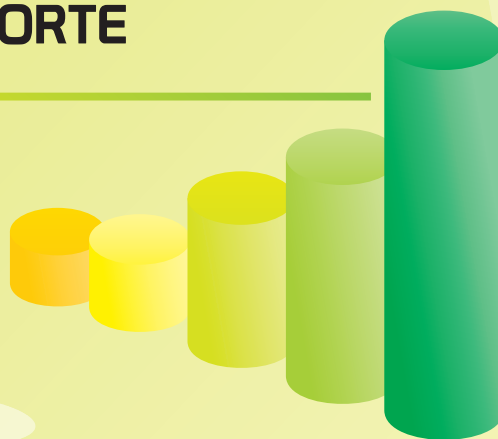


3Es
2Ps

EMPREENDEDORISMO e
ESTRATÉGIA de
EMPRESAS de
PEQUENO
PORTE



Organizadores

Fernando Gimenez
Jane Mendes Ferreira
Simone Cristina Ramos

Colaboradoras

Maria Luiza Trevizan Scherner
Gleide Morais de Carvalho

Fernando Gimenez
Jane Mendes Ferreira
Simone Cristina Ramos
(Organizadores)

EMPREENDEDORISMO E ESTRATÉGIA DE EMPRESAS DE PEQUENO PORTE 3Es2Ps

Coleção Empreendedorismo e Estratégia, 1

Colaboração
Maria Luiza Trevizan Scherner
Gleide Moraes de Carvalho



Curitiba
2010

© 2010, Fernando Gimenez e outros
2010, Editora Universitária Champagnat

Este livro, na totalidade ou em parte, não pode ser reproduzido por qualquer meio sem autorização expressa por escrito do Editor.

EDITORA UNIVERSITÁRIA CHAMPAGNAT
EDITOR-CHEFE Prof. Humberto Maciel França Madeira

BIBLIOTECÁRIA Viviane Gonçalves de Campos - CRB 9/1490
PROJETO GRÁFICO E CAPA Marcelo Barão
REVISÃO DE TEXTO Elisabete Franczak

EDITORA UNIVERSITÁRIA CHAMPAGNAT
Rua Imaculada Conceição, 1155 - Prédio da Administração - 3º andar
Câmpus Curitiba - CEP 80215-901 - Curitiba / PR
Tel. (41) 3271-1701 - Fax (41) 3271-1435
e-mail: editora.champagnat@pucpr.br – www.editorachampagnat.pucpr.br

E55 Empreendedorismo e estratégia de empresas de pequeno porte – 3Es2Ps / organizado por Fernando Gimenez, Jane Mendes Ferreira, Simone Cristina Ramos; colaboração: Maria Luiza Trevizan Scherner, Gleide Moraes de Carvalho. – Curitiba : Champagnat, 2010.
261 p. ; 21 cm. (Coleção Empreendedorismo e estratégia; 1)

Vários autores.
Inclui referências.
ISBN 978-85-7292-204-3

1. Empreendedorismo. 2. Estratégia. I. Gimenez, Fernando. II. Ferreira, Jane Mendes. III. Ramos, Simone Cristina. IV. Scherner, Maria Luiza. V. Carvalho, Gleide Moraes de. VI. Título. VII. Série.

CDD 658.421

 <p>FUNDAÇÃO ARAUCÁRIA Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Paraná</p> <p>A Fundação Araucária de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Paraná é uma entidade de direito privado que ampara a pesquisa científica e tecnológica e a formação de recursos humanos no Estado do Paraná. Os recursos financeiros utilizados pela Fundação têm origem no Fundo Paraná, que destina 2% da receita tributária do Estado ao desenvolvimento científico e tecnológico.</p>	 <p>GOVERNO DO PARANÁ www.pr.gov.br</p>  <p>Seti www.seti.gov.br</p>
<p>Fundação Araucária de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Paraná Av. Comendador Franco, 1341 - Cietep - Jd. Botânico - 80.215-090 - Curitiba - PR Tel.: 41 3271.7603 - Fax: 3271.7421 - www.FundacaoAraucaria.org.br</p>	



SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	5
OS <i>SPIN-OFFS</i> UNIVERSITÁRIOS E SEUS COMPONENTES PRINCIPAIS Cândido Borges	9
EMPREENDEDORISMO: à procura de uma abordagem de pesquisa Liliane de Oliveira Guimarães e Moema Miranda de Siqueira	17
AÇÕES EMPREENDEDORAS E PRÁTICAS DA PESQUISA EM EMPREENDEDORISMO Juvêncio Braga de Lima	25
EMPREENDEDORISMO SOB O ENFOQUE DE DIFERENTES PERSPECTIVAS TEÓRICAS Maria José Barbosa de Souza, Fernanda de Magalhães Trindade e Robson Freire	41
A COMPETÊNCIA EMPREENDEDORA DE RELACIONAMENTO MOBILIZANDO O CAPITAL SOCIAL NO PROCESSO DE ABSORÇÃO DE RECURSOS Fernando Gomes de Paiva Júnior e Larissa Fernanda de Lima Almeida	55
PRODUÇÃO CIENTÍFICA EM EMPREENDEDORISMO FEMININO: análise dos periódicos indexados no <i>Social Sciences Citation Index</i> , 2006 – jul. 2008 Amélia Silveira	69
COMPREENDENDO A IMERSÃO DE EMPREENDEDORAS EM REDES: a institucionalização da Associação de Mulheres de Negócios de Maringá Hilka Vier Machado, Ligia Greatti e Marcos Junio de Jesus	85
O SIGNIFICADO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA: as práticas da mulher brasileira em 2008 Denise de Camargo, Regina Márcia Brolesi, Maria Lucia F. G. de Meza, Sieglinde Kindl da Cunha e Yára Lucia Mazziotti Bulgacov	105
O EMPREENDEDORISMO FEMININO E O CONFLITO TRABALHO-FAMÍLIA: estudo de caso no setor da construção civil da cidade de Curitiba Márcia Regina de Campos Strobino e Rivanda Meira Teixeira	127
UM ESTUDO DE FORMAÇÃO DE ESTRATÉGIAS NO CONTEXTO DE PEQUENAS EMPRESAS DA CIDADE DE CURITIBA-PR Elza Hofer, Hanna Tatarchenko Welgacz, Antonio Guilherme de Arruda Lorenzi e Elói Júnior Damke	141
O PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE ESTRATÉGIAS: um estudo de caso comparativo em pequenas empresas de contabilidade Silvana Anita Walter, Daniela Torres da Rocha, Sara Regina Hokai, Elaine Aparecida Vidal de Anhaia e Fernando Antonio Prado Gimenez	159
MONITORAÇÃO DE INFORMAÇÕES ESTRATÉGICAS DO AMBIENTE EXTERNO: proposição de um processo para a pequena empresa Éverton Luís Pellizzaro de Lorenzi Cancellier e Andréia Regina Campos Salum	177
USO DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO COMO VANTAGEM COMPETITIVA EM MPMEs EM SETORES TRADICIONAIS Meire Maria Andrade Cavalari e Maria Alexandra Viegas Cortez da Cunha	189
TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTO ENTRE EMPRESAS AGLOMERADAS TERRITORIALMENTE: um estudo na indústria calçadista do Vale do Rio Tijucas Valmir Emil Hoffmann, F. Xavier Molina-Morales, M. Teresa Martínez-Fernández, Marcos Antonio Ribeiro Andrade e Sandra Fernandes	203

AMBIENTE E COMPORTAMENTO ESTRATÉGICO: um estudo no setor hoteleiro de Florianópolis – SC	217
Omar Raimundo de Paula Teixeira, Carlos Ricardo Rossetto e Carlos Eduardo Carvalho	
ATRIBUTOS DO ESTRATEGISTA E AMBIENTE COMPETITIVO: simulação de decisões estratégicas em pequenas empresas	229
Jane Mendes Ferreira, Fernando Antonio Prado Gimenez e Simone Cristina Ramos	
AS RELAÇÕES NA GESTÃO ESTRATÉGICA DE PME DIRIGIDAS POR EQUIPES DE DIREÇÃO	239
Edmilson Lima	
SOBRE OS AUTORES	251

APRESENTAÇÃO

A ideia deste livro surgiu quando, em conversa com alguns colegas, pensamos em organizar um encontro de pesquisadores brasileiros envolvidos com o estudo de temas relacionados ao empreendedorismo e à estratégia de empresas de pequeno porte. Assim, contatando os pesquisadores e pesquisadoras que já haviam publicado trabalhos nesses dois campos do conhecimento em revistas e congressos nacionais, demos início à organização do **I Colóquio sobre Empreendedorismo e Estratégia de Empresas de Pequeno Porte – 3Es2Ps**.

