões e reações. No final de toda a conversa, o teor da informação será objeto de análise de conteúdo (Quivy & Campenhoudt, 2003).

No que diz respeito à estruturação, as entrevistas podem ser estruturadas, semiestruturadas ou não-estruturadas. Para a nossa investigação o ideal será as entrevistas semiestruturadas, com o propósito de existir um fio condutor para não nos desviar dos nossos objetivos de estudo. Baseiam-se num guião de questões, onde o entrevistador tem a liberdade, se necessário, de introduzir mais questões para maior precisão sobre os conceitos e temas analisados (Sampieri *et al.* 1991; Quivy & Campenhoudt, 2003).

Para se realizar entrevistas, em primeira instância, a marcação das entrevistas deve ser feita atempadamente, e o entrevistado deve, previamente, ter conhecimento do objeto de trabalho, da sua importância no fornecimento de informação, a duração prevista, a licença para gravar, entre outros aspetos (Guerra, 2006).

Diversos autores consideram que ao nível do discurso na condução da entrevista, a verbalização sincera por parte do informador é fundamental. Logo, quanto menor for a intervenção do entrevistador, maior será a riqueza da informação recolhida. De ressaltar que neste procedimento, o objeto da entrevista é avaliar se existe algum tipo de emoção que o empreendedor tenha interferido no processo empreendedor a que este foi sujeito para a concretização do seu projeto. Assim foi indispensável explicar com clareza o objetivo da entrevista e os temas subjacentes, pois só assim será possível estabelecer uma relação de parceria, capaz de gerar “reflexibilidade” nos dois elementos de interação (Guerra, 2006).

Outro aspeto central é a construção do guião das entrevistas. A clarificação dos objetivos e das dimensões em análise contidas na entrevista, assim como a assertividade na condução da entrevista constituem as questões mais importantes. Tendo por base o carácter exploratório da nossa investigação, a autora Guerra (2006) sugere, numa fase inicial, que o guião seja construído em função dos objetivos definidos. Nesta nossa dissertação de mestrado, seguimos uma das propostas de guião sugeridas pela autora. Primeiramente, terá uma breve apresentação e objetivos da entrevista, assim como uma grelha organizada em três pontos: tópicos, perguntas e informação pretendida. Já em relação ao nível das questões, optámos também por questões abertas, pois “permitem aos inquiridos expressarem-se através das suas próprias palavras; Não sugerem respostas (...)”, este tipo de questões também nos mostra o que é mais relevante aos inquiridos, assim como a intensidade dos sentimentos dos inquiridos (Foddy, 1996: 143).

O lugar da realização da entrevista e o tempo desta, são também aspetos cruciais. O tempo de duração das entrevistas é muito variável, dependendo do tipo de pesquisa. No entanto, para não criar inconveniente ao entrevistado o tempo máximo desejável é de três horas. Preferencialmente, as entrevistas devem ser realizadas em lugar neutro ou de fácil controlo pelo entrevistado, pois o controlo do espaço permite que o entrevistado se sinta mais confortável, mas também mais capaz de gerir o tempo (Guerra, 2006). Em particular no nosso caso, o entrevistador deslocou-se sempre ao local sugerido pelo entrevistado.

Para a realização do guião das entrevistas precedeu-se à realização de uma grelha analítica, que se encontra na tabela 2, para, posteriormente, desenvolver o guião das entrevistas. Este guião é constituído por três páginas, organizado da seguinte forma: por tópicos, pelas perguntas a efetuar e pela informação pretendida para uma melhor entrevista aos empreendedores com projetos sustentáveis, apresentando-se um exemplar da mesma no Anexo I.

Problemáticas	Dimensões
Origem social e Trajetória escolar e profissional	<ul style="list-style-type: none"> • Escolaridade e profissão dos pais; • Origem geográfica; • Nível de Escolaridade; • Profissões desempenhadas; • Aspiração que teve e futuras;
Processo Empreendedor: Identificação da oportunidade	<ul style="list-style-type: none"> • Fatores que levaram a identificar a oportunidade; • Esteve presente a Razão ou a Emoção, ou as duas; • Origem das emoções; • Emoções sentidas; • Emoções fizeram parte da identificação;
Processo Empreendedor: Implementação da oportunidade	<ul style="list-style-type: none"> • Fatores que contribuíram para a implementação do projeto; • Emoções presentes (medo, confiança, paixão); • Emoções estiveram implícitas nesta fase; • Emoções promoveram essa implementação; • Se existissem outras emoções presentes a implementação da oportunidade era igual;
Sustentabilidade do Projeto	<ul style="list-style-type: none"> • Duração do projeto; • Viabilidade do projeto; • Perspetivas futuras do projeto;

Tabela 2 – Grelha analítica para desenvolvimento do guião da entrevista. Fonte: elaboração própria.

6.5.2. Questionário – Instrumento de Recolha de dados

O termo “questionário” é muito generalizado, desde as Ciências Sociais e a Psicologia até à Gestão. Na linguagem comum, o seu significado é ligado à ideia de pergunta, todavia na literatura psicológica não existe uma definição precisa. O sentido impreciso é bem patente nos termos que se usam como sinónimos embora com diferenças conceptuais (Ramos e Figueira, 1977).

A definição mais conhecida é a de Pichot, que nos diz que os questionários, na forma mais simples, são testes com várias questões, sendo pedido que o individuo

responda Sim, Não, Não sei. Contudo, diz Pichot, que outros questionários têm respostas de escolha múltipla. As apresentadas questões dizem respeito a opiniões do sujeito, gostos, comportamentos em circunstâncias precisas, sentimentos, etc (Ramos et al, 1977).

Para Mucchielli (1979), quando se trata de sondar, através das respostas dos inquiridos, os fatores de comportamentos sociais, o questionário não deve ser uma lista de questões diretas.

A enorme utilização dos questionários deveu-se em grande medida às vantagens. Estas são facilidade de aplicação (pode ser aplicado por investigadores sem competência psicológica especial); facilidade de correção (normalmente é um processo mecânico que conta o número de respostas; interpretação, aparentemente fácil, dos resultados sob a forma de um valor quantitativo que se compara a uma padronização e permite classificar o indivíduo em função do traço medido). Todavia, as vantagens são mais aparentes do que reais, isto é a facilidade de aplicação pode levar ao uso indevido e excessivamente generalizado do questionário sem obedecer a determinadas normas de qualificação, por outro, pode levar a um automatismo que ignora a situação psicológica dos indivíduos, quer em grupos quer isoladamente (Ramos et al, 1977).

O questionário também tem inconvenientes. Para Pichot, as desvantagens do método dos questionários são só admitir dois tipos de respostas; ser suscetível de falseamento; obtém-se a imagem que o individuo quer dar ou tem de si e não aquilo que realmente é; mede traços de personalidade isolados do seu contexto (Ramos et al, 1977).

A elaboração dum questionário parece ser muito fácil, mas elaborar um bom questionário não é fácil. Quer dizer, não é simples escrever um questionário que forneça dados que permitam testar adequadamente as hipóteses da investigação uma vez que as hipóteses a testar são as hipóteses operacionais. Estas dependem de três aspetos da investigação, das naturezas das hipóteses gerais, dos métodos da investigação e dos métodos para analisar os dados (Hill M. e Hill A., 2008).

Na investigação onde se utiliza o questionário, a maioria das variáveis são medidas a partir das perguntas do questionário, e portanto, os métodos de investigação incluem os tipos de perguntas usadas, os tipos de respostas associadas com estas perguntas e as escalas de medida dessas respostas. As escalas de medida são muito importantes uma vez que põem constrangimentos sobre os métodos disponíveis para analisar os dados e, portanto, influenciam a definição das hipóteses operacionais (Hill M. et al, 2008).

O problema que surge na elaboração de um questionário é que para testar adequadamente as hipóteses operacionais convém que estas sejam especificadas antes de se efetuar a recolha dos dados. O que implica que, aquando a elaboração do questionário, tenha que pegar nas hipóteses gerais e decidir que perguntas utilizar para medir as variáveis, que tipo de resposta é mais adequada para cada pergunta; que tipo de escala de medida está associado às respostas; que métodos são os corretos para analisar os dados (Hill M. et al, 2008).

Todos estes aspetos estão interligados e as decisões que se tomam determinam as características dos dados e permitem a especificação das hipóteses operacionais de tal modo que haja confiança de que estas possam ser testadas adequadamente com os dados obtidos. Para se tomar boas decisões, o investigador precisa de um plano (Hill M. et al, 2008).

A fase de construção do questionário e formulação das questões é fundamental, uma vez que os erros cometidos nessa fase são transmitidos às fases seguintes da investigação e são irremediáveis.

Segundo Foddy (1996), o questionário deve seguir o modelo TAP – Tópico (deve ser claramente definido para que todos os inquiridos tenham uma compreensão clara do que é pretendido pelo questionário), Aplicabilidade (não solicitar informação de que os respondentes não disponham) e Perspetiva (deve ser especificada para que todos forneçam o mesmo tipo de respostas). Estas questões foram tidas em conta na organização da estrutura do questionário, bem como na apresentação do mesmo se fez no início.

O questionário foi entregue a empreendedores com projetos sustentáveis, apresentando-se um exemplar do mesmo no Anexo II. O documento é constituído por nove páginas, organizadas da seguinte forma: na primeira página inclui o título do questionário, a instituição e os autores envolvida, a identificação da sua natureza científica, os agradecimentos pela colaboração, e a duração de preenchimento do questionário. O questionário é dividido em seis grandes pontos. O ponto um está relacionado com a caracterização do empreendedor. No ponto dois encontra-se as motivações pessoais que levaram a desenvolver o processo empreendedor e consequentemente o projeto. Respeitante ao ponto três, este apresenta os fatores impulsionadores e inspiradores que o empreendedor sentiu para a criação do projeto, assim como os fatores de bloqueio ou de inibição que o mesmo enfrentou aquando a criação do projeto. No que diz respeito ao ponto quatro averigua-se os conhecimentos dos

fatores que levaram, durante o processo empreendedor, à identificação da oportunidade e se a emoção paixão, medo e/ou confiança estiveram presente nessa identificação. Em relação ao ponto cinco encontra-se os fatores que intervieram na implementação da oportunidade, assim como se as emoções paixão e/ou confiança influenciaram essa implementação. Por último no ponto seis surgem questões relacionadas com a sustentabilidade e duração do projeto.

Após um estudo das escalas de emoções que existem na literatura, optamos por estas três escalas, uma vez que foram as que mais se enquadraram com o estudo que queríamos desenvolver. A escala da paixão aborda dois aspetos da paixão, a harmoniosa e a obsessiva. Já em relação ao medo, a escala dividi-o em cinco tipos: o medo de sentir vergonha; o medo de desvalorizar a autoestima; o medo de ter um futuro incerto; o medo de pessoas importantes perderem o interesse; o medo de perturbar pessoas importantes. Por último, na escala da confiança apenas foi considerada uma característica de confiabilidade, a confiança em algo, neste caso a confiança no projeto.

6.5.2.1. Escala de paixão

A paixão pode ser definida como uma forte inclinação para uma atividade que se gosta, que se acha importante e em que é necessário investe tempo e energia. O investigador Robert Vallerand e seus colaboradores propõe dois tipos de paixão: a paixão obsessiva (refere-se a uma internalização controlada de uma atividade numa identidade que cria uma pressão interna para exercer a atividade que a pessoa gosta) e a paixão harmoniosa (refere-se a uma internalização autónoma que leva os indivíduos a optar por exercer a atividade que eles gostam). Propuseram que a paixão harmoniosa promove a adaptação saudável do indivíduo, enquanto a paixão obsessiva frustra o indivíduo, fazendo com que a persistência o afete negativamente. Para tal, realizaram quatro estudos para apoiar a proposta e realizaram uma escala de paixão. Concluíram que as duas paixões representam duas formas de internalização de uma atividade na identidade. Além disso, dependendo do tipo de paixão envolvida, as pessoas podem ser afetadas positivamente ou negativamente levando mesmo a atividades que são autodestrutivas. Resumidamente, a paixão tem muita importância para as pessoas (Vallerand et al, 2003).

A escala de paixão de Vallerand et al foi a utilizada e com ela podemos verificar se a paixão esteve presente e se sim qual o tipo de paixão manifestada, se a paixão

harmoniosa ou a paixão obsessiva. No tabela 3 podemos encontrar a escala de paixão utilizada.

Paixão Harmoniosa		Paixão obsessiva	
1	Esta atividade permite-me viver uma variedade de experiências.	1	Não posso viver sem a atividade.
2	As coisas novas que descobrir com esta atividade, permite-me apreciar ainda mais.	2	O desejo é tão forte. Não consigo ajudar-me a parar de fazer esta atividade.
3	Esta atividade permite-me viver experiências memoráveis.	3	Tenho dificuldade em imaginar a minha vida sem a atividade.
4	Esta atividade reflete as qualidades que gosto sobre mim mesmo.	4	Estou emocionalmente dependentes desta atividade.
5	Esta atividade está em harmonia com as outras atividades da minha vida.	5	É muito difícil controlar a necessidade de trabalhar na atividade.
6	Para mim é uma paixão, que ainda consigo controlar.	6	Tenho quase uma sensação obsessiva para com a atividade.
7	Estou completamente conquistado por esta atividade.	7	O meu humor depende de ser capaz de fazer a atividade.

Tabela 3 – Escala de paixão realizada por Robert Vallerand e seus colaboradores (2003). Fonte: elaboração própria.

6.5.2.2. Escala de medo

Lazarus (1991) afirmou que a avaliação real ou imaginária que um indivíduo tem em relação à sua mudança com o ambiente é uma emoção. No caso do medo, as avaliações enfatizam a ameaça ou as consequências aversivas associadas com falha.

O foco predominante na pesquisa da emoção do medo em empreendedorismo é sobre o conceito específico do medo de falha (Hayton, 2015). Contudo, a literatura mostra uma falta de precisão na conceituação e operacionalização desta construção (Hayton, 2015). O impacto da experiência do medo na cognição e no comportamento do indivíduo

pode ser benéfica, mas também prejudicial. Não obstante da natureza dualista o medo é examinada apenas como uma barreira para o comportamento empreendedor (Hayton, 2015).

Conroy (2002) desenvolveu uma manual do utilizador que é uma ferramenta de avaliação para medir o medo do fracasso. Este manual foi projetado para ser um dispositivo útil para avaliar quando um indivíduo teme o fracasso. A avaliação do desempenho do medo avalia as crenças dos entrevistados em cinco consequências de falha, incluindo experimentando vergonha e embaraço, desvalorizando a sua autoavaliação, ter um futuro incerto, perda de interesse de pessoas importante e outros pontos perturbadores importantes. Estas cinco avaliações estão fortemente relacionadas entre si (Conroy, 2002; Conroy, 2001).

O manual é dividido em quatro secções e apresenta três artigos empíricos. O primeiro artigo resume um estudo qualitativo realizado para identificar as consequências aversivas de falhar. O segundo artigo descreve como a avaliação de desempenho do medo foi desenvolvida. O terceiro artigo analisa um estudo que levou a uma modificação da avaliação desempenho do medo, bem como o desenvolvimento (Conroy, 2002).

