

RITA DE CÁSSIA DA COSTA MALHEIROS

**AS PRINCIPAIS BARREIRAS AO EMPREENDIMENTO DE NOVOS
NEGÓCIOS: UM MODELO QUE CONSIDERA AS CONDIÇÕES DO
EMPREENDEDOR NA CONFIGURAÇÃO DESSA PERCEPÇÃO**

**FLORIANÓPOLIS
2001**

RITA DE CÁSSIA DA COSTA MALHEIROS 

**AS PRINCIPAIS BARREIRAS AO EMPREENDIMENTO DE NOVOS
NEGÓCIOS: UM MODELO QUE CONSIDERA AS CONDIÇÕES DO
EMPREENDEDOR NA CONFIGURAÇÃO DESSA PERCEPÇÃO**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em
Engenharia de Produção e Sistemas da Universidade
Federal de Santa Catarina – UFSC, para obtenção do
título de Doutora em Engenharia de Produção.

Orientador:

Prof. Cristiano J. C. de A. Cunha, Dr. rer. pol.



03444037

FLORIANÓPOLIS

2001

RITA DE CÁSSIA DA COSTA MALHEIROS

**AS PRINCIPAIS BARREIRAS AO EMPREENDIMENTO DE NOVOS
NEGÓCIOS: UM MODELO QUE CONSIDERA AS CONDIÇÕES DO
EMPREENDEDOR NA CONFIGURAÇÃO DESSA PERCEPÇÃO.**

Esta tese foi julgada e aprovada para obtenção do título de
**Doutora em Engenharia de Produção no Programa de
Pós-Graduação em Engenharia de Produção**
da Universidade Federal de Santa Catarina

Florianópolis, 30 de abril de 2001

Prof. Ricardo Miranda Barcia, PH.D
Coordenador do Curso

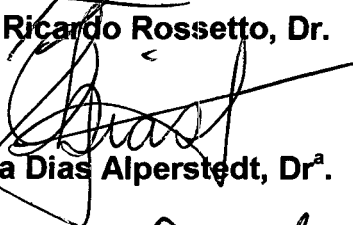
BANCA EXAMINADORA



Prof. Cristiano José Castro de Almeida Cunha, Dr rer. pol.
Orientador



Prof. Carlos Ricardo Rossetto, Dr.



Profª Graziela Dias Alperstedt, Drª.



Prof. Neri dos Santos, Dr.



Prof. Pedro Barbetta, Dr.

AGRADECIMENTOS

Ao professor Cristiano Cunha, pela orientação deste trabalho, especialmente pelo entusiasmo que sempre demonstrou pelo tema.

Aos professores Carlos Ricardo Rossetto, Graziela Dias Alperstedt, Neri dos Santos e Pedro Barbeta, membros da Banca Examinadora, por suas contribuições e sugestões.

Aos 250 empreendedores pesquisados, cujas percepções possibilitaram compreender as barreiras ao empreendimento de novos negócios, essencial para viabilizar a pesquisa.

À professora Silvia Nassar, pela colaboração na análise estatística dos dados.

Aos amigos do IEA, pelo apoio para concluir este trabalho. Agradeço, de forma especial, a Silvia B. Pessoa, pela boa vontade em colaborar na configuração do texto, e a Luiz Alberto Ferla, pela forma com que sempre respondeu de forma prestativa às solicitações.

A toda minha família, em especial ao meu marido e meus filhos, Eduardo e Victor, pelo carinho, companhia e compreensão. Também ao Cássio e à Tatiana, eternos companheiros de jornada.

À Cristina Borges, com quem compartilhei todos os momentos do curso e da tese, e sempre se mostrou uma amiga disposta a colaborar.

**“Atravesso o avesso,
e o meu barco de travessias é a palavra
terra, cercada de água por todos os lados;
pois menor que meu sonho não posso ser.”**

Lindolf Bell

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	viii
LISTA DE QUADROS	ix
LISTA DE TABELAS	x
RESUMO.....	xi
ABSTRACT	xii
1 INTRODUÇÃO	1
1.1 Exposição do tema.....	1
1.2 Organização do estudo	8
1.3 Definição do problema, objetivos e relevância do estudo.....	10
1.3.1 Objetivos	13
1.3.1.1 Geral	13
1.3.1.2 Específicos.....	13
1.3.2 Relevância do estudo.....	14
2 REVISÃO DE LITERATURA	18
2.1 Evolução histórica da concepção de empreendedorismo.....	20
2.1.1 Empreendedorismo em um ambiente dinâmico	29
2.1.2 Orientação das atividades empreendedoras para a personalidade empreendedora	34
2.1.3 Orientação das características pessoais para atitudes e comportamento empreendedor	35
2.1.4 Concepção unidimensional de empreendedorismo	36
2.1.5 Concepção multidimensional de empreendedorismo	39
2.2 O processo empreendedor.....	49
2.3 A criação de novos negócios	58
2.4 Barreiras à constituição de novos negócios	66
2.4.1 Fatores pessoais.....	71
2.4.2 Fatores de projeto	85
2.4.3 Fatores ambientais.....	97
3 PROPOSTA DE UM MODELO PARA ESTUDAR BARREIRAS À CRIAÇÃO DE NOVOS NEGÓCIOS	110
3.1 Modelo proposto	114
4 Pesquisa empírica.....	122
4.1 Aspectos Metodológicos	122
4.2 Questões de pesquisa	125
4.3 Hipóteses	128
4.3.1 Hipótese central	129
4.3.2 Hipóteses complementares.....	129
4.4 Instrumento de coleta de dados	130
4.4.1 Variáveis e escalas	133
4.4 População da pesquisa.....	135
4.6 Amostra	136
4.7 Unidade de análise	138
4.8 Confiabilidade das respostas.....	139

5 ANÁLISE DOS DADOS.....	140
5.1 Caracterização da amostra.....	140
5.2 Confiabilidade e validade do instrumento de coleta de dados.....	145
5.3 Descrição dos Fatores de Barreira.....	147
5.3.1 Fator “barreiras de ordem pessoal”.....	147
5.3.2 Fator “barreiras de projeto”.....	150
5.3.3 Fator “barreiras de ordem ambiental”.....	153
5.3.4 Análise dos escores de cada fator de barreira.....	157
5.4 Análise Fatorial Utilizando o Método dos Componentes Principais.....	160
5.5 Verificação das Hipóteses.....	164
5.6 Análise da Associação entre as Características do Empreendedor e as Barreiras Percebidas.....	167
5.7 Discussão dos Resultados.....	173
5.7.1 Associação entre as características do empreendedor e as barreiras percebidas.....	174
6 CONCLUSÕES.....	175
6.1 Conclusões.....	175
6.2 Recomendações.....	190
7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	192
8 Anexos.....	207
8.1 Anexo 1 – Configuração do questionário.....	207
8.2 Anexo 2 – Distribuição dos itens da escala de percepção dos empreendedores referente ao grau de dificuldade e características da amostra segundo uma análise tridimensional.....	209

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – O processo empreendedor	53
Figura 2 – Fatores que intervêm negativamente ao empreendimento de novos negócios.....	121
Figura 3 – Pesquisados segundo idade.....	141
Figura 4 – Pesquisados segundo o gênero.	142
Figura 5 – Pesquisados segundo experiências empreendedoras	142
Figura 6 – Pesquisados segundo o nível de atividade.	143
Figura 7 – Pesquisados segundo o ramo de atividade pretendido.....	144
Figura 8 – Distribuição da percepção dos dirigentes quanto ao fator “barreiras de ordem pessoal”	149
Figura 9 – Barreiras de projeto.	152
Figura 10 – Barreiras de ordem ambiental.....	155
Figura 11 – Distribuição dos itens na escala de percepção a respeito das barreiras ao empreendimento de novos negócios segundo uma análise bidimensional.....	163
Figura 12 – Distribuição dos itens da escala de percepção dos empreendedores referente ao grau de dificuldade e características pessoais segundo uma análise bidimensional.....	172

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Contribuições ao desenvolvimento de uma concepção multidimensional de empreendedorismo.....	41
Quadro 2 – Como alguém se torna um empreendedor.....	57
Quadro 3 – Fatores percebidos como barreiras à	119
Quadro 4 – Diferentes condições do indivíduo que intenciona iniciar um novo negócio.....	120
Quadro 5 – Variáveis relacionadas à condição do indivíduo.....	133
Quadro 6 – Variáveis utilizadas para mensurar as barreiras percebidas à constituição de novos negócios	134

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Teste de análise da consistência dos itens do questionário segundo o coeficiente α de Cronbach.	146
Tabela 2 – Descrição estatística dos itens do questionário sobre fatores de barreira de ordem pessoal..	148
Tabela 3 – Descrição estatística dos itens do questionário sobre o fator “barreiras de projeto”.....	151
Tabela 4 – Descrição estatística dos itens do questionário sobre o fator “barreiras de ordem ambiental”	154
Tabela 5 – Escalas utilizadas para cada fator de barreira pesquisado	157
Tabela 6 – Descrição estatística dos escores médios dos diferentes fatores de barreira.....	158
Tabela 7 – Percentual de variabilidade explicada	162
Tabela 8 – Escores de percepção dos três fatores de barreira ao empreendimento de novos negócios em relação ao gênero.....	164
Tabela 9 –Escores de percepção dos três fatores de barreira ao empreendimento de novos negócios em relação à experiência. .	165
Tabela 10 – Escores de percepção dos três fatores de barreira ao empreendimento de novos negócios em relação à atividade	165
Tabela 11–Escores de percepção dos três fatores de barreira ao empreendimento de novos negócios em relação ao ramo.....	166
Tabela 12 – Percepção dos fatores de barreira segundo os dois grupos de dificuldade	168
Tabela 13 – Distribuição conjunta de frequência entre as características do empreendedor e os dois grupos com diferentes percepções de barreiras ao empreendimento de novos negócios	169
Tabela 14 – Percentual de variabilidade explicada.....	171

RESUMO

O estudo desenvolvido teve como fim principal conhecer as principais barreiras percebidas por indivíduos com o desejo de iniciar negócios próprios. Para isso, foram estabelecidos como objetivos específicos: comprovar se diferenças de gênero, nível de atividade (empregado, desempregado, nunca empregado ou aposentado), experiência e ramo de atividade pretendido resultam em diferentes fatores de barreira percebidos. O trabalho propõe um modelo para estudar as barreiras ao empreendimento de novos negócios, percebidas por futuros empresários. Pelo tipo de estudo realizado, no qual se procurou descobrir e classificar as relações entre variáveis, bem como pela natureza do problema em questão, optou-se por trabalhar com o método quantitativo, utilizando-se um *survey*, o que possibilitou ter acesso a um amplo conjunto de informações relacionadas ao tema de pesquisa. Foi utilizada uma amostra intencional composta por 168 indivíduos com desejo de iniciar negócio próprio. Para verificar a confiabilidade do instrumento de pesquisa, foi avaliada a consistência interna dos itens utilizando-se o coeficiente α de Cronbach. Pelo Método de Análise fatorial por meio dos Componentes Principais determinou-se o grau de correlação entre a condição dos empreendedores e os fatores de barreira de ordem pessoal, de projetos e ambiental. A tabulação e a avaliação estatística dos dados foram desenvolvidas utilizando-se a planilha Excel 5.0 e o software Statistica 5.0. Os resultados encaminham a discussão sobre as principais barreiras percebidas por potenciais empresários e a validade do modelo proposto, podendo orientar políticas públicas que visem à transformação da realidade de falência empresarial precoce estabelecida no Brasil.

ABSTRACT

The primary objective of this study was to identify the main obstacles encountered by people wanting to start their own business. In order to achieve this the following specific objectives were defined: to identify if differences of gender, current activity (employment, unemployment having worked, unemployment never having worked, or, retirement), experience and also the type of activity planned result in differences in the obstacles encountered. For this type of study, where an attempt is made to discover and classify the relationships between variables a model will be used. In this case a quantitative method has been chosen, namely a survey, which facilitates the collection of a large amount of information. A selected sample composed of one hundred and sixty-eight individuals expressing the desire to start their own businesses. In order to verify that this research method is trustworthy the internal consistency of the items was evaluated through the use of the Cronbach coefficient α . The degree of correlation between the status and social condition of the entrepreneurs and their perceived order of environmental and project-specific obstacles to the establishment of a successful business was determined through the factorial method of analysis applied to the principal components. The tabulation and statistical manipulation of the data was done using *Excel 5.0* and *Statistica 5.0*. The results invite discussion of the primary obstacles perceived by potential entrepreneurs and of the model employed. They could be used to direct public policies which have the objective of transforming the current reality of new-business failure in Brazil.

1 INTRODUÇÃO

1.1 Exposição do tema

O atual período por que passa a humanidade, de intensa modernização socioeconômica e transformações culturais e políticas associadas, traz consigo radicais formas de reestruturação iniciadas no final do século XIX. Agora, mais uma vez, o final do século XX ressoa com processos socioespaciais transformadores similares, evidenciando uma alteração, inclusive, na cultura do tempo e espaço, e promovendo novas visões e configurações organizacionais para o futuro.

A atual mudança para formas flexíveis de especialização e acumulação se reflete na desconstrução das formas, estruturas, relações e práticas organizacionais estabelecidas, para um subsequente processo de reconstrução e reorganização, no qual o capitalismo está se tornando mais fortemente organizado através da dispersão, mobilidade geográfica, e respostas flexíveis ao mercado e aos processos de trabalho.

Essas transformações têm particulares implicações na compreensão do processo de empreendedorismo que se estabelece no final do século XX, pelo ambiente empresarial diferenciado que configuram, quando passam a existir novas barreiras e estímulos à implantação de novos negócios. Diante da atual conjuntura, o empreendedor, ao buscar os recursos necessários à formação de um novo negócio (financeiros, matéria-prima, insumos, mão-de-obra e idéias),

depara-se com um cenário em constantes transformações, com um alto grau de incerteza e riscos associados.

Esse novo cenário em que se insere o empreendedorismo tem despertado a atenção de pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento, uma vez que é evidente que as condições que modificaram o significado do espaço e das relações espaciais para a economia das organizações estabelecidas também implicam a promoção de mudanças no processo de constituição de um novo negócio, o que tem se refletido no desenvolvimento de novas formas de empreendedorismo.

O processo empreendedor representa uma contribuição inegável na renovação do tecido empresarial, na criação de empregos e na difusão dos avanços tecnológicos, contribuindo para o bem-estar social e econômico. No entanto, o indivíduo empreendedor, ao buscar desenvolver seu próprio negócio, depara-se com uma série de barreiras de diferentes ordens, que limitam a sua atuação, impedindo-o ou enfraquecendo a potencialidade do negócio vir a se tornar bem-sucedido. A elucidação desses fatores nos permitirá iniciar uma profunda discussão sobre as mudanças fundamentais a serem implementadas no ambiente empresarial. Isso implica compreendermos em que contexto o empreendedorismo se desenvolve atualmente, buscando promover um ambiente fértil ao seu desenvolvimento.

A partir da década de 1980, as agências governamentais em todo o mundo aumentaram o interesse pela formação de novos negócios,

principalmente de pequenas e médias empresas. Esse maior interesse se deu através da percepção do esgotamento do modelo fordista de crescimento econômico, baseado em grandes empresas, intensivas em capital, com importantes economias de escala, forte capacidade interna de P&D, situação oligopolista no mercado e com tendência a multinacionalizar-se, dispondo de amplos recursos humanos bem treinados. O papel econômico das pequenas e médias empresas começou a ser reavaliado de maneira mais positiva.

Nesse mesmo período, alguns estudos importantes foram realizados tendo como enfoque a dinâmica gerada pelas atividades produtivas das pequenas e médias empresas. Políticas públicas foram definidas levando em consideração não somente as especificidades dessas empresas como também a importância de seu papel econômico.

No Brasil, seguindo uma tendência global, essas mudanças aconteceram de forma mais significativa também na década de 1980, quando grandes empresas começaram a exibir dificuldade em sobreviver num ambiente em que se fazia necessário estar junto do mercado. A partir desse período, o governo demonstra algumas ações no sentido de promover o desenvolvimento de pequenas e médias empresas, como a implantação de programas de concessão de crédito.

Além de algumas políticas de incentivo, os avanços tecnológicos passam a beneficiar também as pequenas e médias empresas, até então consideradas receptoras passivas e episódicas de tecnologia. O

desenvolvimento da tecnologia da informação facilita suas transações comerciais. O crescimento do atacado possibilita que os produtos das pequenas empresas sejam colocados em outras regiões, ampliando consideravelmente o seu poder de vendas. As pequenas empresas passam a dispor da flexibilidade exigida pela globalização, a ponto de dar respostas rápidas às demandas do mercado. Esses fatores têm permitido às pequenas e médias empresas atuar de forma mais competitiva, enquanto as grandes empresas têm uma participação menor no mercado como um todo. Entretanto, uma expressiva parcela das pequenas e médias empresas brasileiras ainda convive com um baixo dinamismo tecnológico, o qual parece ter suas causas fortemente vinculadas às suas bases financeiras limitadas, aos setores relativamente tradicionais em que atuam, à restrita disponibilidade de recursos humanos qualificados, à estrutura organizacional inadequada, à escassez de competência em gestão e aos limites de investimento em atividades de maturação longa, como as de P&D.

Embora seja desejável o ímpeto empreendedor, um fator propulsor à geração de novas empresas, o cenário recessivo da economia no Brasil é que tem estimulado um enorme contingente de pessoas a criar seus próprios negócios. Nesse sentido, o número de empresas abertas anualmente no Brasil cresce em grandes proporções, o que poderia tornar-se um fator otimista não fosse também o alto índice de mortalidade dessas empresas ainda na fase infantil. O SEBRAE estima que, das empresas abertas anualmente,

aproximadamente 47% são dissolvidas antes de completar o primeiro ano de atividade (SEBRAE, 1999).

Um índice de dissolução nessa proporção chama a atenção para a necessidade de que sejam investigadas as causas que levam esses empreendedores a não mais suportarem evoluir com seus negócios. Esses problemas parecem estar atrelados a diferentes fatores: econômico, político, social, individual e de infra-estrutura. Isso remete à necessidade de se desenvolverem estudos ainda mais aprofundados, que revelem as deficiências e dificuldades enfrentadas por indivíduos com comportamento empreendedor, antes mesmo de iniciarem os negócios por eles idealizados.

Por isso, é importante que se avalie a fase que precede a abertura da empresa, na qual muitos empreendedores sofrem uma série de limitações e adversidades que acabam por provocar sérios problemas estruturais em suas empresas. É comum serem identificados como causas de fracasso fatores como a falta de recursos financeiros, a alta carga tributária, o excesso de regulamentações, a crise econômica, a instabilidade política, a alta taxa de juros, a falta de linhas de crédito e financiamentos, entre outros. Nota-se, contudo, que pouco são explorados os aspectos relacionados à pessoa do empreendedor. Suas atitudes, deficiências e limitações muito pouco aparecem nessas reflexões.

Na verdade, tem-se como hipótese que essas dificuldades advêm tanto de limitações inerentes ao próprio indivíduo empreendedor e de sua família

quanto de fatores ligados ao projeto, ou seja, da forma como a empresa é configurada, tanto do ponto de vista operacional quanto administrativo, além de fatores de ordem externa ou ambiental. Estudos revelam que empresas criadas apresentando deficiências profundas em uma dessas dimensões não costumam apresentar traço diferencial ou característica criativa que lhes atribua efetiva vantagem competitiva no mercado. Isso faz com que elas não consigam enfrentar as contínuas mudanças e demandas ambientais de forma competitiva, apresentando um breve ciclo de vida. Muitas dessas deficiências só se tornam evidentes após a posta em marcha do novo negócio, em que uma série de fatores precisa estar presente para garantir sua evolução.

Quando analisamos em que condições, e perante quais limitações, um empreendedor estabelece sua empresa, é possível trazer detalhes elucidativos a esse cenário de falência empresarial, os quais poderão contribuir na definição de políticas públicas mais alinhadas à atividade empreendedora, principalmente no que diz respeito à formação de pequenas e médias empresas.

Essa análise se reveste de importância porque pouco se conhece sobre os fatores que influenciam negativamente à concepção, planejamento e abertura de um novo negócio. Isso porque o processo de estabelecimento de um novo negócio envolve diversos fatores, e as teorias em empreendedorismo costumam ser divergentes e complexas ao tentar explicá-los.

Evitando priorizar um único fator, as pesquisas mais recentes em empreendedorismo já têm se sustentado sobre modelos multidimensionais (indivíduo, organização e ambiente). No entanto, as condições econômicas e sociais do futuro empresário têm sido desconsideradas, pressupondo que, uma vez exibindo o comportamento empreendedor, as barreiras percebidas seriam as mesmas.

Este trabalho parte da hipótese de que uma variação nestas condições parece se refletir na percepção de barreiras diferenciadas quanto à implementação de novos negócios. Nesse sentido, o trabalho busca fazer um levantamento das diferentes concepções teóricas sobre empreendedorismo, no sentido de configurar um modelo que seja sensível à condição em que se encontra o indivíduo que deseja iniciar um negócio próprio.

Tal abordagem possibilita compreender, segundo os diferentes perfis econômicos, sociais e variações de gênero exibidos por esses indivíduos, como as barreiras ao estabelecimento de novos negócios são diferentemente percebidas. Para tal, faz-se necessário definir sob qual ponto de vista o processo empreendedor será tratado nessa pesquisa, uma vez que o empreendedorismo não é um tema relacionado somente à criação de um novo negócio.

1.2 Organização do estudo

No primeiro capítulo deste estudo, além da exposição do tema e da sua organização, encontram-se a definição e a natureza do problema, apresentadas de forma sucinta. Na seqüência, apresentam-se os objetivos da pesquisa e a relevância do estudo para o segmento pesquisado, bem como para o Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas do Centro Tecnológico da Universidade Federal de Santa Catarina – PPGEP/CTC/UFSC.

No segundo capítulo são descritos os fundamentos teóricos sobre empreendedorismo. Inicialmente, apresenta-se a evolução histórica da concepção de empreendedorismo, mais especificamente mostrando-se como este assunto evolui de uma concepção orientada sobre a personalidade empreendedora para uma concepção multidimensional de empreendedorismo, na qual são explorados fatores individuais, de projeto e ambientais simultaneamente.

Em segundo lugar, discute-se o processo empreendedor, que compreende as diferentes etapas que se organizam desde a concepção da idéia, passando pelo planejamento e culminando com o estabelecimento do novo negócio.

Em terceiro lugar, a criação de novos negócios é explorada, evidenciando-se os diferentes fatores que se relacionam na tomada de decisão quanto a implementar ou não um negócio próprio. Também nessa seção são

considerados diferentes fatores que encorajam ou forçam o indivíduo a tomar uma decisão.

Em quarto lugar, apresentam-se as barreiras à constituição de novos negócios, parte em que são evidenciados fatores de ordem individual, de projetos e ambiental.

O terceiro capítulo esclarece o modelo proposto, o qual se desenvolve a partir das variáveis sustentadas pela literatura na área de empreendedorismo e de fatores percebidos por intermédio de experiências práticas desenvolvidas nessa área de estudo pela pesquisadora. Esse modelo propõe trabalhar empreendedorismo a partir de uma abordagem multidimensional, tendo a preocupação de contemplar as diferentes condições nas quais se encontram os indivíduos que intencionam empreender negócios próprios.

O quarto capítulo refere-se aos procedimentos metodológicos da pesquisa. Inicialmente, apresenta-se a caracterização do estudo como sendo quantitativo e descritivo. Posteriormente, são descritos o método, o modo de investigação e a perspectiva do estudo em pauta. Na seqüência, descreve-se a população do presente estudo, constituída por integrantes de um curso voltado a pessoas que intencionam desenvolver negócios próprios. Depois, apresentam-se as definições das variáveis que interagem no processo de pesquisa e, finalmente, são descritas as técnicas de coleta e de tratamento de dados utilizados.

No quinto capítulo, verifica-se a confiabilidade do instrumento de coleta de dados, calculando-se o coeficiente α de Cronbach. Posteriormente são feitas uma análise descritiva dos principais fatores pesquisados e uma avaliação estatística das hipóteses, e, finalmente, é avaliada a associação entre as características individuais consideradas e as principais barreiras percebidas, com uma análise de correspondência múltipla.

No sexto capítulo, apresentam-se as conclusões do referido estudo considerando o objetivo geral proposto, e fazem-se recomendações para o desenvolvimento de trabalhos futuros.

No sétimo e último capítulo são apresentadas as referências bibliográficas.

1.3 Definição do problema, objetivos e relevância do estudo

O processo empreendedor inicia-se com a idéia de negócio, sobre a qual ações são somadas buscando-se a constituição efetiva do empreendimento. No entanto, pouco se tem procurado compreender sobre as deficiências e limitações que se relacionam à atividade empreendedora, principalmente no que diz respeito à formação de pequenas e microempresas.

Tomando contato com uma série de pessoas desejosas de constituírem um negócio próprio, percebeu-se que muitas delas já tinham claramente a idéia do negócio, intencionando implementá-lo, mas esbarravam em uma série de limitações. Observou-se, também, que esses indivíduos, conforme variasse

sua condição econômica e social, expressavam perceber diferentes barreiras ao ato de empreender. Tal constatação gerou uma questão: quais são as principais limitações com que se depara o indivíduo que pretende iniciar um negócio próprio? As diferenças de gênero, de condição social e econômica fazem com que as barreiras percebidas sejam diferentes? Diante de tais questionamentos o presente trabalho procura esclarecer quais são as principais barreiras percebidas por diferentes perfis de indivíduos que integram a sociedade e que desejam empreender novos negócios.

Atualmente, todos os instrumentos de apoio à criação de novos negócios não fazem nenhuma diferenciação entre os diferentes perfis de empreendedores que necessitam desses benefícios. Todos eles são tratados como se suas dificuldades fossem as mesmas. As barreiras relacionadas com as características individuais costumam ser desconsideradas, assim como algumas barreiras relacionadas ao projeto da futura empresa. Entretanto, acredita-se que os programas de apoio à criação de novos negócios deveriam ser sensíveis às particularidades de cada indivíduo.

Contextualizado o problema e buscando construir um conjunto de informações que possam elucidar os questionamentos dele originários, utilizar-se-á um *survey* como instrumento de pesquisa.

O desenvolvimento e aplicação do modelo proposto permitirá contribuir para a compreensão do conceito e dos princípios do empreendedorismo, além

de evidenciar o quanto os resultados práticos encontrados estão alinhados com o que é expresso na literatura atual.

A resposta à questão de pesquisa poderá servir, ainda, de sustentação à implementação de programas de fomento à ação empreendedora, buscando oferecer propostas que suportem os futuros empresários e minimizar as barreiras evidenciadas. Assim, a pesquisa se reveste de importância quando se percebem a criação de novos negócios como fator propulsor à renovação do tecido econômico brasileiro e a carência de estudos que busquem dar respostas a tais indagações.

O trabalho, além de buscar encontrar respostas para a questão de pesquisa, representa também uma contribuição no plano teórico, ao reunir as principais referências bibliográficas relacionadas ao tema, tratando-o de forma abrangente. Do ponto de vista prático, a pesquisa tem como contribuição o fato de evidenciar a percepção de pessoas realmente comprometidas com o desejo de empreender um novo negócio, uma vez que a amostra é composta por participantes de cursos destinados a esse fim.

A pesquisa será aplicada na região de Florianópolis, por se constituir em uma das regiões atendidas pelo Programa de Desenvolvimento Empreendedor, através do oferecimento do curso "Iniciando Seu Próprio Negócio", no qual a pesquisadora atua como instrutora.

1.3.1 Objetivos

1.3.1.1 Geral

O propósito desta pesquisa é:

- verificar a existência de uma associação entre a condição do empreendedor e os correspondentes elementos percebidos como barreiras ao empreendimento de novos negócios.