Nossa intenção foi buscar uma maneira de reunir um grupo de pesquisadores para conversarmos sobre as linhas de pesquisa que cada um estivesse desenvolvendo em seus programas de pós-graduação. Para isso, tivemos a felicidade de contar com o apoio da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, por meio do Programa de Pós-Graduação em Administração, bem como com o suporte financeiro da Fundação Araucária de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Paraná.

Durante a organização do evento, tivemos o desejo de marcar sua realização com uma iniciativa diferente que permitisse amplo acesso da comunidade acadêmica aos trabalhos apresentados e discutidos no 3Es2Ps. Assim, propusemos aos pesquisadores convidados que consentissem a publicação de seus trabalhos em um livro digital que ficaria à disposição de todos os interessados de forma gratuita em algum sítio da Internet. Assim, com a aceitação da ideia pelos autores, obtivemos o patrocínio da Editora Champagnat, que concordou em publicar o livro e franquear gratuitamente seu acesso. Além disso, a publicação deste livro inaugura uma nova coleção da Editora, intitulada “Empreendedorismo e Estratégia”, coleção que objetiva publicar trabalhos que contribuam para o aprofundamento do entendimento desses dois fenômenos multifacetados que estão presentes em todas as organizações. Em conformidade com o espírito acadêmico, a coleção poderá incluir trabalhos que abordem questões de empreendedorismo e estratégia sob os mais diversos enfoques e abordagens conceituais.

Neste livro, o leitor encontra dezessete trabalhos escritos por professores e estudantes de mestrado e doutorado vinculados a onze Programas de Pós-Graduação em Administração sediados em seis Estados brasileiros. Ao todo são 44 autores que trazem ao público sua mais recente produção em estudos sobre empreendedorismo e estratégia de empresas de pequeno porte.

No campo do empreendedorismo o livro contém nove capítulos. Borges discute o conceito de *spin off* universitário apresentando uma descrição tridimensional do processo de geração desse fenômeno. Na conclusão, o autor argumenta pela necessidade de ampliação desse conceito, em função da diversidade de tipos de *spin offs* que podem ser encontrados. Guimarães e Siqueira apresentam uma reflexão sobre a produção científica que realizaram ao longo de suas trajetórias acadêmicas desde 2000. Nesse esforço reflexivo, as autoras apresentam importantes contribuições sobre temas que merecem atenção da comunidade, destacando-se a proposição de aperfeiçoamentos no ensino e pesquisa do empreendedorismo e avaliação crítica das políticas públicas ao estímulo do empreendedorismo. Da mesma forma, Lima avalia sua trajetória de pesquisa em empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. Criticando a excessiva valorização do indivíduo nos estudos do campo, o autor enfatiza a necessidade de se considerar o contexto, as ações empreendedoras e as redes sociais na busca de explicações mais adequadas nesse estudo. Souza, Trindade e Freire discutem as diferentes perspectivas presentes na pesquisa sobre empreendedorismo, apontando as várias classificações

existentes sobre o assunto, com predomínio das perspectivas econômica e comportamentalista. Paiva Jr. e Almeida enfocam a competência relacional de empreendedores e sua relação com a aquisição de recursos por meio de redes sociais. Conforme apontado pelos autores, confiança e reputação são indicados pelos empreendedores como retornos relevantes na interação em redes. Além disso, emergiu do estudo a ideia de reatividade com fonte de vantagem competitiva para as empresas em rede.

Ainda no campo do empreendedorismo, um foco acentuado tem recaído sobre os estudos de gênero, em especial o empreendedorismo feminino. Neste livro, quatro trabalhos abordam essa questão. Silveira contribui significativamente ao realizar uma sistematização da produção científica em empreendedorismo no período de 2006 a 2008, citadas no *Social Sciences Citation Index*. Além de ser um guia para o pesquisador que queira conhecer o assunto mais profundamente, a autora indica que o tema está em desenvolvimento, encontrando-se ainda em estágio inicial. Isso pode indicar aos que por ventura se interessem pelo tema, a existência de lacunas a serem preenchidas. Machado, Greatti e Jesus estudam a inserção de empreendedoras em redes sociais por meio da análise da institucionalização da Associação de Mulheres de Negócios em Maringá. O estudo permitiu às autoras inferir a existência de uma “parede de vidro” que impede a participação mais ativa das empreendedoras em sua própria associação. É uma noção instigante que merece novos estudos. Outro estudo que analisa a questão da empreendedora é apresentado por Camargo, Brolesi, Meza, Cunha e Bulgacov. Nesse capítulo, as autoras refletem sobre as práticas da mulher empreendedora brasileira em um contexto pós-fordista. A conclusão das autoras aponta para a necessidade de políticas públicas que atentem para as especificidades das condições laborais femininas visando superar a tendência percebida por elas de manutenção de um trabalho precário e não de empreendimentos que garantam a realização pessoal das mulheres que empreendem. Strobino e Teixeira discutem um tema importante no empreendedorismo feminino, o conflito trabalho-família. Utilizando-se de um estudo de caso, as pesquisadoras identificam as dificuldades que a empreendedora enfrenta na separação do mundo do trabalho e da família.

O tema da estratégia de empresas de pequeno porte é abordado em oito capítulos do livro. Hofer, Welgacz, Lorenzi e Damke descrevem o processo de formação de estratégia em pequenas empresas analisando quatro dimensões: contexto de referência, atitude empreendedora, conteúdo da estratégia e desenvolvimento da estratégia. De forma similar, Walter, Rocha, Hokai, Anhaia e Gimenez abordaram as mesmas dimensões em um estudo de natureza qualitativa. Os dois capítulos surgiram de estudos feitos no âmbito de uma disciplina de Pós-Graduação em Administração da PUCPR, com a intenção de explorar visões multidimensionais do processo estratégico em empresas de pequeno porte. Cancellier e Salum fazem uma proposição sobre o processo de monitoramento de informações estratégicas para pequenas empresas. Partindo do estudo de um pequeno supermercado, os autores concluem que o acompanhamento do ambiente de uma pequena empresa deve ser focado em três aspectos: ênfase em um pequeno número de questões estratégicas, uso de fontes variadas de informação e análise simples. Abordando a utilização de tecnologias de informação e comunicação como fonte de vantagem competitiva, Cavallari e Cunha investigaram as possibilidades das TICs serem usadas como ferramenta de integração interorganizacional no estudo de um arranjo produtivo local. Hoffmann, Molina-Morales, Martínez-Fernández, Andrade e Fernandes relatam, também, um estudo feito em empresas regionalmente aglomeradas. Nesse capítulo são apresentados resultados preliminares sobre transferência de conhecimento entre empresas aglomeradas territorialmente, envolvendo as relações entre as empresas, a influência da mão-de-obra, e as instituições e seus serviços. Os autores concluem que a transferência de conhecimento na aglomeração é mais intensa via

mobilidade da mão-de-obra. Teixeira, Rossetto e Carvalho investigam a relação entre ambiente e comportamento estratégico em hotéis de Florianópolis, SC. Adotando a tipologia estratégica de Miles e Snow (1978), os autores identificaram predominância da estratégia prospectora, apesar de uma diversidade de percepções ambientais. A adoção da abordagem das configurações no estudo de estratégia em pequenas empresas é exemplificada no capítulo de Ferreira, Gimenez e Ramos. Em condições simuladas, os três pesquisadores perceberam a existência de três configurações de estilo cognitivo do estrategista, estratégia competitiva e contexto ambiental. Esse resultado amplia as explicações sobre a relação entre escolhas estratégicas e preferências estilísticas do estrategista. Lima apresenta uma contribuição significativa para o tema da gestão estratégica de pequenas empresas abordando a questão das relações entre equipes de direção. A partir de vários estudos, realizados pelo autor, surge a proposição da ideia de conversa estratégica como um processo condutor da estratégia em pequenas empresas.