Na tabela 4 estão os 25 itens da escala de medo. A escala está divididas em cinco tipos de medo: o medo de sentir vergonha e embaraço (salientado nos itens 10, 15, 18, 20, 22, 24, 25); o medo de desvalorizar a autoestima (evidenciado nos itens 1, 4, 7, 16); o medo de ter um futuro incerto (notado nos itens 2, 5, 8, 12 mas no sentido positivo “Quando falho, não estou preocupado que isso afete os meus planos futuros”); o medo de pessoas importantes perderem o interesse (evidenciado nos itens 11, 13, 17, 21, 23); o medo de perturbar pessoas importantes (salientado nos itens 3, 6, 9, 14, 19). De ressaltar que os itens 7, 8, 11, 19, 24 podem ser usados para criar uma curta forma de medir o medo de fracasso (Conroy, 2002).

1	Quando falho, muitas vezes é porque não sou inteligente o suficiente para executar com êxito.
2	Quando falho, o meu futuro parece incerto.
3	Quando falho, isso perturba pessoas importantes para mim.
4	Quando falho, culpo a minha falta de talento.
5	Quando falho, acredito que os meus planos futuros vão mudar.
6	Quando falho, espero ser criticado por pessoas importantes para mim.
7	Quando falho, tenho medo que possa não ter talento suficiente.
8	Quando falho, isso perturba o meu "plano" para o futuro.
9	Quando falho, perder a confiança das pessoas que são importantes para mim.
10	Quando não tenho sucesso, sou menos valioso do que quando tenho sucesso.
11	Quando não tenho sucesso, as pessoas estão menos interessados em mim.
12	Quando falho, não estou preocupado que isso afete os meus planos futuros.
13	Quando não tenho sucesso, as pessoas parecem querer ajudar-me a menos.
14	Quando falho, pessoas importantes para mim não são felizes.
15	Quando não tenho sucesso, caio em mim facilmente.
16	Quando falho, odeio o facto de não estar no controle do resultado.
17	Quando não tenho sucesso, as pessoas tendem a deixar-me sozinho.
18	Quando falho, é embaraçoso se os outros estão lá para ver.
19	Quando falho, pessoas importantes para mim ficam dececionados.
20	Quando falho, acredito que todo mundo sabe que falhei.
21	Quando não tenho sucesso, algumas pessoas não estão interessadas em mim.
22	Quando falho, acredito que as dúvidas que sentia sobre mim estavam certas.
23	Quando não consigo, o meu valor diminui para algumas pessoas.
24	Quando falho, preocupo-me com o que os outros pensam de mim.
25	Quando falho, preocupo-me que os outros possam pensar que não tentei.

Tabela 4 – Escala de medo do manual de David Conroy (2002). Fonte: elaboração própria.

6.5.2.3. Escala de confiança

Não existe muito consenso em relação ao conceito de confiança, contudo as opiniões dos investigadores parecem convergir para a confiança ser um fenómeno multidimensional (Ganesan e Hess, 1997).

A confiança pode ser estudada a vários níveis, interpessoal, organizacional e também na sua multidimensionalidade. Ganesan e Hess (1997) desenvolveram um estudo, através do qual constataram que a confiança interpessoal está fortemente relacionada com o compromisso do que a confiança na organização, isto é credibilidade organizacional. Também verificaram que a confiança baseada na benevolência organizacional é um maior preditor do comportamento do que a benevolência interpessoal. Este estudo veio validar a hipótese de que a confiança deve ser entendida como um constructo multidimensional.

A confiança tem uma natureza dinâmica, uma vez que varia em função das interações entre as pessoas e das características do contexto onde essas ocorrem. Neste âmbito, a confiança pode ser maior ou menor, consoante a pessoa com quem se estabelece a interação. O que significa que quando existe uma expectativa em relação ao benefício do comportamento de alguém a confiança aumentará, por outro lado, se essa expectativa for defraudada, a confiança irá diminuir (Bijlsma-Frankema e Costa, 2005; Lewicki e Bunker, 1996).

De acordo com Lewicki e Bunker (1996), a confiança é entendida como um processo em transformação, como algo que se vai desenvolvendo ao longo do tempo. A evolução da confiança ocorre ao longo de três etapas, iniciando-se na confiança baseada no cálculo (estabelecida no início de uma relação e tem subjacente a crença de que as ações de outra parte são benéficas e confiáveis, ao invés de prejudiciais), para a confiança baseada no conhecimento (tem subjacente as interações prévias, sendo a confiança estabelecida com base na informação que uma das partes tem sobre a outra) para se alcançar a confiança estabelecida na identificação (acontece numa etapa mais avançada, quando ocorre a identificação e as interações da outra parte, havendo uma empatia pois existe partilha de uma identidade comum, ao ponto de cada parte atuar pela outra). Assim, as relações de confiança vão-se desenvolvendo até à maturidade, mas nem todas as relações se desenvolvem por completo, visto que haverá aquelas que podem nunca passar

do primeiro estágio. Segundo Lewicki e Bunker (1996), os três níveis de confiança estão interligados, dependendo do alcance que cada etapa (Lewicki et al., 1996).

A confiança pode ser entendida como um constructo dinâmico e não como algo estável ao longo do tempo. Deve ser vista como algo que leva tempo para se desenvolver, num processo de construção contínuo, uma vez que está dependente de fatores contextuais, pessoais e organizacionais que podem conduzir a quebras e a reparações constantes (Reynolds, 1997).

Uma multiplicidade de estudos tem sido desenvolvida para encontrar as dimensões da confiança e os seus antecedentes. Quando se tenta descrever os fatores de confiabilidade, ou seja, perceber quais são as características que fazem com que uma pessoa seja percebida com confiável ou não, surge uma grande variedade de estudos, que consideram apenas um ou até dez características de confiabilidade. Na tabela 5 podemos encontrar a escala de confiança utilizada na realização dos questionários (Mayer et al., 1995).

1	A capacidade permitiu atingir o objetivo.
2	Quando realizo a atividade sinto vergonha.
3	Dado o meu empenho e dedicação à execução da atividade, tenho bons motivos para acreditar nos bons resultados.
4	Questionei todos os pontos fracos de forma a poder solucionar-los.
5	Senti que a atividade tinha muitas capacidades para ser viável.
6	Tinha consciência que a atividade levou em consideração todos os pontos fracos que tinha.
7	Tive em atenção todas as possíveis mudanças.
8	Senti que se ocorre-se algum problema na atividade existia formas de o solucionar.

Tabela 5 – Escala de confiança. Fonte: elaboração própria.

6.5.3. Análise bibliográfica

Quando se inicia um trabalho de investigação é muito provável que o tema em análise tenha sido de alguma forma abordado anteriormente por outra pessoa. Assim sendo, o investigador procura conhecer os trabalhos anteriormente realizados, que incidam sobre o mesmo objeto de estudo ou similar. E desta forma, explicita o que aproxima ou distingue das outras correntes de pensamento. Posto isto, este processo pode ser denominado por revisão da literatura ou análise bibliográfica (Quivy & Campenhoudt, 2003; Sampieri et al., 1991).

Os autores Quivy & Caampenhoudt (2003) apresentam cinco critérios gerais que devem ser adotados durante esta etapa: todo o trabalho é importante que tenha um fio condutor e as questões de partida já definidas não devem ser um problema; procurar, sempre que possível, documentos que não apresentam apenas dados, mas que também reflitam sobre eles; tendo em conta de que não é possível ler tudo o que existe, é preferível que se leia, mais aprofundadamente artigos ou obras que apresentam reflexões síntese, do que ler superficialmente algumas páginas de obras muito densas; ter em atenção para recolher textos que falem de diversas perspetivas sobre o tema em estudo; reservar algum tempo para a reflexão pessoal do que foi lido.

Tendo por base a revisão da literatura, buscamos situar o nosso estudo dentro da área de investigação central e contextualiza-lo, aumentando desta forma a nossa perceção sobre o tema, bem como sobre os principais investigadores que o estudam. A nossa revisão da literatura foi sustentada pela pesquisa e análise de livros, artigos científicos, entre outros.

Por fim, a revisão da literatura assume uma parte vital de um processo de investigação, uma vez que é indispensável para definir o problema e para obter uma ideia concreta e objetiva sobre o estado atual dos conhecimentos inerentes a um determinado tema, as suas lacunas e a contribuição da investigação para o desenvolvimento do conhecimento (Quivy & Caampenhoudt, 2003).

6.5.4. Análise de Conteúdo

Para o tratamento da informação recolhida no âmbito de uma entrevista, a autora Guerra (2006) propõe o processo de análise de conteúdo, esta pretende descrever as situações, mas também decifrar e interpretar o sentido daquilo que foi dito. Para além da análise dos aspetos formais do discurso, o que se pretende é obter um conhecimento relativo a um objeto exterior a eles mesmos. Portanto, a análise de conteúdo e as entrevistas semiestruturadas são métodos complementares, pois permitem analisar o conteúdo implícito, ou seja, as dinâmicas da comunicação (Quivy & Campenhoudt, 2003).

Após efetuadas as entrevistas, é possível transcrevê-las. Para tornar mais rápido este processo, a transcrição deverá ser feita diretamente para o computador. Posteriormente, devemos rever a entrevista e preencher as possíveis lacunas deixadas. Finalmente, redigir um discurso capaz de ser perceptível, com pontuação e eliminando elementos inúteis (Guerra 2006).

Depois da transcrição das entrevistas, é essencial que seja feita uma leitura das mesmas. De modo a facilitar o processo de sublinhar algumas das frases do texto é aconselhável que as imprima. Ao mesmo tempo, devem também ser feitas anotações de temáticas e problemáticas abordadas. No decorrer desta fase, é de salientar que podem ser identificados novos temas que emergiram no discurso e que não estavam contemplados no guião da entrevista (Guerra, 2006).

Baseando-se na leitura efetuada, a etapa seguinte é a construção de sinopses das entrevistas.

“As sinopses são sínteses dos discursos que contêm a mensagem essencial da entrevista e são fiéis, inclusive na linguagem, ao que disseram os entrevistados. Trata-se portanto de material descritivo que, atentamente lido e sintetizado, identifica as temáticas e as problemáticas (...)” (Guerra, 2006: 73)

Estas tem como objetivos centrais: reduzir o material a trabalhar, identificando o conteúdo central da entrevista; possibilitar o conhecimento da totalidade do discurso, como também das diversas componentes; facilitar a comparação longitudinal das entrevistas (Guerra, 2006).

Posteriormente, deverá ser feita uma análise descritiva, isto é descrever o que foi dito pelos entrevistados, de forma mais organizada e condensada. Mais do que uma

descrição, o que se procura é compreender o sentido que está subjacente à descrição dos fenómenos, através da rearticulação de variáveis, ou da ligação de fenómenos estruturais conhecidos pelo investigador. Assim sendo, na transcrição para o nível interpretativo é possível compreender novos conceitos e avançar com proposições teóricas que possam explicar o fenómeno em estudo (Guerra, 2006).

6.5.5. Análise de dados

No que diz respeito à análise dos dados das entrevistas, inicialmente obtemos as sinopses das entrevistas aos três empreendedores tendo por base a teoria de Guerra (2006) já mencionada. Seguidamente, realizamos uma análise descritiva e interpretação das sinopses e através dessa análise formulamos as combinações possíveis entre as fases empreendedoras e as emoções referenciadas pelos empreendedores. Depois de obtidas as combinações possíveis foi possível construir os questionários.

No processo de análise estatística, o investigador depara-se sempre com uma variável que precisa de medir, controlar ou manipular durante o processo de investigação. Do mesmo modo, o objetivo do estudo estatístico são as variáveis e a informação que estas podem fornecer. Esta informação é dependente do modo como as variáveis em estudo foram medidas e da qualidade dessa medição, isto é da proporção do erro experimental de medida e da quantidade de informação que a escala de medida utilizada pode fornecer (Maroco, 2007).

Em relação à análise estatística dos dados dos questionários utilizamos o software SPSS na manipulação, análise e apresentação de resultados. Para tal, devido aos resultados não serem os esperados para se poder aplicar as escalas anteriormente referidas, utilizamos a análise fatorial de forma a podermos criar novas variáveis, derivadas das variáveis originais. Posteriormente fez-se correlações de Spearman entre as emoções e testes não paramétricos para se verificar se as sub-emoções se correlacionavam e se existiam diferenças entre as emoções nas duas fases do processo empreendedor.

6.6. Seleção da amostra

De forma a asseverar que todas as dimensões da investigação são compreendidas, será pertinente abordar e clarificar todos os conceitos. Deste modo, no enfoque em estudo qualitativo, a amostra define-se como uma unidade de análise sobre a qual deverão ser recolhidos dados sem que, necessariamente, seja representativa da população em estudo (Sampieri et al., 1991).

As amostras podem ser probabilísticas (correspondem a um subgrupo da população do qual todos os elementos desse possuem a mesma probabilidade de serem escolhidos; podem ser sistemáticas, aleatórias, estratificadas ou por conglomerados.) ou não probabilísticas (também é um subgrupo da população, mas a escolha dos elementos não depende da probabilidade, mas sim das características da pesquisa e da decisão do investigador) (Sampieri et al., 2006).

Tendo em conta o nosso enfoque de estudo qualitativo (entrevista) e aos objetivos da investigação, utilizámos a amostra não-probabilística, que integrámos na nossa investigação testemunhas privilegiadas, isto é os empreendedores com projetos viáveis, em execução, pois detêm uma experiência positiva e atualizada sobre as emoções (Quivy & Campenhoudt, 1998).

Assim realizámos entrevista a três empreendedores com projetos viáveis:

- Uma das entrevistas foi feita a um empreendedor do distrito de Braga com um projeto no setor têxtil, mais concretamente um processo inovador tirando maior rendimento.
- Outra das entrevistas era a um empreendedor residente em São João da Maceira, com projeto no setor agrónomo na região Alentejana. Mais especificamente, a produção de ervas aromáticas e medicinais em complementação da produção de azeite.
- Por fim, foi a um empreendedor do distrito de Aveiro com empresa no setor biotecnológico, ou seja, uma loja de produtos alimentares diferentes, como por exemplo, produtos macrobióticos. Mas também ajudam as pessoas a confecioná-los de forma correta, retirando deles o maior proveito.

Já em relação ao enfoque quantitativo (questionário online), a amostra define-se como não - probabilísticas, incluindo na nossa investigação pessoas que tenham espírito

empreendedor, ou seja, que tenham tido algum projeto empreendedor pelo menos de cinco anos à esta data.

A dimensão da amostra utilizada foi de 35 empreendedores com os projetos desenvolvidos de caráter inovador, isto é são projetos que introduzem novidades na sociedade fazendo com que esta seja mais rica e diversificada. Os empreendedores inquiridos desenvolvem os seus projetos em incubadoras, o que reduz significativamente o número de empreendedores nesta situação. Estima-se que os empreendedores em Portugal ronda uma média de 7 empreendedores por cada 100 indivíduos em idade adulta. Contudo o número de empreendedores a desenvolver o seu projeto numa incubadora diminui significativamente, rondando cerca de 750 empresas sediadas em incubadoras. Posto isto, a amostra corresponde a cerca de 5% dos empreendedores portugueses com projetos em incubadoras.

Os dados dos questionários foram recolhidos em incubadoras do norte do país, sendo entregue pessoalmente o questionário a esses empreendedores que aí desenvolvem os seus projetos inovadores para que esses o pudessem responder.

No que diz respeito aos questionários, a população é constituída por empreendedores nos diversos setores existentes. Mais concretamente, como podemos observar no Tabela 6, onde apresentamos o perfil sociodemográfico dos inquiridos, 14,3% são do sexo feminino (n=5) e 85,7% do sexo masculino (n=30). O nível de instrução que mais sobressaiu nos inquiridos foi a licenciatura (45,7%) e o mestrado (40%). É ainda reduzida a percentagem dos inquiridos que frequentaram o Doutoramento (14,3%). A esmagadora maioria dos inquiridos (37,1%) era proveniente do concelho de Braga, seguindo-se com 20% o concelho de Guimarães e de Vila Nova de Famalicão. E ainda com 17,1% do concelho do Porto. É ainda reduzida a percentagem dos inquiridos no concelho de Vizela e São João da Madeira, com apenas um inquirido.