1.3.1.2 Específicos

Os objetivos específicos são:

- levantar, na literatura especializada, as diferentes abordagens de empreendedorismo discutidas pelos estudiosos da área;

- verificar se há diferença na percepção de homens e mulheres quanto às barreiras relacionadas à implantação de novos negócios;

- verificar se indivíduos desempregados, nunca empregados ou aposentados percebem as barreiras relacionadas com a implementação de novos negócios diferentemente dos indivíduos empregados;

- verificar se indivíduos com experiências empreendedoras percebem diferentemente as barreiras relacionadas à implantação de um novo negócio se comparados com indivíduos sem experiência;

- verificar se são diferentes as barreiras percebidas de acordo com o ramo de negócio pretendido pelo futuro empresário, ou seja, conforme este pretenda abrir um comércio, uma empresa para prestação de serviços ou uma empresa produtora de um bem; e

- propor um modelo para estudar as barreiras relacionadas com a abertura de novos negócios a partir de uma abordagem multidimensional.

1.3.2 Relevância do estudo

Este estudo justifica-se no momento em que procura identificar, entre as diferentes abordagens em empreendedorismo, uma melhor compreensão do processo de constituição de novos negócios no Brasil, de forma a identificar quais as barreiras percebidas por indivíduos com intenção de desenvolver novos negócios. Diante de uma série de fatores particulares ao cenário socioeconômico brasileiro, não se pode considerar que as teorias empreendedoras desenvolvidas em outros ambientes sejam diretamente aplicáveis à nossa realidade. Na verdade, há de se buscar desenvolver um conjunto de teorias empreendedoras que reflitam com precisão a realidade nacional, podendo, dessa forma, oferecer sustentação a uma série de políticas de fomento empresarial que possam estar voltadas ao saneamento de deficiências presentes na realidade empresarial brasileira.

Além do exposto, a tarefa de empreender um novo negócio está longe de se tornar uma atividade capaz de ignorar as diferenças individuais, principalmente em relação às condições econômicas e sociais, assim como a

vocação empresarial. Vivem-se tempos difíceis, em que ser dono do próprio negócio perdeu o sabor espontâneo de buscar ser patrão de si próprio para se transformar em um desafio permanente de reconstrução e atualização. Nesse contexto, é praticamente impossível que o empreendedor fique alheio ao volume de exigências e barreiras que lhes são apresentadas diariamente.

As inovações tecnológicas estão descortinando uma série de oportunidades nunca antes imaginadas do ponto de vista empresarial em todo o mundo. Além disso, é fundamental encarar a história cultural brasileira, em suas origens mais longínquas, para compreender os motivos que levam, neste país, tantos negócios à falência ainda nos primeiros anos de vida. A história brasileira nunca refletiu, em sua essência, uma ação empreendedora de fato por parte dos seus protagonistas. A marca do oportunismo se faz presente desde os tempos remotos da descoberta, em detrimento de uma política de incentivo à vocação empreendedora.

O individualismo exacerbado vinculado à prática social da "troca de favores", característica típica das colonizações ibéricas, favoreceu um ambiente hostil ao florescimento de empresas no Brasil. Isso se reflete no perfil dos nossos heróis, enaltecidos, em geral, pela coragem desbravadora e pela conquista isolada de feitos prodigiosos na exploração das riquezas naturais da terra.

Tendo em vista a perspectiva histórica de uma cultura imediatista, que não cultivou o espírito de equipe e muito menos valorizou o trabalho diário

como a forma elementar de atingir o sucesso, fica mais fácil compreender as dificuldades que se impõem ao cotidiano do empresário brasileiro, cercado de limitações e restrições por todos os lados, a começar pelo seu próprio despreparo. Essas limitações iniciam-se já nas primeiras ações voltadas à constituição de negócios próprios, quando os empreendedores precisam planejar o futuro empreendimento.

Diante de tal contexto, é preciso que se tenha consciência dessa falha estrutural para que se possa repensar o processo de formação empresarial, processo este não relacionado somente às diferentes etapas que se articulam até a abertura de um negócio, mas com objetivos mais amplos, de identificar em que cenário se dá tal processo. Essa necessidade se deve à complexa e conflituosa realidade brasileira, cujas diferenças econômicas e sociais são gritantes e parecem se refletir em diferentes barreiras percebidas por indivíduos que intencionam iniciar negócios próprios.

Nesse sentido, de nada adianta falar em tendências mundiais para a economia tomando como parâmetro apenas o senso comum que prevalece nos países desenvolvidos. É preciso reconhecer as diferenças, interpretar os fatos e adequar esses indicadores à cultura empresarial predominante no amplo território brasileiro, que mantém sua unidade lingüística, mas sofre as influências brutais decorrentes das desigualdades regionais e sociais.

Somente quando o futuro empresário brasileiro for considerado em suas particularidades, poderão ser promovidas ações alinhadas às suas

dificuldades em desenvolver negócios num cenário global e competitivo. Só através de programas de apoio e incentivos empresariais diferenciados, conforme seja diferente a condição econômica e social do futuro empresário, poderá ser alicerçada uma consistente política empresarial no Brasil, possibilitando a sustentação requerida a um desenvolvimento continuado.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Qualquer discussão sobre a implementação de novos negócios deve, necessariamente, ser precedida por uma discussão em torno do conceito de empreendedorismo. Nesse sentido, conforme afirma Fillion (1991), as abordagens e os métodos usados têm variado bastante.

Empreendedorismo, um emergente campo de pesquisa originário da economia política, recebeu fortes contribuições da psicologia e da sociologia. Como acontece com qualquer novo campo de pesquisa, existe uma ausência de teorias unificadas, havendo uma considerável concorrência entre esses campos no que se refere a definições e construções teóricas.

A conceituação utilizada na literatura atual é derivada de diferentes disciplinas e perspectivas acadêmicas, o que tem resultado em diferentes interpretações para as palavras *entrepreneur* e *entrepreneurship*, uma vez que estas estão inseridas em três diferentes construções unidimensionais: (1) o fenômeno empreendedor, (2) o indivíduo empreendedor e (3) a organização empreendedora.

As primeiras pesquisas nessa área tiveram como foco as características pessoais do indivíduo empreendedor: os economistas associando o empreendedor com a inovação, enquanto os psicólogos e sociólogos se concentrando nos aspectos criativo e intuitivo.

Essa abordagem, entretanto, originou resultados inconsistentes e inconclusos. Esses estudos, em sua maior parte, objetivaram perfilar os indivíduos empreendedores ou empresas emergentes. São poucos os estudos envolvendo temas relacionados ao empreendedorismo que consideram os diferentes ambientes socioeconômicos com os quais ele interage.

Os estudos existentes tendem a comparar mais as características do empreendedor com a dos gerentes/administradores do que comparar e contrastar empreendedores entre si. Enquanto esses estudos buscarem identificar similaridades e diferenças entre aqueles que desejam iniciar novos negócios e aqueles que se empenham em sustentar organizações já estabelecidas, pouco se poderá avançar na compreensão dos fatores que influenciam o empreendedorismo dentro de um contexto ambiental.

Embora existam muitas definições de empreendedor na literatura, a ação essencial do empreendedor é entrar no mercado (Lumpkin & Dess, 1996; Low & MacMillan, 1988). Por essa razão, e para permitir comparações com trabalhos desenvolvidos anteriormente, neste trabalho o empreendedor está sendo definido, operacionalmente, como um indivíduo que cria novas empresas. Empreendedorismo costuma ser definido como o processo pelo qual indivíduos iniciam e desenvolvem novos negócios ou unidades de negócio (Low & MacMillan, 1988). Essa definição tanto pode incluir um indivíduo que inicie seu negócio por si só quanto junto a uma empresa já constituída (Gartner, 1984).

No âmbito deste trabalho, empreendedorismo será tratado como um complexo fenômeno, envolvendo o indivíduo, o projeto da futura empresa e o ambiente no qual ocorre (Begley, 1995). Embora essa necessidade seja reconhecida por alguns autores, a natureza e a relação entre esses três elementos ainda são pouco compreendidas, daí o interesse em estudar o processo empreendedor sob esse enfoque.

2.1 Evolução histórica da concepção de empreendedorismo

A teoria sobre empreendedorismo tem sido tratada a partir de uma diversidade de perspectivas, sendo seu foco inicial o indivíduo empreendedor, através da sustentação de que, dentro de um ambiente econômico dinâmico, o lucro seria a razão para a existência dessa atividade.

Posteriormente, a atenção da teoria evoluiu das atividades empreendedoras para teorias relacionadas à função de produção do empreendedorismo, com suas implicações organizacionais, passando o foco a se dar mais sobre a personalidade empreendedora. Este capítulo busca descrever as sucessivas correntes de pesquisa sobre empreendedorismo, tendo em vista formar uma base teórica multidimensional que permita um estudo mais criterioso do fenômeno empreendedor.

Ao se debruçar sobre a literatura disponível em empreendedorismo, depara-se com um grande volume de literatura, resultado de diferentes disciplinas que se dispuseram a estudá-lo, embora explorando interesses distintos.

Dentre as diferentes disciplinas envolvidas com o estudo de empreendedorismo, destacam-se a economia, a psicologia, a sociologia, a administração, a teoria organizacional e marketing (Solymossy, 1998). Diante de tantas abordagens diferentes, é comum encontrarem-se divergências em muitos assuntos, tornando difícil um corpo de teorias unificado ou uma única estrutura conceptual. Isso faz com que existam diferentes correntes a respeito da configuração da teoria sobre empreendedorismo, alguns considerando, inclusive, que ela ainda não existe ou defendendo a necessidade de se desenvolver uma única teoria (Bygrave, 1989; Sapienza et al., 1993; Cooper & Artz, 1993 apud Solymossy, 1998).

Ao discorrer sobre empreendedorismo, Sandberg (1992) define as fronteiras do empreendedorismo como "porosas", com certeza se referindo à interação que essa disciplina exige com diferentes áreas do conhecimento. Amit et al. (1993) são enfáticos ao afirmarem que nos estudos recentes não tem emergido nenhuma teoria empreendedora que apresente os critérios desejáveis para que melhor se possa estudar esse fenômeno.

Bull & Willard (apud Solymossy, 1998) defendem que uma inconsistência na teoria em empreendedorismo não somente existe como é resultado da inabilidade de muitas áreas de pesquisa ao desenvolvê-la. Alguns autores (Stearns & Hills, 1996; Carland et al., 1984; Cole, 1969) expressam que o problema fundamental advém da ambigüidade e inconsistência conceptuais do termo "empreendedor" por si só.

Freqüentemente, depara-se com definições diferentes, conforme seja diferente a área de estudo, o que tem rendido uma variedade de interpretações. Solymossy (1998) alega que isso é resultado de amostras de pesquisa inconsistentes, que, como consequência, expressam resultados contraditórios ao tentar demonstrar as diferenças entre empreendedores e as pessoas em geral.

Para que melhor se possa compreender as ambigüidades conceptuais e teóricas em questão, é necessário que se reconstrua o desenvolvimento histórico conceptual de empreendedorismo, identificando em que condições econômicas e sociais as diferentes concepções foram erguidas e utilizadas.

Alguns pesquisadores (Solymossy, 1998; Drucker, 1986) apontam J. B. Say como o autor da mais completa revisão de literatura em empreendedorismo (que se deu aproximadamente no ano de 1800), por revelar o seu mais antigo desenvolvimento conceptual.¹ Para demonstrar a evolução dos elementos que acompanham o amplo conceito de empreendedorismo, descrevem-se os principais autores e suas contribuições. Essa revisão será apresentada cronologicamente, procurando demonstrar que os elementos de caráter individual e as características organizacionais específicas operam dentro de um ambiente econômico e social variável, formando o complexo tecido que compõe o empreendedorismo.

¹ Outras revisões da concepção de empreendedorismo dentro do campo da economia política podem ser encontradas em Hoselitz (1960) e Hebert e Link, (1982, 1988), enquanto contribuições do campo da psicologia social podem ser encontradas em Johnson (1994).

Primeiramente, é importante destacar que o empreendedorismo não surgiu somente das ciências econômicas, como muitas pessoas acreditam. Fillon (1991) afirma que os escritos desenvolvidos por Cantillon (1755) e Say (1803; 1815; 1816; 1839) revelam que estes autores não estavam interessados somente em economia, mas também em empresas, criação de novos empreendimentos, desenvolvimento e gerenciamento de negócios. Assim, os escritos de Cantillon e Say demonstram que categorizar empreendedorismo em uma dada disciplina se torna uma tarefa difícil, uma vez que envolve contribuições de diferentes áreas do conhecimento.

Segundo essas constatações, no campo da economia política, o conceito de empreendedorismo esteve focado sobre as atividades do indivíduo dentro de um contexto presumido como sendo relativamente estável. Pela natureza do seu comportamento, o indivíduo era ou não considerado um empreendedor.

Considerando esse conceito, a palavra *entrepreneur* tem sua origem datada no século XII, proveniente do verbo francês *entreprendre*, que significa "fazer alguma coisa diferente" (Long apud Solymossy, 1998). A forma substantiva, "*entrepreneur*", tem seu uso documentado no início do século XIV (Hoselitz apud Solymossy, 1998). O termo "*entrepreneur*" (cujo significado literal é empreendedor, embora costume ser traduzido como empresário) evoluiu a partir do século XVIII, com sua primeira aparição no "Dictionnaire Universel de Commerce" (Paris, France, 1723), e foi usado nos textos escritos por Richard Cantillon (1680-1734), um homem de negócios do século XVIII.

A obra de Cantillon "*Essai sur la Nature de Commerce em General*" (publicada em 1755, depois de sua morte) faz mais de cem referências à figura do empreendedor como alguém que operava dentro de um contexto de mercado (Herbert & Link apud Solymossy, 1998). Em sua contribuição teórica, Cantillon concebeu o empreendedor como alguém que lidava com o risco, porque investia seu próprio dinheiro, caracterizando-o como qualquer pessoa que trabalhasse por conta própria, assumisse riscos, tomasse as ações necessárias para ter lucros ou sustentasse perdas, e que contribuísse para o equilíbrio da economia de mercado.

Embora tenha atrelado o conceito de empreendedor a um indivíduo, Cantillon se voltou mais à função econômica do que às características pessoais e comportamentais do empreendedor. Segundo sua concepção, o empreendedor, por seu próprio interesse e ousadia, reage às oscilações de preço (oportunidades de lucro), mantendo-se atuante junto a mercados específicos, tentando manter um equilíbrio entre a produção e a demanda (Filion, 1999).

O conceito empreendedor desenvolvido pelo economista francês J. B. Say (1767-1832) pode ser visto como um avanço conceptual e um reforço à concepção de Cantillon. Ele apresenta a indústria como sendo composta de três estágios de operações distintas: o desenvolvimento do conhecimento científico ou conceptual especializado, a aplicação desse conhecimento para um propósito útil e, por último, a função de produção ou manufatura. O

empreendedor estaria posicionado dentro de uma função intermediária que é a de converter o conhecimento em um produto comercializável.

Dessa abordagem emergiu a separação entre invenção e inovação, subsequente expandida por Schumpeter (1883-1950). Através da ênfase nas habilidades, características e interação social do indivíduo empreendedor, Say enaltece as conseqüências sociais positivas que podem derivar do interesse próprio. Essa configuração também proporciona os fundamentos para a concepção corrente da teoria da agregação de valor. Ele apresenta o empreendedor como um perito em gerência e administração, ou seja, um tipo de "operário superior", antevendo o empreendedor operando dentro de um ambiente econômico relativamente estável (Hebert & Link apud Solymossy, 1998).

Nesse sentido, a teoria empreendedora aumenta sua contribuição, tomando o empreendedor como alguém que opera para criar valor ao que é produzido, enquanto a função empreendedora, até então tida como a força para mudar a dinâmica da economia, não é considerada nem explorada.

Enquanto os ganhos econômicos pessoais estiveram implícitos nas primeiras fases de concepção do empreendedorismo, a motivação do comportamento empreendedor pelo lucro se tornou explícita somente através dos trabalhos desenvolvidos pelo economista alemão J. H. Von Thünen (1783-1850). O lucro empreendedor passou a ser visto como o resultado do capital

investido, uma segurança contra as perdas nos negócios e a correspondente remuneração administrativa.

Enquanto apresenta o empreendedor como tendo conhecimento e habilidades comparáveis a um administrador, Thünen articula os conceitos de custos de oportunidade, risco e inovação, consolidando a característica de tomador de risco de Cantillon com as características de inovador de Budeau (1730-1792) e Bentham (1748-1832) (Hebert & Link apud Solymossy, 1998).

Segundo Solymossy (1998), a teoria de Adolph Riedel (1809-1872) pode ser vista como uma extensão da concepção da teoria empreendedora de Cantillon e Thünen, identificando os ganhos do empreendedor como o prêmio à escassez. Considerando a incerteza como um fator inevitável no cenário econômico, Riedel expandiu a concepção de empreendedor de Cantillon, definindo-o como um "agente econômico que trabalha com a incerteza", vendo-o como um provedor de serviços para agentes econômicos que eram por si só avessos ao risco. Devido à aversão ao risco, esses agentes preferiam pagar a ter que lidar com a premonição, trocando a incerteza do negócio pela segurança da contratação.

Combinando esses conceitos com inovação e apresentando o empreendedor como um organizador da atividade econômica, Riedel oferece os primeiros fundamentos para os custos de transação teorizados por Ronald Coase em 1937, e subsequentemente expandidos por Williamson (1975, 1985).

A última metade do século X produziu significativas mudanças sociológicas, que começaram com a "Era Industrial", coincidindo com mudanças fundamentais na concepção da atividade econômica pela comunidade científica. Os economistas clássicos interessaram-se por temas ligados ao desenvolvimento da macroeconomia e distribuição de renda dentro de estruturas sociais estratificadas e bastante estáveis (tratando principalmente com população, provisão de capital e crescimento econômico).

Os economistas neoclássicos, em contrapartida, direcionaram seu foco de estudo mais para o nível "micro", concentrando seus interesses sobre a distribuição de recursos escassos e à contribuição individual. Além de provocar um redirecionamento nas análises econômicas, com a utilização de métodos matemáticos, as mudanças introduzidas nesse período demonstraram a diversidade de perspectivas filosóficas que estavam sendo conduzidas isoladamente nas tradições austríacas, francesas e britânicas (Hebert & Link, 1998).

Nesse sentido, um autor crítico que se destacou nos estudos da concepção empreendedora francesa foi Leon Walras (1834-1910), que postulou a teoria do equilíbrio estático, baseado sobre a interdependência absoluta das negociações econômicas. Mantendo o conceito de soma zero da economia e considerando o empreendedor como um intermediário crítico nos processos de oferta e procura, Walras apresenta uma imagem ambígua de empreendedor. Seu modelo não incorpora tempo ou incerteza, não tendo o empreendedor ganho nem perdas, e considera que há um competitivo, porém

estático, equilíbrio econômico. Seu modelo sustenta que a função empreendedora é central a qualquer economia, porém não considera a incerteza, o tempo e a renda empreendedora (Hebert & Link, 1988).

A perspectiva empreendedora britânica é muito bem representada por Alfred Marshall (1842-1924), constituindo-se num elo entre a economia clássica e a neoclássica. Embora baseado nas concepções anteriores, de Say e Mill, Marshall deu uma forte contribuição nesse sentido ao sustentar que o empreendedor dirige mais do que segue as circunstâncias econômicas. Descreve como elementos inerentes à figura do empreendedor a precaução, senso de proporcionalidade, força de argumentação, coordenação, inovação e capacidade de correr riscos. A partir dessa concepção, passou a diferenciar o "operário superior" de empreendedor, assim como o empreendedor passivo do ativo, apresentando a orientação ao risco e a inovação como elementos marcantes.

Conforme expressa Solymossy (1998), John Maynard Keynes (1883-1946), um estudante de Marshall, apresentou um elemento adicional à sua teoria, atribuído por influência de Darwin, que, embora não relacionado com a teoria empreendedora, colaborou para a consideração desta de alguns elementos de incerteza inerentes às transações econômicas. Assim, Keynes estabeleceu que só a orientação aos ganhos não era suficiente, tornando-se necessário considerar o "espírito animal" inerente à ação empreendedora.

Embora essa declaração tenha sido interpretada de diferentes formas, parece ser uma forte sugestão à necessidade de uma atitude orientada à persistência e realização, acompanhada pela tolerância ao risco. Segundo tal leitura, além da habilidade para racionalizar e calcular resultados, o início e a manutenção de um negócio requerem um propósito instintivo que estaria além da dedicação, sugerindo a inclusão das atitudes e características individuais na concepção estrutural de empreendedorismo (Solymossy, 1998).

2.1.1 Empreendedorismo em um ambiente dinâmico

Foi Carl Menger (1840-1921) o pioneiro na articulação da perspectiva alemã sobre empreendedorismo. Mais do que perceber as circunstâncias econômicas como fixas e determinadas, Menger estabeleceu que a consciência e a atividade individual do agente econômico agem para causar as situações econômicas. Dois elementos-chave existentes na teoria de Menger foram mais tarde expandidos por Schumpeter. O primeiro deles diz respeito às funções empreendedoras, as quais Menger considerava centrais ao processo econômico, ao invés de exógeno. O segundo, reconhece a importância da incerteza "*this uncertainty... is of the greatest practical significance in human economy*" (Menger, 1950, p. 71), embora Menger acreditasse que o risco era insignificante à função empreendedora, porque as chances de perdas eram compensadas pelas chances de ganhos (Solymossy, 1998).

Menger costumava fazer referências às tradições alemãs que apregoavam que a teoria do desenvolvimento econômico necessitava uma

compreensão completa e minuciosa dos dados históricos e do contexto social. A contribuição empreendedora para a produção caracterizou-se pela divergência entre os métodos de produção estabelecidos e os novos métodos criados.

Esse processo desequilibrado é enfatizado por Weber (1930), que procurou explicar como um sistema social de produção (mais do que um sistema dirigido individualmente) poderia evoluir de uma forma estável para outra. Merece destaque, ainda, o trabalho de Karl Marx, que sustentou que o processo econômico é orgânico, iniciado mais por mudanças dentro do próprio sistema do que por forças exógenas. Foi guiado por essa fundamentação psicológica e sociológica que Joseph Schumpeter desenvolveu sua teoria do fenômeno empreendedor.

Schumpeter, considerado o principal arquiteto da perspectiva austríaca da função empreendedora, se diferencia da perspectiva alemã, tradicionalmente defendida por Carl Menger (*versus* 1840-1921). A sua teoria pode ser vista a partir de três diferentes perspectivas, cada qual baseada sobre um contraste: uma economia estática em oposição a uma economia dinâmica; a dicotomia de um fluxo circular da economia em direção ao equilíbrio contrastando com mudanças nas rotinas econômicas; e empreendedorismo administração.

Embora tenha reconhecido passivamente os elementos conceituais da função empreendedora, proporcionados pelas teorias anteriores, Schumpeter

enfocou preferencialmente os efeitos macroeconômicos da função empreendedora, dos quais derivam o conceito de fenômeno de desequilíbrio, estabelecendo ainda um segundo conceito, relacionado, porém distinto, incorporando os mesmos elementos fundamentais dos anteriores conceitos de empreendedorismo: o fenômeno empreendedor.

A implicação dessa abordagem resultou numa terceira conceituação: a empresa empreendedora. Dentro dessa abordagem, Schumpeter sustentou que o critério determinante para o conceito de empreendedorismo era a inovação, ou seja, o processo de alterar a produção. Este autor associou claramente empreendedorismo à inovação, ao declarar que:

“A essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios (...) sempre tem a ver com criar uma nova forma de uso dos recursos nacionais, em que eles sejam deslocados de seu emprego tradicional e sujeitos a novas combinações” (Schumpeter, 1983, p. 7).

A sua concepção, entretanto, permite dois significados distintos: um trata-se do fenômeno empreendedor, ou evento, e o outro, do facilitador da função, um híbrido entre o conceito da atividade e o conceito do indivíduo que se habilita por si só. Schumpeter apresenta a atividade empreendedora como sendo central ao desenvolvimento econômico: uma força dinâmica, proativa e endógena que perturba o *status quo* econômico através da inovação, criando assim novos arranjos. A inovação é descrita como resultado de uma interação entre diferentes etapas do processo, incluindo a criação de novos produtos, alterações na qualidade do produto existente, o desenvolvimento de um novo

método de produção, a abertura de um novo mercado ou fontes de fornecedores, e uma nova organização da empresa (Schumpeter, 1983).

A distinção feita entre empreendedor e administrador se dá em função da criatividade, considerando que a habilidade criativa do indivíduo é que permite a introdução de novos elementos no processo produtivo, seja através de invenção seja através da combinação dos processos e materiais existentes. Mesmo que os elementos conceituais que servem de sustentação a essa teoria tenham sido formulados anteriormente por outros autores, a estrutura proposta por Schumpeter a partir deles resultou numa apresentação clara, identificada como um paradigma dominante do novo conceito empreendedor (Schumpeter, 1983).

Embora muito do trabalho teórico em empreendedorismo desenvolvido nos Estados Unidos tenha sido derivado das escolas alemãs, inglesas e francesas, uma expansão conceptual significativa foi desenvolvida por Davenport (1861-1931).

Usando como fundamentação conceptual uma orientação intermediária ao risco, Davenport enfocou seus trabalhos na capacidade do empreendedor em adaptar seus recursos para encontrar demanda, produzir os elementos de preferência do mercado, lidar com custos de oportunidade e tomar decisões diante de condições de incerteza, considerando, pela primeira vez, as implicações de um ambiente competitivo entre os empreendedores. Dentro dessa estrutura, o empreendedor não determina preços; os preços são

estabelecidos pelo mercado competitivo dentro do qual o empreendedorismo está inserido.

Na visão de Davenport, o lucro não é visto como um retorno proporcional ao risco nem como um pagamento por um trabalho superior, mas como uma compensação ao trabalho empreendedor; o processo de ajustar a produção à demanda (Solymossy, 1998).

Mais tarde, Knight (1921) elaborou o conceito de tomador de risco desenvolvido por Cantillon, descrevendo o empreendedor como um indivíduo que empreende investimentos incertos. Por manter seu foco sobre o indivíduo, inclui discussões sobre as características pessoais necessárias. Como Schumpeter, Knight discordou do pensamento econômico prevalecente, interessando-se principalmente pelo processo de desequilíbrio em oposição à manutenção do conceito econômico de equilíbrio estático.

De acordo com Knight, a aversão à incerteza, mais do que a capacidade de lidar com o risco, seria o principal fator determinante da atividade empreendedora. Embora Knight não descreva o empreendedor como um formador de empresas, ele viu similaridades entre a função organizacional e o empreendedorismo, concebendo o empreendedor como um proprietário e capitalista que contrata trabalho quando necessário.

2.1.2 Orientação das atividades empreendedoras para a personalidade empreendedora

O desenvolvimento teórico do conceito de empreendedorismo teve sua trajetória modificada no início do século XX. Enquanto os economistas e economistas políticos estavam interessados nas atividades empreendedoras (empresariais), a perspectiva psicológica e sociológica se voltou mais para a personalidade empreendedora.

Teorias motivacionais emergiram das teorias psicanalíticas, conduzindo às teorias de Freud e Hull (Weiner, 1980) e aceitando a hipótese de que a ação comportamental tinha causas antecedentes identificáveis (Johnson, 1994). O desenvolvimento taxionômico de Henry Murray (1938), composto por 20 necessidades humanas básicas, apresenta uma série de características relacionadas à personalidade do empreendedor, fundamentando um novo paradigma (Solymossy, 1998).

Muitas pesquisas buscaram agregar características ao já amplo perfil empreendedor (Sexton & Bowman, 1986; Solomon & Winslow, 1988; Brockhaus, 1982; Aldrich, 1981; Gasse, 1982). Sexton & Bowman (1986) foram capazes de distinguir empreendedores a partir de estudantes e administradores com base em uma combinação de nove características de personalidade.

Solomon & Winslow (1988) diferenciaram empreendedores baseados em três características: otimismo, independência e confiança. Enquanto a

composição do perfil tentava demonstrar uma correspondente medida de sucesso, os resultados eram em geral inconclusos (Gasse, 1982), freqüentemente incapazes de diferenciar empreendedores de administradores de sucesso (Brockhaus & Horowitz, 1986).

