



REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal

ISSN: 2965-1506

regepe.esbj@anegepe.org.br

Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e
Gestão de Pequenas Empresas

Brasil

Rosa, Carolina Mato da; Vasconcellos, Silvio Luís de; Falaster, Christian Daniel

As cores do empreendedorismo no Brasil: Efeitos da etnia
sobre a renda, sob uma perspectiva comportamental

REGEPE Entrepreneurship and Small Business
Journal, vol. 11, núm. 1, e1933, 2022, Janeiro-Abril

Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas
São Paulo, Brasil

DOI: <https://doi.org/10.14211/regepe.e1933>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=561581732004>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais informações do artigo
- ▶ Site da revista em redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Informação Científica Redalyc

Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal

Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

Artigo de Pesquisa

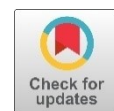
As cores do empreendedorismo no Brasil: efeitos da etnia sobre a renda, sob uma perspectiva comportamental

Carolina Mato da Rosa^{a*} , Silvio Luís de Vasconcellos^{a, b}  e Christian Daniel Falaster^c 

^a Faculdade Instituição Evangélica de Novo Hamburgo (IENH), Novo Hamburgo, RS, Brasil

^b Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, SP, Brasil

^c Fundação Universidade Regional de Blumenau (FURB), Blumenau, SC, Brasil



Detalhes Editoriais

Sistema double-blind review


Histórico do artigo

Recebido : 28 de maio de 2020
Revisado : 02 de mar. de 2021
Aceito : 09 de mar. de 2021
Disponível online : 31 de dez. de 2021

Classificação JEL: L26, C12, C83, D91, M14

Artigo ID: 1933

Editor Chefe¹ ou Adjunto²:

² Dr. Edmundo Inácio Júnior 
Univ. Estadual de Campinas, UNICAMP

Editor Associado Responsável:

Dr. Jefferson Lopes La Falce 
Universidade FUMEC

Editora Executiva:

M. Eng. Patrícia Trindade de Araújo

Revisão Ortográfica e Gramatical:

Dra. Mônica Império Costa
Palavra Seleta Revisão Textual

Financiamento:

CNPq, # 407982/2018-3

Citar como:

Rosa, C. M. da; Vasconcellos, S. L. de; Falaster, C. D. (2022). As cores do empreendedorismo no Brasil: efeitos da etnia sobre a renda, sob uma perspectiva comportamental. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 11(1), Artigo e1933.
<https://doi.org/10.14211/regepe.e1933>

*Autor de contato:

Carolina Mato da Rosa
carolldarosa95@gmail.com

Resumo

Objetivo: Analisar se as lógicas comportamentais de tomada de decisão podem atenuar os efeitos do preconceito de etnia na renda do empreendedor. **Método:** A partir da temática do empreendedorismo por necessidade e da teoria *effectuation*, foi elaborada uma *survey* com 107 empreendedores no Brasil, levando em conta diferentes aspectos socioeconômicos capazes de atenuar ou de acentuar tais efeitos. Utilizou-se a análise de correlação e a regressão linear para examinar os dados coletados, sendo os socioeconômicos considerados como variáveis de controle. **Originalidade/Relevância:** O estudo contempla as lógicas predominantes do comportamento empreendedor e o empreendedorismo por necessidade na discussão sobre os efeitos do preconceito étnico na renda de quem empreende. **Resultados:** Os resultados corroboram as pesquisas desenvolvidas pelo *Global Entrepreneurship Monitor*, indicativas de que a condição étnica possui efeitos nefastos no ganho pessoal do empreendedor, devido ao preconceito, porém indicam haver mitigação parcial de tais efeitos a depender das lógicas comportamentais adotadas pelo empreendedor. **Contribuições teóricas/metodológicas:** Este estudo aponta como a interação entre a etnia e o comportamento empreendedor pode provocar também resultados positivos nos ganhos de quem empreende, apesar de os efeitos do preconceito não serem totalmente mitigados, mesmo que haja esforço no planejamento ou na utilização do conhecimento, de habilidades e da rede de relacionamentos do empreendedor. **Contribuições sociais/para a gestão:** As características comportamentais na tomada de decisão (*causation* ou *effectuation*) podem amenizar os efeitos do preconceito étnico sobre a renda obtida pelo empreendedor. Apesar de não serem estatisticamente significantes, tais características têm potencial, portanto, de oferecer subsídios para se estabelecer políticas públicas afirmativas de inserção e de educação empreendedora.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Afroempreendedorismo. Teoria *effectuation*. Empreendedorismo por necessidade.

Abstract

Purpose: To analyze whether the behavioral logic of decision-making could mitigate the effects of ethnic prejudice on the entrepreneur's income. **Method:** Based on the theme of entrepreneurship by necessity and the effectuation theory, we prepared a survey with 107 entrepreneurs in Brazil, considering different socioeconomic aspects capable of mitigating or accentuating such effects. We used correlation analysis and linear regression to examine the data collected, with socioeconomic variables considered control variables. **Originality/Relevance:** The study contemplates the predominant logic of entrepreneurial behavior and the necessity entrepreneurship in discussing the effects of ethnic prejudice on the income of those who undertake it. **Results:** The results corroborate the research developed by the *Global Entrepreneurship Monitor*, indicating that the ethnic condition has harmful effects on the entrepreneur's gain due to prejudice but indicates partial mitigation of such effects on the behavioral logic adopted by the entrepreneur. **Theoretical/methodological contributions:** This study points out how the interaction between ethnicity and entrepreneurial behavior can also cause positive results in the earnings of the entrepreneur, although the effects of prejudice are not fully mitigated, even if there is an effort in planning or using the knowledge, skills, and networking of the entrepreneur. **Social/managerial contributions:** Behavioral characteristics in decision-making (*causation* or *effectuation*) can mitigate the effects of ethnic prejudice on the entrepreneur's income. Although not statistically significant, these characteristics have the potential to provide information for the construction of affirmative public policies for insertion and entrepreneurial education.

Keywords: Entrepreneurship. Black entrepreneurship. Effectuation theory. Necessity entrepreneurship.

INTRODUÇÃO

Recentemente, uma pergunta no artigo de Kopkin (2017), publicado no periódico *"Applied Economics"*, teve grande repercussão – O preconceito racial afeta o empreendedorismo de afrodescendentes? A questão, ora abordada e ampliada, inclui as lógicas predominantes do comportamento empreendedor e o empreendedorismo por necessidade em sua equação, já que este estudo investiga se esse comportamento é capaz de moderar os efeitos do preconceito étnico no empreendedorismo, no contexto do maior país de população afrodescendente fora da África, e o último a abolir a escravidão no mundo – o Brasil.

Segundo o *Global Entrepreneurship Monitor 2017* (IBQP, 2018), de cada 100 brasileiros, entre 18 e 64 anos, 36 estavam conduzindo alguma atividade empreendedora, em 2017, seja na criação, seja na manutenção de um negócio já estabelecido. Essa condução, todavia, não é feita da mesma forma por todos; por isso, seus resultados variam consideravelmente, especialmente no Brasil, onde questões étnicas ainda se sobressaem e alimentam o racismo estrutural arraigado na sociedade (Almeida, 2020), como secura do período escravagista na sociedade do século XXI.

Agravando os efeitos nefastos da escravidão, em situações socioeconômicas de alto desemprego, empreender pode representar uma das únicas alternativas de trabalho e renda (Amorós et al., 2012; Kopkin, 2017), o que aponta para o empreendedorismo por necessidade, ou seja, o empreendedor é movido mais pela necessidade de suprir suas carências básicas, relacionadas à dificuldade de entrada e à remuneração inferior no mercado de trabalho, do que pelo vislumbre de oportunidades. Nesse caso, a tendência é empreender em nichos menos atraentes e, portanto, com ganhos financeiros inferiores àqueles que empreendem por oportunidade (Van der Zwan et al., 2016).

Em razão disso, o contexto brasileiro é campo interessante para estudos empreendedores porque, diferentemente dos países desenvolvidos, o empreendedorismo por necessidade representa mais de um terço dos negócios criados (GEM, 2018).

Os efeitos do longo período de escravidão na população afrodescendente, apenas nos últimos anos, passou a receber a atenção do poder público, para a implantação de ações afirmativas, como a Lei de Cotas (Lei 12.771/12, 2012), voltada a estudantes de cursos superior. No entanto, é temerário afirmar que a implantação isolada dessas políticas seja capaz de reverter as graves distorções instaladas em países de histórico escravagista, principalmente no que tange ao empreendedorismo (Bradford, 2014).

Em contraste com a literatura dominante sobre o assunto, que tende a tratar o empreendedor como um indivíduo capaz de se orientar por oportunidades (Amorós et al., 2012; Autio, 2005), o ato de empreender por necessidade é entendido como uma condição de subsistência e tentativa de os indivíduos encontrarem espaço no cenário econômico (Block & Sandner, 2009). Assim, em países emergentes e outras economias que ainda não atingiram altos patamares de desenvolvimento socioeconômico, a decisão de empreender é mais comumente relacionada à dificuldade de ocupar posições destacadas em organizações, ou mesmo à necessidade de subsistência (Obloj et al., 2010).

O empreendedorismo por necessidade está, desse modo, intrinsecamente associado ao autoemprego (Block & Sandner,

2009; Margolis, 2014), devido ao elevado número de pessoas desempregadas no Brasil. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE, 2016), no primeiro trimestre de 2018, 13,7 milhões de pessoas não tinham emprego, o que representa 13,7% da população ativa do país.

Nesse cenário de falta de colocação dentro das empresas existentes, o indivíduo faz uma leitura de quem ele é, do que ele sabe fazer e de quem pode ajudá-lo, seja com promessas de compra, fornecimento e compartilhamento de conhecimento, seja na produção. Tais características estão alinhadas com a lógica *effectuation* do comportamento empreendedor (Saras D. Sarasvathy, 2001; Saras D Sarasvathy, 2008).

Diante do exposto, a questão de pesquisa norteadora desta investigação é: Se o fator étnico é determinante na renda do trabalhador e do empreendedor brasileiro, quais efeitos o seu comportamento tem sobre os ganhos por ele obtidos? Para respondê-la, foram levantados dados primários de 107 empreendedores, de 14 estados brasileiros, que representam, juntos, 80% da população e do PIB do país.

Os resultados confirmam haver uma disparidade de renda entre os empreendedores, devido à etnia, e que as práticas de *causation* e *effectuation* podem moderar parcialmente essa relação. Assim, este estudo traz luz a uma temática pouco explorada nos estudos de empreendedorismo, evidenciando que, mesmo em um país altamente miscigenado, com a maior população afrodescendente fora da África, os efeitos da etnia continuam a influenciar negativamente os resultados de quem empreende.