O leque de idade vai dos 25 anos até aos cerca de 55 anos, coincidindo com a perspetiva de que o empreendedorismo ainda não se apresenta como uma prática no início da vida ativa dos inquiridos, sendo encarado como uma etapa na sua carreira profissional, que passará por experiências e vivências locais (figura 6).

	Número	%		Número	%
Sexo			Concelhos		
Masculino	30	85,7	Braga	13	37,1
Feminino	5	14,3	Guimarães	7	20
Nível de instrução			Vila Nova de Famalicão	7	20
Licenciatura	16	45,7	Porto	6	17,1
Mestrado	14	40	São João da Madeira	1	2,9
Doutoramento	5	14,3	Vizela	1	2,9

Tabela 6 – Características dos inquiridos. Fonte: elaboração própria.

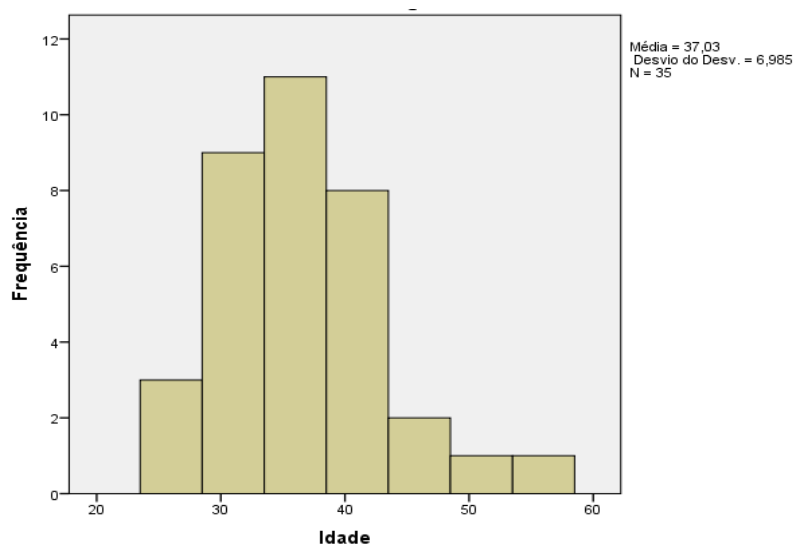


Figura 6 – Histograma da idade dos inquiridos. Fonte: elaboração própria.

6.7. Síntese do capítulo

Ao longo deste capítulo são apresentadas as opções metodológicas, mais precisamente as diretrizes que seguimos para realizar a componente empírica da nossa investigação.

Denotamos que qualquer investigação que se realize procura a produção de conhecimento, para tal, há um conjunto de etapas que devem ser rigorosamente seguidas, sendo condicionadas pela metodologia de investigação adotada. No nosso caso atendendo à questão e objetivos de pesquisa, foi, inicialmente o enfoque qualitativo e,

posteriormente, o enfoque quantitativo. Este tipo de pesquisa pretende interpretar e compreender a realidade como ela é (Guerra, 2006).

Ao nível das técnicas de recolha e tratamento de dados, as técnicas utilizadas foram a entrevista semiestruturada, mas também o questionário. Em relação ao tratamento da informação, particularmente dos dados obtidos nas entrevistas, recorreremos à análise de conteúdo sugerida por Guerra (2006), que requiere descrever as situações e interpretar o sentido da interação entre o entrevistador e o entrevistado. No que ao questionário, diz respeito, os dados serão tratados usando técnicas de análise de dados adequadas, como a análise estatística com utilização do Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), onde se amplifica os resultados obtidos nas entrevistas através da aplicação dos questionários.

Tendo por base o enfoque da nossa investigação, a seleção da amostra foi não-probabilística, selecionada de acordo com as características da nossa pesquisa. Seguimos as propostas dos autores Quivy & Campenhoudt (2003) que nos indicam que elementos devemos envolver num processo investigativo desta natureza, ou seja, a que indivíduos devemos aplicar as entrevistas e os questionários, que no nosso caso são empreendedores com algum tipo de projeto pelo menos de cinco anos à esta data.

7. Análise dos dados e interpretação dos resultados

Neste capítulo explicitam-se as análises realizadas às entrevistas e aos questionários com o objetivo de testar as hipóteses de investigação. Começa-se por caracterizar a amostra de respondentes, realizam-se análises preliminares aos dados, analisa-se os resultados e apresentam-se os resultados.

7.1. Entrevista

Após serem recolhidos os dados das entrevistas, a etapa do processo investigativo que aqui se inicia, consiste na sua interpretação e análise. O desenvolvimento desta é determinado quer pelas questões e objetivos de investigação, previamente formulados, quer pelo tipo de dados que foi recolhido (Quivy & Campenhoudt, 2003; Sampieri et al., 1991).

Nesta fase da investigação, os dados recolhidos foram qualitativos, logo a análise será qualitativa. Este tipo de análise pode ser definido como um processo sistemático que busca organizar as transcrições das entrevistas e permite apresentar os resultados daí resultantes. O método assenta em dois pressupostos, a segmentação dos dados visando a sua categorização e a articulação dos dados, tornando-os num todo lógico e coerente (Bogdan & Bicklen, 1994).

A combinação dos objetivos centrais da análise qualitativa prendem-se com a ordenação dos dados; organização das categorias e dos temas de análise; compreender o contexto que estão inseridos os dados; descrever as experiências das pessoas, com base na sua perspetiva, linguagem e expressão; interpretar as categorias e os temas; explicar contextos ou fenómenos; gerar as questões de pesquisa; reconstruir histórias; relacionar os resultados da análise com a teoria fundamentada (Sampieri et al., 2006).

Para a análise dos dados seguimos a proposta da análise de conteúdo da autoria de Guerra (2006). Para procedermos ao tratamento das entrevistas realizadas, recorreremos à análise de conteúdo, que está estruturada em quatro etapas: transcrição; sinopse; análise descritiva; análise interpretativa (Guerra, 2006).

Tendo em atenção todas estas considerações realizamos a análise das entrevistas que se encontram detalhadas e transcritas no Anexo I. Nos subcapítulos seguintes encontraremos as sinopses das entrevistas realizadas aos três empreendedores, a análise descritiva e interpretativa do conteúdo das entrevistas tendo por base as transcrições e sinopses das mesmas e a formulação das combinações possíveis que resultaram da análise das entrevistas.

7.1.1. Sinopses das entrevistas realizadas aos três empreendedores (com base nas recomendações de Guerra, 2006)

Com base na leitura efetuada, após a realização das entrevistas, a etapa seguinte diz respeito à construção de sinopses das entrevistas, que nos permitem uma visão mais ampla de toda a narrativa. As sinopses consistem em sínteses das entrevistas, contendo a mensagem essencial dos discursos, ou seja, trata-se de material descrito e sintetizado que identifica as temáticas e as problemáticas obtidas. Desta forma, reduzimos o material a trabalhar, identificando o conteúdo mais central da entrevista, o que nos possibilita o conhecimento da totalidade do discurso e das suas diversas componentes, facilitando a comparação longitudinal das entrevistas. As sinopses estão divididas em seis problemáticas que se encontram agrupadas em tabelas no anexo I.

7.1.2. Análise descritiva e interpretativa das entrevistas

Para este estudo contamos com a participação de três indivíduos, que são empreendedores portugueses com projetos/empresas viáveis. De forma a garantirmos o seu anonimato, codificámo-los em Empreendedor 1 (E1), Empreendedor 2 (E2) e Empreendedor 3 (E3). Interessa referir que nenhum dos entrevistados autorizou a gravação de áudio. Os motivos explicativos prendem-se com o facto de não quererem ser identificados.

O envolvimento destes elementos no estudo teve com principal objetivo compreender inicialmente que tipo de emoções é que podiam estar envolvidas em duas fases do PE a que estes estiveram sujeitos aquando a criação de um projeto viável.

Conhecer as emoções que possam estar presentes nas duas etapas iniciais do PE? Analisar a influência das emoções na identificação da oportunidade e na sua implementação no decorrer do PE? Neste âmbito procuramos obter informação mais detalhada dos conceitos, ou seja, quais as emoções que mais se salientam e que devo abordar no estudo.

Os Empreendedores que realizaram a entrevista tem o seu projeto em três distritos diferentes do país (Braga, Aveiro, Beja), todos eles são licenciados um dos quais é mestrado. O E1 já tinha a ambição de expandir o negócio familiar, o E2 e o E3 não pensavam em criar um projeto.

As motivações pessoais dos indivíduos foram diferentes. O E1 queria inovar e criar novas tecnologias pois quando chegou à empresa “(...) percebi que a empresa estava a ser ultrapassada pelas novas tecnologias e pelas inovações” (E1), correndo riscos económicos, o que poderia levar a problemas familiares. O E2 gostaria mudar de vida, de forma a se sentir realizado profissionalmente. O E3 pretendia trabalhar na área em que se formou e “ (...) mostrar à sociedade uma nova forma de se alimentar com produtos diferentes, inovadores” (E3). Posto isto, os fatores motivacionais presentes foram económicos, presente no E1 (“deveu a fatores económicos da empresa” (E1)); fatores profissionais, verificados no E2 e E3; e fatores familiares, apresentados nos elementos E1 e E2 (“mais relacionado com fatores profissionais, mas as questões familiares também estiveram presentes” (E2)).

No que diz respeito aos fatores impulsionadores e aos fatores de bloqueio, estes foram diferentes nos inquiridos. O fator que impulsionou o E1 foi o projeto estar relacionado e poder ser implementado na empresa onde trabalha (“o projeto estar relacionado com o sector que a empresa labora e de poder implementar” (E1)). Em relação aos fatores de bloqueio não foram muito relevantes, de salientar a difícil perceção da viabilidade financeira (“Podemos dizer que não tive muitos entraves” (E1)). Já o E2 o que impulsionou foi o querer mudar de atividade profissional e de ter herdado o mote para essa mudança (“O facto de ter a herdade, de querer mudar de vida profissional” (E2)). E o fator de bloqueio foi a distância física do projeto (“O único entrave que senti foi o facto de a herdade ser no Alentejo, a cerca de 200km do local onde vivo” (E2)). Por um lado, o fator que impulsionou do E3 foi não arranjava emprego na sua área de formação e era nessa área que queria trabalhar (“O facto de querer trabalhar na minha área de formação” (E3)). Por outro lado, os fatores de bloqueios foram as burocracias e o financiamento (“a

nível das burocracias, da obtenção de fundos de financiamento. Foi muito difícil (...) ” (E3)).

Os empreendedores também referiram que emoções moderaram / influenciam a relação dos fatores inibidores na intenção empreendedora, onde se salientou o medo (“ (...) talvez o medo de o projeto falhar e daí se avizinhar problemas financeiros.” (E1); “ (...) o medo de falhar num projeto tão ambicioso e (...) dispendioso (...) ” (E2); “ (...) tinha medo de não estar a fazer da melhor forma, a incerteza do negócio não ser viável.” (E3)), a paixão (“Mas a paixão pelo sector e pela empresa falou mais alto (...) ” (E1); “ (...) o amor pelo projeto (...) ” (E3)), a confiança (“A confiança em mim própria e o querer mudar de rumo.” (E2); “ (...) a confiança que sentia nos meus conhecimentos (...) ” (E3)) e felicidade (“ (...) a felicidade de vir a poder fazer o que queria, (...) ” (E3)).

A identificação da oportunidade do E1 surgiu pelo facto de este estar a gerir uma empresa que estava a estagnar, “ (...) foi necessário introduzir algo que inovasse (...) ” (E1). E foi através desta necessidade que surgiu o projeto, mais concretamente o processo inovador. Em relação ao E2 surgiu “quando herdei a herdade no Alentejo” (E2) e pelo facto de querer rentabiliza-lo da melhor forma. Já a oportunidade da criação do projeto do E3 ocorreu pela falta de trabalho na área de formação, o que fez com que “ (...) juntamente com um amigo da mesma área (...) começamos a idealizar algo onde pudessemos trabalhar e por em prática toda a nossa formação.” (E3).

Aquando a identificação da oportunidade, os três empreendedores destacam as questões racionais, mas também as questões emocionais (“Aparentemente foram questões racionais” (E1); “ (...) foram questões emocionais, (...) ” (E2); “ (...) foram questões racionais.” (E3)). Durante a entrevista, no tópico da identificação da oportunidade foram salientadas várias emoções, tais como a paixão (“ (...) existe uma grande paixão pela empresa que estou a frente (...) ” (E1); “Eu gostava muito desta área (...) ” (E3)), o medo (“ (...) o medo de a perder foram fatores que levaram a ir para a frente com o projeto.” (E1); “ (...) mas o medo da incerteza do projeto e de este falhar também era grande.” (E3)), a confiança (“ (...) a confiança de que ia dar certo (...) ” (E2)) e a felicidade (“ (...) felicidade de enveredar por um projeto novo.” (E2); “ (...) para me sentir realizada e feliz.” (E3)). De salientar que as emoções mencionadas por dois empreendedores foram a paixão (E1 e E3), a felicidade (E2 e E3) e o medo (E1 e E3), já a confiança (E2) só foi referidas por um empreendedor diferente.

Numa outra etapa do Processo Empreendedor, na Implementação da Oportunidade, existiram algumas emoções que influenciaram os empreendedores nesta fase. As emoções que os empreendedores mencionaram foram a paixão (“A paixão pela empresa (...)” (E1); “A paixão pela mudança (...)” (E2); “ (...) a paixão por essa área é grande (...)” (E3)) e a confiança (“ (...) mas também o acreditar, o confiar no processo (...)” (E1); “ (...) rentabilizar a herdade e expandir o meu conhecimento por novas áreas.” (E2)).

No decorrer da entrevista, foi salientado outras emoções, que se estivessem presentes no momento da implementação da oportunidade, o projeto não avançava, o medo (“Se o medo fosse superior à confiança certamente que não avançava com o projeto.” (E1); “Certamente que não, a incerteza do negócio, o medo de ariscar eram alguns dos fatores (...)” (E2)) e a incerteza (“ (...) se tivesse a certeza de que o projeto não falhava era muito mais fácil pedir o financiamento para a empresa, para poder avançar rapidamente.” (E3)).

Assim sendo, podemos resumir da seguinte forma, a paixão, referida pelos três empreendedores, e a confiança, mencionada por dois empreendedores, foram as emoções que estiveram presente na implementação da oportunidade. Por outro lado, quando abordados por emoções que pudessem inibir essa implementação foi referido o medo (E1 e E2) e a incerteza (E3).

Para finalizar, os projetos dos três empreendedores tem entre 1 ano a 3 anos, a até ao momento são viáveis. O projeto do E1 é no sector têxtil, mais concretamente um processo inovador com maior rendimento para a empresa. O projeto do E2 desmarca-se no sector agrónomo, e é “(...) produção de ervas aromáticas e medicinais em complementação da produção de azeite (...)” (E2), tendo como objetivo a expansão de novos produtos e a internacionalização dos mesmos. A empresa do E3 focaliza-se no sector biotecnológico, sendo “(...) uma loja onde se pode comprar produtos alimentares diferentes, como por exemplo, produtos macrobióticos.”, mas também dá formação aos clientes para estes poderem utiliza-los da forma mais adequada, futuramente se o projeto se mantiver viável a expansão para outras cidade portuguesas é uma opção.