Os trabalhos que compõem este livro permitem ao leitor perceber a complexidade e a diversidade de temas que podem ser estudados tanto no campo do empreendedorismo quanto no da estratégia de pequenas empresas. Uma consideração que julgamos relevante ao tornar público este livro é que uma comunidade de estudos brasileiros sobre empreendedorismo e estratégia de pequenas empresas está se formando. Ao longo dos últimos dez anos, desde os primeiros encontros de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas, muitos dos autores que aqui contribuem vêm conversando sobre seus estudos. Atentos ao desenvolvimento nacional e internacional de seus interesses de pesquisa, esses autores começam a demonstrar que há espaço para contribuições originais com base em esforço e reflexão contínua. Esperamos que a leitura seja tão agradável quanto têm sido nossas conversas acadêmicas.

Boa leitura!

Fernando Gimenez
Jane Mendes Ferreira
Simone Cristina Ramos

OS *SPIN-OFFS* UNIVERSITÁRIOS E SEUS COMPONENTES PRINCIPAIS

Cândido Borges

Os estudos sobre *spin-offs* universitários estão entre os precursores do empreendedorismo tecnológico como campo de estudo. Ao se construir a linha histórica das pesquisas nesse campo, os trabalhos de Cooper (1971a, b) e Roberts (1968) aparecem entre os pioneiros. Roberts estudou *spin-offs* do *Massachusetts Institute of Technology* e Cooper analisou *spin-offs* da *Stanford University*.

Esse longínquo interesse da academia por *spin-offs* universitários, que perdurou ao longo dos anos e cresce neste início do século XXI (DRUILHE; GARNSEY, 2004; NICOLAOU; BIRLEY, 2003; SHANE, 2004), se explica pela importância dos *spin-offs* universitários como mecanismo de transferência de tecnologias das universidades para o mercado e pelos impactos positivos, em termos de renda, emprego e inovação tecnológica, que eles podem causar nas regiões que circundam as universidades das quais eles são originados.

Neste artigo, o *spin-off* universitário, também conhecido por *spin-off* acadêmico, é definido como sendo uma nova empresa tecnológica criada por estudantes, professores ou pesquisadores com o uso de uma tecnologia aprendida ou desenvolvida na universidade onde atuam profissionalmente ou estudam (KADJI-YOUALEU; FILION, 2002; MEYER, 2003; PIRNAY; SURLEMONT; NLEMVO, 2003). É importante salientar que apesar do termo *spin-off* ser aqui usado para se referir à nova empresa, na literatura o mesmo termo é por vezes utilizado para se referir ao processo que resulta na criação dessa nova empresa.

Existem diferentes tipos de *spin-offs* universitários. As diferenças entre eles decorrem, entre outros, das variações existentes em três componentes principais do processo de geração de um *spin-off* universitário: os empreendedores, a universidade e a tecnologia utilizada no produto desenvolvido pela empresa nascente. O objetivo principal deste estudo é apresentar as principais variações existentes entre esses componentes e o papel de cada um deles no processo de geração dos *spin-offs*.

Na próxima seção será mostrada a importância dos *spin-offs* universitários para as instituições de ciência e tecnologia (ICT) e para a sociedade. Na seção seguinte serão analisados os principais componentes do processo de geração de *spin-offs*. Na última seção, a conclusão, será feita uma síntese desses componentes e suas implicações para a pesquisa.

Importância dos *spin-offs* universitários

O interesse das universidades em gerar *spin-offs* e do campo do empreendedorismo em estudá-los pode se explicar por algumas razões. Em primeiro lugar, a geração de *spin-offs* é importante como mecanismo de transferência de tecnologias da universidade para a sociedade (CHIESA; PICCALUGA, 2000; ETZKOWITZ, 2003). Os *spin-offs* constituem um mecanismo de transferência de tecnologia porque eles comercializam produtos que utilizam conhecimentos tecnológicos desenvolvidos ou

aprendidos na universidade (ROGERS; TAKEGAMI; YIN, 2001). Dessa forma, os *spin-offs* transformam os conhecimentos científicos e tecnológicos da universidade em produtos que são utilizados pelo mercado.

Em segundo lugar, os *spin-offs* favorecem a interação entre a universidade e as empresas, pois têm ligação com os dois mundos (acadêmico e empresarial) e dessa forma acabam atuando como uma ponte que facilita o fluxo de informações, de serviços e de pessoas entre eles (OCDE, 2001). A OCDE (2001) indica outras contribuições dos *spin-offs*: os pesquisadores e profissionais de alto nível permanecem na região, há um aumento das oportunidades de desenvolvimento e de trabalho para os estudantes e a geração de *spin-off* melhora a imagem da universidade, aproximando-a de certos anseios da sociedade, como a criação de um ambiente regional inovador, de empregos e de riquezas.

Outra contribuição importante dos *spin-offs* para as universidades é o retorno econômico que eles podem proporcionar para elas. Uma das formas mais utilizadas pelas universidades para conseguir retorno financeiro de suas tecnologias é o licenciamento. Mas, quando comparada com a concessão de licenças, a participação acionária das universidades nos *spin-offs* gera mais benefícios econômicos para elas. Essa é a conclusão de Bray e Lee (2000), que realizaram uma pesquisa com dez universidades norte-americanas e compararam o retorno financeiro conseguido por causa das licenças com o retorno possibilitado pelas participações acionárias em *spin-offs*.

Além da importância que os *spin-offs* representam para a sociedade e para as universidades, os estudos dos *spin-offs* se justificam por duas contribuições que geram para o campo do empreendedorismo. A primeira é que alguns pesquisadores do campo buscam identificar maneiras de reduzir os riscos que são inerentes a qualquer processo de criação. Como as empresas resultantes de um processo de *spin-off* têm uma taxa de mortalidade menor que as demais empresas nascentes, identificar o que as tornam mais bem-sucedidas pode gerar melhorias para outras formas de criação. Essa taxa de mortalidade reduzida pode se explicar, em parte, pelo fato dos *spin-offs* nascerem com algum tipo de apoio da universidade – apoio que pode ir de um serviço de incubação ao acesso facilitado aos laboratórios e outros recursos (FILION; LUC; FORTIN, 2003).

A segunda razão é que existe uma relação importante entre as características e estratégias das empresas nascentes (todas elas, não apenas os *spin-offs*) e as organizações de origem dos empreendedores que as criam, de forma que os pesquisadores do campo se interessam em conhecer melhor essa relação (GASSE, 2002; JONES-EVANS, 1997; TESFAYE, 1997). A passagem pela organização de origem (ou organização-mãe) é um período em que os empreendedores adquirem conhecimentos sobre o mercado ou a tecnologia, identificam modelos para imitar, visualizam oportunidades de negócio e desenvolvem uma rede de contatos que posteriormente alimentará a empresa nascente. Por colocar a organização de origem como um de seus componentes centrais, os estudos sobre geração dos *spin-offs* explicitam essa relação e constituem um campo propício para melhor compreendê-la.

Os componentes do processo de geração de *spin-offs*

O termo *spin-off* vem do inglês e faz alusão ao fato de uma nova empresa, seus empreendedores, a tecnologia utilizada na nova empresa ou todos estes deixarem ou serem lançados para fora de uma organização já existente, também chamada de organização-mãe.

Em um processo de *spin-off* universitário, a organização-mãe é uma universidade e os empreendedores são estudantes, professores ou pesquisadores da universidade. Basicamente, o processo ocorre da seguinte forma: os empreendedores, durante suas atividades acadêmicas na universidade, adquirem conhecimentos tecnológicos que em seguida utilizam para, com o apoio ou não da universidade, desenvolver um produto ou serviço que será comercializado por meio da criação de uma empresa.