Ademais, de maneira complementar, este estudo é referência para a criação de políticas públicas, pois demonstra que o Brasil precisa avançar na equiparação das oportunidades entre as etnias, ressaltando que isso não depende exclusivamente do empreendedor, mas de toda a sociedade.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E DESENVOLVIMENTO DE HIPÓTESES

Empreendedorismo

O empreendedorismo é um campo de pesquisas, cujo conceito está em constante evolução (Lemos, 2016) e bifurcado, em sua trajetória, em uma corrente de ordem econômica, e outra, comportamental, que procuram esclarecer a natureza do processo decisório.

No que diz respeito à corrente econômica, segundo Lemos (2016), os estudos sobre o empreendedorismo estão voltados à tomada de decisão, e à tentativa de prever o futuro e de buscar nele oportunidades. Ela engloba, dessa maneira, os desdobramentos da teoria econômica (como as escolhas de consumo, sem e com risco; a teoria estatística da decisão; e a teoria dos jogos, por exemplo), considerando que o indivíduo deve ter como propósito a escolha da melhor alternativa que o oriente para as oportunidades, a partir do desenvolvimento de características específicas (Lumpkin & Dess, 1996, 2001; McGrath & MacMillan, 2000).

A abordagem comportamental do empreendedorismo, por sua vez, envolve o dia a dia da vida organizacional e do próprio indivíduo, pelo fato de compreender que os tomadores de decisão, muitas vezes, têm dados incompletos, o que os leva a escolhas baseadas na maximização da realidade subjetiva (Gartner, 1988).

Sob a perspectiva econômica ou comportamental, qualquer pessoa pode ser dona do próprio negócio, desde que tenha um propósito e condições de colocá-lo em funcionamento (Wang et al., 2015). Além disso, conforme o critério de igualdade de oportunidades, todos os indivíduos iniciam seus negócios de um ponto em comum, obtendo sucesso por méritos próprios (Krueger et al., 2000). No entanto, em sociedades que resguardam heranças históricas de sobrepujamento de um grupo sobre o outro, os conceitos de igualdade e de meritocracia se contrapõem (Lawton, 2000), o que torna relevante o estudo do afroempreendedorismo, por exemplo, visto que é uma forma de entender o processo empreendedor pela ótica de indivíduos segregados na sociedade.

Afroempreendedorismo

Diferentemente de populações originárias de outras partes do mundo, que buscaram na migração uma possibilidade de fugir de percalços, ou mesmo de vislumbrar a chance de empreender em terras distantes, a população afrodescendente, em sua grande maioria, foi forçada por vários séculos a migrar de formas desumanas (Russell-Wood, 1978).

O olhar sobre os aspectos étnicos do empreendedorismo, contudo, não é recente, tampouco restrito ao Brasil. Nos Estados Unidos, políticas afirmativas mais longevas tiveram efeitos moderados sobre o afroempreendedorismo (Boston, 1998), a exemplo do alerta dado por Green e Pryde (1989), de que a população afrodescendente americana, além de sofrer com as condições socioeconômicas e históricas, responsáveis por manter a sua renda inferior à da população branca, enfrenta as maiores taxas de desemprego, tem mais dificuldade em obter recursos para investir e, conseqüentemente, alcança patamares de bem-estar perpetuados em níveis inferiores à média da população americana.

O ato de empreender sempre esteve presente no cotidiano dos afrodescendentes brasileiros, por questões de sobrevivência e de necessidade (Ribeiro, 2018). Segundo Paixão (2015), há inúmeros estudos sobre a discriminação étnica presente no mercado de trabalho e no acesso aos serviços públicos. Tais estudos, em conjunto com a teoria do capital humano, oferecem interpretações dos fatores considerados como principais e determinantes para a desigualdade social ou salarial (Śliwa, 2007). A posse de capitais sociais pessoais, como a escolaridade ou o tempo de experiência na profissão, também influenciam os determinantes das trajetórias ocupacionais e de remuneração dos indivíduos, vinculados às suas coletividades, discriminadas usualmente como: as mulheres, os pretos, os indígenas e os demais grupos étnicos (Paixão, 2015).

Recentemente, o afroempreendedorismo ganhou notoriedade teórica, em virtude de publicações em periódicos de grande repercussão na economia (Kopkin, 2017), e por representar uma legítima demanda socioeconômica, encabeçada pelo movimento “Black Money” (Berth, 2018), cuja proposta central é fazer com que o dinheiro circule entre a população afrodescendente, estabelecendo uma reversão estratégica do significado de poder, pautada sobretudo no fortalecimento de toda a comunidade e da população negra. Assim, tanto o produto (desde o seu planejamento) como a propaganda são destinados ao

público preto, que não consegue se identificar com o que lhe é oferecido.

Respostas a esse movimento procuram protagonizar personagens não-brancos, ou fora dos padrões estéticos dominantes, na publicidade das empresas. Um exemplo disso, está no movimento “Vidas Pretas Importam” e como ele tem afetado a mídia nos Estados Unidos e, por consequência, em todo o mundo, explorando a imagem de artistas de hip-hop (Harlow & Benbrook, 2019), entre outros.

Desse modo, em conjunto com outras ações, o afroempreendedorismo possibilita a ascensão do afrodescendente também como consumidor, capaz de contribuir para o sucesso de políticas afirmativas de inclusão social no Brasil, como a Lei de Cotas (Lei nº 12.711/12).

Vale ressaltar que o afroempreendedorismo existe muito antes do seu conceito (Ribeiro, 2018), e ultrapassa, hoje, as fronteiras da subsistência, haja vista a busca por aperfeiçoar habilidades e competências relacionadas à atitude empreendedora. Com isso, os afrodescendentes apostam na criação, na abertura e na administração de seus próprios negócios, enfrentando preconceitos em diferentes locais do planeta (Kopkin, 2017).

Dadas as heranças funestas de discriminação, essa população costuma ter menor poder econômico, sendo segregada socialmente e dependente de políticas públicas que estabeleçam a igualdade de oportunidades na economia (Guimarães, 2004). Em razão disso, o empreendedor não-branco tende a empreender mais por necessidade do que por ter detectado oportunidades (Bosma & Kelley, 2019). Argumenta-se, nesse sentido, que, enquanto o empreendedorismo por oportunidade está calcado na meritocracia; o por necessidade se pauta na desigualdade das condições iniciais (Lawton, 2000).

Se as condições sociais, herdadas por fatores históricos como a escravidão, possuem efeitos sobre o ato de empreender (Kopkin, 2017), espera-se do afroempreendedor menor sujeição à detecção de oportunidades, o que se reflete em sua renda. Desse modo, o empreendedorismo por necessidade, alinhado com menores condições de empregabilidade, denota mais uma condição de autoemprego do que a escolha de uma alternativa potencialmente lucrativa de negócio (Margolis, 2014). Nesse sentido, propõe-se a Hipótese 1, para testar se a renda do empreendedor é determinada por sua condição étnica.

H1: *A etnia do empreendedor influencia a sua renda; assim, a renda dos empreendedores brancos é superior à dos não-brancos.*

No bojo deste artigo, procurou-se identificar caminhos a serem escolhidos pelos empreendedores caracterizados como não-brancos, para atenuar a situação, a partir do seu próprio comportamento, sendo relevante, nesse contexto, a utilização da teoria *effectuation*.

Comportamento empreendedor

A teoria *effectuation*, proposta pela tese de Sarasvathy (2001), orientada por Herbert Simon, sedimentou-se: (a) nas contribuições de Knight (1921) sobre a função do empreendedor para o lucro da empresa, em momentos de incerteza; e (b) de Weick (1979), acerca do papel central do empreendedor no

processo de evolução da organização; bem como (c) no argumento de Cyert e March (1963), de que não faz sentido tomar uma decisão hoje, em termos objetivos, pelo fato de os resultados serem conhecidos somente no futuro, estando, portanto, sujeitos a oscilações decorrentes das incertezas; (d) no trade-off entre a exploração e a extração do conhecimento (March, 1991); e pelo raciocínio de Mintzberg (1994), de que estratégia não significa, necessariamente, planejamento estratégico.

Desse modo, Sarasvathy (2001) propôs que a maioria dos negócios não se origina de planos pré-estabelecidos, mas de reações cognitivas do empreendedor, antes e durante o processo de desenvolvimento de seu negócio, moldadas entre a sua intuição e a sua capacidade de avaliar riscos e incertezas.

Segundo a teoria *effectuation* (Sarasvathy, 2001), duas lógicas são predominantes no comportamento do empreendedor: (1) a *causation*, pautada na previsão de determinado efeito, e na seleção entre os meios pessoais (recursos e habilidades) para criá-lo; e (2) a *effectuation*, centrada em um conjunto de meios e na escolha entre seus possíveis efeitos, criados a partir do que os empreendedores são, sabem e/ou de como seus contatos podem contribuir para o negócio.

Por mais que se distingam entre si, essas lógicas não representam dois opostos de uma mesma linha, haja vista suas características ortogonais, que permitem a combinação de elementos mais racionais (*causation*) com outros mais intuitivos (*effectuation*) (Matzler, Uzelac & Bauer, 2014). Além disso, a *causation* pode abordar a orientação para as oportunidades, dentro da teoria *effectuation*, reconhecendo o caminho dos estudos de empreendedorismo constituídos até a virada do milênio.

Pesquisas mais recentes, no entanto, indicam que essas lógicas não se limitam a novos negócios, ocorrendo também em situações de incertezas (Yang & Gabrielsson, 2017), ou seja, mesmo quando os empreendedores não são capazes de projetar cenários, eles podem estabelecer planos para minimizar os efeitos do que não podem controlar.

Nesse sentido, a teoria *effectuation* ganha espaço não apenas na discussão de como os negócios surgem (pequenas empresas ou multinacionais) (Dash & Ranjan, 2019), mas em como eles se consolidam em cenários complexos (Johansson & McKelvie, 2012).

Desse modo, o empreendedor que elaborar um planejamento mais adequado e tiver um objetivo claro a ser alcançado, conforme a lógica *causation*, tenderá a auferir melhores rendimentos ao seu empreendimento. Isso se dá porque, ao fazer isso, um futuro a ser perseguido é vislumbrado (Heracleous & Jacobs, 2011; Saras D. Sarasvathy, 2001), independentemente do tamanho do negócio (Shi, Takala, Chen, Muhos & Poikkimaki, 2013).

Então, mesmo que o desenvolvimento de um plano não assegure o sucesso, em termos de capacidade de avaliar a percepção de risco (Frishammar & Andersson, 2008), os empreendedores que melhor definirem o horizonte, a fim de minimizar a incerteza (Welter & Kim, 2018), tenderão a alcançar resultados financeiros mais satisfatórios.

Além disso, a lógica *causation* pode ter diferentes efeitos sobre o desempenho, a depender do nível de intensidade tecnológica do empreendimento (Kristinsson, Candi & Sæmundsson, 2016). Assim, empreendedores com mais

características do comportamento *causation* tendem a alcançar um desempenho maior, porque contam com mais planejamento. Um maior planejamento, por sua vez, possibilita ao empreendedor buscar previamente recursos-chave, conhecimento e parcerias para auxiliar no desempenho do negócio. Espera-se, então, que o comportamento *causation* tenha efeito positivo sobre a renda do empreendedor. A partir desse raciocínio, formulou-se a Hipótese 2.