A consideração de características individuais como uma unidade de construção para o empreendedorismo foi, mais tarde, substituída por pesquisas práticas, que demonstraram que as características individuais não representam a melhor ou única maneira de mensurar a atividade empreendedora (Box et al., 1994). Mais do que as características pessoais, uma combinação de experiência e consciência ambiental foi demonstrada como sendo prognósticos de sucesso nos negócios. Conforme afirmou Gasse, "parece não existir nenhum vínculo claro entre as características pessoais do empreendedor com o sucesso de seus negócios" (Gasse, 1982, p. 66).

2.1.3 Orientação das características pessoais para atitudes e comportamento empreendedor

Pesquisas recentes, orientadas sobre a atitude empreendedora, enfocam as atitudes e comportamentos em oposição a características e caráter pessoal. Embora ainda focada particularmente sobre o indivíduo empreendedor, esta perspectiva apresenta uma visão contingencial cujo comportamento é tido como uma resposta a situações particulares (Gilad & Levine, 1986).

Três diferentes abordagens têm sido apresentadas a partir da orientação atitudinal. Morris & Sexton (1996) identificaram a inovação, a tomada de riscos e a proatividade como sendo as três dimensões que se destacam no comportamento e atitudes empreendedoras. Na construção de teorias relacionadas, usando diferentes níveis de análises, Lumpkin & Dess (1996) definem a orientação empreendedora como sendo composta por autonomia, tomada de risco, proatividade e agressão competitiva.

A terceira e mais completa abordagem foi desenvolvida por Robinson (1987), refinada por Stimpson et al. (1990), Robinson et al. (1991) e, mais recentemente, por Shantakumar (1992). Essa estrutura considera medidas de realização, controle pessoal, inovação, auto-estima e oportunismo. Solymossy (1998) chama a atenção para um ponto fraco dessas estruturas quando não consideram a tomada do risco e a incerteza, assim como a sua interdependência.

A abordagem atitudinal teve dificuldade em se manter a partir da pesquisa desenvolvida por Shantakumar (1992), a qual demonstrou diferenças significativas nas orientações de atitudes empreendedoras entre empreendedores americanos e indianos.

2.1.4 Concepção unidimensional de empreendedorismo

Através da diversidade de abordagens, pode-se depreender que os termos "empreendedor" e "empreendedorismo" têm sido utilizados em três diferentes construtos unidimensionais: 1) o indivíduo empreendedor, 2) o

fenômeno empreendedor e 3) a organização empreendedora, sendo este último pouco explorado nesta revisão bibliográfica, por não manter uma relação direta com o propósito deste trabalho.

A revisão histórica precedente demonstrou um tecido virtual com uma inter-relação complexa entre o indivíduo, a função de produção da empresa e o ambiente. A linha de condução e os padrões envolvidos com as primeiras pesquisas tornaram-se obscurecidos pela tentativa de simplificação do conceito empreendedor em dimensões simplificadas, não sendo capazes de distinguir sequer empreendedores de não-empreendedores, por não considerarem as relações com o ambiente no qual a função empreendedora ocorre.

A concepção do fenômeno empreendedor, ou da formação de novas empresas, está fundamentada nos trabalhos de Joseph Schumpeter (1983), focado nos efeitos socioeconômicos da criação de empresas inovadoras. Essa estrutura é evidente em dois extremos de pesquisa muito relacionados: um, sob o ponto de vista da perspectiva econômica, em que o fenômeno empreendedor é caracterizado mais como mecanicista, concepção tecnologicamente baseada (Picot et al., 1990; Broehl, 1982), arguindo que os ambientes econômicos servem como catalisadores à formação de empresas (Dean & Meyer, 1996; Specht, 1993); o outro, emergente da combinação da perspectiva sociológica com a de Schumpeter, apresenta o fenômeno mais como um processo orgânico (Burns & Stalker, 1996; Drucker, 1986).

Essa perspectiva considera a inovação tanto como um fenômeno social quanto econômico, mais do que somente uma ocorrência técnica, propondo que a mudança é causada pela introdução de alguma coisa diferente em oposição a somente uma melhoria em alguma coisa já existente. É sustentada uma relação mais interativa, em que a atividade empreendedora tanto afeta quanto é afetada pelo ambiente, causando mudanças sociais e econômicas (Birch, 1981).

A concepção do fenômeno empreendedor faz uma conexão explícita entre o empreendedorismo e o ambiente, implicando a existência de ambos, indivíduo e empresa empreendedora, e levando adiante os fundamentos teóricos dos primeiros economistas políticos. Quando implícitos, esses elementos geralmente não são bem articulados.

Conforme Solymossy (1998), a perspectiva da organização empreendedora enfoca mais a função produtiva da empresa do que a personalidade do indivíduo fundador. Implícita nessa caracterização de empreendedor está a perspectiva de Hoselitz (apud Solymossy, 1998), que sugere, como no início do século XIV, que uma organização carrega consigo o ímpeto produtivo e inovador do empreendedor, possibilitado por habilidades administrativas práticas.

A iniciativa empreendedora tem sido tratada como indispensável à formação e desenvolvimento de uma organização (Penrose, 1980; Steinmetz, 1969). A manutenção do processo empreendedor tem sido defendida como um

elemento fundamental à ampliação do ciclo de vida das organizações (Chandler, 1962). Quando a empresa empreendedora é vista como uma extensão de seu fundador (Peters & Waterman, 1982) e gira em torno da pessoa do empreendedor (Cooper, 1982), ela é vista segundo uma única identidade, que demonstra capacidade de diferenciação, no que diz respeito tanto aos sistemas administrativos quanto às orientações tecnológicas.

A perspectiva do empreendedorismo como um processo, ou atividade dentro da organização, distintamente de indivíduos específicos, é aplicável a diferentes dimensões e tipos de empresas, e busca entender os efeitos que os processos organizacionais têm promovido sobre o desempenho econômico das empresas.

Pesquisas nessa linha têm explorado as características organizacionais das empresas: as competências, os conhecimentos e deficiências funcionais, as quais promovem ou dificultam o desenvolvimento de orientações inovadoras e competitivas, a utilização de redes, os processos estratégicos, o nível de tecnologia e orientação tecnológica (Solymossy, 1998) entre outras. Não interessa, no âmbito desta pesquisa, aprofundar mais as características organizacionais, tendo em vista que a análise se dá sobre a dimensão "projeto" e não sobre uma empresa já constituída.

2.1.5 Concepção multidimensional de empreendedorismo

A diversidade de perspectivas e a complexidade para reconciliá-las num modelo empreendedor representativo e compreensível têm dificultado alcançar

um entendimento mais completo e detalhado de empreendedorismo (Cole, 1969). Nesse estágio do desenvolvimento teórico, é importante explorar e começar a entender as relações entre os diferentes elementos conceptuais (Vanderwerf & Brush apud Solymossy, 1998).

As Pesquisas anteriores usaram um único elemento conceptual (como as características pessoais) para estudar o empreendedorismo, acarretando resultados inconsistentes e freqüentemente inconclusos. Cresce, entretanto, o número de pesquisadores que buscam estudar o "empreendedorismo" a partir de uma concepção multidimensional, combinando as diferentes concepções levadas a cabo isoladamente. Ambos os elementos, individual e organizacional, têm sido considerados por diferentes pesquisadores (Lumpkin & Dess, 1996; Shanthakumar, 1992), assim como a interação destes com o ambiente.

Estes autores advogam que somente a visão sistêmica desse conjunto de fatores é considerada adequada ao estudo de formação e desempenho de novos negócios. Embora muitas concepções teóricas tenham sido sugeridas (como Gartner, 1984; Van de Ven et al., 1984; Greenberger & Sexton, 1988; Boyd & Vozikis, 1994; Lumpkin & Dess, 1996), testes empíricos têm demonstrado resultados incongruentes, pela falta de especificidade dos modelos, pela dificuldade em operacionalizar os indicadores e pela ausência de medidas válidas, previamente testadas (Greenberger & Sexton, 1988). Isso acabou impondo limites à capacidade de comparar e contrastar as pesquisas anteriores.

Segundo Solymossy (1998), as pesquisas que contribuíram para a emergência de uma concepção multidimensional estão sintetizadas no Quadro 1, a seguir.

Quadro 1 – Contribuições ao desenvolvimento de uma concepção multidimensional de empreendedorismo

AUTOR(ES)	PESSOAL	EMPRESA	AMBIENTE
Van de Ven, Hudson & Schroeder, 1984	Empresarial	Organizacional	Ecológico
Gartner, 1984	Características individuais Comportamento empreendedor	Características da empresa	Características do ambiente
Ibrahim & Goodwin, 1986	Comportamento Características	Habilidades administrativas Habilidades interpessoais	Fatores ambientais
Greenberger & Sexton, 1988	Personalidade Autopercepção		Apoio social Situações ambientais
Boyd & Vozikis, 1994	História pessoal Personalidade Habilidade Intenção empreendedora		Contexto econômico: social, cultural e político
Lumpkin & Dess, 1996	Individual	Organização	Fatores ambientais
Solymossy, 1998	Características individuais	Organização empreendedora	Fatores ambientais

Fonte: Adaptado de Solymossy (1998)

Embora cada uma das pesquisas concentre-se num foco único de estudo, passou a existir uma progressiva convergência desses três elementos para a configuração de uma abordagem multidimensional. Assim, eles representam as pedras fundamentais nos esforços de construção histórica da teoria, as quais são essenciais para se conceber um conceito amplo de empreendedorismo. Cada um desses estudos contribui e suporta a concepção emergente.

Um dos primeiros trabalhos a expandir as dimensões do construto empreendedor foi o desenvolvido por Van de Ven et al. (1984). Esse trabalho analisou a abertura de 14 empresas na área de desenvolvimento de softwares educacionais, analisadas a partir de três perspectivas possíveis de interpretar sua formação (o fenômeno empreendedor): o empreendedor, a organização e a ecologia.

A dimensão empreendedora individual é apresentada incluindo elementos de motivação, imaginação, orientação ao risco e experiência.

A dimensão organizacional foi considerada primariamente dentro dos domínios de planejamento, mas também incorporando áreas funcionais de administração e comunicação.

A dimensão ecológica é proposta como uma interação da empresa com as organizações externas, considerando-as tanto como um ambiente competitivo quanto que nutre proteção.

Gartner (1984) analisou o processo de implantação de 106 empresas. Esse trabalho citou as pesquisas anteriores de Vesper (1979) e Cooper (1982), apresentando um modelo que contempla características e comportamentos individuais interagindo com características ambientais e organizacionais.

O eventual sucesso ou falha da empresa não foi diagnosticado. Oito arquétipos empreendedores foram identificados nesse trabalho: um agressivamente competitivo, um que enfatizava a inovação, um que corria

risco evitava a incerteza, um que se caracterizava pelo alto nível de mudanças técnicas dentro de uma complexidade ambiental, um que enfatizava contatos profissionais e pessoais, e três que apresentavam várias combinações de comportamento individual com oportunidades ambientais.

Duas significativas contribuições foram proporcionadas por essa pesquisa: essa foi a primeira vez que o comportamento individual e da empresa foram considerados dentro de um ambiente interativo, além de se constituir na primeira pesquisa sobre empreendedorismo que enfocou a percepção empreendedora individual; não somente o seu próprio comportamento, mas também suas percepções sobre a natureza do ambiente e como este afetaria seus comportamentos subseqüentes.

Ibrahim & Goodwin (1986) buscaram compreender a causa de sucesso percebida em pequenos negócios. Foi sugerido que o comportamento empreendedor estaria compreendido por seis dimensões: tomada de risco, autonomia, mudança, estrutura cognitiva, inovação e função de controle. As características ambientais consideradas foram taxa de interesse, juros e assistência governamental. As habilidades administrativas consideradas foram estratégia, administração financeira e estrutura organizacional.

Os dois conjuntos de pesquisas subseqüentes (Greenberger & Sexton, 1988; Boyd & Vozikis, 1994) também incluíram variáveis situacionais e ambientais, mas permaneceram inalterados quanto às variáveis organizacionais. Greenberger & Sexton (1988) enfocaram a decisão de iniciar

uma empresa, o que precede a consideração de fatores organizacionais, embora pudesse ter sido considerado o planejamento desses fatores.

Um modelo para a formação de empresas é apresentado juntamente com uma fundamentação teórica que incorpora variáveis situacionais e comportamentais. Nesse modelo, três fatores são vistos atuando isoladamente e/ou combinados para a formação de novos negócios. Esses fatores são: as atitudes individuais para com uma meta (visão), as atitudes individuais relativas ao controle e fatores situacionais relacionados ao empreendedorismo.

Os fatores ambientais são tidos como intervenientes sobre as atitudes individuais, podendo aumentar ou diminuir a potencialidade de formação de empresas, conforme se pareçam mais ou menos encorajadores. Embora explicitamente estabelecido que o comportamento empreendedor resulte na formação de empresas e que a formação de empresas depende de fatores ambientais (Greenberger & Sexton, 1988), os aspectos subsequentes à abertura das empresas não foram estudados.

Em um artigo de orientação igualmente teórica, uma relação direta é estabelecida entre influências situacionais, orientações de atitude individual e o início de novos negócios. Boyd & Vozikis (1994) enfocaram o indivíduo empreendedor, construindo um modelo de formação de empresas como consequência de atitudes individuais. Fatores ambientais, assim como a experiência pessoal e tendências comportamentais, afetam as atitudes e

percepções individuais. A formação de empresas é caracterizada como resultado de atitudes individuais.

Uma diferença relevante entre os modelos de Boyd & Vozikis (1994) e Greenberger & Sexton (1988) é a de que o dos primeiros considera mais enfaticamente as influências ambientais sobre as atitudes individuais. Nesse modelo a natureza social, cultural, política e econômica do ambiente são tidas como configuradoras das atitudes e comportamentos individuais.

Assim como no caso do modelo de Greenberger & Sexton (1988), o foco deste trabalho se dá sobre a formação da empresa, em oposição ao que é prioritariamente focado em outros trabalhos, o sucesso e desempenho de empresas já constituídas.

Lumpkin & Dess (1996) ampliaram a concepção de orientação empreendedora de Smart & Conant (1994), argumentando que as relações entre a orientação empreendedora e o desempenho são específicas ao contexto, e que as dimensões empreendedoras podem variar, independentemente, em diferentes contextos. A concepção deles está baseada na perspectiva contingencial (Steiner, 1979; Ginsberg & Venkatraman, 1985), a qual assume explicitamente que não existe uma "melhor maneira" de organizar, e que qualquer maneira de organizar não é igualmente efetiva sob todas as condições (Galbraith, 1973). Mais tarde, a perspectiva contingencial evoluiu, sustentando que sempre ocorrerão variações

no domínio organizacional, ambiental e de desempenho (Ginsberg e Venkatraman, 1985).

Lumpkin & Dess (1996) apresentam uma concepção empreendedora multidimensional, fundamentada em três elementos primários: 1) orientação empreendedora individual (incluindo autonomia, inovação, tomada de risco, proatividade e agressividade competitiva); 2) fatores organizacionais (incluindo tamanho, estrutura, estratégia, processo de formação da estratégia, recursos da empresa, cultura e características da alta administração); e 3) fatores ambientais (incluindo dinamismo, munificência, complexidade, e características da indústria).

Esses três elementos são tidos como afetando o desempenho, o qual é mensurado pelo crescimento nas vendas, configuração de mercado, rentabilidade, satisfação dos *stakeholders* e desempenho global. Embora não sejam explicitamente especificadas as medidas a serem consideradas no elemento ambiental, a ênfase desses autores à contextualização exige que os fatores ambientais sejam especialmente incorporados ao modelo.

Conforme descrito em seu modelo simplificado, o desempenho empresarial é resultado da orientação empreendedora e de fatores organizacionais, os quais são intermediados por influências ambientais. Subseqüentemente, eles propuseram quatro modelos adicionais, argumentando que fatores ambientais e organizacionais podem ser moderados, intermediados, independentes ou exibir efeitos interativos.

Esses modelos reconhecem explicitamente que as variáveis individuais (mais do que os fatores por si mesmos) podem ter diferentes papéis, uma vez que estão ligadas à intuição. Enquanto a operacionalização da estrutura por eles proposta é pouco elucidada, a enunciação das três dimensões como estando relacionadas e afetando o desempenho de uma maneira diferenciável é significativa e muito necessária ao desenvolvimento dos estudos ligados ao empreendedorismo.

Embora Lumpkin & Dess (1996) tenham contribuído significativamente para a construção de uma teoria multidimensional, existe uma condição imposta pela estrutura por eles proposta que não é intuitiva nem consistentemente congruente com a história do desenvolvimento teórico. A estrutura da orientação empreendedora, conforme apresentada, enfoca a empresa/unidade de negócio. As atitudes e o comportamento do indivíduo, entretanto, estão indissociavelmente ligados e posicionados para moderar os efeitos da orientação empreendedora, como, por exemplo, o comportamento de tomada de risco. Uma estrutura viável deveria, entretanto, incorporar elementos individuais em adição aos elementos da empresa/unidade de negócio.

Solymossy (1998) argumenta que Lumpkin & Dess (1996) enfocam a orientação empreendedora como sendo um "processo", contrastando este com o "conteúdo" do empreendedorismo (formação da empresa). Em outras palavras Solymossy utiliza a perspectiva contingencial e estabelece

explicitamente uma ligação de causalidade (que a orientação empreendedora resulta em empreendedorismo).

Congruente a tal abordagem, o conceito de sistemas tecnológicos (Carlsson & Stankiewicz, 1991) apresenta uma perspectiva teórica que é única no campo da economia, emergindo de uma perspectiva evolucionária e utilizando fatores microeconômicos para explicar as ocorrências macroeconômicas.

Essa teoria apresenta o desenvolvimento econômico organizacional potencial como consequência de três elementos: 1) conhecimento/experiência e competência, 2) equipes e redes, e 3) fatores de infra-estrutura. O agente empreendedor é crítico à dinâmica dessa estrutura. A corrente de pesquisa que estuda os sistemas tecnológicos propõe uma estrutura que possibilite considerar algumas medidas que são apropriadas à consideração do elemento ambiental no construto empreendedor. O ambiente tanto influencia quanto é influenciado pela atividade empreendedora.

Sabe-se, a partir do que tem sido expresso por diferentes autores, que a literatura sobre o ambiente empreendedor é extensa e altamente fragmentada. O ambiente tanto pode se apresentar como uma positiva e hábil influência quanto como um fator adverso à formação de negócios. Na literatura de empreendedorismo, medidas do ambiente costumam considerar hostilidade (ex.: Covin & Slevin, 1991), turbulência (ex.: Naman & Slevin, 1993) e sofisticação tecnológica (ex.: Covin & Covin, 1990).

Embora cada uma dessas medidas tenha sido desenvolvida dentro de uma postura estratégica que levou a um subsequente sucesso da empresa, elas são tidas mais como barreiras de entrada do que como fatores facilitadores à atividade empreendedora. Como tal, elas falham ao isentar quatro dimensões críticas de suporte ao ambiente empreendedor: políticas e procedimentos governamentais; disponibilidade de recursos financeiros para as empresas; disponibilidade de educação, treinamento e informação; e, finalmente, assistência não financeira (redes de informação, transporte e facilidades de comunicação).

Nesse sentido, a crença de que, quanto maior o nível de encorajamento do ambiente, maior será a habilidade e propensão empreendedora para iniciar novos negócios é defendida pela literatura de empreendedorismo (ex.: Gartner, 1991) e pela literatura de economia (ex.: Carlsson & Stankiewicz, 1991).

2.2 O processo empreendedor

Segundo a definição de Schumpeter (1983), cunhada dentro de um amplo contexto econômico, empreendedorismo envolve qualquer forma de inovação que tenha uma relação com a prosperidade da empresa. De acordo com a percepção desse autor, um empreendedor tanto pode ser uma pessoa que inicie sua própria empresa como alguém comprometido com a inovação em empresas já constituídas.

O ponto principal dessa definição é que o empreendedorismo, em empresas novas ou já há algum tempo estabelecidas, é o fator que permite que os negócios sobrevivam e prosperem num ambiente econômico de mudanças. Segundo essa concepção, o empreendedorismo é visto como um processo contínuo. Conforme novas oportunidades apareçam na economia, os indivíduos com visão empreendedora as percebem e as exploram.

Assim como Schumpeter, Guth e Ginsberg estabelecem um amplo conceito para a atividade empreendedora, considerando o empreendedorismo organizacional e o empreendedorismo independente.

"O empreendedorismo organizacional envolve dois tipos de fenômeno e correspondentes processos aos quais estão relacionados: (1) a criação de um novo negócio dentro de organizações existentes, isto é, inovação interna; e (2) a transformação da organização através da renovação das idéias-chave sobre as quais ela é construída, ou seja, renovação estratégica". (3) "Uma terceira classe para a atividade empreendedora considera a criação de um novo negócio, formado fora dos auspícios da organização existente. Essa definição cobre adequadamente ambos, empreendedores independentes e organizacionais" (Guth & Ginsberg, 1990, p. 5).

Segundo a tipologia estabelecida por Guth & Ginsberg (1990), nem toda atividade empreendedora envolve o desenvolvimento de uma unidade de negócio, podendo esta atividade tomar lugar dentro ou fora de uma organização estabelecida. Para o propósito dessa tipologia, a atividade empreendedora é definida como:

"A administração de mudanças descontínuas e radicais, ou renovação estratégica, indiferentemente se esta renovação se der dentro ou fora de organizações estabelecidas, e independentemente destas renovações resultarem ou não na criação de uma nova unidade de negócio" (Guth & Ginsberg, 1990, p. 5).

Já que o empreendedor independente toma lugar fora do contexto de uma organização estabelecida, é lógico assumir que a atividade empreendedora independente está voltada à formação de novos negócios. Assim, um empreendedor independente é sinônimo de formador de um negócio próprio.

Também para Solymossy (1998), o termo *entrepreneurship* é usado como referência a uma gama de atividades, incluindo a criação, fundação, adaptação e administração de um empreendimento.

Num trabalho de revisão de literatura desenvolvido por Low & MacMillan (1988, p. 139), outras definições podem ser observadas, como, por exemplo, a de Knight (1921), que considera o termo *entrepreneurship* como a "habilidade de prever com sucesso o futuro"; a de Leibenstein, que o considera como "a habilidade de trabalhar de forma mais inteligente e com mais vigor do que o seu concorrente"; e a de Stevenson & Jarilo (1990), que definem o *entrepreneurship* como sendo o processo pelo qual indivíduos perseguem oportunidades sem considerar os recursos que eles comumente dispõem ou controlam (Hart, 1995).

Segundo a última definição, a posse ou o controle dos recursos não limita a possibilidade de escolhas de que dispõe um empreendedor. Entretanto, não se pode omitir que a escolha dos recursos, feita necessariamente durante o processo de constituição de um novo negócio, pode limitar ou aumentar a capacidade de sucesso do empreendimento.

Entre as diferentes definições encontradas, a de Gartner (1990) parece muito adequada ao conceito de empreendedorismo que se pretende considerar neste trabalho. Segundo esse autor, empreendedorismo envolve o processo de criação de novas organizações.

Segundo as variadas abordagens desenvolvidas sobre o tema empreendedorismo, McClelland (1987) aponta a forte necessidade de realização pessoal que caracteriza o indivíduo empreendedor. Tal autor identifica a necessidade de realização pessoal como a força motriz que impulsiona a atividade empreendedora. É essa força que permite com que diferentes indivíduos percebam de forma diferente certos fatores que integram ou interagem com o processo empreendedor.

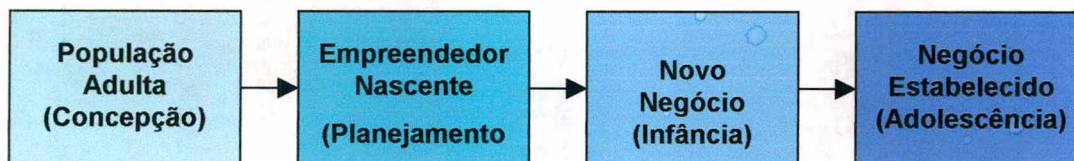
Assim, para que um empreendimento seja iniciado, não basta somente a necessidade de capital, conhecimento, habilidades, tempo e energia, mas, sobretudo, um alto comprometimento emocional por parte do empreendedor. Isso pode ser expresso pela persistência, paixão, crença no produto ou serviço, entre outras características. O gosto pela atividade empreendedora é o ingrediente crítico ao sucesso empreendedor (Cornwall et al., 1990).

Alinhado a essa abordagem, Degen (1989) enfatiza o atributo que, segundo seu ponto de vista, necessariamente deve acompanhar o processo empreendedor: a disposição para assumir riscos. Seu sucesso está na sua capacidade de conviver e sobreviver a eles. Os riscos fazem parte de qualquer atividade, e é preciso aprender a administrá-los. O empreendedor não é mal-

sucedido nos seus negócios porque sofre revezes, mas porque não sabe superá-los.

Conforme pôde ser observado, o processo empreendedor pode ser interpretado tanto como a criação de novos negócios quanto como o desenvolvimento e crescimento desses negócios. Ele costuma ser subdividido em quatro estágios distintos, separados por três transições, conforme estabelecido por Reynolds (1997) e exibido na Figura 1.

Figura 1 – O processo empreendedor



Fonte: Reynolds (1997)

Segundo esse modelo, a concepção da idéia do empreendimento (fase 1) se consolida mais no indivíduo com idade adulta, dando início a um processo de planejamento (fase 2) que, mesmo levado a cabo de maneira informal, envolve as primeiras ações relacionadas ao ato de empreender, caracterizando a emergência do empreendedor nascente. Subseqüentemente, o novo negócio é montado, dando início à chamada fase de infância do negócio (fase 3), a qual evolui para a adolescência (fase 4), que se caracteriza pela consolidação do processo administrativo e operacional do negócio.

A partir dessa concepção, decidiu-se focar mais precisamente as duas primeiras etapas do processo, ou seja, as fases de concepção e planejamento

de um novo negócio. São as barreiras percebidas por empreendedores situados nessas duas primeiras fases do processo empreendedor que interessam particularmente a este estudo.

A literatura mostra que esse processo é função de uma série de fatores. Esses fatores foram estudados sob o enfoque individual e motivacional, nos estudos desenvolvidos por Degen (1989) e Fortin (1986), sob o enfoque da natureza interna do negócio e do mercado, como demonstram Gibb & Ritchie (1983), e ainda sob o enfoque externo e ambiental, conforme assumem em seus estudos Rothweell & Zegueld (1982).

A partir dos diferentes fatores que interagem no processo empreendedor identificados junto à literatura, optou-se por tratá-lo a partir de uma concepção multidimensional, enfocando os fatores pessoais, aqueles diretamente relacionados ao indivíduo empreendedor; os fatores de projeto, aqueles relacionados aos aspectos operacionais ligados à constituição do empreendimento; e os fatores ambientais, que integram todos os fatores externos ao empreendimento.

A compreensão do processo empreendedor, por envolver o indivíduo com intenções e características empreendedoras, passa pelo entendimento dos aspectos comportamentais que acompanham esse indivíduo. Isso porque, assim como as crianças, os indivíduos quando se iniciam na fase adulta, anseiam por uma atuação profissional. Quando percebem ter agregado as habilidades e a paixão necessárias para satisfazê-lo, transformam esses

sonhos em imagens mentais mais concretas. A imagem mental de um empreendedor é a combinação dos sonhos, habilidades e paixão necessários para tornar um sonho realidade. Cada imagem mental formada é um elemento crítico à fundamentação da figura empreendedora.

Estudos publicados a partir da exploração de experiências próprias, relatadas por indivíduos empreendedores, evidenciaram os três principais fatores que contribuíram na configuração da sua auto-imagem empreendedora: (1) educação, (2) experiências na infância e (3) experiências de trabalho. Eles demonstram o relevante papel que a educação e as experiências de trabalho desempenham na formação da imagem mental de um empreendedor. Entretanto, poucas investigações sistemáticas têm considerado o papel das experiências da infância.