7.1.3. Formulação das combinações possíveis – Hipóteses

Depois da realização das entrevistas e da análise das mesmas constatamos que, nas duas fases do processo empreendedor que abordamos os inquiridos, foram salientadas quatro emoções (paixão, confiança, medo e felicidade).

A paixão pelo negócio, pela área poderá estar presente nas duas etapas do processo empreendedor, como foi possível constar na nossa pequena amostra de entrevistas. Mas também pelo que a literatura nos diz, ou seja, os investigadores Cardon, Gregoire, Stevens e Patel (2012) dizem que a paixão está no certo da experiência empresarial, isto é o conceito de paixão pode ser mais do que o contexto específica do afeto positivo (Cardon et al., 2012).

A confiança no projeto e nas suas próprias capacidades estará, eventualmente, patente na identificação e implementação da oportunidade. Uma vez que a coragem proveniente da convicção no próprio valor e nas competências poderá levar a identificar algo que traga uma melhoria significativa para a sociedade e, também, que seja inovadora para assim poder resistir. De ressaltar, que a confiança que deposita no projeto poderá ser evidente na execução em prática de toda uma oportunidade estudada anteriormente.

O medo estará presente na identificação da oportunidade, mas não estará presente na implementação da oportunidade. Pois se existir medo na execução do projeto, este pode não ocorrer. Welpe et al. (2012) mostraram que as decisões de exploração podem ser influenciadas pelo medo, ou seja, o medo reduz a exploração da oportunidade, ao passo que a ausência dele aumenta a exploração/implementação da oportunidade. O efeito que o medo tem na influência da avaliação sobre a exploração, de acordo com o princípio de processamento afetivo, indicando que maiores níveis medo reduz o impacto positivo da avaliação sobre a exploração. Os determinantes centrais da avaliação são a probabilidade de sucesso e de lucro, que, por sua vez, surge como uma determinante fundamental da exploração (Welpe et al., 2012).

A felicidade, de trabalhar para o qual estudou e não só, poderá estar presente na identificação da oportunidade, mas possivelmente não estará tão presente na implementação da oportunidade. Aquando a identificação da oportunidade a emoção felicidade estará presente, pois é com êxito que a oportunidade surgiu, o que faz com que

essa emoção surja. Já na implementação da oportunidade a percepção para o cenário de risco é maior daí a felicidade não ser muito manifestada. Maw-Der Foo (2011) afirma que as emoções desempenham um papel significativo na avaliação da oportunidade representada pela percepção de risco. De ressaltar que os empresários preferem os valores mais exatos, mas o resultado incerto está relacionado positivamente com a pontuação da felicidade (Maw-Der Foo, 2001).

Assim sendo, após a análise das emoções e com as implicações que estas podem ter nas duas fases do processo empreendedor, podemos chegar a um conjunto de combinações representadas na figura 7. Na identificação da oportunidade podem estar implícitas três emoções, o medo, a paixão e a confiança. Destas três emoções, duas delas podem também influenciar a implementação da oportunidade, a paixão e a confiança.

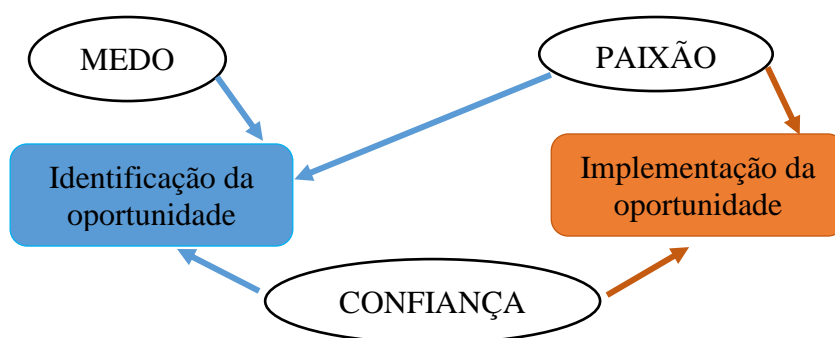


Figura 7 – Esquema das combinações das emoções com as duas fases do processo empreendedor. Fonte: elaboração própria.

7.2. Questionário

No que diz respeito à área de formação dos empreendedores inquiridos, estes dividem-se em 21 áreas, do qual se destaca o curso de Gestão (n=5) com 14,3% e o curso de Biologia (n=4) com 11,4%. Ressalvamos também que a ocupação principal de todos inquiridos é o projeto empreendedor que estão a desenvolver.

	Frequência	Porcentagem
Biologia	4	11,4
Bioquímica	1	2,9
Biotecnologia	1	2,9
Ciências Sociais	1	2,9
Consultoria	1	2,9
Contabilidade	1	2,9
Design	2	5,7
Desporto	1	2,9
Educação	2	5,7
Enfermagem	1	2,9
Engenharia Biológica	2	5,7
Engenharia Civil	1	2,9
Engenharia dos Materiais	1	2,9
Engenharia dos Sistemas	2	5,7
Engenharia Têxtil	3	8,6
Gestão	5	14,3
Gestão Aeronáutica	1	2,9
Informática	1	2,9
Literaturas Europeias	1	2,9
Psicologia	2	5,7
Sociologia	1	2,9

Tabela 8 – Quadro da área de formação. Fonte: elaboração própria.

Em relação ao segundo ponto do questionário, motivações pessoais para o projeto, o setor de atividade dos projetos com maior relevância é o Tecnológico (n=10) com 28,6%, seguindo-se o setor comercial (n=9) com 25,7%. Já o setor Biológico e Têxtil ambos com 14,3% (n=5). De ressaltar o setor de consultoria (n=3) com 8,6%. Por último o setor Agrícola, Metalúrgico e Serviços (n=1) todos eles com 2,9% cada. Durante a criação do projeto as motivações que levaram a enveredar por esse caminho foram várias. Destacando-se os motivos financeiros (n=21) para 60% dos inquiridos, seguindo-se os

motivos profissionais (n=16) para 46%, a autorrealização (n=15) para 43%, os motivos familiares (n=8) para 23% e por último os motivos sociais (n=5) para 14%.

	Frequência	Percentagem
Agrícola	1	23 %
Biológico	5	14 %
Comercial	9	26 %
Consultoria	3	9 %
Metalúrgico	1	3 %
Serviços	1	3 %
Tecnológico	10	29 %
Agrícola	5	14 %

Tabela 7 – Setor de atividade dos projetos. Fonte: elaboração própria.

	Frequência	Percentagem
Motivos financeiros	21	60 %
Motivos familiares	8	23 %
Motivos profissionais	16	46 %
Motivos sociais	5	14 %
Autorrealização	15	43 %

Tabela 8 – Motivação que levaram a enveredar por esse caminho. Fonte: elaboração própria.

Relativamente ao ponto três dos questionários, fatores impulsionadores e de bloqueio, as principais razões que levaram a avançar com o projeto foram a mudança de vida profissional (n=22) sendo ressaltado por 63%. Outro dos fatores foi a fácil implementação do projeto (n=13) com 37%, e também o contribuir para o melhoramento social (n=11) com 31%. Ainda 26% dos inquiridos salientaram a falta de trabalho na área da formação e o facto de projeto ser fácil de desenvolver (n=9). Por fim a situação de desemprego (n=5) só foi referida por 14%. Durante o processo empreendedor existiram fatores que se opuseram ao projeto, isto é fatores inibidores que limitaram a intenção empreendedora, onde se destacou a difícil perceção da viabilidade financeira (n=17) com 49%, seguindo-se o aconselhamento empreendedor inexistente e os elevados processos

burocráticos (n=12) com 34%. Outros dos fatores foram o aconselhamento de gestão (n=11) com 31%, o aconselhamento de marketing inexistente (n=9) com 26%, o custoso processo para a obtenção de fundos de financiamento (n=8) com 23%, o desenvolvimento do projeto (n=6) com 17% e por último o local de implementação do projeto (n=2) com 6%. Contudo 29% dos inquiridos revelaram que não existiu nenhum fator inibidor da intenção empreendedora.

	Frequência	Porcentagem
Fácil implementação	13	37 %
Mudança de vida profissional	22	63 %
Falta de trabalho na área da formação	9	26 %
Contribuir para o melhoramento social	11	31 %
Situação de desemprego	5	14 %
Projeto fácil de desenvolver	9	26 %

Tabela 9 – Fatores impulsionadores que levaram a avançar com o projeto. Fonte: elaboração própria.

	Frequência	Porcentagem
Não existiu fatores inibidores	10	29 %
Difícil perceção da viabilidade financeira	17	49 %
Elevados processos burocráticos	12	34%
Custoso processo para a obtenção de fundos de financiamento	8	23 %
Local de implementação do projeto	2	6 %
Desenvolvimento do projeto	6	17 %
Aconselhamento de gestão	11	31 %
Aconselhamento marketing inexistente	9	26 %
Aconselhamento empreendedor inexistente	12	34 %

Tabela 10 – Fatores de bloqueio que se opuseram ao projeto. Fonte: elaboração própria.

Na fase da Identificação da Oportunidade no Processo Empreendedor, os fatores que levaram a essa identificação foram a mudança de vida profissional (n=20) com 57%, seguindo-se da lacuna no mercado (n=19) com 54%, o contribuir para o melhoramento

social (n=11) com 31%, a falta de trabalho na área da formação (n=6) com 17% e por fim a situação de desemprego (n=5) com 14%. Todos os empreendedores inquiridos responderam que os fatores emocionais estiveram presentes nesta fase do processo. Foi também estudado nesta fase três emoções (paixão, medo e confiança) que possam ou não estar presentes, sendo que na análise de dados a paixão e o medo foi dividida em três fatores (dependência emocional com $\alpha= 71\%$; projeto de vida com $\alpha= 72\%$; experiências memoráveis com $\alpha= 87\%$ para a paixão. E a falta de talento com $\alpha= 80\%$; pensamento dos outros com $\alpha= 73\%$; falha planos futuros com $\alpha= 67\%$). Já a confiança não foi dividida tendo um $\alpha= 68\%$ (consultar análise fatorial no anexo III).

	Frequência	Porcentagem
Lacuna no mercado	19	54 %
Mudança de vida profissional	20	57 %
Falta de trabalho na área da formação	6	17 %
Contribuir para o melhoramento social	11	31 %
Situação de desemprego	5	14%

Tabela 11 – Fatores que levaram a Identificação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.

Nome	Itens a somar	Média	Desvio Padrão	Alfa (α)
Dependência emocional	(11+14+5+6)/4	3,5275	2,323	0,71
Projeto de vida	(10+8+13+4)/4	3,935	1,788	0,72
Experiências memoráveis	(3+1+2)/3	4,41	1,330	0,87

Tabela 12 – Scores da paixão na Identificação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.

Nome	Itens a somar	Média	Desvio Padrão	Alfa (α)
Falta de talento	(7+8+4+22+1)/5	3,652	2,147	0,80
Pensamento dos outros	(25+21+24+19+23)/5	3,742	1,526	0,73
Falhar planos futuros	(17+12)/2	3,1	1,279	0,67

Tabela 13 – Scores do Medo na Identificação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.

Nome	Itens a somar	Média	Desvio Padrão	Alfa (α)
Confiança	(1+3+4+5+6+2rev)/6	4,2905	2,03416	0,68

Tabela 14 – Scores da Confiança na Identificação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.

Também no Processo Empreendedor, outras das fases em estudo foi a Implementação da Oportunidade, onde os fatores que mais se salientaram foi o acesso ao local de implementação (n=18) com 51%, a fácil implementação (n=17) com 49%. A vontade de querer mudar de vida (n=14) com 40%, a vontade de ajudar a sociedade (n=11) com 31%, as ajudas financeiras (n=6) com 17% e a situação de desemprego (n=5) com 14% foram outros fatores referidos. Salientando também que todos os empreendedores inquiridos responderam que os fatores emocionais estiveram presentes, aquando a implementação da oportunidade. Ainda foi estudado a presença ou não de duas emoções (paixão e confiança). A paixão foi dividida em dois fatores (Paixão ansiosa/stressante com $\alpha= 76\%$ e Paixão harmoniosa com $\alpha= 62\%$) e a confiança não foi dividida e tem um $\alpha= 66\%$ (consultar análise fatorial no anexo III).

	Frequência	Percentagem
Fácil implementação	17	49 %
Ajudas financeiras	6	17 %
Vontade de ajudar a sociedade	11	31 %
Acesso ao local de implementação	18	51 %
Vontade de querer mudar de vida	14	40 %
Situação de desemprego	5	14 %

Tabela 15 – Fatores que levaram a Implementar da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.

Nome	Itens a somar	Média	Desvio Padrão	Alfa (α)
Paixão ansiosa/stressante	(12+14+13+11+3rev+7rev+1rev+6)/8	2,75	3,01954	0,76
Paixão harmoniosa	(5rev+4+2+10rev)/4	3,479	1,94591	0,62

Tabela 16 – Scores da Paixão na Implementação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.

Nome	Itens a somar	Média	Desvio Padrão	Alfa (α)
Confiança	(1+3+4+5+6+2rev)/6	4,29	1,915	0,66

Tabela 17 – Scores da Confiança na Implementação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.

Por último, em relação a sustentabilidade do projeto, a duração dos projetos dos empreendedores inquiridos encontra-se entre os 6 meses e os 100 meses, tendo uma duração média de 53 meses com um desvio padrão de 28,65. Em relação a viabilidade financeira do projeto, todos os inquiridos referiram que este era positivo (26% concordaram com a viabilidade (n=9) e 74% concordaram totalmente (n=26).

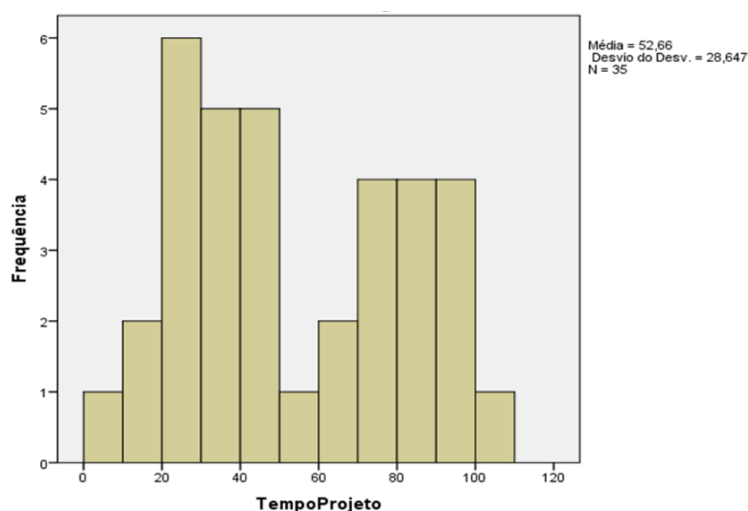


Figura 9 – Histograma com a duração do projeto. Fonte: elaboração própria.

	Frequência	Percentagem
Discordo totalmente	0	0 %
Discordo	0	0 %
Não concordo nem discordo	0	0 %
Concordo	9	26 %
Concordo totalmente	26	74 %

Tabela 18 – Viabilidade financeira do projeto. Fonte: elaboração própria.

7.2.1. Influência da idade, do gênero e do setor

Respeitante à influência da idade, os testes realizados não revelaram nenhuma influência significativa relativamente as variáveis em análise.

Em relação ao gênero dos inquiridos e a sua influência nas motivações que levaram à criação do projeto constatamos que os motivos sociais ($\chi^2= 0,972$; $p=0,023$) estão relacionados com o gênero. Já em relação ao fatores de bloqueio e as fatores impulsionadores, o gênero não tem influência significativa relativamente as variáveis em análise.