H2: *O comportamento causation do empreendedor tem efeito positivo sobre a sua renda, independentemente de sua condição socioeconômica.*

Mesmo que a definição de planos e de metas colabore para o desenvolvimento de estratégias mais bem sucedidas, muitas vezes, o que traz o sucesso é a capacidade de mudar de planos (Einhorn & Hogarth, 1987). Além disso, a maior parte dos micro e pequenos empresários, principalmente os que empreendem por necessidade, raramente planeja suas ações (Block & Sandner, 2009). Segundo (Chandler, DeTienne, McKelvie & Mumford, 2011) e de Vasconcellos, Garrido e Parente (2019), na lógica *effectuation*, as oportunidades não preexistem; elas surgem a partir do conhecimento construído ao longo da trajetória do empreendedor, e precisam ser alteradas constantemente, para inovar, inclusive, o modelo de negócios (Snihur & Tarzijan, 2017).

Assim, as oportunidades são desenvolvidas em um processo de comunicação e de negociação intensa entre os envolvidos, no ambiente interno ou externo, para colocar em prática aspirações, valores, produtos, serviços e instituições concretas, resultantes de conexões interpessoais construídas ao longo do tempo (Peng & Luo, 2000).

Entende-se, então, que a lógica *effectuation* se estabelece nas mudanças que ocorrem fora do modelo tradicional e racional, e é definida pela busca do efeito, não dependente da causa (Sarasvathy & Dew, 2005), a partir de quanto o empreendedor está disposto a arriscar nessa alteração de caminho (Kalinic, Sarasvathy & Forza, 2014) e da percepção que ele tem sobre o quanto é capaz de assumir como perda.

Segundo Faia, Rosa e Machado (2014), a lógica *effectuation* se relaciona com a exploração de oportunidades em novos mercados com alto grau de incerteza, favorecendo um processo experimental e um aprendizado iterativo, que permitem ao empreendedor descobrir informações sobre o futuro, considerando o ambiente como dinâmico, não linear. Sendo o futuro intrinsecamente imensurável e passível de transformação, seu desenho torna-se, portanto, dispensável (Sarasvathy, 2001).

A teoria *effectuation* (Sarasvathy, 2001, 2008) pressupõe que os empreendedores iniciam seus negócios a partir da ciência de três premissas: quem são, o que sabem e quem conhecem para potencializar seus negócios. Assim, seus próprios traços, gostos e habilidades; suas bases de conhecimentos; e as redes sociais das quais fazem parte, sustentam a possibilidade de empreender (Sarasvathy, Simon & Lave, 1998; Venkataraman, Sarasvathy, Dew & Foster, 2012).

Em contraposição à lógica até então predominante nos estudos sobre o empreendedorismo, na *effectuation*, os empreendedores: (a) estipulam um valor aceitável de perda, determinado pela limitação de recursos; (b) procuram experimentar outras estratégias, consideradas exequíveis; e (c)

buscam construir alianças estratégicas, formais ou informais, por meio de suas redes de contatos, a fim de aprimorar o seu desempenho no mercado. Com isso, as dificuldades e as limitações são transformadas em oportunidades (Kalinic et al., 2014; Sarasvathy, 2001) e, aos poucos, na medida em que empreendem, eles constroem seu futuro, moldando, durante a sua ação empreendedora, as estratégias emergentes (Heracleous & Jacobs, 2011; Mintzberg, 1987).

Ao passo que a teoria *effectuation* foi amadurecendo, notou-se que a lógica, primeiramente alinhada aos novos negócios, fazia sentido também para empreendimentos de longa data, ganhando maior atenção dos pesquisadores, por compactuar com a percepção de que o futuro é construído cotidianamente (Perry et al., 2012). Com isso, ela começou a ser igualmente empregada em casos nos quais havia: (a) dificuldade de identificar como lidar com as ações de marketing (Yang & Gabrielsson, 2017); (b) internacionalização, em mercados pouco conhecidos (Galkina & Chetty, 2015); (c) situações de incerteza, vivenciadas por multinacionais (Dash & Ranjan, 2019); e, principalmente, (d) cenários onde a competição não se dá pelo porte da empresa, mas mediante a capacidade de dar respostas, em ambientes de incerteza, que demandam intuição (Brettel, Mauer, Engelen & Küpper, 2012), em especial, quando atitudes empreendedoras *effectuation* são combinadas com uma gestão *causation* (Berends, Jelinek, Reymen & Stultiëns, 2014).

Nesse sentido, respostas alinhadas com o comportamento *effectuation* costumam trazer resultados melhores em setores industriais estagnados ou de baixa rentabilidade; enquanto, nos setores de ganhos mais robustos e estáveis, a lógica *causation* tende a maximizar os ganhos (Futterer, Schmidt & Heidenreich, 2017).

Em sociedades nas quais a segregação de raça foi elemento de construção de suas economias (Lawton, 2000), os menos favorecidos desenvolviam habilidades específicas, como a experimentação, a flexibilidade (Pacho & Mushi, 2020) e o estabelecimento de redes de relacionamento baseadas em simpatia (Miura, Pilati, Milfont, Ferreira & Fischer, 2019). Esses indivíduos tendiam a sobreviver em melhores condições do que aqueles que se resignavam com as diferenças político e socialmente impostas, devido às habilidades de lidar com as incertezas, inerentes ao negócio, e de proporcionar respostas e melhor desempenho, em um ambiente instável, ao utilizar o comportamento *effectuation*.

Levando em conta que o comportamento empreendedor, baseado nas lógicas *causation* (H2) e *effectuation*, são ortogonais, podendo coexistir e trazer benefícios diferentes ao negócio (Matzler et al., 2014), supõe-se que o comportamento *effectuation* conduza a ganhos na renda do empreendedor, superando as condições socioeconômicas que a afetam negativamente. Diante disso, propõe-se a Hipótese 3, a seguir:

H3: *O comportamento effectuation do empreendedor tem efeito positivo sobre a sua renda, independentemente de sua condição socioeconômica.*

Embora a literatura sobre empreendedorismo oscile entre uma orientação para a oportunidade (Faia et al., 2014; Kropp, Lindsay & Shoham, 2006; Pittaway & Cope, 2007) ou como efeito da necessidade (Margolis, 2014), considera-se, neste artigo, que

há fatores socioeconômicos determinantes do ato de empreender. Além disso, partindo-se do princípio da autodeterminação do indivíduo (Krueger et al., 2000), argumenta-se que certos comportamentos do empreendedor podem mitigar os efeitos negativos do preconceito de etnia, imposto a quase metade da população, tanto no Brasil como em diferentes lugares do mundo (Santos, 2005).

Apesar de a literatura assegurar que o melhor desempenho financeiro está associado ao comportamento do empreendedor, estudos empíricos indicam que, no empreendedorismo, o fator etnia possui grande influência sobre a renda (Bosma & Kelley, 2019; GEM, 2018). Então, considerando que algumas características do comportamento empreendedor podem refletir no sucesso do empreendimento, a assunção de determinadas lógicas de tomada de decisão pode atenuar os efeitos de etnia no rendimento dos empreendedores, moderando, desse modo, a relação entre as variáveis etnia e comportamento do empreendedor sobre a renda.

Estudos anteriores demonstram que indivíduos com habilidades de gestão, relacionadas ao planejamento e à criação de cenários mais confiáveis, costumam ter rendimento superior (Faia et al., 2014; Tasic & Andreassi, 2008). O comportamento empreendedor pautado na lógica *causation*, nesse sentido, oferece melhores possibilidades para o planejamento e a busca dos recursos necessários ao desenvolvimento dos negócios.

No contexto dos afroempreendedorismo, o comportamento *causation* pode ser utilizado para planejar e antever os problemas que serão enfrentados no novo negócio (em especial, o preconceito), oportunizando o desenvolvimento de ações para mitigar os seus efeitos. Dessa forma, as práticas relacionadas ao comportamento *causation* proporcionam uma renda mais alta ao empreendedor, atenuando os efeitos de sua etnia. Esse argumento está atrelado à percepção de que práticas mais organizadas de gestão amainam o problema socioeconômico e permitem maiores ganhos. Assim, propõe-se a Hipótese 4a deste estudo, assumindo que o comportamento empreendedor, na lógica *causation*, reduz potencialmente o efeito negativo, enraizado na sociedade brasileira, no tocante ao efeito da etnia do empreendedor sobre a sua renda.

H4a: *A lógica causation do comportamento empreendedor modera a relação entre a etnia e a renda do empreendedor, atenuando os efeitos do preconceito por etnia.*

Embora as práticas da lógica *causation* sejam eficientes, o conjunto de subdimensões da lógica *effectuation* tem também potencial de contribuir para a atenuação dos efeitos da etnia sobre a renda do empreendedor. A literatura sobre o empreendedorismo, na lógica *effectuation*, defende que uma das práticas adotadas, tanto ao iniciar seus negócios (Sarasvathy, 2001) como em situações de incertezas, enfrentadas por empreendedores mais experientes (Welter & Kim, 2018), é a opção pela flexibilidade, ao alterar o modelo de negócios para manter ganhos (Reymen, Berends, Oudehand & Stultiëns, 2017). Além disso, erros são tomados como aprendizagem para a reconfiguração dos negócios, evidenciando a prática da experimentação (Chandler et al., 2011).

Por outro lado, há a premissa de o empreendedor, pela lógica *effectuation*, buscar conhecidos e estabelecer pré-acordos,

antes de fechar negócios, como forma de contornar a impossibilidade de planejar (Chandler et al., 2011; Kalinic et al., 2014).

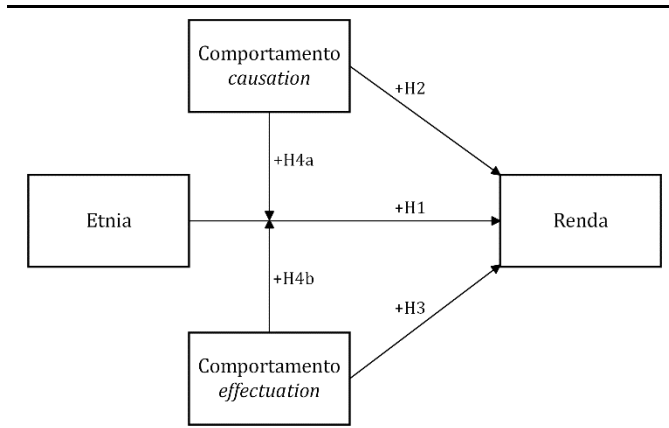
Apesar dessas três dimensões se aproximarem da intuição e do imprevisto (Evers & O’Gorman, 2011), o empreendedor que segue a lógica *effectuation* é cuidadoso com os limites financeiros assumidos, o que caracteriza a subdimensão de perdas suportáveis (Chandler et al., 2011; Fiedler, Fath & Whittaker, 2017). Sendo assim, neste estudo, propõe-se que, independentemente da etnia, a lógica do comportamento *effectuation* é capaz de contribuir com a renda do empreendedor. Nesse caso, as práticas associadas à lógica *effectuation* têm potencial de atenuar a defasagem de renda dos empreendedores não-brancos, o que conduz à proposição da Hipótese 4b.