Um estudo conduzido pela Kauffmann Foundation of the United States of America revelou que mais de 25% das crianças que freqüentavam jardins de infância, no período em que a pesquisa foi desenvolvida, exibiam habilidades, talento e entusiasmo para empreendedorismo, mas que somente 3% dos estudantes graduados em cursos superiores demonstravam essas características.

Esses resultados de pesquisas reforçam a idéia de que, conforme o desenrolar de sua história, o indivíduo configura o modelo mental do que ele representa para si próprio; quanto mais ele acredita na capacidade própria de controlar sua vida, mais facilmente ele se tornará um empreendedor.

Um *survey* desenvolvido por Ohe (1996) envolvendo 221 empreendedores e 249 empregados de empresas japonesas buscou identificar quais as experiências consideradas elementares à formação do modelo mental de um empreendedor, tendo como resultado: (1) os papéis ou atividades desempenhadas pelos parentes, (2) experiências pseudo-empreendedoras e (3) experiências pessoais extraordinárias.

Esse estudo reforçou a importância de experiências pseudo-empreendedoras como um fator propulsor ao processo empreendedor. Paralelamente, este autor enfatiza que, para uma pessoa decidir verdadeiramente se tornar um empreendedor, não basta que ela tenha somente formado dentro de si a imagem de um empreendedor. Um fator gatilho é de alguma forma necessário. Somente quando o produto desses dois fatores for maior que as barreiras de entrada, uma pessoa se tornará um empreendedor.

Segundo Ohe (1996), freqüentemente a imagem de um empreendedor é formada pela sobreposição de experiências vividas nos três estágios, ou seja, através da educação, experiências na infância e experiências adquiridas com o trabalho.

O modelo criado por Ohe (1996) para esclarecer essa idéia é apresentado no Quadro 2.

Considerando tal modelo, as atuais reestruturações por que têm passado as grandes corporações têm forçado os empregados a se

enquadrarem em programas de demissão incentivada, transferências para outras subsidiárias, reestruturação da função desempenhada, entre uma série de outros fatores, que diminuem o nível de satisfação no trabalho. Isso, agregado ao desaparecimento da estabilidade no emprego ou emprego vitalício, ao fenomenal desenvolvimento tecnológico e à excessiva ênfase no conhecimento acadêmico, tem direcionado muitos indivíduos à formação de negócios próprios.

Quadro 2 – Como alguém se torna um empreendedor

FONTES FORMADORAS DA IMAGEM EMPREENDEDORA	FATOR GATILHO QUE IMPULSIONA O TORNAR-SE UM EMPREENDEDOR	BARREIRAS À CRIAÇÃO DE NOVOS NEGÓCIOS
Educação	Surgimento de oportunidades de negócios	Alto custo de implantação do novo negócio
Experiências na infância	Insatisfação no trabalho	Dificuldades para conseguir empregados de confiança
Experiências de trabalho	Insatisfação com as relações pessoais	Conhecimento e experiências compatíveis com o desenvolvimento tecnológico

Fonte: OHE, Shoko. Three Key Experiences of Japanese Entrepreneurs during their elementary and secondary school years. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson University Press: 1996

Pesquisas conduzidas por Hornaday & Vesper (1980) e Brockhause (1980) reforçam a tese de que a insatisfação no trabalho é um fator indutor à constituição de negócios próprios.

Não importa o quanto as barreiras de entrada sejam minimizadas ou aumentadas, os empreendedores só estarão formados quando tiverem constituído dentro de si uma imagem de empreendedor que seja capaz de superá-las.

O estudo de Ohe (1996) demonstra que, dos três estágios de experiências que ajudam a formar um empreendedor, o segundo, experiências da infância, especialmente experiências pseudo-empresendedoras, desempenha um papel fundamental. Além disso, dos três fatores o papel desempenhado pelos parentes, as experiências pseudo-empresendedoras e as experiências pessoais extraordinárias, dois estão além do controle humano. As pessoas são incapazes de conduzir a ocupação dos seus parentes e as experiências extraordinárias.

Assim, a formação da imagem de empreendedor em um indivíduo é particularmente encorajada pelas experiências pseudo-empresendedoras vivenciadas durante a infância. A partir da imagem de empreendedor formada pelo indivíduo, desencadeia-se uma série de ações que buscam dar vazão à necessidade de criar novos negócios.

2.3 A criação de novos negócios

A criação de novos negócios é um processo de "gestão" que se estende ao longo do tempo (Reynolds & Miller apud Shaver, 1996). Desde a intenção inicial do futuro empreendedor (Bird, 1988) até que a organização do negócio o torne uma entidade legal, ele se confronta com uma série de obstáculos (Birch, 1987). Alguns empreendedores persistem até a conclusão do processo, estabelecendo suas empresas e iniciando as tarefas que consideram mais alinhadas com o sucesso. Outros, entretanto, decidem interromper as

atividades relacionadas à organização do novo negócio muito antes de este ter sido criado.

Durante os últimos 30 anos, um expressivo número de pesquisas relacionado com empreendedorismo tem objetivado explicar essas diferenças de postura na condução e implementação de novos negócios. Até recentemente, essa literatura concentrava-se, prioritariamente, em relatos de atividades de formação de negócios, ou registros do comportamento dos empreendedores durante a sua formação.

Progressivamente, as pesquisas em empreendedorismo reconheceram a necessidade de que esses estudos fossem efetuados longitudinalmente, esclarecendo o processo de criação de negócios conforme as etapas iam se processando, mais do que, ao final do processo, buscar identificar junto aos donos de negócios estabelecidos como isso se deu (Gartner, 1993; Hansen & Wortman, 1989; Katz & Gartner, 1988). Isso se reflete na importância de saber do próprio indivíduo empreendedor, qual a sua percepção a respeito das barreiras relacionadas com as diferentes dimensões que integram a formação de um negócio, antes mesmo de iniciá-lo.

Nesses termos, um indivíduo empreendedor, embora possa sofrer limitações por parte de diferentes forças que interagem durante o período que antecede a abertura de um novo negócio, tem habilidade para tirar vantagem de oportunidades que estejam presentes, de forma a restringir o seu impacto.

Mesmo que uma série de limitações se interponha à intenção empreendedora, os fatores motivadores inerentes ao perfil empreendedor acabam por buscar alternativas para contorná-las. O desejo de criar o próprio negócio procura combater as dificuldades através de muitas componentes motivacionais de ordem individual.

Através de uma série de pesquisas relacionadas, Amit (1993) desenvolveu um modelo para explicar a tomada de decisão quanto a iniciar um negócio próprio. Esse modelo está ancorado na teoria da decisão, incorporando elementos comportamentais e econômicos. O modelo assume que o indivíduo faz a melhor escolha baseado em valores e crenças específicas, fundamentado sobre 11 principais dimensões. Essas dimensões são: (1) Riqueza (tornar-se rico, fazer dinheiro), (2) Visão (imaginação de uma nova configuração para a organização, determinação de objetivos e competências que a organização deve perseguir), (3) Estabilidade (segurança de uma recompensa mensal, evitar riscos, manutenção do estilo de vida atual, (4) Poder (ser capaz de influenciar resultados, fazer as coisas acontecerem, causar impacto, exercer controle), (5) Estilo de Vida (tempo com a família, oportunidade para recreação), (6) Liderança (habilidade e oportunidade para motivar e influenciar outras pessoas), (7) Inovação (fazer alguma coisa nova ou diferente, introduzir idéias originais de produtos, serviços ou processos), (8) Independência (ter flexibilidade, ser o seu próprio chefe, trabalhar quando, onde e com quem desejar), (9) Ego (ser mais eficiente, sentir-se vitorioso, criar um legado, fazer um nome), (10) Desafio (usar todos os seus talentos, manter-

se atualizado, assumir responsabilidades, tratar com ampla variedade de assuntos), e (11) Contribuição (ajudar outras pessoas, diferenciar sua comunidade, criar oportunidades).

Considerando tal modelo, pode-se esperar que muitas limitações estejam associadas a essas variáveis. Quanto mais a tomada de decisão as incorpore, além da forma como são percebidas, mais dificuldades serão consideradas na tomada de decisão quanto a iniciar o negócio pretendido.

Uma outra contribuição importante na exploração de fatores associados à formação de novos negócios é proposta por Dennis & Dial (1996). Esses autores propõem uma divisão analítica dos fatores que interagem na intenção de iniciar um novo negócio, mediante a caracterização de fatores *pull* (puxam) e *push* (empurram).

Essa abordagem defende a idéia de que os fatores que impulsionam (puxam) o indivíduo para desenvolver um negócio, como a percepção de uma oportunidade de mercado, relações sociais favoráveis, necessidade de realização pessoal, entre outros, compõem os fatores *pull*. Estes fatores deslocam a atenção do indivíduo de sua atividade corrente para a formação de negócios. Eles facilitam o processo de abertura do novo negócio por impelirem o indivíduo a essa decisão. Segundo advogado pelo modelo, indivíduos impulsionados por esses fatores estariam mais propensos a abrir o seu próprio negócio do que aqueles que não os possuem.

Os fatores *push*, em contrapartida, são integrados por aquelas condições que forçam (empurram) o indivíduo a deixar o seu *status quo* e partir para uma atividade própria, como a ocorrência de uma tragédia pessoal, a crise da meia idade, a perda de emprego, entre outros. Enquanto os fatores *pull* se caracterizam por atrações positivas, os fatores *push* se caracterizam por condutores negativos.

O desemprego, segundo afirmam Dennis & Dial (1996), aparece como um dos fatores *push* que mais se destacam. Isso se deve à pressão econômica que ele provoca. Na atual conjuntura econômica brasileira, poucos indivíduos podem resistir ao desemprego por pouco mais de alguns meses sem sofrer significativos reflexos em seus padrões de vida.

Embora o governo atue com um programa de assistência ao desempregado, concedendo-lhe o benefício do salário-desemprego, essa tensão não parece ser atenuada. Até porque o período de seis meses, prazo em que o benefício é mantido, intenciona retornar o desempregado o mais rápido possível ao mercado de trabalho. Sem considerar uma grande parcela de desempregados brasileiros que não são atendidos pelo programa. O quadro desfavorável que o desemprego provoca acaba por requerer ao indivíduo soluções próprias.

A perda do emprego também provoca a pressão social e psicológica. O estigma social provocado pelo desemprego está diretamente associado a patologias como violência familiar e alcoolismo, freqüentemente documentadas

por estudos na área. Esse quadro exprime o desconforto social vivido pelo indivíduo desempregado, o que o impele a uma forte busca pelo desenvolvimento de negócios próprios, mesmo que sob a forma de uma atividade informal. Assim, a relação do desempregado com a formação de um novo negócio permite que se explorem os fatores *push* como um incentivo à sua formação.

Uma outra razão para explorar essa relação é a transição que estão sofrendo a economia e o mercado de trabalho no Brasil. Essa transição tem provocado fortes pressões para um significativo número de indivíduos e grupos, que vêem seu trabalho sendo gradativamente reconfigurado em função do alto nível de desenvolvimento tecnológico.

Isso resulta em postos de trabalho com tarefas pobres e monótonas, gerando nesses indivíduos uma necessidade de encontrar atividades que tenham para eles um maior sentido. Tais condições têm incentivado o crescimento do negócio próprio, muitos deles tidos como refúgios. Esse fenômeno também tem sido identificado nos EUA, como comprovam os dados do *Department of Labor*, conduzidos pelo *Bureau of Labor Statistics*, 1995.

Segundo Dennis (1996), o aumento do negócio próprio é um fenômeno negativo quando conduzido por fatores negativos (*push*). Ou seja, quando fatores negativos são os propulsores desta ação. Um indicador objetivo do grau de pessoas que se desloca de uma condição estabelecida para a abertura de negócios de forma empurrada (*push*) é conseguido através da

observação do padrão de emprego que possuía num período anterior à formação do negócio. Se o indivíduo está empregado, iniciar um novo negócio é mais provavelmente um fator *pull*. Se ele está desempregado, isso provavelmente se caracterizará como um fator *push*.

Uma outra consideração a ser explorada nesse sentido diz respeito aos indivíduos fora da força de trabalho. As relações tradicionalmente exploradas ao se estudar o perfil dos indivíduos que iniciam novos negócios evidencia, preferencialmente, os indivíduos desempregados.

No entanto, os valores aos quais Segal (apud Dennis, 1996) se refere em seu trabalho demonstram que aqueles indivíduos fora da força de trabalho desempenham um papel notável na formação de novos negócios, se comparados aos desempregados. Estes são compostos por donas-de-casa, aposentados, estudantes e profissionais desabilitados e desencorajados.

Esses indivíduos, embora não façam parte da força de trabalho, representam uma parcela geralmente não considerada quando são pesquisadas as relações entre formação de novos negócios e as origens e características dos indivíduos formadores.

A unidade de análise para o termo "desempregado" pode focalizar o número de indivíduos desempregados (nível de desemprego na sociedade), ou a pessoa do indivíduo desempregado. A literatura contém ambos. As pesquisas orientadas pelo primeiro focalizam a influência do desemprego na formação de negócios de forma geral. Estas se guiam por dados da população

e não individuais. Geralmente, associam a taxa de desemprego com o subsequente aumento na formação de negócios. Highfield e Smiley (apud Dennis, 1996) exemplificam essa abordagem.

As pesquisas envolvendo a segunda abordagem focalizam a pessoa desempregada que intenciona iniciar um novo negócio. Evans e Leighton (apud Dennis, 1996) desenvolveram seus trabalhos fundamentados nessa abordagem.

Essas duas unidades de análise são bastante diferentes. Mais importante, elas podem produzir resultados diferentes que não são necessariamente contraditórios. Elas podem também produzir resultados os quais não são necessariamente complementares. Assim, as duas conduções devem ser cuidadosamente distinguidas e examinadas separadamente.

Para o presente trabalho, essa unidade de análise se caracteriza pela pessoa do indivíduo desempregado que anseia desenvolver um negócio próprio.

Curiosamente, Dennis (1996) afirma que a preocupação com a formação de novos negócios por pessoas desempregadas tem obscurecido a consideração daquelas pessoas que se encontram fora da força de trabalho. Assim é que, conforme pesquisa realizada por esse autor, os negócios formados nos EUA por pessoas que nunca trabalharam acontecem numa proporção três vezes maior em termos absolutos do que os formados por

desempregados. Seu trabalho revelou que os estudantes e as donas-de-casa são os componentes mais expressivos da classe dos nunca empregados.

Tendo em vista a situação precária em que se encontram muitos desses indivíduos, é de se esperar que muitos deles encontrem sérias dificuldades para formar seus negócios. Através de diversas pesquisas tem sido reconhecido que a maior parte dos indivíduos que iniciam novos negócios formam negócios muito pequenos, utilizando-se de apenas meio período de dedicação ao negócio, ou não dispendo das mínimas condições para que este se desenvolva, o que configura os chamados negócios marginais. As pesquisas recentes confirmam esse truísmo.

Reynolds (apud Dennis, 1996) argumenta que a distinção da posição social da pessoa empregada e desempregada se reflete em variações no tamanho e complexidade dos negócios formados. Segundo identificado em seus trabalhos, os negócios montados por pessoas empregadas geralmente apresentam empregados e/ou sócios, localizam-se em locais distintos às suas residências e dispõem de uma linha de telefone própria. Assim, conforme a condição econômica e social do indivíduo que intenciona criar um novo negócio, diferentes também serão as barreiras percebidas.

2.4 Barreiras à constituição de novos negócios

As pesquisas desenvolvidas anteriormente proporcionam as componentes formadoras da estrutura para o modelo proposto, mas não

contemplam como cada uma das variáveis que compõem essas dimensões podem ser operacionalizadas.

Essa constatação nos leva a desenvolver e testar empiricamente um modelo, identificando o grau com que cada uma dessas variáveis é percebida como uma barreira à constituição de um novo negócio. Conforme afirmam Greenberger & Sexton (1988), "instrumentos de pesquisa válidos estão disponíveis para mensurar alguns destes fatores, embora, para outros, instrumentos devam ser desenvolvidos e validados" (1988, p. 7). As variáveis de projeto e ambientais podem ser determinadas através da literatura existente e agrupadas com pesquisas desenvolvidas dentro de domínios de interesse relacionados.

A orientação atitudinal do indivíduo, conforme desenvolvido nas pesquisas existentes, exige uma especial atenção, já que o domínio da pesquisa é diferente daquele no qual muitas considerações foram feitas. Instrumentos pré-existentes podem não ser apropriados quando aplicados sem nenhuma adequação; sua validade diminui quando utilizados fora dos domínios de interesse de origem (Shaver, 1995).

A avaliação das atitudes e comportamentos do empreendedor requer uma combinação das variáveis evidenciadas na literatura e a aplicação e teste de outras. Assim, algumas variáveis atitudinais foram extraídas de pesquisas em empreendedorismo, por terem sido testadas e refinadas em consecutivas interações entre trabalhos acadêmicos e explorações práticas.

Considerando as dificuldades que costumam interagir na constituição de novos negócios, Kent apud (Cornwall, 1990) identificou os fatores abaixo relacionados como influentes na atividade empreendedora:

- demanda para a produção final;
- disponibilidade dos recursos necessários à formação de novos negócios;
- a inflação, que pode provocar dívidas muito caras à promoção do desenvolvimento do negócio;
- tributações, que podem prejudicar os novos negócios;
- regulamentações, que podem representar muitas vezes barreiras restritivas à formação de novos negócios;
- instabilidade política, que poderá ou não favorecer os investimentos em longo prazo necessários aos novos negócios.

Da mesma forma, Farah & Cavalcanti (1992) identificaram os elementos abaixo como barreiras à constituição de pequenos e médios negócios:

- escassez de capital de giro e financiamento;
- escassez de matéria-prima e/ou sua baixa qualidade;
- instabilidade do mercado consumidor interno e externo;

- carência de apoio direto de organismos oficiais de fomento empresarial;
- burocracia e complexidade nas legislações fiscais, parafiscais e tributárias;
- dificuldades creditícias (creditárias) para obtenção de financiamentos para capital de giro e, investimentos;
- falta de capacidade gerencial na administração e organização dos vários setores relacionados com a atividade;
- dificuldades de obtenção de crédito bancário por parte do pequeno empreendedor, que, na maioria das vezes, não possui patrimônio próprio, não desfrutando de tradição e conceitos no setor financeiro; e
- dificuldade de penetração em um mercado cada vez mais competitivo e exigente.

Segundo Vesper (apud Stoner, 1982), as maiores barreiras ao ato de empreender um novo negócio estão relacionadas à falta de um conceito viável. Outro motivo comum, segundo esse autor, é a falta do conhecimento do mercado. Algumas vezes é difícil atrair para as empresas iniciantes as pessoas mais bem informadas, porque elas costumam estar fortemente ligadas a outras atividades. Até mesmo a dificuldade em conquistar trabalhadores com habilidades técnicas compatíveis pode se tornar um problema.

Segundo Vesper (1983), alguns candidatos a empreendedores são impedidos de desenvolver certas linhas de trabalho, como limpeza doméstica, pelo estigma social a que são sujeitos. Outros são desencorajados pelos monopólios que controlam certas profissões, notavelmente a Medicina e o Direito. A competição acirrada por parte de grandes empresas também pode se apresentar como um forte obstáculo ao indivíduo que deseja iniciar um negócio. Vesper (1983) lista alguns fatores que ele considera barreiras ao empreendedorismo:

- falta de uma concepção viável;
- falta de uma familiaridade com o mercado;
- falta de habilidades técnicas;
- falta de capital inicial;
- falta de know-how nos negócios;
- complacência e falta de motivação;
- estigma social;
- restrições legais, regulamentações, burocracia;
- protecionismo, monopólio; e
- inibições por patentes.

Quando se analisam os fatores considerados por diferentes autores como barreiras ao ato de empreender novos negócios, observa-se pouca consideração das limitações pessoais e de projeto (planejamento). De forma genérica, os estudos em empreendedorismo pouco contemplam essas limitações, quando não aplicam uma metodologia que as considere. Como o indivíduo costuma relevar suas deficiências, achando sempre que todas as dificuldades são originárias do ambiente, essas questões encontram-se pouco elucidadas.

Sabe-se, entretanto, que, quando as características individuais são estudadas de forma isolada, costuma ser grande o número de deficiências reveladas.

Tendo em vista a consideração das três dimensões que interagem como limitantes à constituição de novos negócios – os fatores pessoais, os fatores de projeto e os fatores ambientais – em seguida serão explorados cada um desses fatores de forma particular.

2.4.1 Fatores pessoais

A concepção individual de empreendedorismo, com comportamentos distintos associados, é central à teoria. Embora muitos estudos explorem o processo de empreender novos negócios, eles raramente consideram a percepção individual quanto ao que pareça representar fatores restritivos a esse processo. Mais ainda, eles pouco focam as deficiências inerentes ao

indivíduo que intenciona empreender um novo negócio, imputando constantemente a fatores ambientais e de projeto as deficiências encontradas.

Entretanto, não se pode desconsiderar o papel relevante que as restrições inerentes ao próprio indivíduo empreendedor representam no difícil processo de iniciar um novo negócio. Compreender quais são essas limitações se constitui num dos objetivos desta pesquisa.

Esta seção irá tratar das características individuais tidas como limitantes à constituição de novos negócios. Ela explorará, particularmente, as diferentes variáveis individuais exploradas: o risco, a experiência, a auto-estima, o conhecimento e a autonomia. Trabalhos anteriores proporcionaram a base para a utilização dessas variáveis na constituição do modelo.

O risco

As ações empreendedoras sempre estiveram alicerçadas sobre o risco. Acompanhando o desenvolvimento histórico da concepção do conceito de empreendedorismo, essa característica aparece desde a contribuição teórica de Cantillon, Say e Thünen, que conceberam o empreendedor como um tomador de risco. Esses autores caracterizaram o empreendedor como qualquer pessoa que trabalhe por conta própria, assuma riscos, tome as ações necessárias para ter lucros ou sustentar perdas, e que contribua para o equilíbrio da economia de mercado (Filion, 1999).

Riedel expandiu a concepção de empreendedor de Cantillon, definindo-a como um "agente econômico que trabalha com a incerteza", uma vez que o

vê como um provedor de serviços para agentes econômicos que são por si só avessos ao risco.

O risco empreendedor, inerente à tomada de decisão quanto a constituir um novo negócio, produzir um novo produto ou serviço, ou utilizar um novo processo, está fortemente ligado à incerteza. Isso porque a atividade empreendedora poderá resultar tanto em ganhos quanto em perdas. A tomada do risco, nesse contexto, envolve a decisão de assumir novos negócios e os respectivos produtos e serviços a ele relacionados (Solymossy, 1998).

Muitas das decisões sobre novos negócios envolvem risco e incerteza. O potencial empresário, para tomar certas decisões, necessita estimar alguns fatores que as afetam. Entretanto, muitos fatores permanecerão incertos. O decisor busca reduzir algumas das incertezas com que ele se depara, utilizando técnicas como pesquisa de mercado e desenvolvimento de um plano de negócios.

Contudo, esse tipo de procedimento, embora não garanta totalmente que a decisão seja a mais adequada, cria no empreendedor uma sensação de confiança, ao lhe possibilitar manusear dados quantitativos que estimam a viabilidade do negócio (Degen, 1989).

Também em outras situações o indivíduo empreendedor toma para si uma série de riscos. São os riscos envolvidos com o investimento do capital, o risco do fracasso refletido junto à família e à comunidade, entre outros. Uma vez tendo sofrido algum revés, o medo de recorrência de uma situação de

fracasso tem feito com que muitas pessoas abandonem a intenção de iniciar um negócio, permanecendo em empregos pouco motivadores ou às custas de um familiar.

O resultado da percepção do alto risco associado à abertura de um novo negócio, muitas vezes, resulta em angústia. Esse sentimento costuma, inclusive, desencadear no empreendedor um sentimento de ausência para com essa situação, fazendo-o evitar novos planos (Corwall, 1990).

Entretanto, algumas pessoas são capazes de enfrentar melhor uma situação de risco, respondendo melhor às barreiras e provações inerentes à abertura de um novo negócio. Muitas delas, por já terem desenvolvido algum tipo de experiência nesse sentido, sentem-se mais seguras.

Segundo Corwall (1990), é alto o número de empreendedores que iniciaram suas carreiras como empreendedores organizacionais, ou seja, intra-empresários.

Conforme afirmam alguns empreendedores que tiveram suas empresas constituídas com sucesso, o fato de terem anteriormente desempenhado tarefas empreendedoras dentro de organizações estabelecidas resultou em uma sólida experiência, o que lhes possibilitou expandir a educação empreendedora além do que costuma ser ensinado. Muitas das habilidades aprendidas dentro de grandes corporações costumam aumentar a probabilidade de sucesso de um negócio.

Nesse sentido, muitos indivíduos acham mais fácil lidar com os riscos organizacionais do que com o risco envolvendo o capital próprio. Dessa questão resulta a constatação de que experiências empreendedoras anteriores, desenvolvidas em organizações constituídas, geram uma base experimental que permite com que o indivíduo lide melhor com o risco associado à abertura de um novo negócio.

Cornwall (1990) enfatiza que, iniciar um negócio próprio, o empreendedor costuma lidar com ferramentas objetivas e quantitativas que lhe auxiliem na tomada de decisão, uma vez que estas são percebidas como fatores minimizadores do risco.

O futuro empresário, ao utilizar-se dessas ferramentas, costuma confrontá-las com seu *feeling*, adquirido a partir de experiências passadas. São esses sentimentos de confiança estabelecidos que frequentemente determinam a implantação de uma nova idéia. Sem o comprometimento emocional por parte do indivíduo empreendedor, o projeto está condenado a nunca sair do papel. Ao buscar tomar uma decisão, um empreendedor legítimo aprende a confiar tanto nas ferramentas quantitativas quanto na sua intuição.

Também a pesquisa conduzida por Amit (1993) demonstra que decisões envolvendo incerteza e ambigüidades são fatores que os empreendedores têm dificuldade em tratar. Elas aparecem como uma dicotomia à realização do sonho de iniciar um negócio próprio.

Uma outra situação que expressa a dificuldade de lidar com o risco consiste em procurar operar sempre junto à "zona de conforto" e, conseqüentemente, priorizar a segurança percebida.

Hannon (1994) complementa esses argumentos, ao concluir, através de seu estudo "*Risk and Entrepreneurial Process: a case study approach*", que a percepção individual, e correspondentes atitudes em torno do risco, tem representado uma forte barreira apontada por indivíduos com interesse em iniciar seus próprios negócios. O risco parece uma das razões que impedem que o processo de transição decorra efetivamente.

Tendo em vista a presença do risco na atividade empreendedora, Magro (1992) defende a idéia de que o estímulo e o apoio à iniciativa dos que querem correr o risco de criar seu próprio negócio são determinantes à criação de empresas, e, conseqüentemente, uma via para garantir o crescimento econômico.

A experiência

Um novo negócio envolve sempre uma série de conhecimentos, que muitas vezes costumam ser adquiridos pelo empreendedor ao longo de sua vida. Nesse sentido, Gibb & Ritchie (1983) ressaltam a experiência acumulada do futuro empresário como um dos fatores básicos que integram o processo empreendedor, por proporcionar o conhecimento e a reputação desejável a uma empresa iniciante.

A experiência baseada no conhecimento está diretamente ligada à melhoria das habilidades do empreendedor em especificar os recursos e provedores mais adequados, além de possibilitar desenvolver um critério de seleção mais apurado sobre os diferentes fatores envolvidos na constituição do negócio. Além disso, a experiência do empreendedor estabelece a sua reputação social, contribuindo para atrair recursos de sócios e encontrar termos de cooperação favoráveis.

Uma série de pesquisas empíricas tem buscado relacionar as experiências passadas com o desempenho do empreendedor que inicia um novo negócio. A pesquisa desenvolvida por Butt & Wasif (1996) mostra que experiências empreendedoras anteriores, vividas por indivíduos com intenções empreendedoras, mesmo que tenham acontecido em setores não relacionados, estão positivamente relacionadas a um melhor desempenho.