A organização-mãe, os empreendedores e a tecnologia são os três principais componentes de um processo de geração de *spin-offs* (FILION; LUC; FORTIN, 2003; KADJI-YOUALEU; FILION, 2002; MEYER, 2003; PIRNAY; SURLEMONT; NLEMVO, 2003). Cada um desses componentes será apresentado em detalhes nas subseções seguintes.

A organização-mãe

A organização-mãe é a origem do empreendedor e da tecnologia que servirá de base para a criação da nova empresa. É nela que o empreendedor trabalha ou estuda e que a tecnologia utilizada pelo *spin-off* é desenvolvida ou difundida. No caso dos *spin-offs* universitários, as organizações-mãe são tradicionalmente as universidades, mas, em um sentido mais amplo, todas as instituições de ciência e tecnologia podem atuar como geradoras de *spin-offs* (KADJI-YOUALEU; FILION, 2002).

Além de ser a origem dos empreendedores e da tecnologia, a organização-mãe apoia o processo de criação da nova empresa. Esse apoio pode se dar de várias formas: acesso aos laboratórios; serviço de registro e licenciamento de patentes; desenvolvimento de uma cultura empreendedora na universidade; ajuda financeira; consultoria ou cursos em gestão e comercialização; espaços para instalação das empresas nascentes e acesso à rede de contatos da universidade (KADJI-YOUALEU; FILION, 2002; MEYER, 2003; OCDE, 2001; SHANE, 2004). Um dos principais instrumentos de suporte das universidades à geração de *spin-offs* são os incubadoras de empresas, onde vários serviços de apoio são concentrados (GRIMALDI; GRANDI, 2005).

A estrutura de suporte oferecido pelas universidades aos *spin-offs* varia muito entre as instituições. Foi a essa constatação que chegaram Clarysse et al. (2005), após investigarem o processo de geração de *spin-offs* em 43 instituições universitárias e científicas de cinco países europeus. Segundo esses autores, algumas instituições oferecem apenas serviços básicos, como cursos sobre plano de negócios, enquanto outras oferecem um apoio mais bem estruturado, que inclui acompanhamento por um longo período, espaço físico para as empresas, ajuda na comercialização e financiamento do novo negócio.

Clarysse et al. (2005) indicam ainda que um apoio mais bem estruturado e de envergadura é necessário à geração de *spin-offs* que utilizem plataformas tecnológicas de última geração e que tenham um alto potencial de crescimento. O desenvolvimento dessas tecnologias até o ponto de comercialização requer, em geral, muito tempo e recursos.

O suporte que as universidades oferecem aos *spin-offs* pode ser determinante para o sucesso de um programa de geração de *spin-offs* (SMILOR; GIBSON; DIETRICH, 1990; STEFFENSEN; ROGERS; SPEAKMAN, 2000; TÜBKE, 2005), mas ele não é o único fator ligado à organização-mãe que colabora para esse sucesso. Como mostra o Quadro 1, existem outros.

QUADRO 1 – Fatores ligados à organização-mãe que favorecem o sucesso de um programa de geração de *spin-offs*

- Excelência reconhecida em pesquisa;
- Presença de uma massa crítica de pesquisadores especialistas em diversos campos disciplinares;
- Atitude positiva da administração universitária ante a comercialização do conhecimento tecnológico de professores e pesquisadores;
- Política de propriedade intelectual e de divisão de *royalties* com os pesquisadores;
- Relações contratuais flexíveis com os professores;
- Engajamento institucional com o programa de geração de *spin-offs*;
- Existência de políticas claras e de medidas de incentivo à geração de *spin-offs*;
- Infraestrutura de transferência tecnológica;
- Infraestrutura de incubação de empresas nascentes;
- Apoio continuado aos empreendedores acadêmicos ao longo de todo o processo de criação do *spin-off*;
- Equipe de especialistas em *spin-offs* com estreitas ligações com o mundo financeiro e de negócios;
- Reconhecimento de pesquisadores que se tornaram empreendedores (valorização de modelos);
- Atividades e formações em empreendedorismo.

Fonte: Adaptado de KADJI-YOUALEU; FILION, 2002; LUC; SAVARY; FILION, 2003.

Os empreendedores

O segundo componente fundamental no processo de geração de *spin-offs* é o empreendedor. Na verdade, o mais apropriado seria dizer os empreendedores e não o empreendedor, pois a maior parte das empresas tecnológicas são criadas por uma equipe de empreendedores e não apenas por um empreendedor (COOPER; DAILLY, 1997; NEERGAARD, 2005). No Canadá, por exemplo, em uma pesquisa com 196 novas empresas, Borges, Filion e Simard (2006) constataram que 90% das empresas de alta tecnologia (as que investem mais de 41% de seu faturamento em pesquisa e desenvolvimento) foram criadas por equipes formadas por dois ou mais empreendedores.

No Brasil, 82% das empresas incubadas em 2003, de todos os setores (tecnológicos ou não), foram criadas por equipes de empreendedores (ANPROTEC, 2002). Criar uma empresa em equipe é uma das formas que os empreendedores utilizam para reunir os recursos e competências necessários para o projeto. Pesquisas mostram que as empresas com uma equipe de empreendedores heterogênea em termos de experiência e de conhecimentos têm maior probabilidade de sobreviver e crescer que as demais (ASPELUND; BERG-UTBY; SKJEVDAL, 2005; COOPER; DAILLY, 1997). O Quadro 2 mostra outros fatores ligados aos empreendedores, os quais favorecem o sucesso de um *spin-off*.

QUADRO 2 – Fatores ligados ao empreendedor que contribuem para o sucesso na criação de um *spin-off* universitário

- Conhecimento tecnológico e em gestão;
- Experiência no setor;
- Capacidade de aprendizagem;
- Desejo de independência e vontade de realizar;
- Visão;
- Gestão eficaz do tempo;
- Habilidades em comunicação e em vender o seu projeto;
- Rede de contatos nos meios científicos, financeiros e de negócios;
- Disponibilidade de recursos financeiros oriundos de variadas fontes.

Fonte: Adaptado de KADJI-YOUALEU; FILION, 2002; LUC; SAVARY; FILION, 2003; SAMMUT, 1998.

Os empreendedores de um *spin-off* universitário são, em geral, professores, pesquisadores ou estudantes de graduação ou pós-graduação da universidade. Pirnay, Surlemont e Nlemvo (2003) fazem uma distinção entre as empresas criadas por professores ou pesquisadores e aquelas criadas por estudantes. As primeiras eles chamam de *spin-off* acadêmico (SOA) e as segundas de *spin-off* estudante (SOE).

Segundo esses autores, enquanto os SOAs são basicamente criados para explorar comercialmente resultados de pesquisas feitas na universidade, os SOEs se concentram em setores com poucas barreiras para entrar, como aplicações em internet. Os estudantes raramente exploram oportunidades de negócios ancoradas em alguma descoberta tecnológica resultante de pesquisas feitas na universidade e por ela protegidas. Para Pirnay, Surlemont e Nlemvo (2003) o tipo de *spin-off* (SOA ou SOE) tem uma influência considerável sobre as relações entre a universidade e o *spin-off* e sobre os recursos necessários para lançar a empresa. Os SOAs têm projetos mais bem estruturados e que demandam mais recursos.

Outros autores que utilizaram as variações entre os tipos de empreendedor para construir uma tipologia de *spin-offs* foram Nicolaou e Birley (2003). Esses autores sugerem três tipos de *spin-offs* universitários: *spin-off* ortodoxo, *spin-off* híbrido e *spin-off* de tecnologia. No primeiro tipo (ortodoxo), o pesquisador abandona suas atividades na universidade para se dedicar integralmente à nova empresa. No segundo tipo (híbrido), o pesquisador tem uma vida dupla: continua com seu cargo na universidade e, ao mesmo tempo, passa a atuar na empresa nascente. Segundo Nicolaou e Birley (2003), esse último tipo de *spin-off* universitário é o mais comum. No último tipo (*spin-off* de tecnologia), o pesquisador não tem nenhum papel efetivo na nova empresa, que será criada por um empreendedor externo (também chamado de *surrogate* ou substituto). Nesse último caso, a organização-mãe faz a transferência da tecnologia e oferece apoio ao processo de criação da nova empresa, mas o empreendedor vem do exterior da universidade.