No que diz respeito ao setor, as motivações financeiras, foram mais relevantes no setor tecnológico e comercial. Já as motivações familiares salientaram-se no setor têxtil e comercial, as motivações profissionais relacionam-se mais com o setor biológico e tecnológico. Os motivos sociais são mais relevantes no setor tecnológico e por último a autorrealização encontra-se mais patente no setor comercial e biológico.

Após uma análise das correlações constatamos que os motivos familiares se correlacionam com os motivos profissionais, assim como os motivos sociais com os profissionais e os motivos financeiros com a autorrealização.

	Motivos profissionais	Motivos sociais	Autorrealização
Motivos financeiros			-,471 **
Motivos familiares	-,363*		
Motivos profissionais		-,375*	
** A correlação é significativa no nível 0,01 (bilateral).			
* A correlação é significativa no nível 0,05 (bilateral).			

Tabela 19 – Coeficientes de correlação de Spearman entre as motivações. Fonte: elaboração própria.

7.2.2. Correlações entre as emoções

Correlacionou-se todos os scores das emoções e verificou-se que as experiências emocionais, a falta de talento e o pensamento dos outros na identificação da oportunidade não estão correlacionados.

Por outro lado, na identificação da oportunidade verificou-se correlações entre os planos futuros e a dependência emocional ($p=0,007$); planos futuros e os projetos de vida

($p=0,000$); confiança e o projeto de vida ($p=0,013$); confiança e os planos futuros ($p=0,011$). Na implementação da oportunidade temos a confiança e a paixão ansiosa/stressante ($p=0,000$). Também estão correlacionados a paixão ansiosa/stressante da implementação com a projeto de vida da identificação ($p=0,010$) e a mesma paixão ansiosa/stressante com a confiança da identificação ($p=0,012$). A paixão harmoniosa da implementação da oportunidade com a dependência emocional da identificação ($p=0,000$). A confiança na implementação da oportunidade com o projeto de vida da identificação ($p=0,023$) e a mesma confiança com a confiança da identificação ($p=0,008$).

		Identificação Oportuni dade Medo Planos Futuros	Identificação Oportuni dade de Confiança	Implementação Oportuni dade Paixão Ansiosa	Implementação Oportuni dade de Paixão Harmoniosa	Implementação Oportuni dade Confiança
Identificação Oportuni dade Paixão Dependência	Coefficiente de Correlação	-,450**			-,733**	
Identificação Oportuni dade Paixão Projeto	Coefficiente de Correlação	,568**	-,417*	,428*		-,382*
Identificação Oportuni dade Medo Planos Futuros	Coefficiente de Correlação		-,424*			
Identificação Oportuni dade Confiança	Coefficiente de Correlação			-,420*		,443**
Implementação Oportuni dade Paixão Ansiosa	Coefficiente de Correlação					-,638**
* A correlação é significativa no nível 0,05 (bilateral).						
** A correlação é significativa no nível 0,01 (bilateral).						

Tabela 20 – Coeficientes de correlação de Spearman entre as emoções nas duas fases do Processo Empreendedor. Fonte: elaboração própria.

Também se realizou um teste não paramétrico de duas amostras relacionadas para as variáveis medidas. No que diz respeito às amostras de confiança não se verificou diferenças entre a fase da identificação e as mesmas amostras da fase da implementação. Já respeitante às amostras da emoção paixão o mesmo não se constatou. Verificou-se que existem diferenças entre as duas fases do processo empreendedor, tais como: o projeto estar em harmonia com outras atividades da vida do empreendedor ($p=0,028$) com uma média de 3,69 e um desvio padrão de 0,993 na identificação da oportunidade e com uma média de 3,34 e um desvio padrão de 1,136 na implementação; o empreendedor não poder viver sem o projeto ($p=0,012$) com uma média de 4,40 e um desvio padrão de 0,604 na identificação da oportunidade e com uma média de 4,09 e um desvio padrão de 0,507 na implementação.

	Z	Significância Assint. (Bilateral)
ImOpConf1 - IdOpConf1	-,577 ^b	,564
ImOpConf2 - IdOpConf2	-,725 ^c	,469
ImOpConf3 - IdOpConf3	-1,941 ^c	,052
ImOpConf4 - IdOpConf4	-,758 ^b	,448
ImOpConf5 - IdOpConf5	-,905 ^c	,366
ImOpConf6 - IdOpConf6	-,707 ^b	,480
ImOpPaixao1 - IdOpPaixao1	-,535 ^b	,593
ImOpPaixao2 - IdOpPaixao2	-1,134 ^b	,257
ImOpPaixao3 - IdOpPaixao3	-1,807 ^b	,071
ImOpPaixao4 - IdOpPaixao4	-,426 ^c	,670
ImOpPaixao5 - IdOpPaixao5	-2,201 ^c	,028
ImOpPaixao6 - IdOpPaixao6	-1,414 ^c	,157
ImOpPaixao7 - IdOpPaixao7	-,500 ^b	,617
ImOpPaixao8 - IdOpPaixao8	-2,524 ^c	,012
ImOpPaixao9 - IdOpPaixao9	-1,000 ^b	,317
ImOpPaixao10 - IdOpPaixao10	-,832 ^b	,405
ImOpPaixao11 - IdOpPaixao11	-,270 ^c	,787
ImOpPaixao12 - IdOpPaixao12	-1,147 ^b	,251
ImOpPaixao13 - IdOpPaixao13	-,440 ^b	,660
ImOpPaixao14 - IdOpPaixao14	-,050 ^c	,960
a. Teste de Postos Assinados por Wilcoxon		
b. Com base em postos negativos.		
c. Com base em postos positivos.		

Tabela 21 – Teste não paramétrico da confiança e da paixão na fase da identificação e implementação da oportunidade. Fonte: elaboração própria.

7.2.3. Evolução das duas fases do Processo Empreendedor estudadas

Na identificação oportunidade constatamos que a confiança com uma média de 4,29 e a paixão com 3,96 estão presente nesta fase. Já o medo é insignificante auferindo uma média de 3,50.

Na implementação da oportunidade, a confiança continua igualmente presente com uma média de 4,29. Já a emoção paixão estudada nas duas fases desceu para uma média de 3,11.

Identificação da oportunidade		
	Média	Desvio Padrão
Paixão	3,96	0,222
Medo	3,50	0,251
Confiança	4,29	0,339
Implementação da oportunidade		
Paixão	3,11	0,274
Confiança	4,29	0,319

Tabela 22 – Emoções estudadas nas duas fases do processo empreendedor. Fonte: elaboração própria.

7.2.4. Validação das hipóteses

Com base nos resultados apresentados podemos constatar que as emoções tem um efeito parcialmente positivo no processo empreendedor. Note-se no entanto que o medo não está positivamente correlacionado com a identificação da oportunidade, contudo deveria estar à priori com a implementação, mas por lapso no modelo inicial não se mensurou o medo na implementação da oportunidade. Assim como a paixão que está correlacionado com a identificação da oportunidade, mas na implementação já não se verifica tal facto, pois a emoção já não se correlaciona. No que diz respeito à confiança, esta correlaciona-se com as duas fases do processo empreendedor.

Hipóteses		Validação/rejeição pelos resultados obtidos
1	Paixão está positivamente correlacionado com a identificação da oportunidade	Validada
2	Medo está positivamente correlacionado com a identificação da oportunidade	Rejeitada
3	Confiança está positivamente correlacionado com a identificação da oportunidade	Validada
4	Paixão está positivamente correlacionado com a implementação da oportunidade	Rejeitada
5	Confiança está positivamente correlacionado com a identificação da oportunidade	Validada

Tabela 23 – Validação das hipóteses através dos resultados obtidos. Fonte: elaboração própria.

8. Conclusões gerais e implicações futuras

A literatura não tem mostrado muito acerca da presença de emoções nas diversas fases do processo empreendedor. O empreendedorismo, como temática do presente trabalho, é muito mais complexo do que o simples ato de iniciar um negócio, e as emoções estão presentes nas fases iniciais desse processo.

Este estudo permitiu responder a algumas questões, mas deixou outras em aberto sobre as quais se propõe a realização de investigação. O presente trabalho só estudou três emoções, com base nas entrevistas realizadas, mas foram referenciadas mais emoções, por exemplo a felicidade. Neste sentido, seria importante analisar a presença ou não de mais emoções nas duas fases do processo empreendedor.

Para além disso, poderia ser importante saber se as restantes fases do processo empreendedor também são movidas por fatores emocionais ou racionais. E se forem movidas por fatores emocionais, seria interessante estudar as mesmas emoções nas restantes fases. Ou até mesmo acrescentar mais emoções ao estudo.

Outro dos pontos a salientar é o facto de o medo não ter sido estudado na fase da implementação da oportunidade. Esta situação é uma limitação ao estudo, sendo mesmo a análise da influência do medo na implementação da oportunidade um impulso para pesquisas futuras, pois esta emoção não está presente na identificação da oportunidade.

É ainda de salientar o facto deste estudo inquirido apenas 35 empreendedores do norte do país. A dimensão da amostra foi a que foi possível recolher dadas as restrições de tempo e de recursos, sendo uma limitação atendendo à dimensão do universo da população de interesse constituída por empreendedores. Daí, poderia ser importante explorá-lo numa dimensão mais macro, em relação aos empreendedores que laboram por todo o país, por exemplo, e analisar se os resultados seriam os mesmos. Adicionalmente a amostra apresenta uma elevada qualificação comparativamente ao universo de empreendedores nacionais.

Acima de tudo, com este estudo averiguamos que a fase da identificação da oportunidade e a fase da implementação da oportunidade do processo empreendedor são controladas por fatores emocionais e não são só orientados pela razão. Estes dados foram obtidos nas entrevistas e expandidos a uma população maior através dos questionários, para assim termos uma maior veracidade.

Como foi dito anteriormente, através das entrevistas chegamos as três emoções a estudar (a paixão, o medo e a confiança) e foi através delas que conhecemos as emoções que podem estar presentes nas etapas do processo empreendedor e, assim formulamos a nossa hipótese.

Com o estudo, podemos concluir que a confiança é uma emoção que está muito presente no processo empreendedor, concluindo que os empreendedores são muito confiante no projeto que identificaram e que desenvolveram. Por outro lado a paixão pelo projeto é mais significativa na identificação da oportunidade diminuindo com a implementação, o que poderá estar relacionado com a realidade da criação de um projeto e uma maior racionalidade na tomada de decisão de implementar a oportunidade. Ainda o medo é insignificante na identificação do projeto certamente por nesta fase ainda não ter a percepção efetiva do projeto. O surgimento de um empreendedor pode estar relacionado com as motivações que este tem para a criação do projeto.

Posto isto, uma das recomendações deixadas aos empreendedores é uma atenção redobrada no que diz respeito a realidade da concretização do projeto, ou seja, para melhorar o processo empreendedor será necessário o empreendedor quando identifica uma oportunidade ter em atenção a realidade da implementação do projeto, para que, quando esta ocorrer não haja uma perda de interesse pelo projeto.

Para a prática este estudo reforça a importância da gestão das emoções, nomeadamente a auto - confiança (nas duas fases do processo empreendedor) e a paixão (na identificação de oportunidade) no escopo de fomentar o fenómeno empreendedor. Sendo relevante investigar que técnicas e fatores / determinantes influenciam e promovem estas duas emoções em contexto do processo empreendedor, no escopo de promover mais o empreendedorismo.

Este estudo corrobora, a semelhança de outros estudos referenciados, a importância das emoções no processo empreendedor. Mas, salienta-se nas emoções e nas fases do processo empreendedoras utilizadas para o estudo. O trabalho contribuiu para o conhecimento de que a confiança é uma emoção muito presente no processo empreendedor, por outro lado a paixão não é assim tão presente, chega mesmo a diminuir à medida que o processo empreendedor vai avançando. Também é possível salientar que o medo, ao contrário do que é corroborado por um estudo mencionado, não é muito significativo.

Bibliografia

Amorós, J.; Bosma N.. (2013). Global Entrepreneurship Monitor 2013 global report: Fifteen years of assessing Entrepreneurship across the globe. Global Entrepreneurship Research Association (GERA).

Baron, R.. (2008). The role of affect in the entrepreneurial process. *Academy of Management Review*, 33(2), 328–340.

Ben-Ze'ev, A.. (2000). The subtlety of emotions. *The MIT Press Journals*.

Bijlsma-Frankema, K.; Costa, A. C.. (2005). Understanding the Trust-Control Nexus. *Internacional Sociology*, 20, 259-282.

Bogdan, R.; Biklen, S.. (1994). *Investigação Qualitativa em Educação: Uma Introdução à Teoria e aos Métodos*. Porto: Porto Editora.

Cardon, M. S.; Foo, M.; Shepherd, D.; Wiklund, J.. (2012). Exploring the heart: Entrepreneurial emotion is a hot topic. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1-10.

Cardon, M. S.; Gregoire, D. A.; Stevens, C. E.; Patel, P. C. (2013). Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation. *Journal of Business Venturing*, 373-396.

Carmo, H.; Ferreira, M.. (1998). *Metodologia da Investigação: Guia para auto – aprendizagem*. (2ª ed). Lisboa: Universidade Aberta.

Conroy, D. E.. (2001). Progress in the development of a multidimensional measure of fear of failure: The performance failure appraisal inventory. *Anxiety, stress and coping*, 14, 431-452.

Conroy, D. E.. (2002). Progress in the development of a multidimensional measure of fear of failure: The performance failure appraisal inventory. (2ª ed). Department of Kinesiology, The Pennsylvania State University, Pennsylvania, Estados Unidos de América.

Damásio, A.. (1994). *O Erro de Descartes*. Lisboa: Europa-América.

Damásio, A.. (2003). *Ao Encontro de Espinosa: As emoções sociais e a neurologia do sentir*. Lisboa: Europa-América.

Doern, R.; Goss, D.. (2013). The role of negative emotions in the social processes of entrepreneurship: power rituals and shame-related appeasement behaviors. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 863-890.

Dolan, R.. (2002). Emotion, cognition and behavior. *Science*, 298, 1191-1194.

Dress, J.G.. (1998). The Meaning of “Social Entrepreneurship”. Kauffman Foundation and Stanford University, Califórnia, EUA.

Ekman, P., Davidson, R.. (1994). The nature of emotion: fundamental questions. Oxford University Press, New York.

Ferreira, M. P.; Santos, J. C.; Serra, F.R.. (2010). Ser Empreendedor: Pensar, Criar e Modelar a nova empresa. (2ª ed). Lisboa: Sílabo.

Foddy, W.. (1996). Como Perguntar: Teoria e Prática da Construção de Perguntas em Entrevistas e Questionários. Lisboa: Celta Editora.

Foo, M.. (2011). Emotions and Entrepreneurial Opportunity Evaluation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 375-393.

Fortin, M. F.. (2003). O Processo de investigação: da conceção à realização. (3ª ed). Loures: Lusociência.

Frijda, N.. (1986). The emotions. Cambridge University Press, New York.

Ganesan, S.; Hess, R.. (1997). Dimensions and levels of Trust: Implications for Commitment to a Relationship. *Marketing Letters*, 8 (4), 439-448.

Gartner, W.B.. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation, *The Academy of Management Review*, 10 (4) pp. 696-706.

Gaspar, F.. (2010). O Processo Empreendedor e a criação de Empresas de sucesso. (2ª ed.). Lisboa: Sílabo.