Essa afirmação também é válida para experiências gerenciais, de implantação de outros negócios e relacionamento com negócios familiares que se sucederam anteriormente à iniciativa de constituição do próprio negócio. Essas experiências parecem diminuir as barreiras relacionadas às diversas habilidades requeridas ao indivíduo empreendedor.

Nesses termos, as experiências empresariais passadas permitem ao futuro empresário uma melhor orientação na condução do planejamento e abertura do negócio. A experiência prática anterior lhe investe de maior confiança no sucesso, pela transferência do aprendizado de um ambiente para

outro. Quando isso acontece, as dificuldades para iniciar um negócio passam a originar-se mais de fatores ambientais e de projeto do que pessoais (Butt & Wasif, 1996).

É evidente que a experiência de um empreendedor costuma afetar, inclusive, o desempenho do novo negócio. As bases tecnológicas (Roberts, 1991), a experiência em novos negócios (Stuart & Abetti, 1990) e experiências na indústria (Cooper et al., 1989) têm influência no desempenho, através da tomada de decisão estratégica, mas muito poucas pesquisas têm intencionado encontrar os fatores através dos quais essas experiências influenciam no processo de reunião de recursos.

O que tem sido expresso pela literatura é que empreendedores experientes são capazes de encontrar provedores de recursos mais rapidamente, devido ao trabalho de busca e qualificação de recursos já desempenhados anteriormente. Suas escolhas de parceiros são baseadas em observações e avaliações feitas em longo prazo.

Esse profundo conhecimento proporciona uma base para o julgamento do mérito individual e conseqüente habilidade para estimular um bom desempenho por parte do time que comporá o negócio. Dessa forma, ele constrói uma combinação de recursos única, cujo resultado é cinético, ou seja, maior do que a soma das partes, criando para a nova empresa competências que não seriam facilmente acessadas por indivíduos não experientes (Hart et al., 1995).

Também se torna importante à experiência empreendedora quando os potenciais sócios avaliam as oportunidades de sucesso do futuro negócio. Quando a experiência e a capacidade do empreendedor estão presentes, o risco percebido é minimizado.

Os potenciais parceiros sentem-se mais à vontade em aplicar recursos em empresas cuja competência do fundador possa ser comprovada por experiências práticas já estabelecidas. A confiança gerada possibilita fechar acordos mais fundamentados em resultados concretos do que em planos e estruturas estabelecidas em projetos. O afrouxamento para com acordos altamente especificados permite a essas organizações em construção acordos de parceria mais fundamentados em confiança do que em contratos, o que costuma ser prenúncio de parcerias mais afinadas.

Como resultado, o processo de constituição de um novo negócio se investe de uma variada gama de oportunidades, o que permite ao futuro empresário selecionar, dentre as diferentes alternativas, aquelas mais alinhadas aos seus interesses.

Auto-estima

O sentimento de auto-estima é a unidade central do ser humano. Tudo o que se fala é feito no sentido de conservar, defender ou melhorar o sentimento de auto-estima. Toda violação do sentimento de auto-estima do outro o fere como pessoa e provoca conflitos. Todo o apoio ao sentimento do outro leva, sobretudo, à sua motivação.

A auto-estima é tida como uma característica que sofre a influência de fatores sociais (Korman, 1970). Ela se define a partir de uma pessoa diante de outra. Isso significa que o sentimento de auto-estima não existe por si só, mas em relação a outras pessoas. Daí a importância do apoio da família, amigos e religião à constituição do novo negócio.

As considerações feitas por pessoas do convívio diário do empreendedor, bem como por pessoas ligadas a outras organizações com as quais ele convive, têm a capacidade de influenciar diretamente sobre o seu sentimento de auto-estima. Esta se desenvolve a partir da percepção de reações dos outros para com a sua auto-imagem, aprovação dos valores individuais e reconhecimento dos méritos pessoais.

Quando as pessoas com as quais o empreendedor se relaciona o desaprovam ou contrariam o seu interesse de iniciar um negócio próprio, sua auto-estima baixa, caracterizando-se um forte empecilho à implantação do seu projeto.

Considerando as condições psicológicas específicas do empreendedor que deseja iniciar seu próprio negócio, a auto-estima tem sido apontada como um dos fatores mais positivamente influentes à constituição de novos negócios, suplantando, inclusive, a necessidade de realização (Arkes & Garske, 1982).

Pesquisas têm demonstrado que empreendedores tendem a ter níveis de auto-estima mais elevados do que as pessoas que não têm esse perfil

(Crandall, 1973). É de fundamental importância, portanto, que o empreendedor esteja inserido em um ambiente encorajador, caso contrário sua auto-estima diminui, constituindo-se numa forte barreira ao ato de empreender. É através dos relacionamentos mantidos com amigos e familiares que o empreendedor busca recursos e apoio psicológico para desenvolver sua característica de proatividade.

Conhecimento

Uma outra variável considerada como possível barreira ao ato de empreender é o conhecimento. Ohe (1996) afirma que tal barreira se deve à maior complexidade e sofisticação requerida pelos negócios na atualidade.

Gibb & Ritchie (1983) consideram as habilidades do indivíduo, de sua família e de todos os envolvidos com o projeto incluem-se aqui também as habilidades e conhecimentos técnicos e de administração de negócios, um fator essencial à implantação de novos negócios.

Nesse sentido, Hoselitz (1960) argumenta que uma organização carrega consigo o ímpeto produtivo e inovador do empreendedor, possibilitado por seus conhecimentos e habilidades administrativas práticas. Quando a empresa empreendedora é vista como uma extensão de seu fundador (Peters & Waterman, 1982) e gira em torno da pessoa do empreendedor (Cooper, 1982), ela é vista segundo uma única identidade, que demonstra capacidade de diferenciação, no que diz respeito tanto aos sistemas administrativos quanto

às orientações tecnológicas. Daí a importância da bagagem individual que o empreendedor empresta à organização.

Segundo Chér (1996), uma característica relevante do empreendedor é o domínio sobre as tarefas necessárias para o gerenciamento da empresa. Ou seja, o conhecimento gerencial do negócio. Este autor defende a idéia de que, embora não seja necessário que o empreendedor tenha uma formação acadêmica nesse sentido, é preciso que, ao tomar a iniciativa de ser dono do próprio negócio, o indivíduo tenha um conjunto mínimo de informações técnicas sobre o ramo de negócios em que pretende atuar.

Chér (1996) alerta para a necessidade de que o empreendedor tenha consciência da existência e da importância dos instrumentos de administração para a boa gerência dos negócios: instrumentos técnicos, contábeis, financeiros, de recursos humanos, de marketing, de produção e de informática. Embora não seja necessário o conhecimento de cada um desses instrumentos de forma detalhada, é fundamental o seu uso, o que é conseguido através de uma visão básica sobre aspectos gerenciais.

Assim, os principais autores em empreendedorismo são unânimes ao afirmar que conhecer tudo sobre administração de empresas não é requisito indispensável para alguém que deseje abrir um negócio próprio. Imprescindível é ter autocrítica para identificar suas falhas, os pontos que desconhece para gerenciar a empresa e, a partir daí, cercar-se, na medida do possível, de administradores ou gerentes que possam dar seqüência aos negócios. Esse

complemento gerencial, segundo Chér (1996), pode ser encontrado, muitas vezes, na pessoa do sócio, o que costuma ser feito buscando-se minimizar o risco de o negócio ser mal conduzido.

Consolidando tal argumento, Say apud (Solymossy, 1998) salienta que o empreendedor tem a capacidade de converter o conhecimento em um produto comercializável. Assim, a falta de conhecimento técnico poderá tornar-se um fator limitante à ação empreendedora, uma vez que a bagagem de conhecimentos gerenciais e técnicos relacionados possibilita a sustentação de sua credibilidade junto à sociedade, o que lhe confere maior poder para influenciar relações de negócios em seu favor.

Autonomia/Independência

O comportamento de independência está implícito nos trabalhos de Cantillon (apud Herbert & Link, 1998) e explícito nos de Kets de Vrie (1977). Embora geralmente aceito como um atributo do comportamento empreendedor (Hirsrich & Peters, 1993; Autio et al., 1987; Shanthakumar, 1992), pesquisas que exploram a orientação de independência dos empreendedores são limitadas. Muitos perfis desenvolvidos a partir de empreendedores bem-sucedidos demonstram a forte presença da autodeterminação e independência quando costumam explorar idéias sem a aprovação de outros, ou rejeitam aceitar o *status quo*.

O comportamento autônomo e independente é central ao conceito de empreendedorismo (Kets de Vries, 1997) e crítico ao processo associado à

abertura de novos negócios (Lumpkin & Dess, 1996). A mensuração do comportamento de autonomia tem sido perseguida no campo de empreendedorismo, podendo ser observado mais particularmente nos trabalhos desenvolvidos por Davidson (1997) e Autio et al. (1997). Uma orientação em torno do comportamento de independência se relaciona com a habilidade e a necessidade de o empreendedor se autodirecionar à perseguição de oportunidades (Autio et al., 1997).

Nesse sentido, Vesper (1983), ao desenvolver um trabalho sobre as barreiras com que se depara um empreendedor ao buscar constituir seu próprio negócio, salienta a necessidade de tempo suficiente para criar uma empresa a partir do zero. É necessário algum tempo para o empreendedor organizar todos os fatores envolvidos com o processo empreendedor, principalmente no estabelecimento de relações externas, condicionadas sobre experiência, reputação e confiança.

Muitos empreendedores, embora sintam o desejo de empreender negócios próprios, necessitam permanecer em seus empregos, pela necessidade de manterem-se a si próprios e as suas famílias. Isso se reflete em falta de tempo e autonomia, fatores necessários à estruturação do negócio pretendido, bem como ao fortalecimento de redes de relacionamento.

McClelland (1987) sugere que os empreendedores possuem uma forte necessidade de controle pessoal e de responsabilidade por suas decisões. Em um de seus trabalhos, desenvolvido em 1975, o poder e o controle pessoal são

introduzidos como características empreendedoras. Neste trabalho ele afirma que a definição-chave para o homem de negócios parece centrar-se em torno do conceito de responsabilidade, de forma implicada com a idéia de individualismo.

Congruentemente, Kets de Vries (1977) utilizou-se dos estudos empíricos para identificar os padrões de comportamento empreendedor, pesquisando as forças sociais, econômicas e psicodinâmicas que influenciam o empreendedorismo. O perfil psicológico apresentado por este trabalho sugere uma pessoa inovadora, possuindo um alto grau de motivação combinado com a necessidade de autonomia e independência. Empreendedores foram percebidos como individualistas, apresentando uma expressiva necessidade de exercer controle (a partir da crença de que podem controlar os resultados dos eventos) e um alto senso de estética.

As pesquisas em empreendedorismo têm, portanto, expressado que o empreendedor nascente, ao precisar de tempo e autonomia para desenvolver sua idéia, se vê enredado em uma série de compromissos do dia-a-dia que representam fortes empecilhos ao ato de empreender um novo negócio.

2.4.2 Fatores de projeto

As empresas se diferenciam com base em diferentes dimensões, as quais começam a ser esboçadas já na fase de concepção da idéia. Essas variações se dão com base na orientação tecnológica, estrutura, redes de contatos, orientação competitiva, entre outras.

Grande parte das pesquisas desenvolvidas em empreendedorismo tem focado cada uma das dimensões de forma particular, em vez de tratá-las como uma combinação de fatores que devem ser avaliados conjuntamente com fatores individuais e ambientais. Esta seção evidencia as principais barreiras do ponto de vista da concepção da futura empresa, incorporando as principais características a serem consideradas na sua configuração, ou seja, fatores de projeto.

Cada uma das dimensões contempladas será discutida segundo a fundamentação teórica disponível na literatura atual, bem como através de variáveis propostas por pesquisas atuais, que estudam a empresa sob o ponto de vista organizacional.

Nesses termos, Miner et al. (1992) identificaram uma vinculação explícita entre a concepção estrutural e operacional da empresa formada e o comportamento do indivíduo empreendedor. Miller (1983) constatou que as empresas formadas exibem características que podem ser explicadas através de sua configuração estrutural, estratégica, tecnologia de processos, atividades de inovação e distribuição de poder na empresa, de acordo com a visão de mundo do empreendedor. Covin & Slevin (1991) propuseram (embora não tenham desenvolvido empiricamente) um modelo para justificar o comportamento organizacional, considerando sua estrutura organizacional, grau de sofisticação tecnológica, atitude competitiva e recursos administrativos, considerando-se ainda os fatores ambientais.

Assim, a perspectiva do empreendedorismo como sendo um processo, ou um conjunto de atividades relacionadas à constituição de uma empresa, busca entender os diferentes fatores relacionados ao processo, contemplando a constituição jurídica da empresa, a tecnologia a ser utilizada, a estrutura organizacional a ser implementada, entre outros fatores. Pesquisas desenvolvidas nesta linha têm explorado prioritariamente as características organizacionais de empresas já constituídas.

Nesse sentido, são avaliados suas competências, conhecimentos e deficiências funcionais, buscando diagnosticar quais dessas características capacitam ou dificultam a empresa, no sentido de proporcionar-lhe uma orientação inovadora e competitiva (Solymossy, 1998). Lumpkin & Dess (1996) salientam a necessidade de que os estudos em empreendedorismo considerem os fatores organizacionais (incluindo tamanho, estrutura, estratégia, processo de formação da estratégia, recursos da empresa, tecnologia, cultura e características da alta administração), sob pena de se formar empresas frágeis e pouco competitivas. Assim, mesmo uma empresa ainda não atuante deverá considerar alguns desses fatores em sua fase de projeto.

Do ponto de vista do projeto, Gibb & Ritchie (1983) apresentam dois fatores básicos que devem integrar o processo empreendedor:

idéia de negócio e mercado – mais precisamente o grau de viabilidade econômica e de mercado possibilitado pela idéia de negócio, ou o quanto cada um destes fatores poderá tornar o negócio viável;

recursos no início do processo, uma série de informações e recursos se tornam necessários, sob pena de se conceber um negócio deficiente. Em alguns casos são exigidos recursos físicos, financeiros, tecnológicos e humanos, necessários ao desenvolvimento de testes práticos, que envolvem atividades experimentais, unidades piloto, ferramentas e materiais diversos, entre outras necessidades.

Acrescenta-se a necessidade de adequação tecnológica, exigindo do empreendedor o conhecimento técnico adequado para discernir a melhor forma de configurar o processo operacional do novo negócio.

Considerando o exposto, faz-se necessário levantar o que a literatura apresenta a respeito dos fatores relacionados às barreiras de projeto, uma vez que a literatura em empreendedorismo explora prioritariamente fatores relacionados às organizações já constituídas.

Nesse sentido, a dimensão “projeto” incorporará quatro elementos: a idéia de negócio, os sócios, os recursos iniciais e a pesquisa de mercado, assumidos no modelo por serem freqüentemente citados pela literatura atual em empreendedorismo, além de representarem elementos freqüentemente colocados pelos indivíduos que fizeram parte da amostra sobre a qual se deu a pesquisa.

Idéia

As histórias de negócios bem-sucedidos incluem pessoas que se conservaram num campo por elas conhecido, por não conseguirem perceber novas oportunidades. É surpreendente a frequência com que "o óbvio" de quem conhece uma atividade torna-se quase impensável para o recém-chegado. Por isso, Morris & Sexton (1996) chamam a atenção para a importância representada pela investigação e a pesquisa da idéia, sobretudo quando o empreendedor não conhece o ramo a ser seguido. Assim, mesmo quando a idéia pareça inovadora ao empreendedor, obriga-o a investigá-la, uma vez que muitas vezes a fórmula-padrão de negócios já consolidados se mostra mais adequada do que uma abordagem fundamentalmente nova.

Segundo Stoner (1982), após alguma mudança levada a cabo no mundo real, cria-se uma série de necessidades por produtos substitutos ou por novos serviços, dando lugar ao segundo estágio do processo empreendedor, constituído pela "idéia". Segundo esse autor, muitas pessoas partem de suas experiências profissionais, usando seus conhecimentos para explorar novas oportunidades. Em outros casos, as idéias dos empreendedores priorizam a atuação em atividades ainda não estabelecidas.

Uma vez que os novos negócios começam com idéias, diversos estudos têm discutido essa questão, como o conduzido pela *National Federation of Independent Business Foundation*, citado por Longenecker et al. (1977). Esse estudo verificou que as idéias de novos produtos ou serviços para novos

negócios surgem a partir de diferentes condições, em diferentes proporções: “experiência anterior de trabalho” (45%); dos “interesses pessoais e *hobbies*” (16%); de um “acontecimento casual” (11%); de uma “sugestão” (7%); de uma “empresa familiar” (6%); através de “cursos” (6%); através de “amigos/parentes” (5%); e “outros” (4%).

Um aspecto muito importante com relação à geração de idéias é que esse processo prescinde de informação. Isso sugere que o nível de conhecimento de um empreendedor se reflita na sua capacidade em desenvolver idéias de negócio que possam vir a se constituir uma oportunidade (Borges apud Cunha & Ferla, 1997).

Diante de tantas possibilidades, muitos empreendedores deparam-se com a dificuldade de identificar uma idéia de negócio. O reconhecimento de uma necessidade e a correspondente idéia para satisfazê-la por si só parecem não constituir uma base forte sobre a qual sustentar a iniciativa de abrir um novo empreendimento.

Paralelamente, os empreendedores costumam ter muita dificuldade em desenvolver técnicas que lhes ajudem a comprovar se a idéia terá boa receptividade junto ao mercado. Assim, embora desejosos de iniciar novos negócios, não sabem exatamente que configuração dar ao futuro empreendimento (Morris, 1991).

Sócios

Apesar do desejo de independência, Degen (1989) considera que há alguns bons motivos para que o empreendedor costume procurar a colaboração de outros para iniciar um negócio. Muitas vezes a colaboração de um sócio se torna necessária e vantajosa, devido à possibilidade de acessar recursos gerenciais, técnicos e financeiros para o novo empreendimento. Isso explica a incorporação desta variável na dimensão "projeto", uma vez que o sócio é quem costuma trazer contribuições gerenciais e técnicas para muitos negócios em formação, o que faz com que a dificuldade em conseguir um sócio possa representar alguma barreira para a constituição de novos empreendimentos.

É muito comum o empreendedor buscar na figura do sócio o aporte de recursos gerenciais e técnicos complementares, facilitando, assim, o desenvolvimento do novo negócio. Dessa forma, ele garante complementaridade aos seus conhecimentos e possibilita compor as necessidades por outros tipos de recursos desejáveis (Degen, 1989).

Nesse sentido, o empreendedor tem na busca de um sócio um dos primeiros desafios ao ato de empreender. Soma-se a isso o fato de que cada futuro sócio costuma questionar a viabilidade do negócio idealizado a partir do seu ponto de vista, o que costuma se tornar uma tarefa difícil ao empreendedor.

Devido à necessidade de capital por parte dos indivíduos que intencionam empreender negócios próprios, a figura de um sócio que partilhe com ele o investimento inicial é imprescindível. Isso faz dessa procura um empecilho, quando é comum que os sócios em potencial exijam ações que não são do seu agrado (Degen, 1989). Quando esse complemento não é encontrado, o empreendedor costuma se sentir menos motivado à implementação do negócio desejado.

Recursos iniciais

A aventura empreendedora se distingue da postura de organizações maduras pela situação de seus recursos iniciais e pelas suas atitudes em torno do domínio ou controle desses recursos (Stevenson & Jarillo, 1990). O fato de os novos negócios freqüentemente não disporem de origens nem de recursos, principalmente financeiros, faz com que os empreendedores se deparem com desafios sem iguais no desenvolvimento de relações de cooperação e na congregação dos bens e serviços necessários.

Stevenson & Robinson (1985) afirmam que a seleção de patrocinadores de recursos e a experiência do empreendedor em negócios similares contribuem para a habilidade de gerar múltiplos recursos alternativos, estabelecer critérios para a sua seleção e construir relações que tornem seu acesso facilitado. Essas constatações sugerem uma importante distinção entre recursos que podem ser livremente transferíveis ou adquiridos junto ao mercado e aqueles que são específicos do empreendedor ou do negócio.

A habilidade para imaginar possibilidades de negócios que não sejam restringidos por recursos financeiros escassos e a disposição para perseguir estas oportunidades são ingredientes essenciais ao empreendedorismo (Steven & Jarillo, 1990). Porém, tornar este sonho realidade requer um conjunto de recursos mínimos, como as necessidades financeiras e tecnológicas necessárias à elaboração do projeto da futura empresa, por mais simples que esta seja.

Isso implica que o futuro empresário precise se certificar de que conseguirá contratar mão-de-obra qualificada, acessar fontes de matéria-prima e fornecedores de produtos, conseguirá um local cuja infra-estrutura de serviços seja adequada (energia elétrica, água, telefone, etc.), dentre uma série de outros recursos imprescindíveis ao estabelecimento do futuro negócio.

O desafio em conseguir acessar os recursos necessários para a produção e distribuição de bens e serviços são responsabilidades atribuídas ao novo empreendimento. Nesses termos, Stinchombe (1965) cita como fatores essenciais os altos custos associados à criação das rotinas e procedimentos a serem operados na estruturação da futura empresa e as conexões associadas.

A necessidade de recursos específicos como a localização de potenciais provedores de recursos financeiros, tecnológicos e materiais, estruturados no período anterior a fundação do novo negócio, tem representado significativas

implicações à constituição e ao desempenho do negócio ao longo do tempo (Venkataraman et al., 1990; Sahlman, 1985).

A disponibilidade desses recursos possibilita o início das atividades da organização e, subseqüentemente, provê um período tranquilo para o novo negócio: "... variações na disposição iniciais terão significativos impactos nos níveis de mortalidade em longo prazo" (Fichman & Levinthal, 1991, p. 446).

Da mesma forma, o nível tecnológico que a empresa irá assumir está diretamente relacionado com a forma com que o empreendedor percebe a tecnologia e com sua rede de relacionamentos.

Essa perspectiva foi demonstrada nos trabalhos desenvolvidos por Laestadius (apud Solymossy, 1998), que comprovou que muitas empresas apresentavam uma orientação tecnológica, mesmo fazendo parte de indústrias tradicionalmente de baixa base tecnológica, em função da cultura originária de seus fundadores. De uma maneira similar, pode ser assumido que o nível tecnológico da empresa a ser desenvolvida, tanto em termos de produtos quanto de processos, passa pela cultura e grau de percepção do empreendedor (Solimossy, 1998).

Assim, conforme varie o nível tecnológico percebido como necessário de ser contemplado pelo projeto, diferente será o grau com que este será percebido como uma barreira à formação do novo negócio.

Em consonância com tal abordagem, a teoria da consideração dos fatores sociais nas ações econômicas proporciona algumas explicações de

como os empreendedores administram o processo de reunião de recursos iniciais e a manutenção de seu acesso.

Segundo tal consideração, os empreendedores adquirem recursos mobilizando-se através de redes sociais (Granovetter, 1985), construindo alianças estratégicas (Jarillo, 1988) e suportando essas relações cooperativas através de parceiros fundamentais (Venkataraman & Van de Ven, 1993). As relações entre empreendedores e provedores de recursos podem estar baseadas em acordos contratuais explícitos, mas, buscando encontrar maior sustentação à promoção do novo negócio, elas devem também incorporar elementos de confiança (Arrow, 1974; Bhide & Stevenson, 1990; Granovetter, 1985).

Pode-se depreender que o empreendedor que não disponha de experiência, conhecimento técnico e de uma boa rede de relacionamentos encontre, durante a fase de projeto, uma série de barreiras à criação de seu próprio negócio.

Considerando o exposto, a variável "recursos iniciais" será composta por dados referentes à disponibilidade de mão-de-obra, acesso a fontes de matéria-prima e produtos, e infra-estrutura de serviços.

Pesquisa de mercado

Conseguir acessar um conjunto de clientes em potencial que expressem suas necessidades e se coloquem interessados em adquirir os produtos ou

serviços a serem desenvolvidos pela futura empresa é responsabilidade atribuída ao novo empreendimento.

Nesses termos, Stinchombe (1965) cita a necessidade do empreendedor de identificar quem são seus futuros concorrentes, planejando em que bases pretende competir com eles. Isso porque, na maioria das vezes, os concorrentes estabelecidos dispõem de tecnologias mais avançadas e de mais recursos, ou se constituem em organizações maduras, que já têm seus bens ou serviços no mercado, desfrutando de relações já estabelecidas com os clientes.

Nesse sentido, cabe ao futuro empresário desenvolver pesquisa de mercado, buscando identificar quem são seus concorrentes, que empresas satisfazem as condições para serem fornecedoras de produtos e serviços, e, principalmente, quem são seus clientes em potencial. Mesmo que esta abordagem se dê informalmente, trata-se de uma etapa muito importante à constituição de novos negócios.

Nos cursos realizados junto ao público interessado em iniciar novos negócios, o desconhecimento do que se constitui uma pesquisa de mercado e de como ela poderia ser feita levou o pesquisador a incorporar essa componente no modelo proposto.

2.4.3 Fatores ambientais

Pesquisas recentes têm defendido a inclusão de fatores ambientais na estrutura de estudo do empreendedorismo, como é o caso do trabalho desenvolvido por Lumpkin & Dess (1996). Essas pesquisas sugerem que os reflexos do ambiente sobre a atividade empreendedora devam ser representados por algumas dimensões distintas como turbulência/hostilidade (Solymossy, 1998) e complexidade (Covin & Covin, 1990).

A consideração da componente "ambiente" na formação de modelos parece se dever à sua interferência sobre a formação de novos negócios (Dean & Meyer, 1996). Essas influências tanto podem promover quanto dificultar a atividade empreendedora.

O ambiente no qual uma empresa opera tem sido demonstrado como afetando significativamente sua orientação competitiva (Zahra, 1996). Assim, alinhar o projeto da empresa ao ambiente no qual ela operará tem sido uma atividade crítica ao empreendedor que intenciona desenvolver um negócio próprio com alto desempenho (Miller, 1988).

Tais pesquisas sugerem que o entendimento mais profundo da natureza do empreendedorismo é possibilitado pela incorporação das influências ambientais sobre as atitudes individuais do empreendedor e sobre fatores específicos à empresa (Lumpkin & Dess, 1996). Embora os méritos da incorporação dessas dimensões sejam conhecidos e aceitos (Lumpkin, 1996), elas ainda não foram empiricamente testadas quando combinadas com

elementos de projeto e elementos individuais, ou, ainda, como são percebidas diferentemente, conforme a condição em que se encontre o empreendedor nascente.

Boyd & Vozikis (1994) consideram enfaticamente as influências ambientais sobre as atitudes individuais, ao afirmarem que as naturezas social, cultural, política e econômica do ambiente são tidas como configuradoras das atitudes e comportamentos individuais do empreendedor.

Nesse sentido, uma série de dificuldades oriundas do ambiente costuma interagir com a constituição de novos negócios Kent (apud Cornwall, 1990).

Segundo essa mesma abordagem, Lumpkin & Dess (1996) apontam como fatores ambientais que interferem no processo empreendedor o dinamismo, a munificência, a complexidade e características da indústria. Esses são tidos como elementos influentes na formação e desempenho dos negócios, os quais são mensurados pelo potencial de vendas, configuração de mercado, rentabilidade, satisfação dos *stakeholders* e desempenho global.

Embora não sejam explicitamente especificadas as medidas a serem consideradas no elemento ambiental para negócios em formação, a ênfase desses autores à contextualização exige que os fatores ambientais sejam especialmente incorporados ao modelo.

Diante das variáveis incorporadas por diferentes modelos que inseriram a componente ambiental no processo empreendedor, optou-se por incorporar quatro elementos que parecem caracterizar as barreiras representadas pelo

ambiente na formação de novos negócios: a disponibilidade de capital de risco; os sistemas fiscal e legal; o mercado consumidor e políticas econômicas e procedimentos governamentais.

Disponibilidade de capital de risco

Segundo a definição de Van de Ven (1993), um empreendedor é definido como alguém que faz escolhas estratégicas relacionadas com os tipos de recursos de que dispõe, considerando as instituições com as quais a nova empresa se relacionará e com que outros atores ela irá negociar, buscando realizar o interesse próprio e os objetivos coletivos.