O conceito de empreendedor externo já tinha sido abordado anteriormente por Radosevich (1995) e Franklin e Wright (2000). Segundo esses últimos autores, utilizar empreendedores originários da própria universidade é a forma mais utilizada, mas os externos estão cada vez mais presentes nos projetos de *spin-off*. Um empreendedor externo pode criar a nova empresa só ou em parceria com um pesquisador, professor ou alunos da universidade. Neste segundo caso, os empreendedores da universidade costumam preservar suas atividades acadêmicas.

Utilizando empreendedores externos, as universidades podem transferir tecnologias e gerar novas empresas sem necessariamente perder seus melhores pesquisadores (FRANKLIN; WRIGHT, 2000).

A tecnologia

O terceiro componente do processo de geração de *spin-offs* que produz variações nos tipos de *spin-offs* é a natureza da tecnologia transferida à nova empresa. Na tipologia de *spin-offs* de Pirnay, Surlemont e Nlemvo (2003), por exemplo, a tecnologia é uma das dimensões consideradas. Segundo esses autores, existem dois tipos principais de tecnologia: codificada e tácita. A primeira resulta normalmente na comercialização de produtos e a segunda produz mais empresas de serviços, como as empresas de consultoria.

Os conhecimentos tácitos são mais associados aos indivíduos, são mais pessoais, acumulados ao longo dos anos, com a experiência e a participação nas atividades universitárias. Por outro lado, os conhecimentos codificados podem pertencer, por

exemplo, à universidade, na forma de uma patente (PIRNAY; SURLEMONT; NLEMVO, 2003). Em geral, a criação de um *spin-off* para explorar uma tecnologia patenteada é um processo mais demorado e exigente em recursos.

A tipologia de Pirnay, Surlemont e Nlemvo (2003) considera apenas os casos em que a tecnologia é originária da universidade. São tecnologias codificadas ou tácitas desenvolvidas ou aprendidas na universidade. Entretanto, Luc, Savary e Fillion (2003) ressaltam que, em certos casos, a tecnologia pode ser originada de uma organização outra que a universidade ou ainda híbrida, onde o *spin-off* utiliza uma tecnologia desenvolvida fora da universidade, mas que agrega conhecimentos tecnológicos da própria universidade.

Alguns autores focam suas análises apenas nas tecnologias protegidas e patenteadas (SHANE, 2004). Ao considerar outros tipos de tecnologias, como as tácitas ou externas, o potencial dos programas de geração de *spin-offs*, e das pesquisas sobre eles, tornam-se ainda maiores, pois passam a abranger toda a gama de conhecimentos tecnológicos existentes na universidade e mesmo fora dela.

Considerações finais

Foram analisados os três principais componentes de um processo de *spin-off*, que são a organização-mãe, o empreendedor e a tecnologia. A Tabela 1 sintetiza as diferentes possibilidades e o papel destes três componentes.

Na introdução deste artigo definiu-se um *spin-off* universitário como sendo uma nova empresa tecnológica criada por estudantes, professores ou pesquisadores com o uso de uma tecnologia aprendida ou desenvolvida na universidade em que atuam profissionalmente ou estudam. Considerando o Quadro 3, nota-se que essa definição deve ser ampliada de forma a abranger também os empreendedores e as tecnologias externas. Mesmo nos casos em que um empreendedor, ou parte da tecnologia, venha de fora da universidade, os *spin-offs* continuam a exercer o importante papel de interlocutor entre universidade e mercado e de difusor de novas tecnologias e inovação.

QUADRO 3 – Identificação e papel dos principais componentes dos *spin-offs* universitários

Componente	Tipos	Papel
Organização-mãe (universidade)	Varição nos serviços e na estrutura de serviços ofertados aos empreendedores.	A organização-mãe é a origem dos empreendedores ou da tecnologia. Além disso, ela apoia o processo de criação da nova empresa.
Empreendedor	<ul style="list-style-type: none"> • Professor • Estudante • Pesquisador • Externo (<i>surrogate</i>) 	Criador da empresa, só ou em equipe.
Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> • Tácita (mais associada aos indivíduos) • Codificada (resultados de pesquisa que normalmente se transformam em patentes e pertencem, ao menos em parte, à universidade) • Originária da universidade • Originária de uma outra universidade ou indivíduo 	A tecnologia é a base dos produtos e serviços desenvolvidos pelo <i>spin-off</i> .

A constatação de que existem variadas estruturas de suporte, diferentes tipos de empreendedores e de tecnologias tornam o papel dos pesquisadores que se interessam pelo estudo de *spin-offs* uma tarefa mais desafiadora. Não existe um tipo de *spin-off* único, mas vários. Da mesma forma, os componentes que interagem na sua formação se apresentam de múltiplas formas, cada uma com um impacto diferente na nova empresa que é criada. Em consequência, seria importante que os pesquisadores do campo do empreendedorismo considerassem essas múltiplas perspectivas, procurando compreender as interações possíveis entre elas e particularidades de cada tipo de *spin-off*.

Referências

- ASPELUND, A.; BERG-UTBY, T.; SKJEVDAL, R. Initial resources' influence on new venture survival: a longitudinal study of new technology-based firms. **Technovation**, v. 25, n. 11, p. 1337-1347, 2005.
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORAS DE EMPREENDIMENTOS INOVADORES – ANPROTEC. **Panorama incubadoras 2002**. Brasília: ANPROTEC, 2002.
- BORGES, C.; FILION, L. J.; SIMARD, G. Le parcours des créateurs d'entreprises technologiques: de l'idée d'affaires au seuil de rentabilité. In: ANNUAL CONFERENCE OF THE CANADIAN COUNCIL FOR SMALL BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP, 23rd., 2006, **Anais...** Trois-Rivières, 2006.
- BRAY, M. J.; LEE, J. N. University revenues from technology transfer: licensing fees vs. equity positions. **Journal of Business Venturing**, v. 15, n. 5/6, p. 385, 2000.
- CHIESA, V.; PICCALUGA, A. Exploitation and diffusion of public research: the case of academic *spin-off* companies in Italy. **R & D Management**, v. 30, n. 4, p. 329-338, 2000.
- CLARYSSE, B. et al. Spinning out new ventures: a typology of incubation strategies from European research institutions. **Journal of Business Venturing**, v. 20, n. 2, p. 183-216, 2005.
- COOPER, A. C. **The founding of technologically-based firms**. Milwaukee: Center for Venture Management, 1971a.
- _____. Spin-offs and technical entrepreneurship. **IEEE Transactions on Engineering Management**, v. EM-18, n. 1, p. 2-6, 1971b.
- COOPER, A. C.; DAILLY, C. M. Entrepreneurial teams. In: SEXTON, D.; SMILOR, R. W. (Org.). **Entrepreneurship 2000**. Chicago: Upstart, 1997. p. 167-188.
- DRUILHE, C.; GARNSEY, E. Do academic spin-outs differ and does it matter? **Journal of Technology Transfer**, v. 29, p. 269-285, 2004.
- ETZKOWITZ, H. Research groups as 'quasi-firms': the invention of the entrepreneurial university. **Research Policy**, v. 32, n. 1, p. 109-121, 2003.
- FILION, L. J.; LUC, D.; FORTIN, P.-A. **L'essaimage d'entreprises: vers de nouvelles pratiques entrepreneuriales**. Montreal: Transcontinental, 2003.
- FRANKLIN, S.; WRIGHT, M. University spin-out companies: academic and surrogate entrepreneurs. In: DURING, W.; OAKLEY, R. P.; KIPLING, M. (Org.). **New technology-based firms at the turn of the century**. Amsterdam: Pergamon, 2000. p. 35-49.
- GASSE, Y. **Les entrepreneurs technologiques: le profil des chercheurs-entrepreneurs**. 2002. Disponível em: <<http://www.fsa.ulaval.ca/cepme/Articles&documents/Ent-Chercheurs.pdf>>. Acesso em: 07 nov. 2009.