Gray, J.; Braver, T.; Raichle, M.. (2002). Integration of emotion and cognition in the lateral prefrontal cortex. *Proceedings of the National Academy of sciences EUA*, 99, 4115-4120.

Guerra, I. C.. (2006). Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo – Sentidos e formas de uso. (1ª ed). Estoril: Príncipe Editora, Lda.

Hayton, G.. (2015). Fear and Entrepreneurship: A review and research agenda. *International Journal of Management reviews*, 17,165-190.

Hill, M. M.; Hill, A.. (2008). Investigação por questionário. (2ªed). Lisboa: Edições Sílabo.

Hisrich, R. D.; Peters, M. P.; Shepherd, D. A.. (2013). *Entrepreneurship*. (9ª ed). New York: Business and Economics.

Houwer, J.; Hermans, D.. (2010). Cognition and Emotion: Reviews of current research and theories. New York: Psychology Press.

- Lakatos, E. M.; Marconi, M. A.. (1990). Fundamentos de Metodologia Científica. (2ª ed). São Paulo: Atlas.
- Lazarus, R.. (1991). Emotion and adaptation. Oxford University Press, New York.
- LeDoux, J.. (1996). The Emotional Brain. New York: Simon and Schuster.
- LeDoux, J.. (2000). Cognitive Neuroscience of Emotion. New York: Oxford University Press, 129-155.
- Lewicki, R. J.; Bunker, B. B.. (1996). Developing and maintaining trust in work relationships. In R. M. Kramer e T. R. Tyler, Trust in organizations: Frontiers of theory and research (p. 114-139). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Ludke, M.; André, M.. (1986). Pesquisa em Educação: Abordagens Qualitativas. São Paulo: EPU.
- Matthews, G.; Zeidner, M.; Roberts, R.. (2002). Emotional Intelligence: Science & Myth. The MIT Press Journals.
- Maroco, J.. (2007). Análise Estatística com utilização do SPSS. (3ª ed). Lisboa: Edições Sílabo.
- Mayer, R. C.; Davis, J. H.; Schoorman, F. D.. (1995). An integrative model of organizational trust. Academy of Management Review, 20 (3), 709-734.
- Mucchielli, R.. (1979). O questionário na pesquisa psicossocial. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora LTDA.
- Ortony, A.; Clore, G.; Collins, A.. (1988). The cognitive structure of emotions. Cambridge University Press, New York.
- Panksepp, J.. (1998). Affective neuroscience: the foundations of human and animal emotions. Oxford University Press, New York.
- Pinchot, G.; Elizabeth, P.. (1978). Intra-Corporate Entrepreneurship. Washington: Pinchot e Company.
- Plutchik, R.. (1980). Emotion: a Psychobioevolutionary synthesis. New York: Harper & Row.
- Quivy, R.; Campenhoudt, L. V.. (2003). Manual de Investigação em Ciências Sociais. (2ª ed). Lisboa: Gradiva.
- Ramos, V.; Figueira, M. L.. (1977). Análise crítica e metodológica do questionário de Bernreuter. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Reynolds, L.. (1997). The Trust effect: Creating the high trust high performance organization. London: Nicholas Brealey Publishing.

Ribeiro, J.. (2008). Metodologia de Investigação em Psicologia e Saúde. (2ª ed). Livpsic- Psicologia.

Rosário, A.. (2007). Propensão ao empreendedorismo dos alunos finalistas da Universidade do Porto. Dissertação de Mestrado em Inovação e Empreendedorismo Tecnológico, Faculdade de Engenharia, Universidade do Porto, Porto, Portugal.

Sampieri, R. H.; Collado, C. F.; Lucio, P. B.. (1991). Metodología dela Investigación. (1ª ed). México: McGraw-Hill.

Sarkar, S.. (2010), Empreendedorismo e inovação. (2ª ed). Lisboa: Escolar Editora.

Shane, S.; Venkataraman, M. S.. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research scott shane. *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.

Shepherd, G.. (1994). *Neurobiology*. (3ª ed). New York: Oxford University Press.

Sousa, A.. (2005). *Investigação em educação*. Lisboa: Livros Horizonte.

Strongman, K.. (1996). *A psicologia da emoção*. (4ª ed). Lisboa: Climepsi Editores.

Timmons, J. A.. (1994). *New Venture Creation*. (4ª ed). Boston: Irwin McGraw-Hill.

Vallerand, R. J.; Blanchard, C.; Mageau, G. A.; Koestner, R.; Ratelle, C.; Léonard, M.; Gagné, M.; Marsolais, J.. (2003). Les Passions de l'Âme: On Obsessive and Harmonious Passion. *Journal of Personality ans Social Psychology*, 85(4), 756-767.

Vick, T. E.; Nagana, M. S.; Semensato, B. I.. (2009). A essência do processo empreendedor e a complexidade do indivíduo: percepções sob a ótica das tipologias de conhecimento. *Anais: Simpoi*.

Welpe, I. M.; Sporrle, M.; Grichnick, D.; Michl, T.; Audretsch, D. B.. (2012). Emotions and Opportunities: The Interplay of Opportunity Evaluation, Fear, Joy, and Anger as Antecedent of Entrepreneurial Exploitation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 69-96.

Wennekers, S.; Thurik, R.. (1999). Linking Entrepreneurship na Economic Growth. *Small Business Economics*, 13, 27-55.

Anexo I – Entrevista Semiestruturada: Guião de entrevista

(com base nas recomendações de Guerra, 2006)

Empreendedor com um projeto viável

Estamos a contactá-lo (s) no sentido de nos facultar uma entrevista sobre as emoções que estiveram implícitas no processo empreendedor que esteve sujeito aquando a criação de um projeto viável: Avaliar se o empreendedorismo é uma qualidade inata ou se aprende a empreender; Conhecer as emoções que possam estar presentes nas etapas do Processo Empreendedor; Analisar a influência das emoções (medo, confiança, paixão) na identificação da oportunidade e na sua implementação no decorrer do PE; Determinar o surgimento de um empreendedor.

Tópicos	Perguntas	Informação pretendida
Origem social, Percurso Escolar e Profissional	<ul style="list-style-type: none">• Pode contar-nos, em traços gerais, as principais etapas da sua vida até ao momento:<ul style="list-style-type: none">• Local nascimento e de residência;• Escolaridade e profissão dos pais;• Quais os objetivos de vida que teve e quais os futuros;• Pode fazer uma breve apresentação sua, do seu currículo:<ul style="list-style-type: none">• Grau de escolaridade (estudos) que atingiu;• Profissões que teve até hoje;• Sonhos que tinha em relação à profissão;	Conhecer a região onde habitou e habita, a origem família, o percurso escolar e profissional e os objetivos e motivações que teve até ingressar na área empreendedora, com a criação do seu projeto.

<p>Motivações pessoais para o projeto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Qual é o objetivo pessoal que procurou atingir com o projeto? <ul style="list-style-type: none"> • Quais as motivações para enveredar por este caminho? • Esteve relacionado com questões familiares, profissionais ou deveu-se a fatores económicos? 	<p>Saber as motivações pessoais que levaram a desenvolver o processo empreendedor e consequentemente o projeto. Essas motivações estiveram relacionadas com a progressão da carreira, continuação de negócio familiar, ocupação do tempo em situação de desemprego, procura de melhores condições de vida (fatores económicos).</p>
<p>Fatores impulsionadores e de bloqueio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • O que o impulsionou para criar o projeto? <ul style="list-style-type: none"> • Que fatores inspiradores sentiu? • Sentiu entraves aquando a criação do projeto? <ul style="list-style-type: none"> • Que fatores de bloqueio que encontrou? • Quais os fatores inibidores que limitaram a intenção empreendedora? • Que emoções moderaram positiva e/ou negativamente a relação dos fatores inibidores na intenção empreendedora? 	<p>Ter conhecimento dos fatores impulsionadores e inspiradores que sentiu para a criação do projeto. Assim como dos fatores de bloqueio ou inibição que enfrentou aquando a criação do projeto. Tem em consideração se os fatores motivadores e inibidores podem estar relacionados com as emoções e com as variáveis independentes.</p>

<p>Processo Empreendedor: Identificação da oportunidade</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quando surgiu a oportunidade de criar o projeto. • Que fatores levaram a identificar essa oportunidade. <ul style="list-style-type: none"> • Deveu-se tudo a racionalidade. • Ou existiu alguma emoção presente. • Quais as emoções (paixão, confiança, medo). 	<p>Conhecimento dos fatores que levaram a identificar a oportunidade e se existiu emoções presentes e que tipo de emoções.</p>
<p>Processo Empreendedor: Implementação da oportunidade</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Porque implementou o projeto. • As emoções influenciaram essa implementação. <ul style="list-style-type: none"> • Que emoções estiveram presentes. • Na implementação da oportunidade as emoções estiveram presente em todo o processo. • Se existissem outras emoções presentes a implementação da oportunidade era igual. 	<p>Ficar a saber o resultado das emoções que intervirão na implementação da oportunidade. E qual o papel dessas emoções e de outras que por ventura podiam estar implícitas.</p>
<p>Sustentabilidade do Projeto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Em relação ao projeto em si: <ul style="list-style-type: none"> • Qual a sua duração; • Se é viável financeiramente e não só; • Objetivos a atingir; 	<p>Conhecer os objetivos do projeto, a sua sustentabilidade e tempo previsto de duração.</p>

Transcrição da entrevista realizada a um empreendedor no sector têxtil

Entrevistador (Ent): Pode contar-nos, em traços gerais, as principais etapas da sua vida até ao momento?

Empreendedor1 (E1): Sou natural e resido no distrito de Braga. Durante toda a minha vida sempre tive a ambição de tomar conta e expandir o negócio familiar, uma empresa têxtil criada pelos meus pais.

Ent: Apresente-nos brevemente o seu currículo.

E1: Sou licenciado em Gestão pelo Instituto Politécnico de Cavado e do Ave. E logo após me licenciar fui trabalhar com os meus pais, para empresa deles. Sempre trabalhei lá.

Ent: Com a criação deste projeto, que está a frente, qual é o objetivo pessoal que procurou atingir com o projeto?

E1: Após a minha entrada para a empresa dos meus pais, cedo percebi que a empresa estava a ser ultrapassada pelas novas tecnologias e pelas inovações a que a sociedade estava a ser sujeita. E foi isso que me motivou a levar a empresa por outro rumo de forma a não cair em decadência, mas sim a expandir por novos horizontes.

Ent: Esteve relacionado com questões familiares ou com fatores económicos?

E1: Podemos dizer que se deveu a fatores económicos da empresa, mas também teve relacionado com questões familiares, pois se a empresa tivesse falido toda a minha família ficava sem forma de sustentar-se.

Ent: O que o impulsionou para a criação deste projeto?

E1: O facto de a empresa estar em estagnação, foi um dos fatores que me levou a implementação este projeto. Também o facto de o projeto estar relacionado com o sector que a empresa labora e de poder implementar lá. E o querer mais a nível profissional e pessoal foram alguns dos fatores que me impulsionaram para a criação deste projeto.

Ent: Sentiu entraves aquando a criação do projeto?

E1: Podemos dizer que não tive muitos entraves, talvez por ser da mesma área da empresa que já tinha e de ter pessoas com bastante experiencia no sector. Mas claro a nível financeiro fez-me pensar se valia a pena avançar.

Ent: Que emoções moderaram positiva e/ou negativamente a relação dos fatores inibidores na intenção empreendedora?

E1: Não sei, talvez o medo de o projeto falhar e daí se avizinhar problemas financeiros. Mas a paixão pelo sector e pela empresa falou mais alto e daí perseguir com o projeto.

Ent: Quando é que surgiu a oportunidade de criar o projeto?

E1: Como já tinha dito, a empresa de que estava a frente estava a estagnar e com a grande crise que estamos a sofrer foi necessário introduzir algo que inova-se, destacando a empresa das suas concorrentes. E foi assim que surgiu este processo inovador que introduzi na empresa e que a fez modernizar e inovar.

Ent: Aquando a identificação dessa oportunidade, quais foram os fatores que estiveram presentes? Foram questões racionais ou emocionais?

E1: Aparentemente foram questões racionais, mas claro existe uma grande paixão pela empresa que estou a frente e o medo de a perder foram fatores que levaram a ir para a frente com o projeto.

Ent: Já sabemos os fatores que levaram a implementar o projeto, mas as emoções influenciaram essa implementação?

E1: A paixão pela empresa e o querer recupera-la rapidamente foi uma fator importante, mas também o acreditar, o confiar no processo deu o mote para a sua implementação sem pensar duas vezes.

Ent: Se existissem outras emoções presentes a implementação da oportunidade era igual?

E1: Se o medo fosse superior à confiança certamente que não avançava com o projeto.

Ent: Para finalizar, falemos um pouco do projeto. Há quanto tempo dura? Quais os objetivos a atingir?

E1: O projeto é um processo inovador no setor têxtil já durar há 3 anos e o que se pretende é tirar o maior rendimento dele.

Transcrição da entrevista realizada a um empreendedor no sector agrónomo

Entrevistador (Ent): Pode contar-nos, em traços gerais, as principais etapas da sua vida até ao momento?

Empreendedor2 (E2): Sou natural e residente no concelho de São João da Madeira. Os meus pais tem uma empresa no setor têxtil, mas nunca gostei muito dessa área. Sempre gostei muito das ciências.

Ent: Apresente-nos brevemente o seu currículo.

E2: Sou licenciada em Bioquímica pela Universidade do Porto. Logo que me licenciiei fui trabalhar para um laboratório, mas cedo me apercebi que não era aquilo que queria para a minha vida. Sempre que possível fazia e faço workshops em diversas áreas.

Ent: Com a criação deste projeto, que está a frente, qual é o objetivo pessoal que procurou atingir com o projeto?

E2: O principal objetivo foi a realização profissional, aliada a uma mudança de vida. Posso dizer que o facto de ter um projeto só meu também foi um objetivo que queria.

Ent: Esteve relacionado com questões familiares, profissionais ou com fatores económicos?

E2: Esteve mais relacionado com fatores profissionais, mas as questões familiares também estiveram presentes, pois foi através de uma herança que este projeto foi possível.

Ent: O que o impulsionou para a criação deste projeto?

E2: O facto de ter a herdade, de querer mudar de vida profissional. E de tornar o que foi herdade em algo útil e vantajoso.

Ent: Sentiu entraves aquando a criação do projeto?

E2: O único entrave que senti foi o facto de a herdade ser no Alentejo, mais concretamente em Beja, a cerca de 200km do local onde vivo com a minha família.

Ent: Que emoções moderaram positiva e/ou negativamente a relação dos fatores inibidores na intenção empreendedora?

E2: A confiança em mim própria e o querer mudar de rumo. Também esteve presente o medo de falhar num projeto tão ambicioso e inicialmente dispendioso tanto nível monetário como de tempo dedicado ao projeto.

Ent: Quando é que surgiu a oportunidade de criar o projeto?

E2: A oportunidade surgiu quando herdei a herdade no Alentejo e como não queria deixar ao abandono, comecei a idealizar algum projeto para a rentabilizar.

Ent: Aquando a identificação dessa oportunidade, quais foram os fatores que estiveram presentes? Foram questões racionais ou emocionais?

E2: Certamente que foram questões emocionais, o querer mudar, a confiança de que ia dar certo e felicidade de enveredar por um projeto novo.

Ent: Quais foram os fatores que levaram a implementar o projeto? E essa implementação foi influenciada pelas emoções?

E2: Os fatores que levaram a implementação do projeto foram os mesmos que me levaram à identificação. A paixão pela mudança, rentabilizar a herdade e expandir o meu conhecimento por novas áreas.