H4b: A lógica *effectuation* do comportamento empreendedor modera a relação entre a etnia e a renda do empreendedor, atenuando os efeitos do preconceito por etnia.

A Figura 1, está uma síntese das relações propostas por este estudo. Em suma, primeiramente, propõe-se que: (+H1) há relação entre a etnia do indivíduo e a sua renda como empreendedor; (+H2) empreendedores, cujo comportamento está alinhado ao planejamento (causation), tendem a obter efeito positivo sobre sua renda; (+H3) o emprego, pelos empreendedores, de características *effectuation*, como a flexibilidade, a experimentação, a tolerância a perdas, e a construção de relacionamentos, capazes de estabelecer pré-acordos, também promovem efeitos positivos sobre a sua renda; (+H4a e +H4b) esses comportamentos (causation e *effectuation*) podem atenuar os efeitos do preconceito étnico sobre a renda.

Figura 1

Modelo da pesquisa



Nota: Elaborada pelos autores (2021).

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa é caracterizada pela abordagem quantitativa, com dados primários, e descritiva, por buscar evidenciar o que a teoria defende (Carneiro & Dib, 2007), valendo-se de técnicas multimétodos (Schotter & Beamish, 2013), para o pesquisador se certificar que vieses atinentes ao método não estão interferindo nos resultados da pesquisa. Portanto, são trazidos e analisados dados estatísticos, com o intuito de obter informações concernentes ao cotidiano dos empreendedores.

Segundo Mattar (2007), o estudo de campo, conduzido via *survey*, preocupa-se menos com a geração de grandes amostras representativas de uma população, e mais com a análise medianamente profunda de algumas situações típicas, como é o caso da distinção de critérios socioeconômicos para a comparação do efeito da etnia sobre a renda do empreendedor.

Coleta de dados

O questionário, utilizado para a coleta de dados, foi previamente avaliado por doutores e empreendedores, que validaram a versão em português do instrumento, posteriormente enviado, via correio eletrônico e redes sociais (Facebook, LinkedIn e WhatsApp), por intermédio do compartilhamento de link, que direcionava o respondente ao Google Formulários.

Além do envio, via redes de contatos dos pesquisadores, algumas entidades representativas do afroempreendedorismo do Brasil (que solicitaram discricção sobre seus dados e exigiram cuidados para a não reutilização da lista), bem como grupos vinculados ao empreendedorismo feminino, foram convidados a distribuir o questionário, a fim de alcançar uma amostra homogênea.

De acordo com Hair et al. (2005), os pesquisadores, geralmente, desejam saber se duas ou mais variáveis estão associadas e se elas também se relacionam quando há covariação. O coeficiente de correlação, então, é usado para avaliar tal associação. Se, durante a análise, grandes coeficientes são apresentados, é um indício de que há alta covariação e uma forte correlação; e, quando duas variáveis se modificam juntas, em uma base confiável, é possível fazer previsões.

Embora a correlação entre variáveis contribua para o entendimento da composição da amostra, é necessário aplicar a análise de regressão para verificar os efeitos de uma variável sobre outra (Maroco, 2010). Então, mesmo que os dados transversais detenham poder limitado para revelar efeitos, é possível determinar associações que, interpretadas e comparadas a outros estudos, permitem inferir as relações de dependência existentes entre as variáveis (Dancey & Reidy, 2006).

Para obter esses dados, identificar correlações e fazer a análise de regressão, foram utilizados os softwares Excel, SPSS (versão 25), e Smart PLS (versão 2).

Instrumento de coleta de dados

As primeiras 20 questões foram agrupadas em cinco dimensões, juntamente com suas respectivas cargas fatoriais. A primeira dimensão, com sete itens, refere-se à abordagem *causation*; e as demais, à *effectuation*, com 13 itens, divididos entre: experimentação (quatro), perdas suportáveis (três), flexibilidade (quatro), e pré-acordos (dois).

Tais questões foram desenvolvidas pelo estudo de Chandler et al. (2011), citado e utilizado por Faia et al. (2014), e adaptadas por Vasconcellos et al. (2019). Uma escala Likert – recomendada para a aplicação em países, onde a lógica dominante é a métrica (Awang et al., 2016) – de dez pontos foi desenvolvida para se obter as respostas, a partir da concordância do respondente, sendo | 1 | total discordância, e | 10 | máxima concordância.

Para efeitos de controle e de determinação da renda, foram incluídas questões específicas, em que os respondentes deveriam

identificar, segundo critérios do IBGE, etnia, gênero, idade, nível de educação; bem como experiências anteriores como empreendedores, e há quanto tempo empreendem (a íntegra do instrumento, a descrição das cinco dimensões, as cargas fatoriais, o detalhamento da média, o desvio-padrão, a curtose e a assimetria estão detalhados no [Apêndice A](#)).

O envio do questionário foi iniciado em 10 de agosto e finalizado em 2 de setembro, no ano de 2018. No total, 2.721 contatos receberam o questionário e até três e-mails (três ondas), alcançando 107 respostas válidas, de empreendedores de 14 estados do Brasil, o que representou uma taxa de resposta de 4%, denotando o grau de dificuldade na coleta de dados.

ANÁLISE

Procedimentos iniciais

Para a validação estatística, inicialmente se avaliou a existência ou não de valores ausentes ou atípicos, por meio da inspeção visual dos gráficos de dispersão; e, após isso, foram executados os seguintes testes de confiabilidade dos construtos – variância extraída, confiabilidade composta e alfa de Chronbach ([Tabela 1](#)).

Tabela 1

Teste de Robustez

	Variância Extraída	Confiabilidade Composta	Alfa de Cronbach
<i>Causation</i>	0,621573	0,919565	0,899133
<i>Effectuation</i>	0,360511	0,868947	0,834668

Nota: Elaborada pelos autores.

Os dados permitiram confirmar a robustez da amostra e dos modelos estatísticos. Embora a variância extraída de *effectuation* tenha ficado abaixo do limite aceitável (0,5) ([Hair et al., 2005](#)), o construto foi validado, por se tratar de uma variável subjetiva, aceitável para valor acima de 0,32 ([Tabachnick, Fidell, & Osterlind, 2001](#)), e também por ter obtido índices aceitáveis para a confiabilidade composta e o alfa de Cronbach (acima de 0,7) ([Hair et al., 2005](#)).

Além disso, avaliou-se a assimetria e a curtose, confirmando a normalidade dos dados. É esperado que se obtenha valores superiores a |3|, para a assimetria; e a |10|, para a curtose ([Hair et al., 2005](#)) (resultados dos testes de assimetria e de curtose disponíveis no [Apêndice A](#)).

Finalmente, a robustez do modelo foi testada e se observou que os três modelos são significantes a $p < 0,001$, e estão próximos a |2|, pela análise de Durbin Watson.

Análise descritiva

Em termos de gênero, observou-se que a amostra é uniforme: o masculino representa 50% das respostas, e o feminino, 49%, enquanto os outros ou que preferiram não identificar seu gênero representam 1%. Para fins de análise de dados, o gênero feminino foi representado por | 1 |, e o masculino | 0 |.

Em relação à etnia, dos 107 respondentes, 60 se declararam brancos (56% da amostra), e 47, pretos/pardos (44%). Pretos e pardos foram agrupados na pesquisa como não-

brancos, em alinhamento com o que Degler (1986) qualifica como uma característica da herança escravocrata no Brasil, e que atinge também os frutos da miscigenação. Para a análise, não-brancos foram reunidos e representados por | 1 |, e brancos, por | 0 |.

A coleta dos dados descritivos é útil para testar se fatores socioeconômicos devem ser controlados, e evidenciar se eles poderiam interferir na análise comparativa entre as médias. A síntese dos dados descritivos da amostra está apresentada a seguir ([Tabela 2](#)).

Dos 60 empreendedores que se identificaram como brancos, 58% são homens e 42%, mulheres; e dos 47 empreendedores não-brancos, 40% são homens e 60%, mulheres.

Sobre a distribuição geográfica dos empreendedores, obteve-se respostas de 14 unidades da federação, validando a abrangência nacional da coleta, que corresponde a 81% do PIB (IBGE, 2019) e a 79% da população do Brasil (IBGE, 2016).

Tabela 2

Descrição da amostra

Variáveis	Mínimo	Máximo	Média	Desvio-padrão
Idade (anos)	22	63	41,2	11,16
Anos de experiência	0,5	40	9,14	8,42
Experiência em negócios	1	5	1,93	1,11
Renda	1	5	2,64	1,14
Educação	1	8	6,28	1,68

Nota: Elaborada pelos autores.

A média de idade dos respondentes foi de 41 anos, tornando a amostra homogênea em relação à idade. A diferença de idade entre os homens brancos e os não-brancos é inferior a meio ano; enquanto a diferença de idade entre as mulheres brancas e as não-brancas é inferior a um ano.

A renda foi categorizada, segundo os critérios do IBGE, em cinco faixas: (1) até dois salários-mínimos (SM); (2) acima de dois e até quatro SM; (3) acima de quatro e até dez SM; (4) acima de dez e até 20 SM; e (5) acima de 20 SM.

Para a variável educação, com base nos critérios do IBGE, oito faixas foram consideradas, desde a educação fundamental incompleta até a pós-graduação completa.

Os entrevistados foram também questionados sobre a experiência em empreendedorismo, em termos de já terem ou não constituído outros negócios, podendo responder por faixas – de um a quatro negócios, e acima de cinco; e, para controle, sobre o tempo, em anos, que empreendem.

Antes de analisar as relações entre as variáveis independentes, dependentes e moderadoras, verificou-se se existia correlação entre as variáveis de controle, para que dados espúrios não comprometessem os resultados ([Hair et al., 2005](#)).

Na [Tabela 3](#), está a apresentação dos dados, para observar a representatividade da pesquisa, se comparada a outras, as limitações da análise. Por exemplo, na pesquisa, o gênero feminino é representado por um e o masculino por zero; a correlação negativa indica que, na amostra, os homens respondentes são mais velhos, mais experientes, em termos de anos, como empreendedores e possuem uma renda 27% superior

à das mulheres; e a correlação positiva entre etnia – não-brancos | 1 | e brancos | 0 |, e gênero indica que, nessa amostra, a maioria das empreendedoras não é branca.

Ainda, em relação ao gênero, não foi significativa a correlação com a educação, a experiência em outros negócios e as características de comportamento empreendedor. Assim, inicialmente, há indicação de que a amostra, em termos de gênero, não traz comprometimento à análise da relação entre etnia e renda.