GRIMALDI, R.; GRANDI, A. Business incubators and new venture creation: an assessment of incubating models. **Technovation**, v. 25, n. 2, p. 111-121, 2005.

JONES-EVANS, D. Technical entrepreneurship, experience and the management of small technology-based firms. In: JONES-EVANS, D.; KLOFSTEN, M. (Org.). **Technology, innovation and enterprise: the European experience**. London: Macmillan Press, 1997. p. 11-60.

KADJI-YOULEU, C.; FILION, L. J. **Essaimage technologique: examen de la documentation**. Montréal: Chaire d'Entrepreneuriat Rogers-J.-A.-Bombardier, 2002. (Cahier de recherche 2002-14).

LUC, D.; SAVARY, I.; FILION, L. J. **Guide sur l'essaimage d'entreprises technologiques**. Montréal: Chaire d'Entrepreneuriat Rogers-J.-A.-Bombardier, 2003. (Cahier de recherche 2003-01).

MEYER, M. Academic entrepreneurs or entrepreneurial academics? Research-based ventures and public support mechanisms. **R & D Management**, v. 33, n. 2, p. 107-115, 2003.

NEERGAARD, H. Networking activities in technology-based entrepreneurial teams. **International Small Business Journal**, v. 23, n. 3, p. 257-278, 2005.

NICOLAOU, N.; BIRLEY, S. Academic networks in a trichotomous categorisation of university spinouts. **Journal of Business Venturing**, v. 18, n. 3, p. 333-359, 2003.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT – OCDE. **Special issue on fostering high-tech spin-offs: a public strategy for innovation**. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development, 2001.

PIRNAY, F.; SURLEMONT, B.; NLEMVO, F. Toward a typology of university spin-offs. **Small Business Economics**, v. 21, n. 4, p. 355-369, 2003.

RADOSEVICH, R. A model for entrepreneurial spin-offs from public technology sources. **International Journal of Technology Management**, v. 10, n. 7/8, p. 879-893, 1995.

ROBERTS, E. Entrepreneurship and technology: a basic study of inovators. **Research Management**, v. 11, n. 4, p. 249-266, 1968.

ROGERS, E. M.; TAKEGAMI, S.; YIN, J. Lessons learned about technology transfer. **Technovation**, v. 21, n. 4, p. 253-261, 2001.

SAMMUT, S. **Jeune entreprise: la phase cruciale du démarrage**. Paris: L'Harmattan, 1998.

SHANE, S. **Academic entrepreneurship: university spinoffs and wealth creation**. Cheltenham: Elgar, 2004.
SMILOR, R. W.; GIBSON, D. V.; DIETRICH, G. B. University spin-out companies: technology start-ups from UT-Austin. **Journal of Business Venturing**, v. 5, n. 1, p. 63-76, 1990.

STEFFENSEN, M.; ROGERS, E. M.; SPEAKMAN, K. Spin-offs from research centers at a research university. **Journal of Business Venturing**, v. 15, n. 1, p. 93-111, 2000.

TESFAYE, B. Patterns of formation and development of high-technology entrepreneurs. In: JONES-EVANS, D.; KLOFSTEN, M. (Org.). **Technology, innovation and enterprise: the European experience**. London: Macmillan Press, 1997. p. 61-106.

TÜBKE, A. **Success factors of corporate spin-offs**. New York: Springer, 2005.

EMPREENDEDORISMO: à procura de uma abordagem de pesquisa

Liliane de Oliveira Guimarães
Moema Miranda de Siqueira

Os temas apresentados neste capítulo são resultado das discussões realizadas pelas autoras no I Colóquio 3Es2Ps. Este estudo apresenta uma síntese das perspectivas teóricas utilizadas nos trabalhos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas que as autoras vêm desenvolvendo desde 2000.

A elaboração de um quadro permitiu a visualização cronológica da produção intelectual das autoras e, a partir daí, tornou possível classificá-la em quatro tipos de categoria (ver apêndice A).

Como pode ser observado no Quadro 1, alguns trabalhos foram classificados em mais de uma categoria, justamente por não se enquadrarem em apenas um tipo de “abordagem”.

QUADRO 1 – Perspectivas teóricas sobre empreendedorismo e Mpmes

EMPREENDEDORISMO = E	<ul style="list-style-type: none">• Tradicional – Componentes Psicológicos/Comportamentais e Sociais;• Racional – Competências e capacidades específicas da cultura empreendedora;• Empregabilidade – Virtudes empreendedoras incorporadas ao perfil do empregado.
EMPREENDEDORISMO CRÍTICO = EC	<ul style="list-style-type: none">• Estratégias alternativas – Políticas de emprego e regras formais (novos arranjos) e informais (valores culturais);• Questionamentos de baluartes do empreendedorismo: necessidade de inovação, valorização excessiva dos grandes empreendimentos.
ENSINO E PESQUISA = EP	<ul style="list-style-type: none">• Projetos pedagógicos;• Casos de ensino.
POLÍTICAS DE APOIO AO EMPREENDEDORISMO = PAE	<ul style="list-style-type: none">• Ecologia das Organizações – Ambientes de 1ª e 2ª Ordem;• Política de Geração e Criação de Emprego e Empresas (incubadoras, capacitação etc.);• Indicadores (taxas) de empreendedorismo (GEM,...);• Micropolíticas e micropráticas (construção da cidadania e desenvolvimento da capacidade empreendedora).

A primeira categoria foi classificada como Empreendedorismo (=E) e diz respeito aos trabalhos que discutem, de maneira “tradicional”, tanto o formato quanto a bibliografia utilizada, as dificuldades e desafios do processo de empreender. Nessa perspectiva, incluem-se trabalhos que procuraram identificar características empreendedoras e avaliar a importância das variáveis sociais e demográficas para o sucesso do negócio (OLIVEIRA; GUIMARÃES, 2003; VERSIANI; GUIMARÃES, 2003). Condizente com a literatura estrangeira e com resultados de outras pesquisas no contexto brasileiro, os resultados são inconclusivos no sentido de se estabelecer um padrão comportamental para o empreendedor. No entanto, há que se ressaltar que algumas variáveis, como a

experiência anterior em empresa do mesmo setor ou a capacidade de manter o negócio em funcionamento por um período maior, têm aparecido como fatores facilitadores da sobrevivência do negócio. Da mesma forma, o apoio da rede de relações sociais do empreendedor, no que diz respeito à apresentação de clientes, reforço da reputação e credibilidade do empreendedor, tem se sobressaído nos estudos como um dos principais elementos para a criação e sobrevivência empresarial (VASCONCELOS et al., 2006, 2007). Nessa categoria incluem-se os trabalhos que analisam os processos de concentração de empresas em determinadas localidades (BEST, 1990; MARSHALL, 1985). Nesses trabalhos, a variável “rede de relações” foi predominante para se atingir os resultados esperados das formações de *clusters*, quais sejam, aumento de competitividade, multiplicação de organizações correlatas, desenvolvimento local, dentre outros. Nas concentrações onde essa variável não apareceu fortemente, constatou-se que o aglomerado encontrava-se em estágio bastante embrionário, sem auferir as vantagens que a proximidade geográfica pode obter (TOLEDO; GUIMARÃES, 2008).

Os trabalhos denominados “Empreendedorismo Crítico” (=EC), compõem um grupo de estudos que discutem, de maneira mais questionadora, alguns pressupostos da área, como a valorização excessiva das grandes empresas como exemplos únicos de empreendedorismo – e um menosprezo ou negligência dos pequenos empreendimentos – ; ou mesmo sobre a necessidade de inovação como um dos baluartes do processo empreendedor (SIQUEIRA; GUIMARÃES, 2002, 2006).