Ent: Se existissem outras emoções presentes a implementação da oportunidade era igual?

E2: Certamente que não, a incerteza do negócio, o medo de ariscar eram alguns dos fatores que me faziam pensar muito antes de avançar com o projeto.

Ent: Para finalizar, falemos um pouco do projeto. Há quanto tempo dura? Quais os objetivos a atingir?

E2: O meu projeto é a produção de ervas aromáticas e medicinais em complementação da produção de azeite, já dura a cerca de 2 anos. Os principais objetivos são a expansão para novos produtos e a internacionalização dos produtos.

Transcrição da entrevista realizada a um empreendedor no sector biotecnológico

Entrevistador (Ent): Pode contar-nos, em traços gerais, as principais etapas da sua vida até ao momento?

Empreendedor3 (E3): Sou natural de Guimarães, mas neste momento estou a viver em Aveiro. A minha mãe é empregada têxtil e o meu pai é auxiliar de ação médica. Nunca pensei em seguir a área da biologia. Só no ensino secundário quando andei na Universidade Júnior é que me entusiasmei por essa área.

Ent: Apresente-nos brevemente o seu currículo.

E3: Sou licenciada em Genética e Biotecnologia pela Universidade de Trás-dos Montes e Alto Douro. Tirei o mestrado em Biotecnologia e Qualidade Alimentar pela mesma Universidade. E sempre que posso complemento com workshops e seminários da mesma área.

Ent: Com a criação deste projeto qual é o objetivo pessoal que procurou atingir com o projeto?

E3: O enriquecimento pessoal, colocar em prática tudo o que aprendi, foram alguns dos objetivos. Mas o objetivo principal foi mostrar à sociedade uma nova forma de se alimentar com produtos diferentes, inovadores.

Ent: Esteve relacionado com questões familiares ou com fatores económicos?

E3: Pode-se dizer que nem esteve relacionado com questões familiares nem fatores económicos. Foi uma forma que encontrei de poder trabalhar na área que queria.

Ent: O que o impulsionou para a criação deste projeto?

E3: O facto de querer trabalhar na minha área de formação e de ter pessoas ao meu lado que me ajudaram para que pudesse concretizar.

Ent: Sentiu entraves aquando a criação do projeto?

E3: Claro que sim, a nível das burocracias, da obtenção de fundos de financiamento. Foi muito difícil mas com persistência e muita força de vontade consegui.

Ent: Que emoções moderaram positiva e/ou negativamente a relação dos fatores inibidores na intenção empreendedora?

E3: Por um lado, tinha medo de não estar a fazer da melhor forma, a incerteza do negócio não ser viável. Mas por outro lado, a felicidade de vir a poder fazer o que queria, o amor pelo projeto e a confiança que sentia nos meus conhecimentos e de que era capaz de concretizar este sonho.

Ent: Quando é que surgiu a oportunidade de criar o projeto?

E3: Surgiu após ter concretizado o meu mestrado e juntamente com um amigo da mesma área como não tivemos emprego na área começamos a idealizar algo onde pudessemos trabalhar e por em prática toda a nossa formação.

Ent: Aquando a identificação dessa oportunidade, quais foram os fatores que estiveram presentes? Foram questões racionais ou emocionais?

E3: Acho que foram questões racionais. Eu gostava muito desta área e como não encontrava emprego nessa área, este projeto foi a forma que encontrei para trabalhar naquilo que estudei e para me sentir realizada e feliz.

Ent: Já sabemos os fatores que levaram a implementar o projeto, mas as emoções influenciaram essa implementação?

E3: Não sei bem, a paixão por essa área é grande, mas o medo da incerteza do projeto e de este falhar também era grande.

Ent: Se existissem outras emoções presentes a implementação da oportunidade era igual?

E3: Claro que não, se tivesse a certeza de que o projeto não falhava era muito mais fácil pedir o financiamento para a empresa, para poder avançar rapidamente.

Ent: Para finalizar, falemos um pouco do projeto. Há quanto tempo dura? Quais os objetivos a atingir?

E3: A minha empresa tem mais ou menos 1 ano e é uma loja onde se pode comprar produtos alimentares diferentes, como por exemplo, produtos macrobióticos. Mas também estávamos lá para ajudar as pessoas a confeciona-los da melhor forma, retirando deles o maior proveito. O objetivo é expandir o negócio para outras cidades portuguesas e quem sabe pelo Mundo.

Sinopses das entrevistas agrupadas em seis problemáticas

Problemática Empreendedor	Origem social, Percurso Escolar e Profissional
Empreendedor 1	“(...) natural e resido no distrito de Braga. (...) tive a ambição de tomar conta e expandir o negócio familiar,(...)” “(...) licenciado em Gestão pelo Instituto Politécnico de Cavado e do Ave (...) trabalhar com os meus pais, para empresa deles (...)”.
Empreendedor 2	“(...) natural e residente no concelho de São João da Madeira. (...) Sempre gostei muito das ciências.” “(...) licenciada em Bioquímica pela Universidade do Porto (...) trabalhar para um laboratório, mas cedo me apercebi que não era aquilo que queria para a minha vida”.
Empreendedor 3	“(...) natural de Guimarães, mas neste momento estou a viver em Aveiro. Nunca pensei em seguir a área da biologia (...)” “(...) licenciada em Genética e Biotecnologia pela Universidade de Trás-dos Montes e Alto Douro. Tirei o mestrado em Biotecnologia e Qualidade Alimentar pela mesma Universidade (...)”.

(continua)

Problemática Empreendedor	Motivações pessoais para o projeto
Empreendedor 1	<p>“(…) percebi que a empresa estava a ser ultrapassada pelas novas tecnologias e pelas inovações (…) E foi isso que me motivou a levar a empresa por outro rumo (…)”.</p> <p>“(…) deveu a fatores económicos da empresa, mas também teve relacionado com questões familiares, (…)”.</p>
Empreendedor 2	<p>“O principal objetivo foi a realização profissional, aliada a uma mudança de vida. (…)”.</p> <p>“(…) mais relacionado com fatores profissionais, mas as questões familiares também estiveram presentes,(…)”.</p>
Empreendedor 3	<p>“O enriquecimento pessoal, colocar em prática tudo o que aprendi, (…) objetivo principal foi mostrar à sociedade uma nova forma de se alimentar com produtos diferentes, inovadores (…)”.</p> <p>“Pode-se dizer que nem esteve relacionado com questões familiares nem fatores económicos (…)”.</p>

(continua)

Problemática Empreendedor	Fatores impulsionadores e de bloqueio
Empreendedor 1	<p>“O facto de a empresa estar em estagnação, (...) o projeto estar relacionado com o sector que a empresa labora e de poder implementar (...) querer mais a nível profissional e pessoal (...)”.</p> <p>“Podemos dizer que não tive muitos entraves, (...) a nível financeiro fez-me pensar se valia a pena avançar.”.</p> <p>“(...) talvez o medo de o projeto falhar e daí se avizinhar problemas financeiros. Mas a paixão pelo sector e pela empresa falou mais alto (...)”.</p>
Empreendedor 2	<p>“O facto de ter a herdade, de querer mudar de vida profissional (...)”.</p> <p>“O único entrave que senti foi o facto de a herdade ser no Alentejo, a cerca de 200km do local onde vivo (...)”.</p> <p>“A confiança em mim própria e o querer mudar de rumo. (...) o medo de falhar num projeto tão ambicioso e (...) dispendioso (...)”.</p>
Empreendedor 3	<p>“O facto de querer trabalhar na minha área de formação (...)”.</p> <p>“(...) a nível das burocracias, da obtenção de fundos de financiamento. Foi muito difícil mas com persistência e muita força de vontade consegui.”.</p> <p>“(...) tinha medo de não estar a fazer da melhor forma, a incerteza do negócio não ser viável. (...) a felicidade de vir a poder fazer o que queria, o amor pelo projeto e a confiança que sentia nos meus conhecimentos (...)”.</p>

(continua)

Problemática Empreendedor	Processo Empreendedor: Identificação da oportunidade
Empreendedor 1	<p>“(...) a empresa de que estava a frente estava a estagnar e (...) foi necessário introduzir algo que inova-se, (...) E foi assim que surgiu este processo inovador que introduzi na empresa e que a fez modernizar e inovar.”</p> <p>“Aparentemente foram questões racionais, mas claro existe uma grande paixão pela empresa que estou a frente e o medo de a perder foram fatores que levaram a ir para a frente com o projeto.”</p>
Empreendedor 2	<p>“A oportunidade surgiu quando herdei a herdade no Alentejo e como não queria deixar ao abandono, comecei a idealizar algum projeto para a rentabilizar.”</p> <p>“(...) foram questões emocionais, o querer mudar, a confiança de que ia dar certo e felicidade de enveredar por um projeto novo.”</p>
Empreendedor 3	<p>“(...) após ter concretizado o meu mestrado e juntamente com um amigo da mesma área (...) começamos a idealizar algo onde pudéssemos trabalhar e por em prática toda a nossa formação.”</p> <p>“(...) foram questões racionais. Eu gostava muito desta área e como não encontrava emprego nessa área, este projeto foi a forma que encontrei para trabalhar naquilo que estudei e para me sentir realizada e feliz.”</p> <p>“(...)mas o medo da incerteza do projeto e de este falhar também era grande.”</p>

(continua)

Problemática Empreendedor	Processo Empreendedor: Implementação da oportunidade
Empreendedor 1	<p>“A paixão pela empresa e o querer recupera-la rapidamente foi uma fator importante, mas também o acreditar, o confiar no processo (...)”.</p> <p>“Se o medo fosse superior à confiança certamente que não avançava com o projeto.”.</p>
Empreendedor 2	<p>“Os fatores (...) foram os mesmos que me levaram à identificação. A paixão pela mudança, rentabilizar a herdade e expandir o meu conhecimento por novas áreas.”.</p> <p>“Certamente que não, a incerteza do negócio, o medo de ariscar eram alguns dos fatores (...)”.</p>
Empreendedor 3	<p>“(...) a paixão por essa área é grande, (...)”.</p> <p>“(...) se tivesse a certeza de que o projeto não falhava era muito mais fácil pedir o financiamento para a empresa, para poder avançar rapidamente.”.</p>

Problemática Empreendedor	Sustentabilidade do Projeto
Empreendedor 1	<p>“O projeto é um processo inovador no setor têxtil já durar há 3 anos e o que se pretende é tirar o maior rendimento dele.”</p>
Empreendedor 2	<p>“(...) produção de ervas aromáticas e medicinais em complementação da produção de azeite, já dura a cerca de 2 anos. Os principais objetivos são a expansão para novos produtos e a internacionalização dos produtos.”.</p>
Empreendedor 3	<p>“(...) tem mais ou menos 1 ano e é uma loja onde se pode comprar produtos alimentares diferentes, como por exemplo, produtos macrobióticos. (...) ajudar as pessoas a confeciona-los da melhor forma, retirando deles o maior proveito. O objetivo é expandir o negócio para outras cidades portuguesas e quem sabe pelo Mundo.”.</p>

Anexo II – Inquérito a Empreendedores com projetos sustentáveis

Sou Ana Rita Machado Batista, aluna da Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho, e estou a realizar um estudo no âmbito da dissertação de Mestrado, na área do Empreendedorismo. Este pretende avaliar a influência das emoções no processo empreendedor. A participação no estudo é voluntária, podendo desistir a qualquer momento, sem que essa decisão se reflita em qualquer prejuízo. Além disso, toda a informação obtida neste estudo será estritamente confidencial e qualquer identidade nunca será revelada a qualquer pessoa não relacionada diretamente com este estudo. Tem a duração de aproximadamente 5 minutos. De salientar que o questionário não é um teste e que não há respostas certas ou erradas.

1. Caraterização do Empreendedor

1.1. Sexo? (assinale a sua resposta com uma x)

Masculino Feminino

1.2. Idade?

1.3. Qual o concelho da residência?

1.4. Quais as suas habilitações literárias? (assinale o ciclo de estudos que tem completo)

Sem estudos	
1.º Ciclo do Ensino Básico	
2.º Ciclo do Ensino Básico ou equivalente	
3.º Ciclo do Ensino Básico ou equivalente	

Ensino Secundário ou equivalente	
Bacharelato	
Licenciatura	
Mestrado	
Doutoramento	

1.5. Qual a sua área de formação?

1.6. O projeto é a sua ocupação principal?

2. Motivações pessoais para o projeto

2.1. Qual é o setor de atividade? (assinale a sua resposta com uma x)

Agrícola		Social	
Biológico		Tecnológico	
Comercial		Têxtil	
Metalúrgica		Outro. Qual? _____	

2.2. Durante a criação do projeto, quais foram as motivações que levaram a enveredar por esse caminho? (assinale as suas respostas com uma x)

Motivos financeiros (procura de melhores condições de vida, ...)	
Motivos familiares (continuação do negócio familiar, ...)	
Motivos profissionais (progressão da carreira, ...)	
Motivos sociais (ocupação do tempo em situação de desemprego, ...)	
Autorrealização	
Outra. Qual? _____	

3. Fatores impulsionadores e de bloqueio

3.1. Quais foram as principais razões que lhe levaram a avançar com este projeto?

(assinale as suas respostas com uma x)

Fácil implementação	
Mudança de vida profissional	
Falta de trabalho na área da formação	
Contribuir para o melhoramento social	
Situação de desemprego	
Projeto fácil de desenvolver	
Outra. Qual? _____	

3.2. Durante o processo empreendedor existiram fatores que impossibilitaram, que se opuseram ao projeto, quais foram esses fatores inibidores que limitaram a intenção empreendedora? (assinale as suas respostas com uma x)

Não existiu fatores inibidores	
Difícil percepção da viabilidade financeira	
Elevados processos burocráticos	
Custoso processo para a obtenção de fundos de financiamento	
Local de implementação do projeto	
Desenvolvimento do projeto	
Aconselhamento de gestão	
Aconselhamento marketing inexistente	
Aconselhamento empreendedor inexistente	
Outro. Qual? _____	

4. Processo Empreendedor: Identificação da oportunidade

4.1. Na fase da identificação da oportunidade, quais foram os fatores que levaram a identificar essa oportunidade? (assinale as suas respostas com uma x)

Lacuna no mercado	
Mudança de vida profissional	
Falta de trabalho na área da formação	
Contribuir para o melhoramento social	
Situação de desemprego	
Outra. Qual? _____	

4.2. Quando a identificação da oportunidade, os fatores que estiveram presentes de que tipo foram? (assinale a sua resposta com uma x)

Emocionais Racionais

Se responder racionais, passe para a pergunta 5.

4.3. Tendo em consideração a fase da identificação da oportunidade, das afirmações seguintes classifique-as numa escala de Discordo totalmente a Concordo totalmente. (assinale a sua resposta com uma x)

	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
A identificação do projeto permitiu-me viver uma variedade de experiências.					
As coisas novas que descobri, aquando a identificação, permitiu-me apreciar o projeto ainda mais.					
A identificação do projeto permitiu-me viver experiências memoráveis.					
A identificação do projeto reflete as qualidades que mais gosto em mim mesmo.					
A identificação do projeto está em harmonia com as outras atividades da minha vida.					
Para mim, aquando a identificação do projeto, este era uma paixão que ainda conseguia controlar.					