Assim sendo, os recursos de que dispõe o futuro empresário podem vir a ser um fator limitante ao processo de implementação de seu próprio negócio.

Nesse sentido, a disponibilidade de capital de risco costuma ser um fator crucial na fase de desenvolvimento do negócio, pois o empreendedor geralmente não possui o capital suficiente, e o sistema financeiro não está preparado para financiar pequenas e microempresas, estando interessado em garantias que o empreendedor não pode oferecer (Rios et al., 1991).

Esse fator costuma ser ainda mais limitante quando a necessidade de financiar capital ocorre num cenário econômico inflacionário. Nesse caso, de acordo com Rios et al. (1991), muitas pessoas se desanimam em função da falta de coragem em assumir riscos, agindo assim o mercado como seletor daqueles que realmente tenham o espírito empreendedor.

Nessas condições, muitos indivíduos optam pelo não-investimento em atividades de produção, aplicando seus recursos no mercado financeiro, pois neste a remuneração do capital é maior e os lucros mais garantidos e mais facilmente obtidos do que os comumente conseguidos com a abertura de um negócio próprio.

Assim, o terreno situado entre o empreendedor que tem uma idéia e o dinheiro necessário para testá-la torna a concessão de recursos uma atividade muito arriscada. Parte desse risco é de ordem cultural: os banqueiros pararam de emprestar, e os capitalistas de risco estão mais interessados por transações envolvendo a implantação de empresas cujo investimento inicial seja de maior porte.

Outra parte do risco é de ordem econômica: empréstimos para pequenos negócios são mais arriscados e mais caros do que outros mais seguros, porém de menor investimento produtivo.

Outra é o governo: as regulamentações jurídicas e tributárias impostas pelo governo são absorvidas pelas grandes empresas, mas as pequenas, muitas vezes, não conseguem acompanhá-las (Riding, 1995).

Riding (1995) afirma que as dificuldades relacionadas ao acesso de capital têm representado uma das fortes barreiras à formação e desenvolvimento de pequenas e médias empresas e ao desenvolvimento econômico associado. Por outro lado, os empreendedores que não dispõem de

uma garantia própria para cobrir os valores emprestados representam um alto risco de inadimplência.

A decisão de conceder crédito é crítica, não somente quando considerada a figura do empreendedor, mas a da sociedade. Devido ao crescimento econômico e à criação de empregos, atribuídos ao crescimento da taxa de formação de pequenas empresas, o acesso ao capital é determinado pela política pública. Por esse viés, a base da intervenção do governo no mercado financeiro parece revelar a percepção de que o mercado não está desempenhando seu papel.

Talvez isso se deva às relações envolvendo bancos e pequenos empreendedores, que historicamente têm sido marcadas por turbulência. Pesquisas desenvolvidas por Wynant & Hatch (1990) e Orser et al. (1993) revelam que uma alta proporção de pequenas e médias empresas está insatisfeita com os bancos. Os banqueiros argumentam que a falta de capacidade administrativa por parte dos proprietários de alguns pequenos negócios é problemática. A responsabilidade fiduciária dos bancos para com seus depositantes alivia a reação contra a concessão de empréstimos para empresas ou pessoas físicas que não apresentem responsabilidade fiscal.

Segundo tal cenário, as pequenas empresas, em particular, são menos capazes de obter dinheiro dos bancos. Grant (1988) argumenta que os bancos rejeitam empresas recém-chegadas no mercado com muita frequência, o que é confirmado em pesquisas desenvolvidas por Orser et al. (1993).

Em consonância com a literatura, as garantias necessárias à concessão do empréstimo são uma das maiores barreiras encontradas pelo empreendedor descapitalizado para conseguir crédito junto aos bancos. Em contrapartida, as garantias representam a segurança que os bancos necessitam para promover o financiamento a um cliente de risco. Elas são de fundamental importância para pequenas e médias empresas já constituídas ou para o início de novos negócios.

A necessidade de garantias tem sido um empecilho tão forte à constituição de novos negócios que muitos países, principalmente os mais desenvolvidos, têm decretado programas para garantia de empréstimos, buscando facilitar os financiamentos concedidos às pequenas e médias empresas (Grant, 1988).

Os sistemas fiscal e legal

Os sistemas fiscal e legal desempenham um importante papel na dinâmica do empreendedorismo. Taxas e impostos excessivos podem dificultar a decisão de abrir um novo negócio ou até mesmo desencorajá-la. A pressão das leis, seu excesso e complexidade, e também a discriminação dos empreendimentos nascentes, segundo Kotite (1990), podem inviabilizar muitos projetos. Exigências quanto a certificados, assistência aos empregados, proteção ambiental, entre outros aspectos, agravam economicamente a empresa nascente, pois que esta se vê forçada a desviar recursos de áreas

prioritárias (como marketing, produção, equipamentos) para atender àquelas exigências.

Nesse sentido, Gibb & Allan (1995) argumentam que, embora algum progresso tenha sido feito, o ambiente para legitimar a atividade de pequenos negócios ainda pode ser descrito como burocrático e trabalhoso. Segundo estes autores, é comum potenciais empreendedores relatarem que são desencorajados a formalizar seus negócios devido às excessivas exigências fiscais e legais.

Uma outra dificuldade se refere às altas taxas de juros e altos seguros sociais, que dificultam a legitimação de negócios que necessitam contratar funcionários, devido aos altos custos que estes representam, pela agregação de uma série de benefícios a serem pagos juntamente com os salários (Gibb & Allan, 1995).

Segundo tais considerações, os sistemas legal e fiscal parecem ser uma variável que tem reflexos sobre a atividade empreendedora, podendo, inclusive, inviabilizar vários projetos, conforme afirma Kotite (1990).

Mercado consumidor

A baixa base de consumo costuma ser uma das razões que causam preocupações aos novos empreendedores, principalmente nos estágios iniciais do negócio. Muitos negócios são desenvolvidos não considerando o público que pretendem atingir. Entretanto, também é possível que problemas desse tipo reflitam a séria tendência de muitos empreendedores subestimarem

a necessidade da utilização de um trabalho de marketing profissional, atribuindo a ele custos elevados e perda de tempo (Hills apud Taub, 1995).

A falta de clientes é uma das dificuldades apontadas pelos empreendedores como sendo responsável por muitas falências precoces (Bruno et al. apud Taub, 1995).

Embora os empreendedores nascentes sejam obstinados, na maioria das vezes não fazem uma análise que possa desvendar a real viabilidade de desenvolver o produto/serviço pretendido. É provável, segundo avalia Taub (1995), que muitos pequenos empreendedores não saibam como proceder tal avaliação ou como aplicar as variadas técnicas de marketing disponíveis para gerar demanda pelo mercado.

A falta de informação a respeito dessas possibilidades costuma se caracterizar em uma das grandes barreiras ao desenvolvimento de negócios bem-sucedidos. Assim, a obtenção de clientes costuma ser expressa por empreendedores nascentes como um sério problema encontrado durante o período de abertura do novo negócio.

Em consonância a essa questão, uma pesquisa desenvolvida por Taub (1995) identificou que, entre as maiores barreiras percebidas por empreendedores norte-americanos que intencionavam iniciar negócios próprios, encontra-se o descobrimento dos clientes-alvo, o clima geral de negócios na região e o conhecimento a respeito dos assuntos relacionados com a área de atuação do negócio.

As dificuldades encontradas se relacionaram mais com a necessidade de verificar se o número de habitantes seria suficiente para sustentar a demanda necessária à implantação dos negócios. Assim, o mercado também costuma se constituir num fator limitante à formação de novos negócios.

Políticas e procedimentos governamentais

Empreendedorismo e emprego próprio são geralmente considerados elementos centrais ao desenvolvimento e revitalização da economia, particularmente em países subdesenvolvidos ou regiões economicamente estagnadas (Birch, 1981; Brock & Evans, 1989).

Conforme a tendência global das grandes empresas, de se tornarem mais enxutas e flexíveis, buscando ganhar competitividade junto ao cenário econômico mundial, o crescimento de novos negócios se torna uma importante avenida em direção ao pleno emprego.

Existe uma crença de que "a falta de crédito se constitua numa importante restrição ao desenvolvimento do empreendedorismo." Conseqüentemente, Taub (1995) acredita que muitos dos programas desenvolvidos por políticas públicas, patrocinados pelos governos federal e estadual, se empenham em tornar o crédito disponível aos pequenos negócios em formação ou recém-iniciados, em circunstâncias que os bancos e outros agentes de empréstimo gostariam de evitar.

No Brasil, as diversas linhas de crédito com juros baixos, oferecidas às pequenas empresas desde 1995 por bancos oficiais, não passaram de uma

ilusão: os valores alocados foram ínfimos diante das necessidades e logo se esgotavam com o atendimento de clientes mais antigos, quando não eram desviados para empresas maiores. Já as taxas de juros no mercado foram comumente superiores, em até 5% a 6% de juros reais, aos empréstimos feitos para grandes empreendimentos.

Mesmo se considerado o maior risco oferecido pelas pequenas empresas, esse argumento é incongruente, uma vez que também tem sido grande a inadimplência por parte de grandes empresas junto aos bancos oficiais, federais ou estaduais (Gonçalves, 1995). A consequência de uma política econômica que não contempla o pequeno empreendedor tem se refletido na deficiência estrutural das pequenas empresas.

Considerando o desenvolvimento de políticas de apoio aos pequenos e microempresários por parte do governo, observa-se que mercados mais dinâmicos oferecem mais chances ao aparecimento de novos empreendimentos. Inclui-se nesse aspecto tanto o mercado fornecedor quanto o comprador. Nessa questão, o governo tem um importante papel, facilitando a inclusão de pequenas empresas nas concorrências públicas e também agindo como apoiador dessas pequenas empresas, principalmente as novas.

Apesar de sua importância, a popularidade dos pequenos negócios junto a políticos e governantes nos últimos anos tem sido função de sua relação com a criação de empregos. Muitos dos modelos atuais de treinamento, consultoria

e estímulo empresarial têm sido desenvolvidos com a criação de empregos em mente.

O maior problema em se atrelar o desenvolvimento de pequenos negócios à criação de empregos como resultado é a barreira que a miopia da criação de empregos produz, na forma de um pensamento mais fundamental sobre o papel dos pequenos negócios na sociedade.

Pequenos negócios deveriam ser avaliados considerando mais a sua contribuição aos amplos objetivos econômicos e sociais, como sua contribuição ao desenvolvimento econômico, melhoria da produtividade, inovação, competitividade e geração de relações econômicas com outros países, estabilidade dos preços, desenvolvimento regional e igualdade social e econômica.

O debate sobre pequenos negócios não pode estar dissociado de pontos fundamentais como: a estrutura industrial e comercial da região, o balanço de poder e dependência nesse mercado, o grau de receita e distribuição de riqueza (Taub, 1995).

Além de criar um ambiente conducente para atividades empresariais, as políticas governamentais podem ajudar no estabelecimento de um setor privado próspero, através do estabelecimento de ações que promovam o empreendedorismo.

Entretanto, isso nem sempre acontece, pelo fato de as políticas governamentais serem pouco definidas nesse sentido, exercendo, inclusive,

um forte conjunto de adversidades ao empreendedorismo (Solymossy, 1998). Isso porque as políticas governamentais podem afetar profundamente o crescimento do setor privado, moldando o ambiente econômico no qual todas as empresas têm que operar. As áreas de política mais importantes ao desenvolvimento das atividades do setor privado são deixar que o próprio mercado defina preços e taxas de juros, além da implantação de um livre comércio, tanto para exportação quanto para importação.

Hisrich & Brush (1986) argumentam que alguns governos costumam criar obstáculos para empresários que querem montar negócios próprios, tanto intencionalmente quanto como consequência de outras decisões de políticas governamentais. Essas barreiras de entrada têm um impacto significativo sobre o crescimento de atividades empresariais. Isso porque, quando um governo coloca muitos regulamentos sobre a atividade empresarial privada, estes regulamentos acabam por elevar o custo de administração dos negócios, provocando menores margens de lucro e tornando a atividade empresarial menos atraente aos entrantes em potencial. Os procedimentos burocráticos exigidos para o registro de um negócio costumam ser tão exigentes que acabam por tornar-se uma outra forte barreira ao empreendedorismo.

Nesse sentido, as políticas governamentais desenvolvidas nestas áreas podem interferir nas decisões de empreendedores nascentes ou de empresas já constituídas quanto a estabelecer novas operações ou se expandir para novos mercados, conforme esses procedimentos de registro e legalização sejam mais ou menos facilitados.

Claramente, taxas de impostos muito altas abaixarão lucros e desencorajarão atividades empresariais. Leis trabalhistas podem elevar os custos, requerendo um salário mínimo alto ou benefícios extras, ou tornando onerosa a dispensa de empregados. A falta de complacência por parte de alguns regulamentos governamentais força as empresas a desviar tempo e outros recursos destinados a finalidades de produção para satisfazer essas exigências.

Em muitos casos, quando o custo destas regulamentações é muito alto para ser incorporado por pequenas empresas, o empreendedor prefere operar fora da economia formal, integrando o conhecido setor informal da economia. Em muitos países, a economia informal representa uma parte importante de atividade econômica e se origina de políticas governamentais mal formuladas, que não consideram as particularidades do pequeno e microempresário, que na maioria das vezes não tem como se adequar a políticas com as quais só as empresas solidamente estabelecidas conseguem conviver.

3 PROPOSTA DE UM MODELO PARA ESTUDAR BARREIRAS À CRIAÇÃO DE NOVOS NEGÓCIOS

A revisão histórica desenvolvida no capítulo anterior revela que a teoria sobre empreendedorismo foi tratada a partir de uma diversidade de perspectivas. Inicialmente, seu foco se deu sobre o indivíduo empreendedor e, posteriormente, sobre as atividades empreendedoras, explorando de forma particular a função de produção do empreendedorismo, com suas implicações organizacionais. Uma terceira abordagem consiste na orientação dos estudos em empreendedorismo para com as atitudes e comportamento empreendedor.

Essa diversidade de abordagens trata o empreendedor, assim como o empreendedorismo, a partir de três diferentes construtos unidimensionais: o indivíduo empreendedor, o fenômeno empreendedor e a organização empreendedora. As tentativas de simplificação do conceito empreendedor, levadas a cabo nesses modelos, não foram capazes de considerar as relações com o ambiente no qual a função empreendedora se dava.

Da mesma forma, a linha de condução e os padrões envolvidos com as primeiras pesquisas tornaram-se obscurecidos pela tentativa de simplificação do conceito empreendedor em dimensões simplificadas, não sendo capazes de distinguir sequer empreendedores de não-empreendedores, por não considerarem as relações com o ambiente no qual a função empreendedora ocorria. Embora tratassem isoladamente cada dimensão, estes estudos precedentes caracterizaram uma inter-relação complexa entre o indivíduo, a

função de produção da empresa e o ambiente, sugerindo um modelo no qual essas dimensões interajam entre si.

Tal constatação fez com que, num estágio subsequente ao desenvolvimento teórico, algumas pesquisas passassem a explorar as relações entre os diferentes elementos conceptuais, compondo os chamados modelos multidimensionais, os quais combinariam as diferentes concepções levadas a cabo de forma isolada pelas pesquisas passadas. A partir dessa nova abordagem, passam a ser considerados os elementos individual e organizacional, assim como a interação destes com o ambiente.

Esses três elementos foram relacionados buscando identificar o grau com que cada um deles afetava o desempenho da atividade empreendedora em organizações constituídas.

Posteriormente, Solymossy aplica o modelo teórico desenvolvido por Lumpkin e Dess, constatando sua aplicabilidade para estudos com esse fim. Através desse trabalho ficou comprovado que esse conjunto de variáveis se relacionam entre si a ponto de refletirem no grau de sucesso de uma organização já estabelecida.

Embora esses modelos multidimensionais já apresentem uma evolução significativa sobre as concepções passadas, a pura interação desses elementos pouco elucidam o processo de constituição de novos negócios por empreendedores nascentes. Ao buscar compreender os fatores que interagem como limitantes à formação de novos negócios, esse modelo falha por não

considerar as condições particulares de cada empreendedor no momento de decidir por implementar ou não um novo negócio.

Tais pesquisas não são sensíveis à condição de gênero, se o indivíduo encontra-se empregado ou desempregado, se já dispõe de experiências empreendedoras passadas e qual o ramo de atividade que deseja explorar.

Segundo uma experiência prática, conduzida junto a um curso voltado para pessoas que desejavam empreender negócios próprios, percebeu-se que aqueles fatores que se esperava que fossem unânimes como barreiras de entrada nem sempre eram assim expressos. Na verdade, conforme fosse diferente a condição desses indivíduos, diferentes pareciam ser as barreiras por eles apontadas.

A partir de tal constatação, observou-se que os modelos tratados em empreendedorismo não permitem dar respostas a essa questão, uma vez que consideram que as pessoas interessadas em empreender novos negócios têm todas a mesma percepção do que representam barreiras à criação de novos negócios, independentemente de suas distintas condições.

No entanto, as experiências práticas levam a crer que as diferentes características e condições individuais fazem com que cada indivíduo perceba diferentemente os fatores considerados como barreiras ao ato de empreender um novo negócio.

Conforme tem sido evidenciado por pesquisas em empreendedorismo (Boyd & Vozikis, 1994; Greenberger & Sexton, 1988), a condição na qual se

encontra o potencial empresário parece interferir no processo empreendedor, mais precisamente na forma como esse percebe fatores impulsionadores ou limitantes à sua intenção de empreender um novo negócio.

A pesquisa desenvolvida por Ohe (1996) é uma das que sustenta essa necessidade, ao demonstrar que as experiências passadas desempenham um fator propulsor ao processo empreendedor. Segundo esse autor, a imagem de empresário é formada em um empreendedor através da sobreposição de experiências vividas.

Assim, a imagem de empresário é particularmente encorajada pelas experiências empreendedoras vivenciadas anteriormente. Nesse sentido, parece que indivíduos que já tenham tido algum tipo de experiência empreendedora percebem diferentemente os elementos que consideram como barreiras ao desejo de empreender um negócio.

Considerando as diferentes condições econômicas e sociais em que se encontra cada uma das classes de indivíduos que intencionam empreender novos negócios, não parece ser conveniente tratá-los a partir de uma condição de homogeneidade.

Portanto, torna-se importante saber como cada um destes segmentos de empreendedores – empregados, desempregados, aposentados ou nunca empregados – percebe as barreiras impostas ao empreendedorismo, mais precisamente à abertura de novos negócios.

Não se tem conhecimento de trabalhos que explorem a diferença de gênero na configuração da percepção do empreendedor, quanto ao que represente barreiras ao empreendimento de novos negócios. Da mesma forma, parece não haver trabalhos que explorem o quanto a intenção de iniciar negócios em diferentes ramos de atividade pode se refletir no principal fator de barreira percebido.

Tendo em vista as diferentes situações em que se encontram os indivíduos que intencionam empreender negócios próprios, é necessário um modelo que seja sensível a essas considerações. Isso implica a sugestão de um modelo amplo de empreendedorismo que, além de uma abordagem multidimensional, faça um discernimento a respeito da condição do empreendedor nascente.

3.1 Modelo proposto

Através do desenvolvimento histórico das diferentes concepções sobre empreendedorismo, diversos assuntos têm aparecido de forma recorrente, resultando nos fundamentos de uma concepção multidimensional que emerge da literatura. Anteriormente, viu-se que diferentes abordagens unidimensionais foram sendo relacionadas, buscando a construção de um modelo multidimensional.

Conforme discutido anteriormente, a consequência da atividade empreendedora é a formação de novos negócios: o fenômeno econômico. Isso se reflete na literatura, sendo repetidamente utilizado para definir

empreendedorismo (ex.: Gartner, 1991; Churchill & Muzyka, 1994; Livesay, 1982; Begley & Boyd, 1987).

A discussão precedente igualmente demonstrou a recorrência de três principais dimensões da teoria de empreendedorismo: o indivíduo com atitudes e comportamento empreendedor, as organizações com características empreendedoras e as influências contextuais do ambiente socioeconômico.

Essas três dimensões formam a base da teoria, definindo empreendedorismo como a criação de um novo negócio, um fenômeno socioeconômico que é resultado de três elementos distintos e inter-relacionados: o indivíduo empreendedor, a organização empreendedora e o ambiente, que é o contexto onde se situa a organização empreendedora. Variações nesses elementos, bem como as relações de uns com os outros, influenciarão o processo empreendedor.

Considerando os mesmos três elementos que fundamentam esse construto teórico, porém num contexto que antecede a abertura da empresa, este trabalho propõe um modelo para estudar os elementos que se inter-relacionam, interferindo negativamente na decisão de se iniciar um novo negócio.

Dentro do modelo proposto, o elemento "indivíduo" continua sendo tratado a partir de suas atitudes individuais, conforme proposto pela orientação sobre as atitudes empreendedoras.

Embora exista um grande número de pesquisas que explorem as características psicológicas do empreendedor (Kets de Vries, 1977; Robert Brockhaus, 1982; Rosabeth Kanter, 1983), existe uma crescente disputa para explicar o que seria uma "personalidade empreendedora" (Caird, 1993; Shaver, 1995).

O ponto central das discussões promovidas nesse sentido surge da divergência entre o empreendedor possuir uma única e permanente característica empreendedora, e sofrer variações em suas atitudes e comportamentos, o que implicaria uma combinação entre a orientação situacional (inclinação) e o comportamento sustentado (mantido).

Conforme defendido por Gartner (1989), o indivíduo empreendedor é mais apropriadamente visto dentro de um processo contínuo do que em uma condição específica. Conseqüentemente, medidas podem avaliar as atitudes do empreendedor e sua propensão considerando um comportamento sustentado.

Alguns trabalhos têm priorizado essa abordagem, como o desenvolvido por Robinson (1987) e, mais recentemente, o apresentado com algumas modificações por Shantakumar (1992), onde são apresentadas medidas de realização, controle pessoal, inovação, auto-estima e oportunismo.

Conforme afirma Solymossy (1998), a orientação atitudinal assumida por esses trabalhos não foi integrada em uma estrutura que considere multielementos, além de omitir dois fatores críticos do ponto de vista

conceitual: a lida com a incerteza (risco) e a independência, os quais têm sido elementos centrais aos fundamentos teóricos existentes na literatura sobre empreendedorismo.

Por essa razão, é proposto que, para permanecer consistente à teoria e proporcionar uma estrutura mais significativa, a estrutura de orientação às atitudes empreendedoras deva ser ampliada, incluindo medidas de tomada de risco e a capacidade de lidar com a incerteza, como também medidas de independência/autonomia. Assim, explica-se a utilização dessas variáveis na constituição do modelo.

A segunda dimensão que costuma integrar os modelos em empreendedorismo é a organização. Como o presente trabalho explora o período que antecede a constituição da empresa, uma vez que se volta para a identificação de barreiras relacionadas à formação de novos negócios, a segunda dimensão considerada pelo modelo proposto consiste na dimensão projeto.

A consideração desse elemento em estudos em empreendedorismo não é nova, uma vez que alguns autores já o utilizaram ao desenvolver pesquisas que consideram o período que antecede a constituição dos novos negócios.

Segundo uma abordagem que incorpora os elementos de projeto no processo empreendedor, Gibb & Ritchie (1983) apontam dois fatores que consideram importantes:

idéia de negócio e mercado – mais precisamente o grau de viabilidade econômica e de mercado possibilitada pela idéia de negócio, ou o quanto a o quê pode tornar o negócio viável;

recursos – o nível de recursos físicos, financeiros e humanos exigidos pelo projeto em relação ao montante que pode ser conseguido pelo indivíduo ou grupo autor do projeto.

Em outros trabalhos, o elemento de projeto é proposto incorporando características específicas relacionadas à constituição da empresa, como: utilização de redes (Ostgaard & Birley, 1996; Peters & Brush, 1996), orientação competitiva (MacMillan, 1983; Covin & Covin, 1990) e orientação tecnológica (Miner et al., 1994; Bird, 1989; Zahra, 1996).

No modelo proposto, a dimensão “projeto” incorpora as diferentes abordagens relacionadas à constituição da empresa, como a idéia, os sócios, os recursos iniciais e a pesquisa de mercado. Embora essas variáveis não costumem ser tão amplamente exploradas pela literatura como o são as variáveis organizacionais, decidiu-se por assumi-las por serem consideradas variáveis muito representativas no projeto de um novo negócio.

O elemento ambiental, que se constitui no terceiro elemento do modelo, busca identificar fatores originários do meio ambiente que exercem influência sobre a criação de um novo negócio. A literatura sugere que o ambiente tanto pode capacitar e promover essa atividade, quanto dificultar ou alterar essa ocorrência.

Com tal objetivo, buscou-se agregar ao modelo variáveis que pudessem expressar o grau com que cada um destes elementos é percebido como uma barreira. As variáveis que integram cada um dos elementos podem ser vistas no Quadro 3, a seguir.

Quadro 3 – Fatores percebidos como barreiras à criação de novos negócios

BARREIRAS		INDICADORES
Características Pessoais	Risco	Risco do fracasso Medo da Concorrência
	Experiência	Falta de experiência operacional Falta de experiência administrativa
	Auto-estima	Desestímulo por parte de amigos Família não favorável Princípios religiosos contraditórios
	Conhecimento	Falta de conhecimento técnico
	Autonomia	Necessidade de deixar emprego Falta de tempo
Características de Projeto	Idéia	Falta de idéia original
	Sócios	Dificuldade em conseguir sócios
	Recursos Iniciais	Dificuldade de contratação mão-de-obra Dificuldade de matéria-prima/produtos Dificuldade para conseguir um ponto Falta de capital inicial Infra-estrutura precária
	Pesquisa de Mercado	Não sabe elaborar pesquisa de mercado
Características Ambientais	Capital de Risco	Disponibilidade de fontes de financiamento
	Sistema Fiscal e Legal	Exigências burocráticas Impostos e tributações excessivas
	Mercado Consumidor	Dificuldade de acesso ao mercado consumidor Pequeno mercado consumidor Baixo poder de compra dos clientes
	Política Econômica e Governamental	Difícil acesso a conhecimento técnico Falta de incentivos federais Falta de incentivos estaduais Falta de incentivos municipais Falta de apoio aos pequenos negócios

Uma segunda pretensão do modelo consiste em identificar as diferentes condições que caracterizam os indivíduos que pretendem empreender

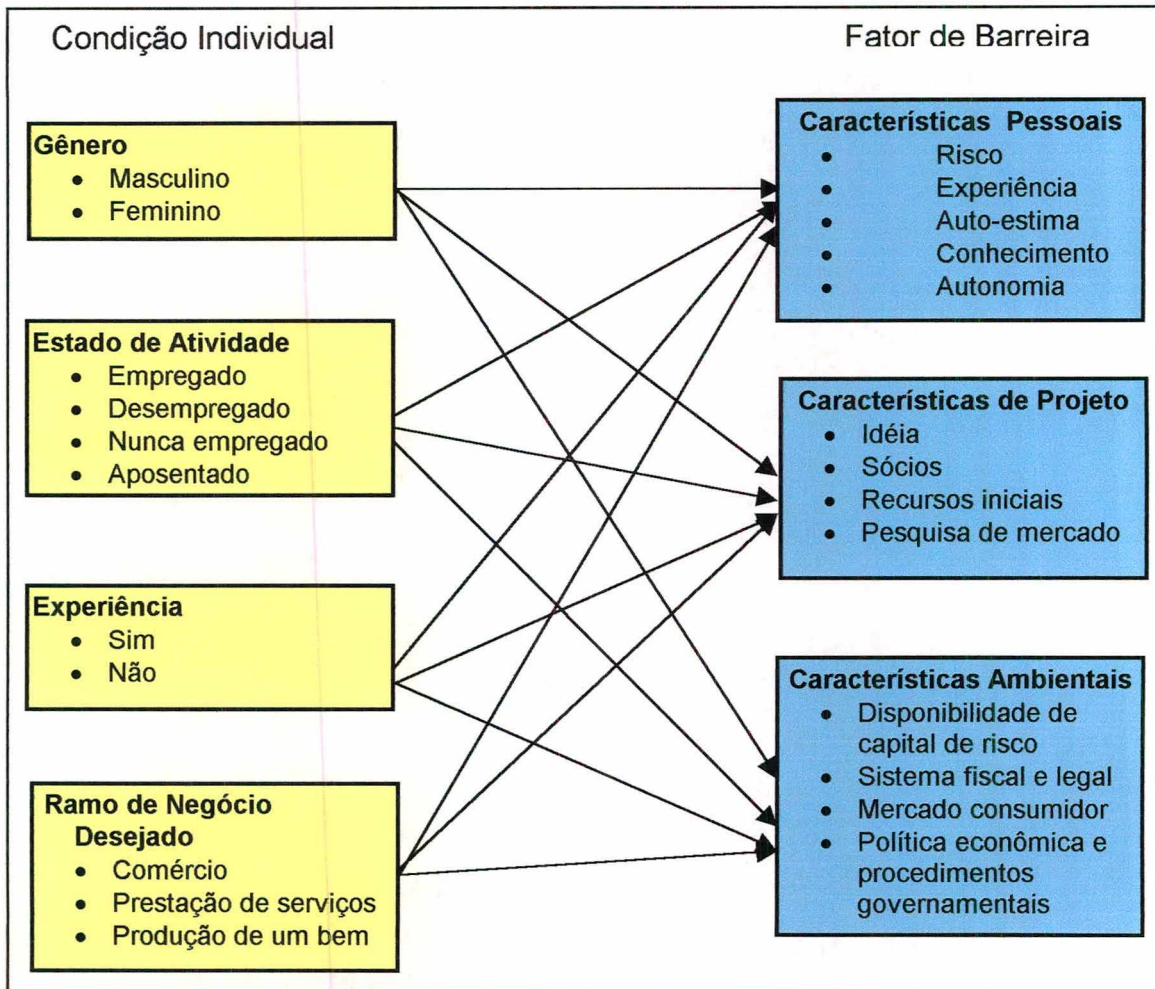
negócios próprios, separando-os segundo os diferentes critérios, conforme pode ser visto no Quadro 4.