A análise de correlação permite observar que, na amostra, a correlação positiva entre experiência (medida pela quantidade de empreendimentos prévios e tempo como empreendedor) é mais intensa com o comportamento *effectuation* do que com o *causation*. Na medida em que vão criando negócios e ganhando experiência, os empreendedores se valem menos de práticas de gestão e de planejamento, associadas ao comportamento *causation*, e tiram proveito do que aprendem com o comportamento *effectuation*.

Dentre os dados de controle considerados, há correlação negativa entre a idade e a etnia: os empreendedores não-brancos são mais jovens do que os brancos. O tamanho da amostra não permite indicar se isso é determinante em todo o universo dos empreendedores do Brasil, representado pela amostra. Porém, há dados do GEM (IBQP, 2018) alinhados com esse achado, apontando que a média de idade dos empreendedores não-brancos, no Brasil, é menor do que a dos brancos, o que assegura a confiabilidade das informações coletadas.

Existe, também, correlação entre a idade, a experiência em anos, e as vivências anteriores de empreendedorismo. Novamente, esse é um dado esperado, pois os empreendedores tendem a iniciar seus negócios nos primeiros anos da vida adulta e, os com mais idade, têm renda superior à obtida pelos mais jovens, o que pode se justificar pela continuidade da atuação como empreendedor e por auferir ganhos com a experiência.

Além disso, houve correlação entre a idade e as características de comportamento na lógica *causation*, embora a *effectuation* seja também passível de aprimoramento com o passar da idade, mas com menos intensidade. Esse achado está de acordo com a teoria, que prevê o aumento da rede de contatos de pessoas mais experientes, que aprendem com os seus erros, tentam alternativas e têm melhor noção de o quanto podem arriscar em seus negócios (Chandler et al., 2011).

Com base nas pesquisas anteriores (IBQP, 2018), foi possível assegurar que a amostra é normal, se comparada a dados publicados pelo GEM, referentes à idade e ao gênero dos empreendedores por necessidade. Em combinação com os dados de desemprego de 2018 (IBGE, 2016), é possível inferir que, nos últimos anos, os não-brancos estão sendo atraídos pelo empreendedorismo como autoemprego (Margolis, 2014), devido à dificuldade de se reposicionar no mercado de trabalho, após um longo período de déficit de empregos, principalmente na população não-branca. Com isso, fica evidente a tese do empreendedorismo por necessidade, visto que muitas pessoas estão investindo no próprio negócio para sobreviver.

Na amostra, a variável educação apresentou correlação positiva com o gênero e a etnia, indicando que as mulheres têm formação mais alta do que os homens; e correlação negativa com a etnia, apontando que a formação educacional dos brancos é superior à dos não-brancos, alinhando a pesquisa com as informações do IBGE (2016).

As variáveis experiência com novos negócios e anos de experiência em empreendedorismo, por sua vez, apresentaram uma correlação positiva, indicando a propensão de os empreendedores, ao longo do tempo, experimentarem novos negócios. No entanto, percebe-se a experiência anterior em outros negócios relacionada ao comportamento *effectuation*, não ao *causation*, indicativa de que os empreendedores que seguem a lógica *effectuation* tendem a abrir novos negócios, ao passo que os com índices superiores de comportamento *causation* tendem a persistir nos negócios criados.

Tabela 3

Correlação de Pearson entre variáveis

Variáveis	Média	Desvio Padrão	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1 Gênero	0,500	0,502	1								
2 Idade (anos)	41,21	11,162	-0,304 (0,001)	1							
3 Etnia	0,44	0,499	0,366 (0,000)	-0,266 (0,006)	1						
4 Educação	6,28	1,681	0,169 (0,082)	0,032 (0,743)	-0,171 (0,079)	1					
5 Renda	2,64	1,144	-0,274 (0,004)	0,293 (0,002)	-0,444 (0,000)	0,147 (0,131)	1				
6 Experiência em negócios	1,93	1,113	-0,136 (0,164)	0,209 (0,031)	-0,263 (0,006)	0,052 (0,597)	0,304 (0,001)	1			
7 Anos de experiência	9,14	8,4202	-0,446 (0,000)	0,526 (0,000)	-0,453 (0,000)	0,015 (0,877)	0,429 (0,000)	0,349 (0,000)	1		
8 Comportamento <i>causation</i>	6,711	2,054	-0,149 (0,126)	0,247 (0,010)	-0,136 (0,163)	-0,019 (0,847)	0,387 (0,000)	0,003 (0,977)	0,159 (0,101)	1	
9 Comportamento <i>effectuation</i>	6,907	1,519	-0,150 (0,123)	0,191 (0,049)	-0,184 (0,058)	-0,023 (0,817)	0,281 (0,003)	0,232 (0,016)	0,186 (0,055)	0,627 (0,000)	1

Notas: Os valores entre parênteses representam o valor de *p* na avaliação de significância (2 extremidades) das correlações. Elaborada pelos autores.

ANÁLISE DE REGRESSÃO

Com o intuito de avaliar se o comportamento empreendedor pode estar atenuando ou contrastando com as diferenças entre etnia e renda, o efeito moderador das variáveis de comportamento *causation* e *effectuation* foi testado (Tabela 4).

Para a análise de regressão, seis modelos foram testados, todos significantes e com robustez assegurada pelo teste de Durbin Watson, indicando valores próximos a | 2 | (Maroco, 2010), conforme consta na Tabela 4.

Inicialmente, foi proposto o Modelo 1, somente com as variáveis de controle para verificar se efeitos paralelos, também de origem socioeconômica e de experiência, poderiam ou não influenciar a renda, sem levar em conta a etnia. Ao se desconsiderar a etnia e a forma como os empreendedores se comportam, pôde-se observar que a idade não tem efeito sobre a renda, e sim: (a) a experiência com negócios anteriores ($\beta = 0,169$, $p = 0,071$); (b) os anos de experiência como empreendedor ($\beta = 0,272$, $p = 0,018$); e (c) o nível de educação ($\beta = 0,155$, $p = 0,083$).

Na sequência, o Modelo 2 avaliou se a renda é determinada pela etnia (+H1); por isso, a variável dicotômica (não-brancos = | 1 |; brancos = | 0 |) foi incluída. Em comparação com o Modelo 1, chama a atenção que a educação deixa de ser significativa, assim como a experiência com negócios anteriores. A variável etnia é significativa ($\beta = -0,258$, $p = 0,011$), apresentando uma relação inversa com a renda, assegurando que o fato de não ser branco determina a renda menor ao empreendedor, mas que a sua

experiência, no entanto, ameniza esse efeito, por ter relação positiva.

Portanto, o Modelo 2 permite dar suporte ao argumento defendido na +H1, de que as condições socioeconômicas, de origem histórica, determinam que os não brancos tenham menos acesso ao empreendedorismo por oportunidade, estando sujeitos a empreender, basicamente, por necessidade (Kopkin, 2017; Margolis, 2014), enfrentando as adversidades herdadas ao longo do tempo.

Para que fossem testados, separadamente, o efeito dos comportamentos *causation* e *effectuation* sobre a renda dos empreendedores, foram incluídos dois modelos, o Modelo 3 e o Modelo 4. O Modelo 3 testou se a renda é determinada pelo comportamento *causation* (+H2), desconsiderando o efeito da etnia. Em comparação com o Modelo 1, que testava apenas as variáveis socioeconômicas e de experiência, percebe-se que há uma correlação positiva com a educação ($\beta = 0,158$, $p = 0,058$), indicando que indivíduos que estudaram por mais tempo tendem a empreender com mais planejamento. Percebe-se também, que os empreendedores com mais experiência, tanto com outros empreendimentos ($\beta = 0,190$, $p = 0,030$) ou como tempo empreendendo ($\beta = 0,261$, $p = 0,015$), tendem a adotar a lógica *causation* em seus negócios e esses fatores colaboram numa renda superior. Por outro lado, depreende-se do modelo que o comportamento *causation* não está associado com a idade e o gênero do empreendedor.

Tabela 4

Modelos de regressão

	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	Modelo 5	Modelo 6
Teste de hipótese		H1	H2	H3	H4a	H4b
Variável dependente	Renda	Renda	Renda	Renda	Renda	Renda
Variáveis de controle	Idade Gênero Educação Exp. em negócios Anos de exp.	Idade Gênero Educação Exp. em negócios Anos de exp.	Idade Gênero Educação Exp. em negócios Anos de exp.	Idade Gênero Educação Exp. em negócios Anos de exp.	Idade Gênero Educação Exp. em negócios Anos de exp.	Idade Gênero Educação Exp. em negócios Anos de exp.
Variáveis independentes		Etnia	<i>Causation</i>	<i>Effectuation</i>	Etnia, <i>Causation</i>	Etnia, <i>Effectuation</i>
Variáveis moderadoras					Etnia X <i>Causation</i>	Etnia X <i>Effectuation</i>
β Idade	0,069 (0,500)	0,068 (0,492)	-0,004 (0,966)	0,049 (0,630)	-0,005 (0,955)	0,052 (0,604)
β Educação	0,155 (0,083)	0,102 (0,249)	0,158 (0,058)	0,159 (0,071)	0,102 (0,220)	0,109 (0,216)
β Gênero	-0,135 (0,175)	-0,070 (0,483)	-0,110 (0,236)	-0,122 (0,214)	-0,024 (0,716)	-0,069 (0,497)
β Experiência em negócios	0,169 (0,071)	0,139 (0,128)	0,190 (0,030)	0,135 (0,147)	0,165 (0,055)	0,107 (0,246)
β Anos de experiência	0,272 (0,018)	0,195 (0,090)	0,261 (0,015)	0,267 (0,019)	0,208 (0,056)	0,188 (0,109)
β Etnia		-0,258 (0,011)			-0,234 (0,014)	-0,244 (0,016)
β <i>Causation</i>			0,332 (0,000)		0,303 (0,000)	
β <i>Effectuation</i>				0,176 (0,051)		0,165 (0,073)
β <i>Causation</i> x Etnia					0,086 (0,298)	
β <i>Effectuation</i> x Etnia						-0,028 (0,762)
Durbin Watson	1,981	2,069	1,974	1,990	2,064	2,059
R ²	0,248	0,295	0,350	0,276	0,396	0,318
F	6,655	6,973	8,987	6,356	8,019	5,716
Alteração de F		6,688	15,781	3,904	8,162	1,666

Nota: Elaborada pelos autores. Exp. = Experiência.

Por conseguinte, o Modelo 3 permite sustentar o argumento proposto na +H2, associado com as condições socioeconômicas – com exceção à etnia – de que o comportamento *causation* possibilita uma renda superior para o empreendedor. Essa informação confirma estudos anteriores que relacionavam o desempenho dos empreendimentos à essa característica de lógica empreendedora, tanto pela capacidade de delinear o futuro (Welter & Kim, 2018).