A terceira classificação utilizada foi “Ensino e Pesquisa” (=EP) e, nesse sentido, considera-se que há um esforço para o aperfeiçoamento do ensino na área de Administração, pois, dos 24 trabalhos listados, dez foram assim categorizados. Os trabalhos identificados com a sigla EP tratam de propostas pedagógicas que incluem metodologias de ensino mais ativas e vivenciais, sistemas de avaliação que extrapolam o padrão prova/trabalho e conteúdos que auxiliam o aluno a ficar alerta ao ambiente, reconhecer oportunidades de mercado e, principalmente, desenvolver senso crítico sobre o impacto social das decisões econômicas/empresariais. Da mesma forma, os casos de ensino têm sido elaborados no sentido de compor material didático de histórico empresarial nacional e que, no entender das autoras, exige, na sua utilização, maior participação discente. Além disso, os casos de ensino ajudam a ampliar a capacidade de análise dos alunos no que diz respeito às forças e fraquezas do negócio ou da problemática discutida.

Por fim, a quarta classificação, “Políticas de Apoio ao Empreendedorismo” (=PAE), foi utilizada nos trabalhos que consideraram o papel das políticas públicas no empreendedorismo. Neste sentido, as conclusões, na maior parte das vezes, são desanimadoras quanto à contribuição efetiva dos organismos públicos para facilitar a geração de novos negócios ou criar condições para que os existentes se mantenham competitivos (SILVA; GUIMARÃES; SIQUEIRA, 2008; SIQUEIRA; GUIMARÃES, 2006).

À guisa de conclusão, será comparada a produção acadêmica das autoras em Empreendedorismo com a classificação dos temas de Fillion (1999), utilizada por Paiva Jr. e Cordeiro (2002), para analisar a produção acadêmica brasileira sobre empreendedorismo, apresentada nos Encontros Anuais da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração (EnANPAD) entre 1998 e 2001 (Quadro 2), e a classificação de Sanábio, Mendonça e David (2006) para sistematizar 120 artigos dos Encontros de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE) de 2000, 2001 e 2003 e do EnANPAD de 2002 e 2003 (Quadro 3).

QUADRO 2 – Temas de empreendedorismo

TEMAS
1 Estratégia e crescimento de empresa empreendedora. 2 Características comportamentais de empreendedores. 3 Sistema de Redes. 4 Características gerenciais dos empreendedores. 5 Empresas Familiares. 6 Políticas Governamentais e criação de novos empreendimentos. 7 Fatores influenciando criação e desenvolvimento de novos negócios. 8 Mulheres, minorias, grupos étnicos e empreendedorismo. 9 Estudos culturais corporativos. 10 Oportunidades de negócios. 11 Capital de risco e financiamento de pequenos negócios. 12 Firmas de alta tecnologia. 13 Alianças estratégicas. 14 Incubadoras e sistema de apoio ao empreendedorismo. 15 Educação empreendedora.

Fonte: Adaptado de FILION, 1999; PAIVA Jr.; CORDEIRO, 2002.

QUADRO 3 – Classificação de temas de empreendedorismo

TEMAS
1 Empreendedorismo : abordagem comportamental; perfil, características básicas; estilo de liderança; estilo gerencial; liderança criativa; gênero-mulher empreendedora, motivação, estresses e empreendedorismo; empreendedorismo x relação familiar. 2 Educação : Ensino do empreendedorismo, práticas didático-metodológicas aplicadas ao empreendedorismo, programas de empreendedorismo em Instituições de Ensino e Pesquisa e órgãos de fomento. 3 Casos : Estudos de casos em organizações brasileiras, feiras livres, negócios virtuais, franquias, cinemas, etc. 4 Desenvolvimento Econômico e Social : Estudos sobre cooperativismo, empreendedorismo social, fomento à criação de base tecnológica, governança em organizações não governamentais, emprego e renda, desenvolvimentos econômicos e novos negócios. 5 Pesquisa : Pesquisa sobre produção científica em empreendedorismo. 6 Sucessão : Estudos sobre processos de sucessão em pequenas empresas. 7 Redes : Estudos sobre <i>clusters</i> , redes verticais e horizontais. 8 Estratégia : Estudos sobre percepções e estilos estratégicos, planejamento estratégico participativo, estratégias de incubadoras de empresas, estratégias empreendedoras, etc. 9 Inovação : Estratégias de inovação, liderança visionária e inovação, inovação e criação de novos negócios, ideias empreendedoras e processo estratégico, etc. 10 Organização : Mudança organizacional, organização do trabalho, ciclo de vida das organizações, delegação, etc. 11 Finanças : Abordagens de finanças de fluxo de caixa, custos, gestão financeira de curto prazo, formação de preços, microcrédito, empresas de capital de risco associado às pequenas empresas. 12 Recursos Humanos : Estratégias de Recursos Humanos em pequenas empresas. 13 Marketing : Marketing de serviços e sucesso empresarial. 14 Qualidade : Qualidade na pequena empresa. 15 Plano de Negócio : Plano de Negócio e desenvolvimento de novos negócios.

Fonte: Adaptado de SANÁBIO; MENDONÇA; DAVID, 2006.

A primeira constatação é a de que, ao contrário das classificações anteriormente descritas, a tentativa foi de sistematizar a produção acadêmica em quatro grandes categorias, nas quais estão incluídos vários temas identificados pelos autores citados.

Dos 24 trabalhos publicados nos últimos oito anos e aqui relacionados, foram classificados nove, individualizados na categoria Ensino e Pesquisa (EP), e um compartilhando com a categoria Empreendedorismo Crítico (EC), incluindo aí modelos pedagógicos, educação e casos de ensino, que compõem temas particularizados nas classificações anteriores. Empreendedorismo Crítico (EC), de mais difícil identificação com os temas clássicos, agrega três trabalhos sozinho e compartilha três com cada uma das três outras classificações: EP, E e PAE. Políticas de Apoio ao Empreendedorismo (PAE), de maior *score*, atingiu dez trabalhos, sendo cinco individualizados, quatro com Empreendedorismo (E) e um com Empreendedorismo Crítico (EC). A categoria Empreendedorismo (E) ficou apenas com um trabalho individual, compartilhando com mais quatro da categoria PAE.

Assim, considerando a produção das autoras desagregada por temas, foram cobertos oito temas da classificação de Filion (1999), que se baseou nas publicações *Frontiers of Entrepreneurship Research* utilizada por Paiva Jr. e Cordeiro (2002), e cinco da classificação de Sanábio, Mendonça e David (2006). Parece claro que as orientações teóricas não privilegiaram os processos específicos das áreas funcionais da gestão empreendedora, já que não foram desenvolvidos trabalhos em Recursos Humanos, Finanças, Marketing, Estratégias ou Organizações.

Por outro lado, esses trabalhos sinalizam para uma preocupação com o enfoque mais recente do empreendedorismo social, geração de renda e trabalho e inclusão social, assim como com o desenvolvimento de referenciais mais apropriados à realidade nacional.

Referências

- BEST, M. **The new competition**: institutions of industrial restructuring. Cambridge: Harvard University Press, 1990.
- FILION, L. J. Empreendedorismo, empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.
- MARSHALL, A. **Princípios de economia**. São Paulo: Nova Cultural, 1985.
- OLIVEIRA, D. C. de; GUIMARÃES, L. de O. Perfil empreendedor e ações de apoio ao empreendedorismo: o NAE/Sebrae em questão. In: ENCONTRO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 27., 2003, Atibaia, SP. **Anais...** Atibaia: EnANPAD, set. 2003. p. 470-486.
- PAIVA Jr., F. G.; CORDEIRO, A. T. Empreendedorismo e o espírito empreendedor: uma análise da evolução dos estudos na produção acadêmica brasileira. In: ENCONTRO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 26., 2002, Salvador. **Anais...** Salvador: EnANPAD, set. 2002.
- SANÁBIO, M. T.; MENDONÇA, R. R. S.; DAVID, M. V. A produção científica nacional sobre o empreendedorismo e as MPES: uma abordagem crítica. In: ÉSTHER, Â. B.; PAÇO-CUNHA, E.; SANÁBIO, M. T. (Org.). **Pequenas empresas-reflexões e perspectivas de ação**. Juiz de Fora: EDUFJF, 2006. p. 21-46.
- SILVA, M.; GUIMARÃES, I. de O.; SIQUEIRA, M. M. de. Instituições de apoio ao empreendedorismo e sua relação com as MPME's do município de Betim (MG): proposição para uma maior articulação. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS – EGEPE, 5., 2008, São Paulo. **Anais...** São Paulo: EGEPE, mar. 2008.