Quadro 4 – Diferentes condições do indivíduo que intenciona iniciar um novo negócio

Gênero	Masculino
	Feminino
Estado de Atividade	Empregado
	Desempregado
	Nunca Empregado
	Aposentado
Experiência Empreendedora	Sim
	Não
Ramo de Atividade Pretendido	Comércio
	Serviços
	Produção

Segundo tais considerações, o modelo proposto busca relacionar estes dois conjuntos de variáveis, buscando identificar o quanto variações na condição individual caracterizam diferentes fatores de barreira percebidos. Convém salientar que todas essas dimensões nunca foram incorporadas por um único modelo em outros trabalhos científicos desenvolvidos na área de empreendedorismo. O modelo proposto está representado a seguir, pela Figura 2.

Figura 2 – Fatores que intervêm negativamente ao empreendimento de novos negócios



4 PESQUISA EMPÍRICA

Este capítulo discute a execução da pesquisa, esclarecendo fatores como: unidade de análise, confiabilidade das respostas e análise dos dados. Concluirá com uma discussão a respeito da metodologia analítica a ser utilizada, as razões para sua utilização e o critério de avaliação a ser empregado.

4.1 Aspectos Metodológicos

"Em sentido genérico, método em pesquisa significa a escolha de procedimentos sistemáticos para a descrição e explicação de fenômenos" (Richardson, 1989).

A partir desta concepção, este capítulo busca elucidar os procedimentos metodológicos levados a cabo por esta pesquisa.

Pelo tipo de estudo que foi realizado, em que se procura descobrir e classificar as relações entre variáveis, bem como pela natureza do problema em questão, optou-se por trabalhar com o método quantitativo, caracterizado pelo emprego da quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações quanto no tratamento dessas, por meio da utilização de técnicas estatísticas.

Nesse sentido, optou-se pela utilização de um *survey*, uma vez que este tem se constituído no principal instrumento de coleta de dados nos estudos sobre empreendedorismo (Gartner, 1984; Peterson & Wahlbin, 1986). A

utilização de *surveys* também tem sido a principal ferramenta de coleta de dados primários usados para chegar à percepção de trabalhadores a respeito de seu ambiente de trabalho, assim como os efeitos do ambiente sobre ele (Munz et al., 1996). Segundo tais considerações, esse instrumento de coleta de dados parece se constituir numa ferramenta adequada aos interesses dessa pesquisa.

Esse instrumento de pesquisa, configurado na forma de questionários, além de facilitar a coleta de dados, garante precisão aos resultados, evitando distorções de análise e interpretação, resultando em uma aceitável margem de segurança quanto às inferências. Além disso, ele possibilita construir um amplo conjunto de informações relacionadas ao tema de pesquisa, permitindo que se investigue, posteriormente, pela utilização de técnicas estatísticas de correlação, o grau com que diversas variáveis estão relacionadas entre si, possibilitando que se infiram conclusões sobre as hipóteses desenvolvidas, além de se conferir a aplicabilidade do modelo proposto.

O objeto de estudo compreende 168 indivíduos interessados em iniciar novos negócios. Para selecionar os sujeitos buscaram-se as informações requeridas a indivíduos inscritos no curso "Iniciando Seu Próprio Negócio", um curso gratuito oferecido pelo Instituto de Estudos Avançados, instituição estabelecida em Florianópolis, SC, que atua na área de educação empresarial.

Como limitações da pesquisa, encontra-se a dificuldade de considerar apenas indivíduos realmente interessados em empreender novos negócios,

pois se sabe que nesses cursos é comum encontrarem-se pessoas que se inscrevem apenas com o propósito de adquirir conhecimentos na área. Entretanto, sabe-se também que não se trata de uma tarefa fácil discernir a respeito de quem seja um indivíduo empreendedor e até que ponto ele tem formalizado a intenção de iniciar um novo negócio. Embora se reconheçam essas limitações, pode-se afirmar, a partir da experiência prática desenvolvida, trabalhando quatro anos como instrutora no referido curso, que é expressivo o número de alunos que apresentam características de comportamento empreendedor, dispendo de idéias e planos de negócios já formalizados, e que buscam encontrar algum tipo de informação que os auxilie em suas deficiências relacionadas aos empreendimentos pretendidos.

Entre as limitações do estudo correlacional, pode-se destacar o fato de se adotar um procedimento predominantemente quantitativo para explicar fenômenos psicológicos e sociais complexos. Reconhece-se, ainda, que a inter-relação real dos componentes de um modelo nem sempre pode ser amplamente explicada com esquemas estatísticos.

Convém salientar também que a condução de pesquisas empíricas que considerem fatores que influenciam o empreendedorismo a partir de uma abordagem quantitativa tem sido limitada. Isso tem resultado numa carência de registros de dados cientificamente comprovados, provocando dificuldades na definição de quais variáveis utilizar. Dessa forma, precisou-se embasar o trabalho também sobre variáveis consideradas em pesquisas cujo método de coleta e tratamento de dados se deu qualitativamente.

4.2 Questões de pesquisa

Diferentes abordagens para as pesquisas em empreendedorismo têm resultado de diferentes disciplinas sobre as quais estas se apóiam. Por exemplo, os economistas consideram o empreendedor como um agente racional que contribui para a atividade econômica, um foco mais voltado para o mercado do que para o indivíduo (Herron et al., 1991; Baumol, 1990). Sociólogos focam as condições sociais que promovem o empreendedorismo, vendo a atividade empreendedora como um produto de condições estruturais e fatores sociais (Shapiro & Sokof, 1982; Reynolds, 1991). A perspectiva da administração enfatiza fatores organizacionais como facilitadores do sucesso ou falência das empresas (Brophy & Shulman, 1992; Sandberg, 1992). A abordagem psicológica direciona-se para a criação das empresas como manifestação de características da personalidade do indivíduo (Kets de Vrie, 1977; McClelland, 1961). Cada uma das diferentes perspectivas proporciona valiosas contribuições, porém foca elementos isolados de um fenômeno complexo, ao invés de considerá-los simultaneamente.

A perspectiva psicológica, que dominou as primeiras pesquisas sobre empreendedorismo, é muito conhecida (Aldrich, 1992). Essas pesquisas tiveram muita importância por oferecerem uma significativa contribuição explicativa sobre o tema e pela predileção por muitos acadêmicos em utilizá-la. Entretanto, pesquisas que tratavam das características individuais acabaram não progredindo, devido ao aparecimento de instrumentos de pesquisa e

metodologias baseados na abordagem da personalidade, desenvolvidos para considerar um amplo conjunto de situações e tendências.

Mais tarde, também os instrumentos de pesquisa que exploravam fundamentalmente a personalidade empreendedora perderam sua eficácia quando aplicados em um contexto complexo como exige o empreendedorismo (Robinson et al. apud Solymossy, 1998). Uma série de pesquisas empíricas contribuiu para isso, levantando uma série de questionamentos sobre o poder explicativo das características pessoais (Box et al., 1994) e demonstrando que a taxa de motivação empreendedora convencional não permitia explicar o desempenho dos negócios formados (Johnson, 1994; Solymossy, 1996 e 1997).

Esforços para explicar as disparidades entre diferentes perspectivas disciplinares com modelos empiricamente testados têm se limitado à abordagem da psicologia social, focada nas atitudes empreendedoras (Robinson, 1987; Shanthakumar, 1992). A disposição das atitudes constitui apenas uma das extremidades do *spectrum* de personalidade, o qual está configurado "de uma disposição atitudinal ou orientada de um lado, para tipos de personalidades cristalizadas em outro" (Shanthakumar, 1992, p. 27).

Essa abordagem proporciona um significativo avanço sobre a anterior contribuição psicológica. As atitudes são sensíveis ao contexto e sujeitas à mudança, quer pela intenção individual (como acontece com um treinamento), quer por fatores externos, como a mudança de fatores socioeconômicos. Ao

mesmo tempo, as características de personalidade são relativamente estáveis, com parâmetros identificáveis que lhe permitem uma graduação (Solymossy, 1998).

Assim, os trabalhos mais recentes passam a estudar empreendedorismo fundamentalmente sob o aspecto das atitudes e comportamento do empreendedor. No entanto, sabe-se que uma visão isolada dessas questões não se constitui num procedimento analítico que permita estudar empreendedorismo, uma vez que este, por encontrar-se imerso em uma condição multidimensional, exige que outros elementos sejam considerados.

Em consonância com tais exigências, este trabalho se propõe a ampliar os modelos unidimensionais existentes para explicar empreendedorismo, propondo contribuições a um modelo multidimensional desenvolvido em 1996 por Lumpkin e Dess.

Nesse sentido, o trabalho propõe um modelo que, além de multidimensional, seja sensível às condições particulares de cada indivíduo que deseja empreender um novo negócio. Essa consideração possibilita melhor compreender as barreiras percebidas por empresários em potencial, uma vez que se acredita que elas estejam associadas a diferentes condições vivenciadas pelo empreendedor, e que por isso variem significativamente conforme sua condição.

Tal proposta ganha sentido quando se observa que diferentes autores se referem ao empreendedorismo como um fenômeno contextual, afetado pelo

ambiente social, político, econômico e cultural no qual ocorre (Steams & Hills, 1996; Lumpkin & Dess, 1996).

Tal estudo se reveste de importância ao buscar responder, através de constatações práticas, o que alguns pesquisadores propõem teoricamente, ou seja, que cada uma das dimensões empreendedoras (indivíduo, projeto e meio ambiente) se caracteriza como a principal barreira percebida, conforme seja diferente a condição do empreendedor.

Atribuindo-se como consequência da atividade empreendedora a criação de novos negócios, a mensuração de dimensões empreendedoras individuais, de projeto e ambientais, conjuntamente com alguns fatores que caracterizam a condição do futuro empresário, permite que se desenvolva um primeiro teste prático, no sentido de compreender quais barreiras estão mais fortemente associadas aos diferentes perfis de indivíduos interessados em empreender novos negócios.

Além do exposto, a aplicação da estrutura proposta para estudar os fatores que interagem na formação de novos negócios permite que se integrem diferentes perspectivas oriundas de diferentes abordagens em empreendedorismo, possibilitando uma maior compreensão do quanto o fenômeno empreendedor pode ser complexo.

4.3 Hipóteses

Com base na revisão da literatura e nas considerações tecidas pelo pesquisador, acredita-se que as condições que caracterizam um

empreendedor no momento em que pretende empreender um novo negócio exerçam influência na maneira como este percebe as barreiras relacionadas.

4.3.1 Hipótese central

As características de um indivíduo afetam sua percepção a respeito do fator que se caracteriza como a principal barreira à abertura de um novo negócio.

4.3.2 Hipóteses complementares

Hipótese 1: Existe uma associação entre a condição do empreendedor e o principal fator percebido como barreira.

Hipótese 2: Mulheres percebem o principal fator tido como barreira ao ato de empreender um novo negócio diferentemente dos homens.

Hipótese 3: Indivíduos empregados percebem diferentemente o principal fator tido como barreira ao ato de empreender um novo negócio com relação aos indivíduos desempregados.

Hipótese 4: Indivíduos nunca empregados percebem diferentemente o principal fator tido como barreira ao ato de empreender um novo negócio com relação aos indivíduos empregados.

Hipótese 5: Indivíduos nunca empregados percebem diferentemente o principal fator tido como barreira ao ato de empreender um novo negócio se comparados com os indivíduos desempregados.

Hipótese 6: Indivíduos com experiências empreendedoras anteriores percebem o principal fator tido como barreira à constituição de um empreendimento diferentemente dos indivíduos sem experiência.

Hipótese 7: Indivíduos que desejam iniciar um comércio percebem o principal fator tido como barreira ao início desse empreendimento diferentemente dos indivíduos que desejam iniciar um negócio para prestação de serviços.

Hipótese 8: Indivíduos que desejam iniciar um negócio para produção de um bem percebem diferentemente o principal fator de barreira associado à formação de um negócio se comparados àqueles que desejam iniciar um comércio.

Hipótese 9: Indivíduos que desejam iniciar um negócio para produção de um bem percebem diferentemente o principal fator tido como barreira na formação de um negócio se comparados àqueles que desejam iniciar um negócio de prestação de serviços.

4.4 Instrumento de coleta de dados

Neste estudo utilizou-se um questionário como instrumento de pesquisa, conforme pode ser visto no Anexo 1. Inicialmente, este busca levantar alguns dados pessoais do indivíduo, uma vez que esses dados servirão à comprovação da aplicação do modelo proposto, a partir do qual se

pretende mostrar que variações nas condições individuais resultam em diferentes fatores de barreira percebidos.

Posteriormente, o instrumento contém a seguinte questão aberta: por que deseja iniciar um negócio deste tipo? Essa questão, embora não contribua à presente pesquisa, se constitui em uma informação que deverá subsidiar trabalhos futuros.

A próxima questão aberta se caracteriza pela indagação: o que torna difícil montar o seu próprio negócio? Tal questão foi inserida com o propósito de avaliar, através de um pré-teste, se havia elementos apontados com frequência significativa e que não estavam sendo contemplados no quadro de respostas padronizadas, permitindo uma retroalimentação deste.

O pré-teste acima citado consistiu em submeter um questionário-teste a uma amostra de 60 alunos. A indagação a respeito de fatores que dificultavam iniciar o próprio negócio serviu para auxiliar na configuração do questionário principal, com o propósito de revisar e direcionar aspectos de investigação. Cabe salientar que estes foram aplicados em indivíduos com as mesmas características da população-alvo da pesquisa.

A partir dessas observações foram inseridos três subfatores complementares ao quadro de respostas padronizadas: ausência de apoio a pequenos negócios, falta de uma idéia original e desconhecimento de como fazer uma pesquisa de mercado. As respostas a essa segunda questão aberta também foram consideradas na avaliação dos resultados da pesquisa, em que,

conjuntamente com os resultados proporcionados pela correlação entre as variáveis, é possível confrontar os resultados alcançados.

Após haverem sido coletadas informações subjetivas, partiu-se para a coleta de dados quantitativos, através de um quadro contendo 36 respostas padronizadas. Destas, dez estão relacionadas a fatores pessoais, oito a fatores de projeto e onze a fatores ambientais. As afirmativas descartadas referem-se a fatores que se pretendem utilizar em pesquisas futuras, não se aplicando aos interesses atuais.

A partir das respostas dadas, busca-se identificar os diferentes graus com que diferentes fatores são percebidos como barreiras à abertura de um novo negócio. Para tal, utilizou-se a seguinte escala: (MB) – muito baixo, (B) – baixo, (R) – regular, (A) – alto, (MA) – muito alto. Conforme o potencial com que cada fator é percebido como barreira, recebe o escore correspondente. Os escores totais correspondentes a cada fator de barreira (características pessoais, de projeto ou ambientais) são posteriormente submetidos à análise estatística.

Embora esse quadro disponha de 36 afirmativas com respostas padronizadas, o presente trabalho utiliza apenas 29. Para evitar que os respondentes relacionassem cada afirmativa com o correspondente fator de barreira, estas foram aleatoriamente distribuídas ao longo do questionário. Dessa forma, o conjunto de variáveis que caracteriza cada fator de barreira não está agrupado. O agrupamento destas só se dá na organização dos

dados, com a numeração correspondente a cada indicador. O Quadro 3, evidenciado anteriormente, esclarece essa consideração.

4.4.1 Variáveis e escalas

O propósito deste estudo é o de investigar o efeito de certas condições individuais na percepção de barreiras ao empreendimento de novos negócios. Por tratar-se de um estudo de correlação, as respostas dos indivíduos são quantificadas para possibilitar o tratamento estatístico que, posteriormente, serve para verificar a consistência das hipóteses.

As variáveis relacionadas à condição do indivíduo estão dispostas no Quadro 5.

Quadro 5 – Variáveis relacionadas à condição do indivíduo

NOME	ESTABELECE
Gênero	O sexo do indivíduo: masculino ou feminino
Estado de Atividade	O estado de atividade no qual se encontra o indivíduo. Quatro respostas possíveis: Empregado, Desempregado, Nunca empregado ou Aposentado.
Experiência Empreendedor	Se o indivíduo tem ou não experiência empreendedora. Duas respostas possíveis: Sim ou Não.
Ramo de Atividade Pretendido	O ramo de atividade pretendido. Três respostas possíveis: Comércio, Serviços ou Produção.

As barreiras relacionadas ao empreendimento de novos negócios foram subdivididas em três distintos conjuntos: (a) barreiras provenientes de características individuais, (b) barreiras relacionadas com o projeto do futuro empreendimento e (c) barreiras impostas pelo meio ambiente. Cada um desses fatores se relaciona a um conjunto de variáveis, as quais são

mensuradas a partir de um escore contínuo que classifica o grau com que cada um dos indicadores associados é percebido.

A escolha dessas variáveis é decorrente dos conceitos e teorias revisados, bem como das experiências práticas desenvolvidas pela pesquisadora. A disposição das variáveis que expressam os diferentes fatores de barreira e respectivos indicadores encontra-se no Quadro 6.

Quadro 6 – Variáveis utilizadas para mensurar as barreiras percebidas à constituição de novos negócios

Variáveis	Indicadores Níveis subjetivos com que cada um dos indicadores é percebido como dificultador ao empreendimento de novos negócios
Risco	Risco do fracasso Medo da concorrência
Experiência	Falta de experiência operacional Falta de experiência administrativa
Auto-estima	Desestímulo por parte de amigos Família não favorável Princípios religiosos contraditórios
Conhecimento	Falta de conhecimento técnico
Autonomia	Necessidade de deixar o emprego Falta de tempo
Idéia	Falta de idéia original
Sócios	Dificuldade em conseguir sócios
Recursos Iniciais	Dificuldade de contratação de mão-de-obra Dificuldade de matéria-prima/produtos Dificuldade para conseguir um ponto Falta de capital inicial Infra-estrutura precária
Pesquisa de Mercado	Não sabe elaborar pesquisa de mercado
Capital de Risco	Disponibilidade de fontes de financiamento
Sistemas Fiscal e Legal	Exigências burocráticas Impostos e tributações excessivas
Mercado Consumidor	Dificuldade de acesso ao mercado consumidor Pequeno mercado consumidor Baixo poder de compra dos clientes
Política Econômica e Governamental	Difícil acesso ao conhecimento técnico Falta de incentivos federais Falta de incentivos estaduais Falta de incentivos municipais Falta de apoio aos pequenos negócios

4.4 População da pesquisa

A população de pesquisa se constitui de indivíduos que desenvolveram o curso "Iniciando seu Próprio Negócio", oferecido pelo Instituto de Estudos Avançados. Esse instituto se constitui em uma instituição voltada para o ensino, pesquisa e apoio técnico nas áreas de Empreendedorismo, Melhoria da Performance Organizacional e Gestão Empresarial do Meio Ambiente.

O curso "Iniciando se Próprio Negócio" tem por objetivo:

- incentivar indivíduos a criar seus próprios negócios;
- apresentar os passos para se iniciar um negócio bem-sucedido;
- disseminar o espírito empreendedor;
- contribuir para o desenvolvimento dos indivíduos, abrindo-lhes novos horizontes.

O curso foi oferecido gratuitamente a qualquer pessoa que, tendo mais de 15 anos, desejasse ter conhecimentos empreendedores, mais precisamente relacionados à implantação de novos negócios.

Essa população foi escolhida por representar uma amostra rica no que diz respeito a diferentes percepções do que se caracterizam barreiras à intenção de iniciar um negócio próprio, tendo em vista ser formada por indivíduos de diferentes níveis sociais, econômicos e culturais. A maior parte

dos inscritos é constituída por pessoas que têm interesse em desenvolver negócios próprios, formando uma população que tem muito a contribuir para com a pesquisa desenvolvida.

O perfil do público que compõe a amostra se caracteriza por indivíduos cuja faixa etária está compreendida entre 17 e 65 anos, dos quais 70% têm idade entre 20 e 40 anos, e 64% são homens.

Os cursos que deram origem à população pesquisada foram desenvolvidos em Florianópolis, em salas de aula situadas no Centro Tecnológico da Universidade Federal de Santa Catarina, no período compreendido entre os meses de janeiro e fevereiro do ano de 1997. Foram pesquisados alunos de 12 diferentes turmas, numa média de 21 alunos por turma, e cada turma era composta por aproximadamente 35 alunos. Somente os alunos que estavam presentes no horário de início do curso foram pesquisados, não sendo possível aplicar o questionário àqueles que chegaram após esse horário.

4.6 Amostra

O foco desta pesquisa é relacionar os principais fatores percebidos como barreiras ao empreendimento de novos negócios segundo a condição em que se encontra o empreendedor. Sob esse aspecto, foram explorados três elementos: as barreiras individuais, as barreiras de projeto e as barreiras impostas pelo ambiente. Uma vez que a pesquisa envolve os fatores

anteriores à implantação de um negócio, a população de interesse consiste em pessoas que intencionam iniciar negócios próprios.

Conforme afirma Solymossy (1998), pesquisas anteriores sugerem que é baixa a taxa de retorno de questionários respondidos em pesquisas desenvolvidas através de *survey*, tanto quando estes são enviados pelo correio normal quanto pela Internet. Considerando o fácil acesso que se dispunha ao público-alvo da pesquisa, uma vez que a pesquisadora atua como moderadora desse programa de desenvolvimento empreendedor, optou-se por uma amostra intencional, aplicando os questionários diretamente (contato direto).

Os questionários foram aplicados anteriormente ao início do curso, antes que qualquer informação relacionada ao tema houvesse sido trocada com os participantes, evitando, assim, qualquer interferência do curso sobre as respostas. O instrutor, posteriormente à sua apresentação, explicava aos participantes o tipo de pesquisa que desenvolvia, pedindo àqueles que desejassem contribuir que preenchessem o questionário. O tempo para sua execução era livre, respeitando-se as necessidades de cada um. Imediatamente após o preenchimento dos questionários, estes eram recolhidos e só então se iniciavam as atividades relacionadas ao curso.

Foram submetidos 250 questionários, sendo devolvidos 204. Destes, 36 precisaram ser desconsiderados por conterem falhas de preenchimento

(respondidos parcialmente), o que representou um total de 168 questionários utilizados, caracterizando um índice de aproveitamento de 67,2%.

4.7 Unidade de análise

Tradicionalmente argumentava-se que a unidade de análise em um constructo multidimensional de empreendedorismo deveria se encontrar em nível "empresarial", e mais adiante os economistas clássicos passaram a considerar tanto o indivíduo empreendedor quanto a empresa (Lumpkin & Dess, 1996). A análise em nível empresarial não se enquadra ao modelo proposto por esse estudo. Só o indivíduo empreendedor poderá expressar o grau com que um fator é por ele percebido como barreira ao empreendimento de um novo negócio. As barreiras, embora expressas pelos indivíduos, se referem tanto às deficiências individuais quanto de projeto e ambientais.

Os elementos de medida ambientais e de projeto passam também por uma mensuração subjetiva, sendo difícil determiná-los através de dados objetivos. Eles refletem uma interpretação subjetiva quando resultam da informação individual baseada na percepção. Isso reforça que as medidas que estão sendo utilizadas neste estudo são resultantes de julgamentos de valores feitos pelos indivíduos que responderam ao *survey*.

Sabe-se que as condições ambientais afetam o indivíduo, causando um resultado afetivo e comportamental (Spector, 1992; Munz et al., 1996). Fundamentado pela teoria e apoiando-se sobre a percepção do indivíduo empreendedor, especificamente avaliando sua percepção individual e

conhecimento sobre os pontos de interesse, a unidade de análise nesta pesquisa permanece sobre o indivíduo.

4.8 Confiabilidade das respostas

Algumas respostas erradas são inerentes a todos os trabalhos de pesquisa em ciências sociais (Kerlinger, 1986). Nem sempre é possível se ter certeza de que a informação proporcionada pelos entrevistados corresponde à realidade. Congruentemente, as respostas dos indivíduos variam em diferentes períodos de tempo. Sabe-se, por exemplo, que as atitudes e opiniões podem variar de acordo com a situação emocional de uma pessoa.

Nesse sentido, uma análise racional é necessária para determinar se as respostas são representativas, fazendo-se uma comparação das respostas entre os diferentes grupos que compõem a amostra (Pedhazur & Schmelkin, 1991).

Conforme estabelecido anteriormente, o agrupamento de indivíduos com o perfil desejável à pesquisa foi facilitado pela maneira como se buscou formar a amostra, ou seja, intencionalmente. Isso fez com que se estabelecesse uma forte representatividade desses indivíduos com relação ao fato de realmente desejarem iniciar um negócio próprio, ou seja, de possuírem um expressivo perfil empreendedor.

5 ANÁLISE DOS DADOS

Com auxílio dos métodos e ferramentas da Estatística é possível compreender, a partir da base de dados construída, a realidade pesquisada. Neste capítulo são apresentados e discutidos os dados da pesquisa, norteados pelo referencial teórico-empírico descrito e pelos objetivos do estudo. Inicialmente, a amostra é caracterizada a partir dos dados obtidos na primeira parte do instrumento de coleta de dados.

Posteriormente, procede-se a análise da validade e confiabilidade do instrumento de coleta de dados, a análise fatorial da distribuição dos itens da escala de percepção, os testes de hipóteses e a análise de correlação.