O Modelo 4 avaliou se a renda pode ser determinada pelo comportamento *effectuation* (+H3), desconsiderando o efeito da etnia e do comportamento *causation*. Comparando os resultados com o Modelo 1, é possível verificar que também há uma correlação positiva com a educação ($\beta = 0,159$, $p = 0,071$), indicando que indivíduos que estudaram por mais tempo possivelmente adquirem habilidades relacionadas à flexibilidade, experimentação e desenvolvem redes de relacionamento úteis para empreender. Percebe-se também, que os empreendedores com mais experiência com empreendedorismo ($\beta = 0,267$, $p = 0,019$) adotam a lógica *effectuation* em seus negócios. No entanto, não é significativa a relação com a quantidade de empreendimentos anteriores, assim como em relação à idade e o gênero do empreendedor.

Deste modo, o Modelo 4 oferece condições de sustentar a H3. Associado com os fatores socioeconômicos – com exceção à etnia – o comportamento *effectuation* oferece condições de uma renda superior para o empreendedor. Essa informação está em sintonia com estudos anteriores que relacionavam o desempenho dos empreendimentos à flexibilidade (Pacho & Mushi, 2020) e o estabelecimento de redes de relacionamento (Miuira et al., 2019). Além disso, indica que essas habilidades estão associadas positivamente com a educação.

Na sequência, foram incluídas as variáveis centradas de comportamento empreendedor, para testar a moderação com a variável etnia (também centrada). O Modelo 5 testou se a interação entre etnia e comportamento *causation* poderia amenizar os efeitos negativos da etnia sobre a renda; e os resultados indicaram significância da lógica *causation* na relação com a renda do empreendedor ($\beta = 0,303$, $p = 0,000$), assim como a etnia ($\beta = -0,234$, $p = 0,014$), porém, não foi possível constatar a plena moderação entre as variáveis, por não apresentar significância estatística no termo de interação, dando suporte parcial à +H4a. Dessa constatação, foi possível inferir que o comportamento *causation* não atenua significativa e estatisticamente os efeitos negativos da etnia sobre a renda, embora aumente sensivelmente a explicação do modelo (de $R^2 = 0,350$ para $R^2 = 0,396$).

Finalmente, foi excluída a variável *causation*, e incluída a de comportamento empreendedor *effectuation* como moderadora (Modelo 6). As variáveis etnia e comportamento *effectuation* foram, também, centradas pela média. Semelhantemente ao modelo anterior, o Modelo 6 sugere que o comportamento *effectuation* é significativa na relação com a renda do empreendedor ($\beta = 0,165$, $p = 0,073$), assim como a variável etnia ($\beta = -0,244$, $p = 0,016$), porém sem interação entre as variáveis, por não atingir significância estatística no termo de interação. Novamente, verifica-se que o comportamento do empreendedor, agora pela lógica *effectuation*, não atenua significativamente os efeitos negativos da etnia sobre a renda, apesar de aumentar a explicação do modelo (de $R^2 = 0,276$ para $R^2 = 0,318$), dando

suporte parcial à +H4b. A partir desses resultados, foi possível sintetizar os resultados (Tabela 5).

Tabela 5

Modelos de regressão

Hipótese	Descrição	Resultado
+H1	A etnia do empreendedor influencia a sua renda; assim, a renda dos empreendedores brancos é superior à dos não-brancos.	Suportada
+H2	O comportamento <i>causation</i> do empreendedor tem efeito positivo sobre a sua renda, independentemente de sua condição socioeconômica.	Suportada
+H3	O comportamento <i>effectuation</i> do empreendedor tem efeito positivo sobre a sua renda, independentemente de sua condição socioeconômica.	Suportada
+H4a	A lógica <i>causation</i> do comportamento empreendedor modera a relação entre etnia e renda do empreendedor, atenuando os efeitos do preconceito por etnia.	Parcialmente suportada
+H4b	A lógica <i>effectuation</i> do comportamento empreendedor modera a relação entre etnia e renda do empreendedor, atenuando os efeitos do preconceito por etnia.	Parcialmente suportada

Fonte: Elaborada pelos autores.

Os resultados indicam que, tanto a etnia como as características do comportamento empreendedor *causation* e *effectuation*, estão relacionadas à renda do empreendedor. Contudo, não é possível assegurar que as práticas adotadas nesses comportamentos possam atenuar plenamente o efeito do preconceito por etnia, na renda do empreendedor, em razão de, apesar de estatisticamente não validado, o efeito da interação entre as variáveis de comportamento empreendedor, os modelos propostos aumentam significativamente sua explicação, considerando a interpretação de alteração do R^2 . Desse modo, no Modelo 2, a explicação era que as variáveis incluídas até a etnia eram capazes de explicar até 29,5% da variação da renda. Ao incluir o comportamento *causation*, essa explicação passou a 39,6%; e o comportamento *effectuation*, para 31,8%, levando à compreensão de que a renda pode ser aumentada, desde que as práticas de tomada de decisão, alinhadas com as lógicas comportamentais de empreendedorismo, sejam intensificadas.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O objetivo deste estudo foi analisar se as lógicas comportamentais de tomada de decisão podem atenuar os efeitos do preconceito de etnia na renda do empreendedor.

Os resultados atestaram que os empreendedores não-brancos têm sua renda afetada negativamente por sua condição étnica, confirmando pesquisas anteriores sobre o tema (Bosma & Kelley, 2019).

Percebe-se, também, que os comportamentos *causation* e *effectuation* contribuem para a construção da renda dos empreendedores como um todo, como já pontuado na literatura (Berends et al., 2014); todavia, o efeito do preconceito de etnia na renda não é neutralizado pelo comportamento.

Nos modelos propostos, foram incluídas variáveis de controle, como idade, gênero, educação, experiência com outros empreendimentos e tempo como empreendedor. Os dados da pesquisa contribuem com o entendimento de que a experiência

contribui para a formação da renda do empreendedor, corroborando outros estudos (Futterer et al., 2017). No entanto, não atenua a situação dos empreendedores não-brancos, no que tange aos seus rendimentos.

Com base nos resultados da análise de correlação, foi possível identificar que o grupo mais carente de assistência é o das mulheres consideradas não-brancas: elas estão há menos tempo no mercado como empreendedoras e possuem a menor renda, em relação ao restante da amostra. Relacionando essas informações com os dados de desempregados e desocupados (IBGE, 2016), é possível inferir que, devido à dificuldade de ascenderem no mercado de trabalho, as mulheres não-brancas estão empreendendo por necessidade. Apesar disso, percebe-se que, provavelmente pelo fato de não serem brancas, elas têm remuneração mais baixa.

Apesar de retratar o contexto, de forma semelhante aos dados do IBGE (2016) e do GEM (IBQP, 2018), esta pesquisa apresenta as seguintes limitações: (1) o próprio contexto de crise de 2018, em que a pesquisa foi realizada, com taxas de desemprego acima da média histórica do país; (2) de um universo de 36% da população ativa brasileira, caracterizada como empreendedora, o acesso a 107 respondentes pode não traduzir as sutilezas regionais e de polos urbanos, nos quais está concentrada a maior parte da população do país; (3) dado o tamanho da amostra, não foi possível avaliar os grupos de gênero e de etnia separadamente, o que limita as reflexões possíveis sobre o contexto do empreendedorismo; e (4) devido ao escopo da pesquisa, não foi possível avaliar o efeito das políticas afirmativas de inserção social, recentemente implantadas, e ainda em estágio inicial de avaliação.

Tais limitações podem refletir oportunidades de novas pesquisas, principalmente quando desenvolvidas em longo prazo, com amostras mais representativas, e envolvendo especificidades de contextos diferentes, sobretudo porque o Modelo 1 sinaliza que a educação tem efeito positivo sobre a renda, antes mesmo da inclusão da variável etnia.

CONCLUSÕES

Ao concluir este estudo, percebe-se que: (a) os indivíduos com o comportamento *causation* e *effectuation* com maior intensidade, têm renda superior; (b) a experiência em negócios anteriores e o tempo de empreendedorismo são fatores que contribuem, em geral, para a composição da renda do empreendedor.

No entanto, nenhum desses comportamentos ou mesmo a experiência são capazes de dirimir ou mitigar os efeitos nefastos do preconceito étnico, arraigado na sociedade, e capaz de condenar o empreendedor, antes mesmo do início de suas atividades, a ter uma renda inferior aos empreendedores brancos. Portanto, este estudo revela o quanto o preconceito racial impregna a sociedade brasileira, no efeito caracterizado por Almeida (2020) como racismo estrutural, sobretudo na população de raiz africana do gênero feminino que busca no empreendedorismo por necessidade um caminho alternativo para as mazelas socialmente estruturadas.

Assim, a pesquisa corrobora estudos desenvolvidos em outros países sobre o mito recorrente do estímulo ao afroempreendedorismo como alternativa isolada de redução de desigualdades sociais (Bradford, 2014).

Em relação à contribuição teórica, este estudo destaca que a teoria *effectuation* tem potencial de explicar como os aspectos cognitivos intrinsecamente associados à teoria podem contribuir para o entendimento dos efeitos socioeconômicos sobre a renda do empreendedor (desde que pesquisas futuras alinhem a teoria à perspectiva do empreendedorismo por necessidade).

Especificamente em relação ao empreendedorismo por necessidade, é revelador o fato de haver correlação mais acentuada entre a experiência em outros empreendimentos e o tempo como empreendedor com o comportamento *effectuation*, do que com o comportamento *causation*. Esse resultado indica que, ao menos na amostra, na medida em que novos negócios vão sendo criados pelo empreendedor, aumentando a sua bagagem de experiência, menos ele se vale de práticas de gestão e de planejamento, associados ao comportamento *causation*, e tira proveito do que aprende com o comportamento *effectuation*, como a experimentação, a flexibilidade, os relacionamentos e a sua percepção sobre perdas suportáveis.

Particularmente, em relação ao questionamento de Kopkin (2017), apresentado no início deste artigo, que indaga se o preconceito racial afeta o empreendedorismo de afrodescendentes, pode-se afirmar, com segurança, ao menos no Brasil, que, sim, ele afeta. E o impacto é tão grandioso que, mesmo com comportamentos voltados ao empreendedorismo, geradores de mais ganhos ao empreendedor, o efeito é pífio.

Em termos de práticas empreendedoras e de políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo, este estudo contribui para a compreensão de que o empreendedorismo por necessidade, determinante da sobrevivência das camadas menos afortunadas da sociedade, predominantemente composta por não-brancos, demanda uma percepção holística. É urgente que se ampliem as políticas afirmativas de longo prazo contra o preconceito étnico, haja vista que não basta ao empreendedor se comportar dentro das lógicas empreendedoras dominantes, sejam elas alinhadas ao planejamento, sejam cunhadas na flexibilidade, na experimentação, nos acordos entre possíveis parceiros de negócios ou sob a égide da limitação de recursos.