Estou completamente conquistado por este projeto.					
Não posso viver sem o projeto.					
O impulso é muito forte. Não posso ajudar-me a partir da identificação do projeto.					
Aquando a identificação do projeto, tenho dificuldade em imaginar a minha vida sem o projeto.					
Estou emocionalmente dependente deste projeto.					
Num momento difícil não controlo a minha necessidade de identificar o projeto.					
Aquando a identificação do projeto, tenho quase uma sensação obsessiva pelo projeto.					
O meu humor depende da minha capacidade para identificar o projeto.					
Quando falho muitas vezes é porque não sou inteligente o suficiente para o executar com êxito.					
Quando falho, o meu futuro parece incerto.					

Quando falho, perturba outros pontos importantes.					
Quando falho, culpo-me pela minha falta de talento.					
Quando falho, acredito que os meus planos futuros vão mudar.					
Quando falho, espero ser criticado.					
Quando falho, tenho medo que possa não ter talento suficiente.					
Quando falho, perturba o meu plano para o futuro.					
Quando falho, perco a confiança das pessoas que são importantes para mim.					
Quando não tenho sucesso, sou menos valioso do que quando tenho sucesso.					
Quando não tenho sucesso, as pessoas estão menos interessadas em mim.					
Quando falho, não estou preocupado que isso afete os meus planos futuros.					
Quando não tenho sucesso, as pessoas parecem querer ajudar-me menos.					
Quando falho, pessoas importantes para mim não são felizes.					

Quando não tenho sucesso, caio em mim facilmente.					
Quando falho, odeio o fato de não controlar os resultados.					
Quando não tenho sucesso, as pessoas tendem a deixar-me sozinho.					
Quando falho, é embaraçoso se os outros estão lá para ver.					
Quando falho, pessoas importantes ficam decepcionadas.					
Quando falho, acredito que todo o mundo sabe que falhei.					
Quando não tenho sucesso, algumas pessoas não estão interessadas em mim.					
Quando falho, acredito que as dúvidas que tinha estavam certas.					
Quando não consigo, o meu valor diminui para algumas pessoas.					
Quando falho, preocupo-me com o que os outros pensam de mim.					
Quando falho, preocupo-me que os outros possam pensar que “Eu não estou a tentar”.					

A sua capacidade permitiu identificar o projeto.					
Quando a oportunidade surgiu, sentia vergonha.					
Tive em atenção todas as possíveis mudanças políticas, sociais e económicas.					
Senti que se ocorre-se algum problema durante a identificação da oportunidade, existia forma de a solucionar.					
Questionei todos os pontos fracos de forma a poder soluçona-los.					
Senti que, durante a identificação da oportunidade, o projeto tinha muitas capacidades para ser viável.					

5. Processo Empreendedor: Implementação da oportunidade

5.1. Na fase da identificação da oportunidade, quais foram os fatores que levaram a implementar essa oportunidade? (assinale as suas respostas com uma x)

Fácil implementação	
Ajudas financeiras	
Vontade de ajudar a sociedade	
Acesso ao local de implementação	
Vontade de querer mudar de vida	
Situação de desemprego	
Outro. Qual? _____	

5.2. Quando a implementação da oportunidade que fatores estiveram presentes? (assinale a sua resposta com uma x)

Emocionais Racionais

Se responder racionais, passe para a pergunta 6.

5.3. Tendo em consideração a fase da implementação da oportunidade, das afirmações seguintes classifique-as numa escala de Discordo totalmente a Concordo totalmente. (assinale a sua resposta com uma x)

	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
O projeto permitiu-me viver uma variedade de experiências.					
As coisas novas que descobri permitiu-me apreciar o projeto ainda mais.					
O projeto permitiu-me viver experiências memoráveis.					
O projeto reflete as qualidades que mais gosto em mim mesmo.					
Este projeto está em harmonia com as outras atividades da minha vida.					
Para mim, o projeto é uma paixão que ainda consigo controlar.					
Estou completamente conquistado por este projeto.					
Não posso viver sem o projeto.					
O impulso é muito forte. Não posso ajudar-me a partir deste projeto.					

Tenho dificuldade em imaginar a minha vida sem o projeto.					
Estou emocionalmente dependente deste projeto.					
Num momento difícil não controlo a minha necessidade de realizar este projeto.					
Tenho quase uma sensação obsessiva por este projeto.					
O meu humor depende da minha capacidade para implementar o projeto.					
A minha capacidade permitiu implementar o projeto.					
Quando executei o projeto, sentia vergonha.					
Tive em atenção todas as possíveis mudanças políticas, sociais e económicas.					
Senti que se ocorre-se algum problema com a implementação da oportunidade, esta tinha ferramentas para as solucionar.					
Tinha consciência que o projeto levou em consideração todos os pontos fracos que tinha.					
Dado o meu empenho e dedicação à execução do projeto, tenho bons motivos					

para acreditar nos bons resultados do projeto.					
--	--	--	--	--	--

6. Sustentabilidade do Projeto

6.1. Há quantos meses iniciou o projeto?

6.2. É um projeto financeiramente viável. (assinale a sua resposta com uma x)

Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente

Anexo III – Tratamento de resultados

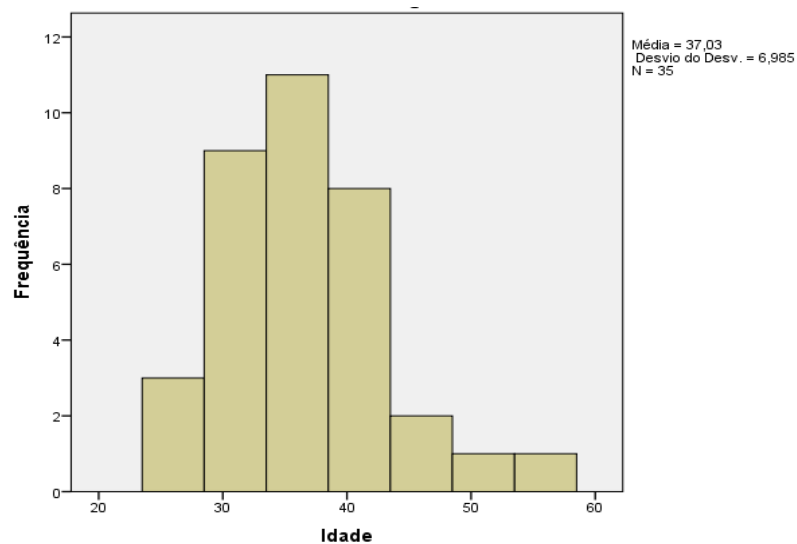


Figura 10 – Histograma da idade dos inquiridos. Fonte: elaboração própria.

Questão	Resposta	Frequência	Média	Desvio Padrão
1	4	21	4,40	0,497
	5	14		
2	4	21	4,40	0,497
	5	14		
3	4	20	4,43	0,502
	5	15		
4	3	2	4,43	0,608
	4	16		
	5	17		
5	1	2	3,69	0,993
	2	2		
	3	6		
	4	20		
	5	5		
6	3	6	3,91	0,507

	4	26		
	5	3		
7	4	24	4,31	0,471
	5	11		
8	3	2	4,40	0,604
	4	17		
	5	16		
9	3	22	3,37	0,490
	4	13		
10	2	2	3,49	0,612
	3	14		
	4	19		
11	2	7	3,29	0,789
	3	11		
	4	17		
12	3	16	3,54	0,505
	4	19		
13	2	2	3,43	0,608
	3	16		
	4	17		
14	2	8	3,23	0,808
	3	11		
	4	16		

Tabela 24 – Valores das frequências da Paixão na Identificação da Oportunidade.

Fonte: elaboração própria.

Questão	Resposta	Frequência	Média	Desvio Padrão
1	3	9	3,77	0,490
	4	25		
	5	1		
2	3	13	3,63	0,490
	4	22		

3	3	4	3,91	0,373
	4	30		
	5	1		
4	2	7	3,14	0,733
	3	16		
	4	12		
5	4	25	4,29	0,458
	5	10		
6	3	6	3,86	0,430
	4	28		
	5	1		
7	3	9	3,74	0,443
	4	26		
8	3	8	3,77	0,426
	4	27		
9	2	13	2,80	0,719
	3	16		
	4	6		
10	3	3	4,09	0,507
	4	26		
	5	6		
11	3	6	3,86	0,430
	4	28		
	5	1		
12	2	7	3,31	0,796
	3	10		
	4	18		
13	3	11	3,69	0,471
	4	24		
14	2	6	3,26	0,741
	3	14		
	4	15		

15	2	11	2,86	0,692
	3	18		
	4	6		
16	3	7	3,89	0,530
	4	25		
	5	3		
17	2	10	2,89	0,676
	3	19		
	4	6		
18	2	6	3,06	0,639
	3	21		
	4	8		
19	3	11	3,69	0,471
	4	24		
20	2	4	3,31	0,676
	3	16		
	4	15		
21	3	8	3,77	0,426
	4	27		
22	3	12	3,83	0,707
	4	17		
	5	6		
23	3	12	3,80	0,406
	4	23		
24	3	12	3,66	0,482
	4	23		
25	3	7	3,80	0,406
	4	28		

Tabela 25 – Valores das frequências do Medo na Identificação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.

Questão	Resposta	Frequência	Média	Desvio Padrão
1	4	22	4,37	0,490
	5	13		
2	1	12	1,86	0,772
	2	17		
	3	5		
	4	1		
3	4	20	4,43	0,502
	5	15		
4	3	2	4,23	0,547
	4	23		
	5	10		
5	4	23	4,34	0,482
	5	12		
6	4	27	4,23	0,426
	5	8		

Tabela 26 – Valores das frequências do Confiança na Identificação da Oportunidade.

Fonte: elaboração própria.

Questão	Resposta	Frequência	Média	Desvio Padrão
1	4	19	4,46	0,505
	5	16		
2	4	18	4,49	0,507
	5	17		
3	4	13	4,63	0,490
	5	22		
4	4	22	4,37	0,490
	5	13		
5	1	2	3,34	1,136
	2	6		
	3	11		
	4	10		

	5	6		
6	3	7	3,80	0,406
	4	28		
7	4	22	4,37	0,490
	5	13		
8	3	3	4,09	0,507
	4	26		
	5	6		
9	3	19	3,46	0,505
	4	16		
10	3	14	3,60	0,497
	4	21		
11	2	9	3,26	0,852
	3	8		
	4	18		
12	3	11	3,69	0,471
	4	24		
13	2	2	3,49	0,612
	3	14		
	4	19		
14	2	9	3,23	0,910
	3	11		
	4	13		
	5	2		

Tabela 27 – Valores das frequências do Paixão na Implementação da Oportunidade.

Fonte: elaboração própria.

Questão	Resposta	Frequência	Média	Desvio Padrão
1	4	20	4,43	0,502
	5	15		
2	1	14	1,77	0,770
	2	16		
	3	4		
	4	1		
3	4	27	4,23	0,426
	5	8		
4	4	24	4,31	0,471
	5	11		
5	4	26	4,26	0,443
	5	9		
6	4	25	4,29	0,458
	5	10		

Tabela 28 – Valores das frequências do Confiança na Implementação da Oportunidade.

Fonte: elaboração própria.

Teste de KMO e Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,641
Teste de esfericidade de Bartlett	Aprox. Qui-quadrado	191,167
	gl	91
	Sig.	,000

Matriz de Componente rotativa				
	Componente			
	1	2	3	4
IdOpPaixao11	,840			
IdOpPaixao14	,768			
IdOpPaixao5	,641			
IdOpPaixao6	,475	-,346	-,408	
IdOpPaixao10		,805		
IdOpPaixao8	-,379	,781		
IdOpPaixao7		-,678		
IdOpPaixao13	,301	,572		,425
IdOpPaixao4	-,476	,509		
IdOpPaixao3			,894	
IdOpPaixao1			,884	
IdOpPaixao2			,821	
IdOpPaixao12				,905
IdOpPaixao9	,477	,311		,580
Método de Extração: Análise de Componente Principal. Método de Rotação: Varimax com Normalização de Kaiser. Rotação convergida em 6 iterações.				

Tabela 29 – Análise Fatorial da Paixão na Identificação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.

Teste de KMO e Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,291
Teste de esfericidade de Bartlett	Aprox. Qui-quadrado	692,750
	gl	300
	Sig.	,000

Matriz de componente rotativa					
	Componente				
	1	2	3	4	5
IdOpMedo7	,886				
IdOpMedo8	,859				
IdOpMedo4	,637			,358	
IdOpMedo22	,619	-,352	-,473		
IdOpMedo1	,606			,343	
IdOpMedo20	-,586	,444	,325		
IdOpMedo2	,433	,399			
IdOpMedo25		,822			
IdOpMedo21		,804			
IdOpMedo24		,654			
IdOpMedo19	-,333	,556	-,372		
IdOpMedo23		,503	,387		
IdOpMedo15		-,483	-,313	,377	
IdOpMedo17			,897		
IdOpMedo12			,722		
IdOpMedo13			,713		
IdOpMedo18				,832	
IdOpMedo14			-,516	,728	
IdOpMedo11				,590	
IdOpMedo9	,388			,523	-,451
IdOpMedo3					,853
IdOpMedo10				-,376	,729
IdOpMedo16		,403			,593
IdOpMedo5	,475				-,501
IdOpMedo6					
Método de Extração: Análise de Componente Principal.					
Método de Rotação: Varimax com Normalização de Kaiser.					
Rotação convergida em 6 iterações.					

Tabela 30 – Análise Fatorial do Medo na Identificação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.

Teste de KMO e Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,571
Teste de esfericidade de Bartlett	Aprox. Qui-quadrado	59,460
	gl	15
	Sig.	,000

Matriz de componente rotativa			
	Componente		
	1	2	3
IdOpConf6	,887	,115	,008
IdOpConf5	,844	,397	-,134
IdOpConf1	,720	-,120	,368
IdOpConf3	,022	,869	,081
IdOpConf2	-,189	-,834	-,087
IdOpConf4	,054	,154	,951
Método de Extração: Análise de Componente Principal.			
Método de Rotação: Varimax com Normalização de Kaiser.			
Rotação convergida em 5 iterações.			

Tabela 31 – Análise Fatorial da Confiança na Identificação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.

Teste de KMO e Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,477
Teste de esfericidade de Bartlett	Aprox. Qui-quadrado	200,569
	gl	91
	Sig.	,000

Matriz de componente rotativa		
	Componente	
	1	2
ImOpPaixao12	,850	
ImOpPaixao14	,755	-,376
ImOpPaixao13	,661	,413
ImOpPaixao11	,645	
ImOpPaixao3	-,551	
ImOpPaixao7	-,482	
ImOpPaixao1	-,466	
ImOpPaixao6	,459	
ImOpPaixao5		-,829
ImOpPaixao4	-,377	,687
ImOpPaixao2		,592
ImOpPaixao10		-,537
ImOpPaixao9		
ImOpPaixao8		
Método de Extração: Análise de Componente Principal. Método de Rotação: Varimax com Normalização de Kaiser Rotação convergida em 3 iterações.		

Tabela 32 – Análise Fatorial da Paixão na Implementação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.

Teste de KMO e Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,713
Teste de esfericidade de Bartlett	Aprox. Qui-quadrado	57,351
	gl	15
	Sig.	,000

Matriz de componente rotativa		
	Componente	
	1	2
ImOpConf6	,844	,002
ImOpConf5	,827	,178
ImOpConf4	,770	,316
ImOpConf1	,731	-,345
ImOpConf3	-,018	,851
ImOpConf2	-,130	-,815
Método de Extração: Análise de Componente Principal.		
Método de Rotação: Varimax com Normalização de Kaiser.		
Rotação convergida em 3 iterações.		

Tabela 33 – Análise Fatorial da Confiança na Implementação da Oportunidade. Fonte: elaboração própria.