SIQUEIRA, M. M.; GUIMARÃES, L. de O. Estratégias empreendedoras de negócios tupiniquins. In: ENCONTRO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 26., 2002, Salvador. **Anais...** Salvador: EnANPAD, set. 2002.

_____. Singularidades do empreendedorismo brasileiro: subsídios para políticas públicas de apoio aos novos negócios. **Revista Gestão & Tecnologia**, Pedro Leopoldo, MG, v. 7, n. 2, p. 103-118, 2006.

TOLEDO, M. M.; GUIMARÃES, L. de O. Concentração locacional: confecções mineiras em foco. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v. 10, n. 27, p. 189-205, 2008.

VASCONCELOS, G. M. R. et al. Criação e evolução de novos negócios de base tecnológica: mobilizando relacionamentos e acessando recursos. In: ENCONTRO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 30., 2006, Salvador, BA. **Anais...** Salvador: EnANPAD, set. 2006.

_____. Mobilizando relacionamentos e acessando recursos na criação e evolução de novos negócios. **Organizações e Sociedade**, Salvador, v. 14, n. 41, p. 113-134, 2007.

VERSIANI, Â. F.; GUIMARÃES, L. de O. Aprendendo a estruturar um novo negócio: o papel das incubadoras na constituição das pequenas empresas de base tecnológica. In: ENCONTRO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 27., 2003, Atibaia, SP. **Anais...** Atibaia: EnANPAD, set. 2003.

Apêndice - A produção acadêmica em empreendedorismo

(continua)

Classif.*	Ano	Produção	Autores	Veículo
1 EP	2000	Ensino na área de organizações: uma proposta multidimensional para formação e capacitação de empreendedores de pequenas e médias empresas	Liliane de O. Guimarães Moema Miranda de Siqueira	I Encontro de Estudos Organizacionais - ENEO
2 E EC	2001	O perfil do empresário de agências de viagens: na contramão da inovação	Ângela França Versiani Liliane de O. Guimarães Moema Miranda de Siqueira	II Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas - EGEPE
3 EP	2002	Tese de doutorado: a Experiência Universitária Norte-Americana na Formação de Empreendedores – contribuições das Universidades de Saint Louis, Indiana e Babson College	Liliane de O. Guimarães Orientadora: Profª Drª Ofélia Lanna de Sette Torres	
4 EC	2002	Estratégias empreendedoras de negócios tupiniquins	Moema Miranda de Siqueira Liliane de O. Guimarães	XXVI ENANPAD
5 EP EC	2002	Interdisciplinaridade: avanços e resistências	Moema Miranda de Siqueira Liliane de O. Guimarães	XXXVII CLADEA
6 EP	2002	Análise do modelo de formação empreendedora do Babson College	Liliane de O. Guimarães	XXXVII CLADEA
7 EP	2002	Recent Challenges in Business Education: a pedagogical project	Moema Miranda de Siqueira Liliane de O. Guimarães	The Business Association of Latin America Studies - BALAS
8 EC	2003	People whose go ahead although they can't count on anybody	Moema Miranda de Siqueira Liliane de O. Guimarães	The Business Association of Latin America Studies - BALAS
9 EP	2003	Empreendedorismo no currículo dos cursos de Administração: uma análise da organização didático-pedagógica	Liliane de O. Guimarães	Revista Economia e Gestão (PUC Minas)
10 PAE E	2003	Perfil empreendedor e ações de apoio ao empreendedorismo: o NAE/ Sebrae em questão	Dílson Campos de Oliveira Liliane de O. Guimarães	XXVII ENANPAD
11 PAE	2003	Aprendendo a estruturar um novo negócio: o papel das incubadoras na constituição das pequenas empresas de base tecnológica	Ângela França Versiani Liliane de O. Guimarães	XXVII ENANPAD
12 PAE	2003	Criação de empresas de base tecnológica – a influência das incubadoras na constituição dos novos negócios	Ângela França Versiani Liliane de O. Guimarães	III Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – EGEPE

Apêndice - A produção acadêmica em empreendedorismo

(conclusão)

Classif.*	Ano	Produção	Autores	Veículo
13 E	2004	A construção da carreira do empreendedor – delineando as bases do conhecimento na criação de empresas	Ângela França Versiani Liliane de O. Guimarães	XXVIII ENANPAD
14 EP	2005	Caso de Ensino: Cosméticos Contém 1g – um caso de empreendedorismo e inovação	Liliane de O. Guimarães Guillermo Cardoza	Revista de Administração Contemporânea - RAC
15 PAE	2005	Cluster de saúde de Ceres – GO: um resgate do seu processo de formação e expansão	Flávio Manoel C. Borges Liliane de O. Guimarães	XXIX ENANPAD
16 PAE	2006	Creation of technologically-based firms in Brazil: the influence of set-up of new business	Angela França Versiani Liliane de O. Guimarães	Revista Eletrônica de Administração - READ
17 PAE EC	2006	Singularidades do empreendedorismo brasileiro: subsídios para políticas públicas de apoio aos novos negócios	Moema Miranda de Siqueira Liliane de O. Guimarães	Revista Gestão e Tecnologia (Faculdades Pedro Leopoldo)
18 PAE E	2006	Criação e evolução de novos negócios de base tecnológica: mobilizando relacionamentos e acessando recursos	Geraldo Magela R. Vasconcelos Sérgio F. L. Rezende Liliane de O. Guimarães Roberto Costa Fachin	XXX ENANPAD
19 E PAE	2007	Mobilizando relacionamentos e acessando recursos na criação e evolução de novos negócios	Geraldo Magela R. Vasconcelos Sérgio F. L. Rezende Liliane de O. Guimarães Roberto Costa Fachin	Revista Organizações e Sociedade
20 EP	2007	Caso de Ensino: RM Sistemas – as dores do crescimento	Warney Soares Rachel Matos Dornelas Liliane de O. Guimarães Denise de Castro Pereira	Revista de Administração Contemporânea
21 PAE	2008	Instituições de apoio ao empreendedorismo e sua relação com as MPME's do município de Betim (MG): proposição para uma maior articulação	Maurílio da Silva Liliane de O. Guimarães Moema Miranda de Siqueira	V Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas - EGEPE
22 E PAE	2008	Concentração Locacional: confecções mineiras em foco	Márcio Mussu Toledo Liliane de O. Guimarães	Revista Brasileira de Gestão de Negócios
23 EP	2008	Caso de Ensino: TAP Portugal: o desafio de ser fênix	Liliane de O. Guimarães Betânia Tanure Aulus Gelius Valadares	XXXII ENANPAD
24 EP	2008	Olhe bem as montanhas...: fortalecer a rede e expandir o comércio de móveis	Liliane de O. Guimarães Dílson Campos de Oliveira Camila Cristina P. Pereira Sérgio F. L. Rezende	Em avaliação por um periódico

Neste livro, o leitor encontra dezessete trabalhos escritos por professores e estudantes de mestrado e doutorado vinculados a onze Programas de Pós-Graduação em Administração sediados em seis Estados brasileiros.

Ao todo são 44 autores que trazem ao público sua mais recente produção em estudos sobre empreendedorismo e estratégia de empresas de pequeno porte.

Os trabalhos que compõem este livro permitem ao leitor perceber a complexidade e a diversidade de temas que podem ser estudados tanto no campo do empreendedorismo quanto no da estratégia de pequenas empresas.



CHAMPAGNAT
EDITORA • PUCPR