Financiamento

Este estudo teve suporte do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), processo nº 407982/2018-3.

Declaração de Conflito de Interesse

Os autores declaram não existir conflito de interesses.

Declaração dos autores de contribuições individuais

Papéis	Contribuições		
	Rosa CM	Vasconcellos SL	Falaster CD
Conceitualização	■	■	
Metodologia			■
Software			■
Validação		■	■
Análise formal	■	■	
Pesquisa / Levantamento	■		
Recursos		■	
Curadoria dos dados		■	■
Escrita - Rascunho original	■	■	■
Escrita - Revisão e edição		■	■
Visualização dos dados		■	
Supervisão / Orientação		■	
Administração do Projeto		■	
Financiamento		■	

REFERÊNCIAS

- Almeida, S. L. de (2020). Racismo estrutural. São Paulo: Editora Jandaíra.
- Amorós, J. E., Fernández, C., & Tapia, J. (2012). Quantifying the relationship between entrepreneurship and competitiveness development stages in Latin America. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(3), 249-270. <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0165-9>
- Autio, E. (2005). GEM report on high-expectation entrepreneurship. Babson Park, MA; Londres, UK: London Business School, Mazars and Babson College.
- Awang, Z., Afthanorhan, A., & Mamat, M. (2016). The Likert scale analysis using parametric-based Structural Equation Modeling (SEM). *Computational Methods in Social Sciences*, 4(1), 13-21.
- Berends, H., Jelinek, M., Reymen, I., & Stultiens, R. (2014). Product Innovation Processes in Small Firms: Combining Entrepreneurial Effectuation, and Managerial Causation. *Journal of Product Innovation Management*, 31(3), 616-635. <https://doi.org/10.1111/jpim.12117>
- Berth, J. (2018). O que é empoderamento? Belo Horizonte: Letramento.
- Block, J., & Sandner, P. (2009). Necessity and opportunity entrepreneurs and their duration in self-employment: Evidence from German Micro data. *Journal of Industry, Competition, and Trade*, 9(2), 117-137. <https://doi.org/10.1007/s10842-007-0029-3>
- Bosma, N., & Kelley, D. (2019). Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report. Babson, Universidad del Desarrollo, KoEF: GEM. Recuperado de https://www.c4e.org.cy/reports/2019/Global_GEM_Report_2018_2019.pdf
- Boston, T. D. (1998). Affirmative action and black entrepreneurship. Abingdon, UK: Routledge.
- Bradford, W. D. (2014). The "Myth" That Black Entrepreneurship Can Reduce the Gap in Wealth Between Black and White Families. *Economic Development Quarterly*, 28(3), 254-269. <https://doi.org/10.1177/0891242414535468>
- Brettel, M., Mauer, R., Engelen, A., & Küpper, D. (2012). Corporate effectuation: Entrepreneurial action and its impact on R&D project performance. *Journal of Business Venturing*, 27(2), 167-184. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.01.001>
- Carneiro, J., & Dib, L. A. (2007). Avaliação Comparativa do Escopo Descritivo e Explanatório dos Principais Modelos de Internacionalização de Empresas. *Internext - Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM*, 2(1), 1-25. <https://doi.org/10.18568/1980-4865.211-25>
- Chandler, G. N., DeTienne, D. R., McKelvie, A., & Mumford, T. V. (2011). Causation and effectuation processes: A validation study. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 375-390. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.10.006>
- Cyert, R. M., & March, J. G. (1963). A behavioral theory of the firm. Upper Saddle River, New Jersey, USA: Prentice-Hall.
- Dancey, C. P., & Reidy, J. (2006). Estatística sem matemática para psicologia (3a. ed.). Porto Alegre: Artmed.
- Dash, R., & Ranjan, K. R. (2019). An Effectual-Causal View of Managerial Decisions in the Internationalization of Indian MNEs. *Journal of International Management*, 25(1), 101-120. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2018.09.001>
- Degler, C. N. (1986). Neither black nor white: Slavery and race relations in Brazil and the United States. Wisconsin, USA: University of Wisconsin Press.
- Einhorn, H. J., & Hogarth, R. M. (1987). Decision making: going forward in reverse. *Harvard Business Review*, 87(1), 66-70.
- Evers, N., & O'Gorman, C. (2011). Improvised internationalization in new ventures: The role of prior knowledge and networks. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(7-8), 549-574. <https://doi.org/10.1080/08985621003690299>
- Faia, V. D. S., Rosa, M. A. G., & Machado, H. P. V. (2014). Alerta empreendedor e as abordagens causation e effectuation sobre empreendedorismo. *Revista de Administração Contemporânea*, 18(2), 196-216. <https://doi.org/10.1590/S1415-6552014000200006>
- Fiedler, A., Fath, B. P., & Whittaker, D. H. (2017). Overcoming the liability of outsidership in institutional voids: Trust, emerging goals, and learning about opportunities. *International Small Business Journal*, 35(3), 262-284. <https://doi.org/10.1177/0266242616662510>
- Frishammar, J., & Andersson, S. (2008). The overestimated role of strategic orientations for international performance in smaller firms. *Journal of International Entrepreneurship*, 7(1), 57-77. <https://doi.org/10.1007/s10843-008-0031-9>
- Futterer, F., Schmidt, J., & Heidenreich, S. (2017). Effectuation or causation as the key to corporate venture success? Investigating effects of entrepreneurial behaviors on business model innovation and venture performance. *Long Range Planning*, 51(1), 64-81. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.008>
- Galkina, T., & Chetty, S. (2015). Effectuation and Networking of Internationalizing SMEs. *Management International Review*, 55(5), 647-676. <https://doi.org/10.1007/s11575-015-0251-x>
- Gartner, W. B. (1988). "Who Is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32. <https://doi.org/10.1177/104225878801200401>
- GEM - Global Entrepreneurship Monitor. (2018). Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo 2018. IBQP/Sebrae/UFPR: Curitiba.
- Lei nº 12.711, de 29 de agosto de 2012. (2012). Dispõe sobre o ingresso nas universidades federais e nas instituições federais de ensino técnico de nível médio e dá outras providências. Recuperado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12711.htm
- Green, S., & Pryde, P. L. (1989). Black entrepreneurship in America. New Jersey, USA: Transaction Publishers.
- Guimarães, A. S. A. (2004). Preconceito de cor e racismo no Brasil. *Revista de Antropologia*, 47(1), 9-43. <https://doi.org/10.1590/s0034-77012004000100001>
- Hair, J. J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (2005). Análise Multivariada de Dados (5ª. ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Harlow, S., & Benbrook, A. (2019). How #Blacklivesmatter: exploring the role of hip-hop celebrities in constructing racial identity on Black Twitter. *Information Communication and Society*, 22(3), 352-368. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1386705>
- Heracleous, L., & Jacobs, C. D. (2011). Crafting Strategy: Embodied Metaphors in Practice. Cambridge, MA, USA: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511975516>
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2016). Pesquisa Nacional por amostra de domicílios: síntese de indicadores 2015. Rio de Janeiro: IBGE. Recuperado de <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887.pdf>
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2019). Produto Interno Bruto - PIB. IBGE Explica. Recuperado de <https://www.ibge.gov.br/explica/pib.php>
- IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade. (2018). Intensidade empreendedora por gênero. Motivação dos Empreendedores no Brasil e no Mundo. Global Entrepreneurship Monitor - Empreendedorismo no Brasil 2017. Curitiba: IBQP.
- Johansson, A., & McKelvie, A. (2012). Unpacking the Antecedents of Effectuation and Causation in a Corporate Context. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 32(17), 1-15.
- Kalinic, I., Sarasvathy, S. D., & Forza, C. (2014). "Expect the unexpected": Implications of effectual logic on the internationalization process. *International Business Review*, 23(3), 635-647. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2013.11.004>
- Knight, F. H. (1921). Risk, Uncertainty, and Profit. Chicago, USA: University of Chicago Press.
- Kopkin, N. (2017). Does racial prejudice affect black entrepreneurship?: evidence exploiting spatial differences in prejudicial attitudes. *Applied Economics*, 49(31), 3045-3066. <https://doi.org/10.1080/00036846.2016.1254336>
- Kristinsson, K., Candi, M., & Sæmundsson, R. J. (2016). The Relationship between Founder Team Diversity and Innovation Performance: The Moderating Role of Causation Logic. *Long Range Planning*, 49(4), 464-476. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2015.12.013>
- Kropp, F., Lindsay, N. J., & Shoham, A. (2006). Entrepreneurial, market, and learning orientations and international entrepreneurial business venture performance in South African firms. *International Marketing Review*, 23(5), 504-523. <https://doi.org/10.1108/02651330610703427>
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411-432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Lawton, A. (2000). The meritocracy myth and the illusion of equal employment opportunity. *Minnesota Law Review*, 85(2), 587-661.
- Lemos, A. Q. (2016). Effectuation e Causation: um estudo sobre o processo decisório empreendedor em redes de micros e pequenos supermercados. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It To Performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172. <https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568>
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2001). Linking two dimensions of

- entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 429-451. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00048-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00048-3)
- March, J. G. (1991). Exploration and Exploitation in Organizational Learning. *Organization Science*, 2(1), 71-87. <https://doi.org/10.1287/orsc.2.1.71>
- Margolis, D. (2014). By Choice and by Necessity: Entrepreneurship and Self-Employment in the Developing World. *The European Journal of Development Research*, 26(4), 419-436. <https://doi.org/10.1057/ejdr.2014.25>
- Maroco, J. (2010). *Análise Estatística* (3ª. ed.). Lisboa: Edições Sílabo Ltda.
- Mattar, F. N. (2007). *Pesquisa de marketing* (4a ed. compacta). São Paulo: Atlas.
- Matzler, K., Uzelac, B., & Bauer, F. (2014). The Role of Intuition and Deliberation for Exploration and Exploitation Success. *Creativity and Innovation Management*, 23(3), 252-263. <https://doi.org/10.1111/caim.12065>
- McGrath, R. G., & MacMillan, I. C. (2000). *The entrepreneurial mindset: Strategies for continuously creating opportunity in an age of uncertainty* (Vol. 284). Brighton, Massachusetts, USA: Harvard Business Press.
- Mintzberg, H. (1987). Crafting Strategy. *Harvard Business Review*, 65, 66-75. <https://doi.org/10.1017/CB09780511975516>
- Mintzberg, H. (1994). *The rise and fall of strategic planning*. New York, USA: The Free Press.
- Miura, M. A., Pilati, R., Milfont, T. L., Ferreira, M. C., & Fischer, R. (2019). Between simpatia and malandragem: Brazilian jeitinho as an individual difference variable. *Plos One*, 14(4), e0214929. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0214929>
- Obloj, T., Obloj, K., & Pratt, M. G. (2010). Dominant Logic and Entrepreneurial Firms' Performance in a Transition Economy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(1), 151-170. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00367.x>
- Pacho, F. T., & Mushi, H. (2020). The effect of effectuation set of means on new venture performance: flexibility principle as a mediating factor. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JEEE-02-2020-0023>
- Paixão, M. (2015). O Justo Combate: relações raciais e desenvolvimento em questão. *Revista Simbiótica*, 2(2), 1-49. <https://doi.org/10.47456/simbitica.v2i2.11721>
- Peng, M. W., & Luo, Y. (2000). Managerial ties and firm performance in a transition economy: The nature of a micro-macro link. *Academy of Management Journal*, 43(3), 486-501.
- Perry, J. T., Chandler, G. N., & Markova, G. (2012). Entrepreneurial Effectuation: A Review and Suggestions for Future Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(4), 837-861. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00435.x>
- Pittaway, L., & Cope, J. (2007). Simulating Entrepreneurial Learning. *Management Learning*, 38(2), 211-233. <https://doi.org/10.1177/1350507607075776>
- Reymen, I., Berends, H., Oudehand, R., & Stultiëns, R. (2017). Decision making for business model development: a process study of effectuation and causation in new technology-based ventures. *R&D Management*, 47(4), 595-606. <https://doi.org/10.1111/radm.12249>
- Ribeiro, D. (2018, abr.). O perfil do empreendedor negro no Brasil. *Carta Capital*. Recuperado de <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/o-perfil-do-empendedor-negro-no-brasil>
- Russell-Wood, A. J. R. (1978). Iberian expansion and the issue of black slavery: Changing Portuguese attitudes, 1440-1770. *The American Historical Review*, 83(1), 16-42. <https://doi.org/10.2307/1865901>
- Santos, S. A. dos. (Org.). (2005). *Ações Afirmativas e Combate ao Racismo nas Américas*. Brasília: Unesco, BID, Ministério da Educação.
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency. *The Academy of Management Review*, 26(2), 243-263. <https://doi.org/10.2307/259121>
- Sarasvathy, S. D. (2008). Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise. Cheltenham: Edward Elgar. <https://doi.org/10.4337/9781848440197>
- Sarasvathy, S. D., & Dew, N. (2005). New market creation through transformation. *Journal of Evolutionary Economics*, 15(5), 533-565. <https://doi.org/10.1007/s00191-005-0264-x>
- Sarasvathy, S. D., Simon, H. A., & Lave, L. (1998). Perceiving and managing business risks: Differences between entrepreneurs and bankers. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 33(2), 207-225. [https://doi.org/10.1016/S0167-2681\(97\)00092-9](https://doi.org/10.1016/S0167-2681(97)00092-9)
- Schotter, A., & Beamish, P. W. (2013). The hassle factor: An explanation for managerial location shunning. *Journal of International Business Studies*, 44(5), 521-544. <https://doi.org/10.1057/jibs.2013.7>
- Shi, Z., Takala, J., Chen, Y., Muhos, M., & Poikkimaki, J. (2013). SMEs' performance evaluation and optimization based on DEA and CFI. *Management and Production Engineering Review*, 4(1), 57-64. <https://doi.org/10.2478/mper-2013-0007>
- Snihur, Y., & Tarzijan, J. (2017). Managing complexity in a multi-business-model organization. *Long Range Planning*, 51(1), 50-63. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.010>
- Śliwa, M. (2007). Globalization, inequalities, and the "Polanyi problem." *Critical Perspectives on International Business*, 3(2), 111-135. <https://doi.org/10.1108/17422040710744935>
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Osterlind, S. J. (2001). *Using Multivariate Statistics*. California, USA: California State University.
- Tasic, I., & Andreassi, T. (2008). Strategy and Entrepreneurship: Decision and Creation Under Uncertainty. *Journal of Operations and Supply Chain Management*, 1(1), 12-23. <https://doi.org/10.12660/joscmv1n1p12-23>
- Van der Zwan, P., Thurik, R., Verheul, I., & Hessels, J. (2016). Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. *Eurasian Business Review*, 6(3), 273-295. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0065-1>
- Vasconcellos, S. L. de, Garrido, I. L., & Parente, R. C. (2019). Organizational creativity as a crucial resource for building international business competence. *International Business Review*, 28(3), 438-449. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.11.003>
- Venkataraman, S., Sarasvathy, S. D., Dew, N., & Forster, W. R. (2012). Reflections on the 2010 AMR Decade Award: Whither the Promise? Moving Forward with Entrepreneurship As a Science of the Artificial. *Academy of Management Review*, 37(1), 21-33. <https://doi.org/10.5465/amr.2011.0079>
- Wang, K. Y., Hermens, A., Huang, K.-P., & Chelliah, J. (2015). Entrepreneurial Orientation and Organizational Learning on Smes' Innovation. *International Journal of Organizational Innovation*, 7(4), 71-81. <http://www.ijoi-online.org/>
- Weick, K. (1979). *The social psychology of organizing*. Reading, MA, USA: Addison-Wesley.
- Welter, C., & Kim, S. (2018). Effectuation under risk and uncertainty: A simulation model. *Journal of Business Venturing*, 33(1), 100-116. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.11.005>
- Yang, M., & Gabriëlsson, P. (2017). Entrepreneurial marketing of international high-tech business-to-business new ventures: A decision-making process perspective. *Industrial Marketing Management*, 64, 147-160. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.01.007>

BIOGRAFIA DOS AUTORES

Carolina Mato da Rosa é pós-graduada em administração pela UNIASSELVI e graduada em administração pela Faculdade IENH.

E-mail: carolldarosa95@gmail.com

Silvio Luís de Vasconcellos é professor titular na linha de estratégia e inovação internacional no Programa de Pós-Graduação em Administração da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Possui doutorado, mestrado e graduação pela UNISINOS e doutorado sanduíche na Florida International University (FIU). É editor científico da Revista BASE. Suas áreas de interesse incluem empreendedorismo, criatividade organizacional, dependência de trajetória, negócios internacionais e inovação. Seus artigos vêm sendo publicados em revistas como *International Business Review (IBR)*, *European Journal of International Management (EJIM)*, *International Journal of Wine Research (IJWR)* e *Brazilian Business Review (BBR)*.

E-mail: silviolvasconcellos@gmail.com.

Christian Daniel Falaster é professor assistente na linha de estratégia no Programa de Pós-Graduação em Administração da Fundação Universidade Regional de Blumenau (FURB). Possui doutorado e mestrado pela Universidade Nove de Julho (UNINOVE) e graduação em Comunicação Social pela Fundação Universidade Regional de Blumenau na FURB. É editor associado do *Iberoamerican Journal of Strategic Management (IJSM)*. Atua na área de negócios internacionais como linha de pesquisa principal, dentro das áreas de estratégia internacional e inovação. Seus artigos vêm sendo publicados no *Journal of International Business Studies (JIBS)*, *Journal of World Business (JWB)* e na *Revista Brasileira de Marketing (REMARK)*.

E-mail: christianfalaster@gmail.com.

Apêndice A

Questões	Média	Desvio padrão	Curtose	Assimetria	Carga fatorial
CAUSATION	6,71	2,054	-0,847	0,334	
1. Analisei as oportunidades a longo prazo e selecionei aquelas sobre que pensei oferecer o melhor retorno.	6,42	2,499	-0,558	-0,363	0,662
2. Desenvolvi uma estratégia para melhor tirar vantagem dos recursos e capacidades disponíveis.	7,29	2,278	-0,907	0,447	0,844
3. Desenvolvi e planejei um plano de negócios.	6,51	2,820	-0,537	-0,819	0,775
4. Organizei e implementei processos de controle para me certificar sobre o cumprimento dos objetivos pré-estabelecidos.	5,94	2,848	-0,284	-1,122	0,816
5. Pesquisei e selecionei os mercados alvo e fiz uma análise competitiva significativa.	6,36	2,654	-0,472	-0,708	0,807
6. Tive uma visão clara e consistente sobre onde eu gostaria de chegar.	7,89	2,384	-1,269	0,818	0,755
7. Desenvolvi um plano de produção e de ações de marketing	6,57	2,685	-0,652	-0,420	0,844
EFFECTUATION (EXPERIMENTAÇÃO)	6,05	2,136	-0,320	-0,596	
8. Experimentei produtos diferentes e modelos de negócio diferentes	6,73	2,787	0,573	-0,682	0,790
9. O produto/serviço oferecido agora é essencialmente o mesmo daquele originalmente conceituado.	5,81	2,832	-0,022	-1,188	n/a
10. O produto/serviço oferecido agora é substancialmente diferente daquele imaginado primeiro.	5,51	2,925	-0,051	-1,305	0,705
11. Tentei uma série de métodos diferentes até encontrar um modelo de negócio que funcionasse.	5,92	2,570	-0,394	-0,791	0,826
EFFECTUATION (PERDAS ACEITÁVEIS)	7,15	2,673	-0,883	-0,259	
12. Fui cuidadoso para não comprometer recursos além do que eu dispunha a perder	7,13	2,917	-0,896	-0,395	0,950
13. Fui cuidadoso para não arriscar mais dinheiro além do que eu estava propenso a perder com a ideia inicial.	6,93	2,980	-0,713	-0,730	0,943
14. Fui cuidado para não arriscar tanto dinheiro a ponto de colocar a empresa em problemas financeiros caso as coisas não dessem certo.	7,39	2,666	-0,925	-0,117	0,912
EFFECTUATION (FLEXIBILIDADE)	7,75	1,657	-1,142	2,115	
15. Permiti ao negócio desenvolver oportunidades emergentes (novas) além do que estava planejado.	7,73	2,161	-1,173	0,989	0,818
16. Adaptei o que iríamos fazer aos recursos que eu tinha disponíveis.	8,26	1,870	-1,501	2,594	0,762
17. Fui flexível e tirei vantagens das oportunidades enquanto elas surgiam.	8,04	1,868	-1,268	1,738	0,869
18. Evitei ações que restringiam a flexibilidade e a adaptabilidade do negócio.	6,95	2,432	-0,879	0,354	0,742
EFFECTUATION (PRE-ACORDOS)	6,14	2,579	-0,554	-0,557	
19. Usei um número substancial de acordos com clientes, fornecedores e outras organizações e pessoas para reduzir o tamanho da incerteza.	5,92	2,748	-0,328	-0,863	0,944
20. Usei pré-acordos para clientes e fornecedores sempre que foi possível.	6,37	2,746	-0,506	-0,705	0,933
DESCRIÇÃO DA AMOSTRA					
21. Gênero	0,50	0,502	0,019	-2,038	
22. Idade	41,21	11,162	0,246	-1,038	
23. Etnia	0,44	0,499	0,248	-1,976	
24. Educação	6,28	1,681	-0,855	0,637	
25. Experiências empreendedoras anteriores	1,93	1,113	1,195	0,648	
26. Tempo como empreendedor	9,14	8,4202	1,454	1,861	
VARIÁVEL DEPENDENTE	2,64	1,144	0,250	-0,791	
27. Faixa de Renda	2,64	1,144	0,250	-0,791	