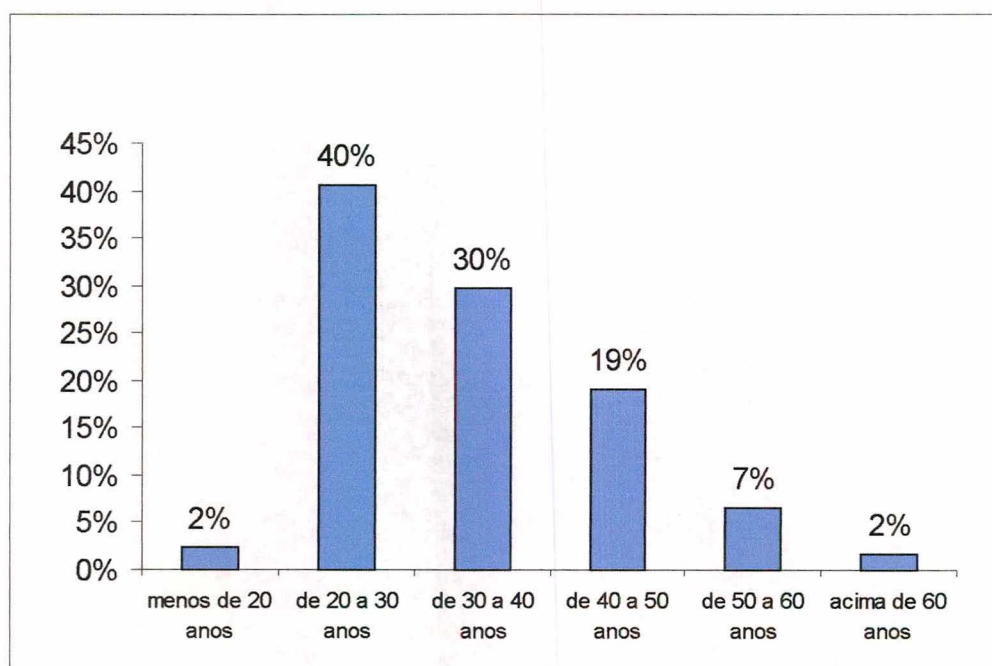
Para pesquisar as principais associações entre as variáveis quantitativas, o trabalho utiliza o método de análise fatorial por meio do procedimento dos componentes principais.

5.1 Caracterização da amostra

Este item mostra o perfil dos indivíduos pesquisados, obtidos na primeira parte do instrumento de pesquisa. Descrevem-se os dados pessoais dos sujeitos, abrangendo: gênero, nível de atividade, experiência empreendedora, e ramo de negócio que se deseja explorar. As Figuras 3 a 7 mostram os dados pessoais da amostra de 168 pessoas que desejam empreender negócios próprios.

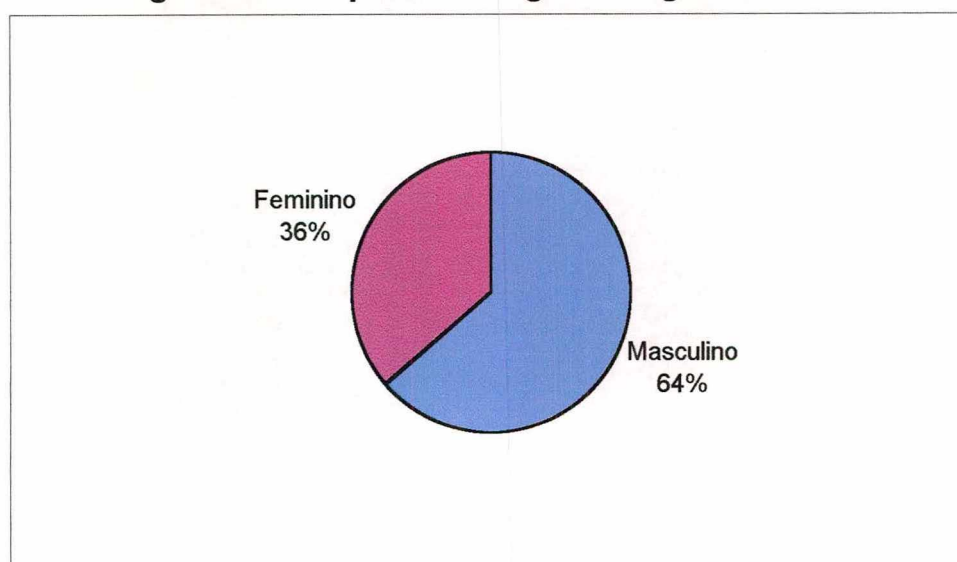
Do total de indivíduos pesquisados, 40% encontram-se na faixa etária de 20 a 30 anos de idade, 30% encontram-se na faixa etária de 30 a 40 anos, e 19% encontram-se na faixa etária de 40 a 50 anos (Figura 3). Os 11% restantes são formados por indivíduos com menos de 20 anos ou acima de 50 anos de idade.

Figura 3 – Pesquisados segundo idade



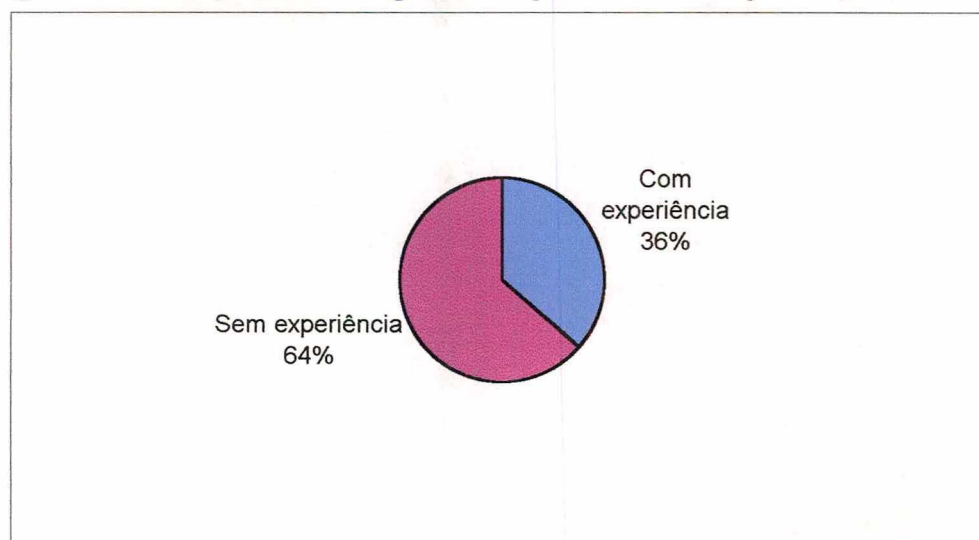
Florianópolis, 1997.

Entre os 168 pesquisados, 107 (63,69%) são homens (Figura 4). Esse valor é coerente com a realidade empresarial brasileira, em que a maior parte dos empreendedores que constituem novos negócios é formada por homens.

Figura 4 – Pesquisados segundo o gênero

Florianópolis, 1997.

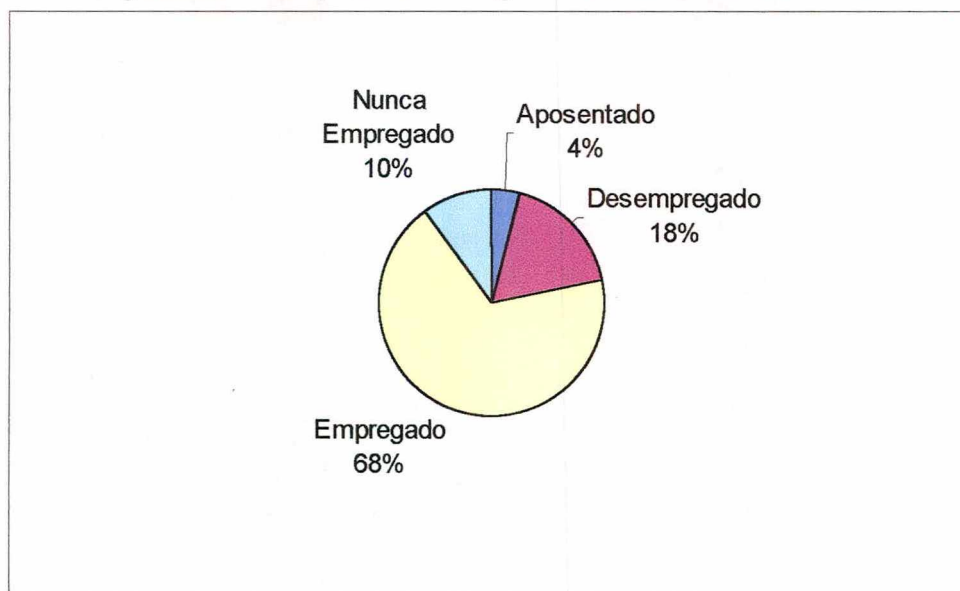
Ao se analisarem as experiências empreendedoras passadas, constatase que dos 168 pesquisados 61 (36%) já haviam tido algum tipo de negócio, enquanto 107 (64%) afirmaram nunca ter tido um negócio anteriormente (Figura 5). Esse resultado demonstra que a maior parte dos empreendedores pesquisados pretende iniciar seu primeiro negócio.

Figura 5 – Pesquisados segundo experiências empreendedoras

Florianópolis, 1997.

A Figura 6 mostra a distribuição dos empreendedores segundo o nível de atividade em que se encontravam no período em que foi desenvolvida a pesquisa. Observa-se que 6 (4%) dos pesquisados são aposentados, 16 (10%) são indivíduos que nunca haviam sido empregados, 31 (18%) são desempregados e 115 (68%) são empregados.

Figura 6 – Pesquisados segundo o nível de atividade



Florianópolis, 1997.

É expressiva a proporção de indivíduos empregados que intencionam empreender negócios próprios. Isso demonstra que estes empreendedores não objetivam apenas um meio de sobrevivência, mas, sobretudo, uma atividade que lhes proporcione maior realização.

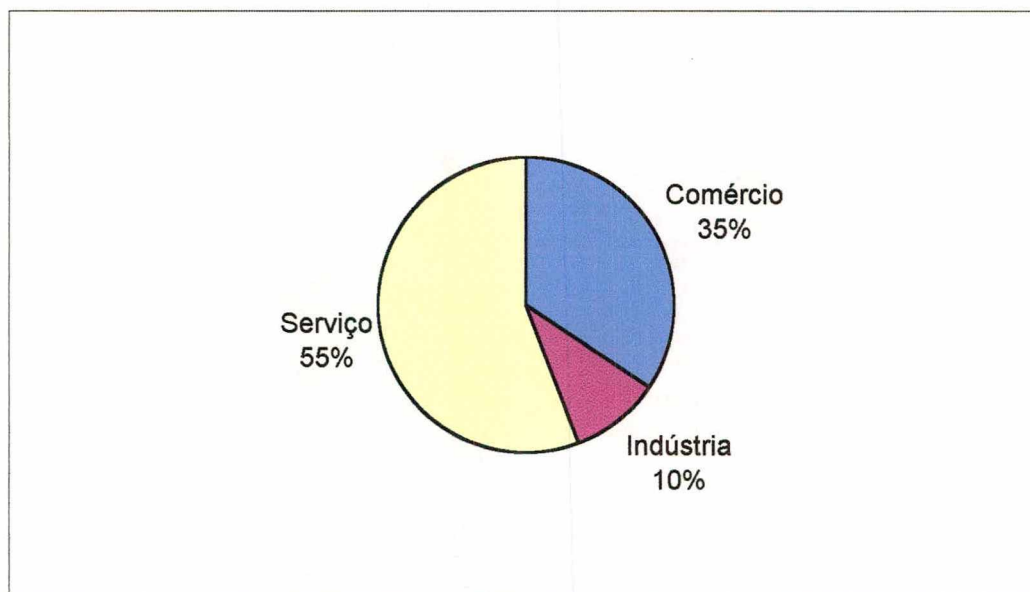
Do total dos indivíduos pesquisados, para cada 18 desempregados existem 10 que nunca estiveram empregados. Esses dados são contrários aos resultados apontados por Dennis (1996) de que, nos EUA, os negócios

formados por pessoas que nunca trabalharam ocorrem numa proporção três vezes maior, em termos absolutos, do que os formados por desempregados.

Também é pequeno o número de indivíduos aposentados que desejam empreender negócios próprios. Esse resultado expressa a cultura prevalecente no Brasil de que o indivíduo aposentado é alguém cuja produtividade já se encerrou.

Ao se analisar o ramo de atividade que os pesquisados desejavam explorar, a pesquisa revelou que, do total de 168 pesquisados, 16 (10%) pretendiam iniciar um negócio no ramo industrial, 58 (35%) pretendiam iniciar um negócio no ramo comercial e 94 (55%) pretendiam atuar no ramo de prestação de serviços.

Figura 7 – Pesquisados segundo o ramo de atividade pretendido



Florianópolis, 1997.

Esses dados se alinham às tendências atuais, de deslocamento do trabalho do setor industrial para o de serviços, fato esse observado também em outros países, sobretudo nos EUA.

Pelo perfil dos indivíduos pesquisados pode-se afirmar que a amostra obtida representa os indivíduos residentes em Florianópolis que desejam empreender negócios próprios.

5.2 Confiabilidade e validade do instrumento de coleta de dados

Para verificar a confiabilidade do instrumento de coleta de dados, foi avaliada a consistência interna dos itens, utilizando-se o coeficiente α de Cronbach (Tabela 1). Como nesta pesquisa a aplicação do questionário se deu uma única vez, todas as questões foram testadas.

O coeficiente α de Cronbach encontrado para o instrumento de coleta de dados foi de 0,85, o que demonstra que ele é adequado para fazer tais medidas. Igualmente, pode-se destacar que o coeficiente α encontrado permite afirmar que o teste possui um coeficiente de precisão significativo, uma vez que, segundo Pasquali (1997), para ser considerado suficiente para validar a precisão de um teste, o coeficiente α deverá ser superior a 0,70.

Para a validação do instrumento de pesquisa, este foi aplicado a um conjunto de 60 pessoas, com o propósito de avaliar sua compreensão, bem como garantir que as barreiras ao empreendimento de novos negócios, apontadas pelos pesquisados, estivessem sendo por ele contempladas.

Após sua adequação, o instrumento foi submetido à apreciação do orientador e de uma equipe de pesquisadores pertencentes ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas, os quais o julgaram válido para legitimar os constructos pesquisados.

Tabela 1 – Teste de análise da consistência dos itens do questionário segundo o coeficiente α de Cronbach

ITENS	MÉDIA	DESVIO PADRÃO	CORRELAÇÃO	COEFICIENTE α
PE1	75,50	14,83	0,42	0,85
PE2	75,27	14,81	0,45	0,85
PE3	75,85	14,92	0,26	0,85
PE4	75,93	15,15	0,14	0,85
PE5	76,23	15,00	0,30	0,85
PE6	76,40	15,05	0,26	0,85
PE7	76,89	15,18	0,25	0,85
PE8	75,30	14,90	0,36	0,85
PE10	75,52	14,79	0,42	0,85
AM1	74,50	14,97	0,28	0,85
PR1	75,30	14,64	0,53	0,84
PE11	75,44	14,87	0,40	0,85
AM2	74,96	14,88	0,38	0,85
PR2	75,73	14,70	0,56	0,84
AM3	75,74	14,70	0,54	0,84
AM4	75,57	14,71	0,53	0,84
PR3	75,37	14,78	0,42	0,85
PR4	74,22	15,21	0,09	0,86
PR5	75,75	14,82	0,40	0,85
AM5	74,57	14,74	0,51	0,84
AM6	75,49	14,87	0,42	0,85
AM7	75,39	14,84	0,47	0,85
AM8	74,85	14,77	0,41	0,85
AM9	74,85	14,72	0,47	0,84
AM10	74,96	14,74	0,47	0,85
PR6	76,40	14,94	0,37	0,85
AM11	75,13	14,90	0,34	0,85
PR7	75,51	14,94	0,28	0,85
PR8	75,24	14,96	0,26	0,85

5.3 Descrição dos Fatores de Barreira

A descrição dos fatores de barreira que compõem o estudo se dá a partir dos escores obtidos para cada fator, possibilitando interpretá-los. Como cada fator estudado é composto por um conjunto de elementos que o compõem, a partir dos escores encontrados para cada um destes elementos, é possível identificar informações específicas do fator.

Para tanto, primeiramente, descreveu-se o conjunto de valores que integram as “barreiras de ordem pessoal”. Posteriormente, foi descrito o conjunto de valores pertencentes ao fator “barreiras de projeto” e, na seqüência, descreveu-se o conjunto de valores relacionados ao fator “barreiras de ordem ambiental”. Por último, descreveram-se as informações contidas na análise dos escores totais dos referidos fatores.

5.3.1 Fator “barreiras de ordem pessoal”

O fator “barreiras de ordem pessoal” compreende as dificuldades pessoais com que se depara um empreendedor ao iniciar um novo negócio. Na presente pesquisa o fator “barreiras de ordem pessoal” é caracterizado pelas dez variáveis a seguir:

PE1 – Risco do fracasso

PE2 – Falta de experiência para operar o negócio

PE3 – Necessidade de deixar o emprego

PE4 – Falta de tempo para organizar o negócio

PE5 – Desestímulo por parte de amigos

PE6 – Família desfavorável à abertura do negócio

PE7 – Princípios religiosos contraditórios

PE8 – Falta de experiência na administração de negócios

PE10 – Falta de conhecimento técnico

PE11 – Medo de enfrentar a concorrência

Na Tabela 2, o conjunto das variáveis que constituem o fator “barreiras de ordem pessoal” pode ser mais bem avaliado quanto às respostas dadas pelos indivíduos pesquisados e ao percentual com que cada resposta participa no total das respostas.

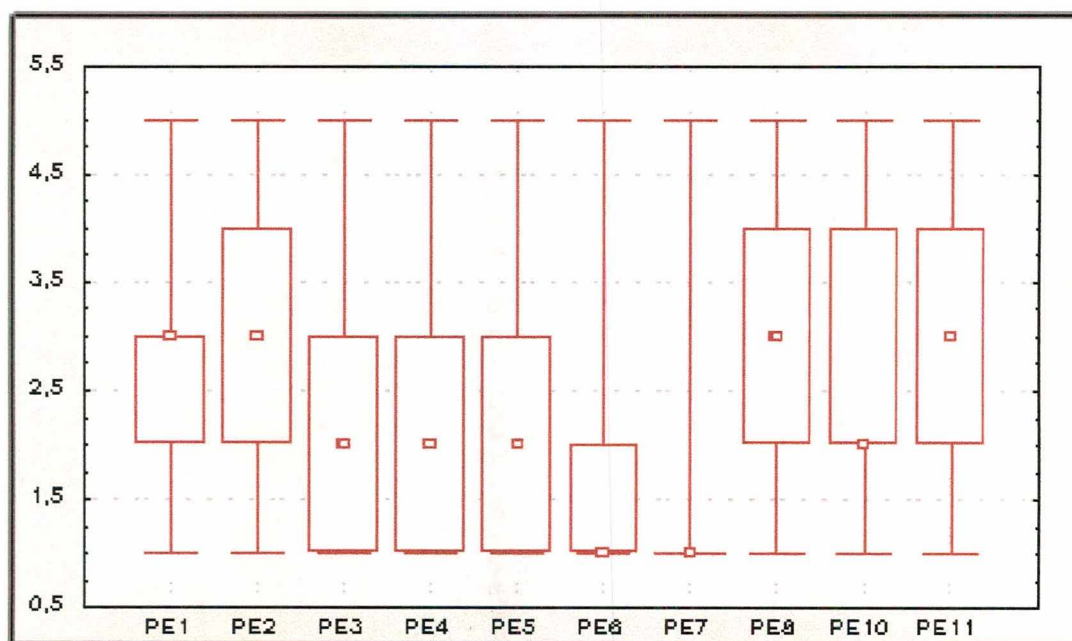
Tabela 2 – Descrição estatística dos itens do questionário sobre fatores de barreira de ordem pessoal. Florianópolis, 1997

Itens	Muito Baixo		Baixo		Regular		Alto		Muito alto	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
PE1	34	20,24	45	26,79	49	29,17	28	16,67	12	7,14
PE2	23	13,69	41	24,40	51	30,35	41	24,40	12	7,14
PE3	80	47,62	20	11,90	27	16,07	22	13,09	19	11,31
PE4	68	40,48	32	19,05	43	25,59	16	9,52	9	5,36
PE5	81	48,21	43	25,59	27	16,07	12	7,14	5	2,98
PE6	100	59,52	30	17,86	25	14,88	8	4,76	5	2,98
PE7	143	85,11	13	7,74	9	5,36	1	0,59	2	1,19
PE8	27	16,07	39	23,21	50	29,76	38	22,61	14	8,33
PE10	39	23,21	47	27,98	37	22,02	29	17,26	16	9,54
PE11	33	19,64	38	22,62	52	30,95	37	22,02	8	4,76

Os empreendedores avaliam o fator “barreiras de ordem pessoal” entre as opções “muito baixo”, “baixo” e “regular” na escala, indicando que a maior parte deles não identifica as variáveis relacionadas ao fator como fortes barreiras ao empreendimento de novos negócios.

A Figura 8 expressa a distribuição da percepção dos empreendedores referente ao fator “barreiras de ordem individual”.

Figura 8 – Distribuição da percepção dos dirigentes quanto ao fator “barreiras de ordem pessoal”



Florianópolis, 1997.

Observando os valores das variáveis que compõem o fator “barreiras de ordem pessoal” (Figura 8), percebe-se que a mediana das respostas indica que, com exceção dos itens PE6 e PE7 (valores referentes à família e à religião), cuja mediana está centrada no valor 1 (muito baixo), todas as demais

se posicionam entre as respostas “baixo” (valor 2 na escala) e “regular” (valor 3 na escala).

Dentre as dez variáveis que compõem o fator “barreiras de ordem pessoal”, o risco do fracasso (PE1), a falta de experiência para operar o negócio (PE2), a falta de experiência na administração de negócios (PE8) e o medo de enfrentar a concorrência (PE10) representam as barreiras mais fortemente percebidas, cuja mediana está centrada no valor 3 da escala (regular). Destaca-se entre estas a variável risco do fracasso (PE1), cuja faixa, na qual se encontram 50% dos valores mais típicos da distribuição (compreendida entre o intervalo que varia de 2 (baixo) a 3 (regular)), aparece mais concentrada do que nas outras variáveis.

5.3.2 Fator “barreiras de projeto”

O fator “barreiras de projeto” compreende as dificuldades relacionadas com o projeto da futura empresa. Este fator está sendo caracterizado pelas oito variáveis a seguir:

PR1 – Dificuldade de contratação de mão-de-obra qualificada

PR2 – Dificuldade de acesso a fontes de matéria-prima e produtos

PR3 – Dificuldade para conseguir um ponto

PR4 – Falta de capital inicial

PR5 – Necessidade de sócios

PR6 – Precária infra-estrutura de serviços (energia, água,...)

PR7 – Falta de idéia original

PR8 – Não sabe fazer pesquisa de mercado

Na Tabela 3, a seguir, o conjunto das variáveis que constituem o fator “barreiras de projeto” pode ser avaliado quanto às respostas dadas pelos indivíduos pesquisados e ao percentual com que cada resposta participa no total das respostas.

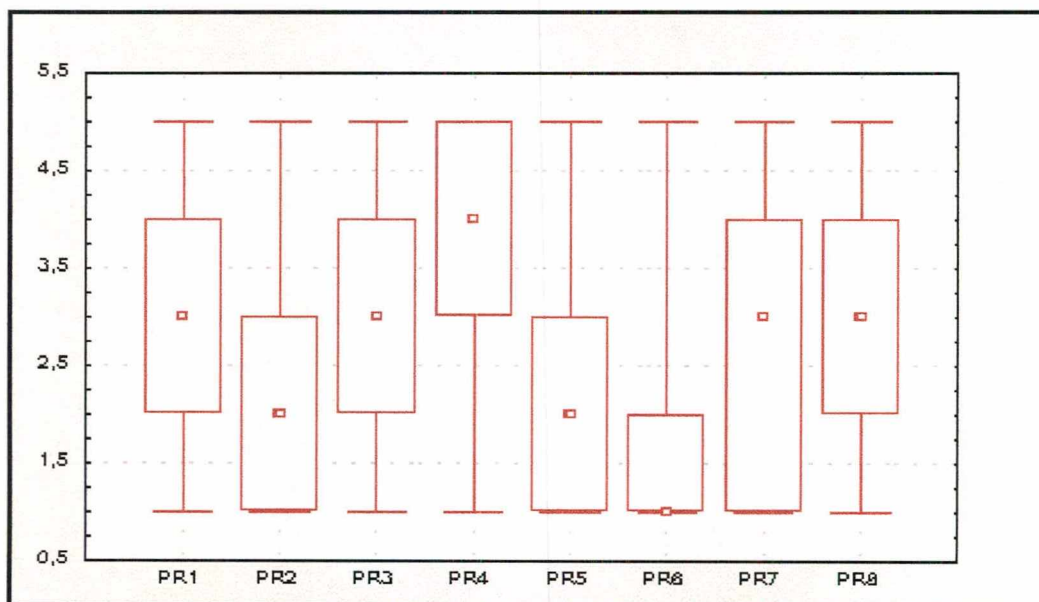
Tabela 3 – Descrição estatística dos itens do questionário sobre o fator “barreiras de projeto”. Florianópolis, 1997

Itens	Muito Baixo		Baixo		Regular		Alto		Muito alto	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
PR1	35	20,83	33	19,64	44	26,19	36	21,43	20	11,90
PR2	45	26,78	45	26,78	49	29,17	22	13,09	7	4,17
PR3	36	21,43	37	22,02	44	26,19	32	19,04	19	11,31
PR4	10	5,95	10	5,95	35	20,83	42	25,00	71	42,26
PR5	61	36,31	25	14,88	50	29,76	20	11,90	12	7,14
PR6	100	59,52	31	18,45	22	13,09	11	6,55	4	2,38
PR7	45	26,78	38	22,62	38	22,62	29	17,26	18	10,71
PR8	35	20,83	35	20,83	34	20,23	40	23,81	24	14,29

A Tabela 3 mostra que a percepção dos empreendedores se concentra nas opções “muito baixo”, “baixo”, “regular” e “alto” na escala. Constata-se que é muito dispersa a percepção dos pesquisados quanto aos diferentes itens que compõem esse fator de barreira. Esses resultados podem ser elucidados

avaliando-se a Figura 9, a seguir, que expressa a distribuição da percepção dos empreendedores referente ao fator “barreiras de projeto”.

Figura 9 – Barreiras de projeto



Florianópolis, 1997.

Observando os valores das variáveis que compõem o fator “barreiras de projeto” (Figura 9), percebe-se que a mediana das respostas indica que os itens PR2 (Dificuldade de acesso a fontes de matéria-prima), PR5 (Necessidade de conseguir sócios) e PR6 (Precária infra-estrutura de serviços) apresentam mediana centrada no valor 1 (muito baixo) e 2 (baixo) da escala, caracterizando fatores que não são percebidos como expressivas barreiras ao empreendimento de novos negócios.

Um segundo grupo de variáveis apresenta mediana centrada no valor 3 (regular), constituído pelas variáveis PR1 (Dificuldade de contratação de mão-

de-obra qualificada), PR3 (Dificuldade para conseguir um ponto), PR7 (Falta de idéia original) e PR8 (Não sabe fazer pesquisa de mercado). Estas são percebidas como fatores que interferem moderadamente na intenção empreendedora.

Dentre o conjunto de variáveis que integram o fator “barreiras de projeto”, a falta de capital inicial (PR4) apresenta-se como a variável mais fortemente percebida, estando sua mediana centrada no valor 4 (alto) da escala.

Pode-se constatar, portanto, que as barreiras relacionadas ao projeto do futuro negócio são percebidas pelos pesquisados como mais expressivas do que o fator “barreiras de ordem pessoal”.

5.3.3 Fator “barreiras de ordem ambiental”

O fator “barreiras de ordem ambiental” compreende as dificuldades relacionadas às questões ambientais enfrentadas por potenciais empresários. Este fator está sendo caracterizado pelas onze variáveis a seguir:

AM1 – Dificuldade de acesso a fontes de financiamento

AM2 – Exigências burocráticas excessivas

AM3 – Dificuldade de acesso ao conhecimento técnico

AM4 – Dificuldade de acesso ao mercado consumidor

AM5 – Pagamento excessivo de impostos e tributações

AM6 – Pequeno mercado consumidor

AM7 – Baixo poder de compra dos clientes

AM8 – Poucos incentivos federais para o empreendedorismo

AM9 – Poucos incentivos estaduais para o empreendedorismo

AM10 – Poucos incentivos municipais para empreendedorismo

AM11 – Falta de apoio aos pequenos negócios

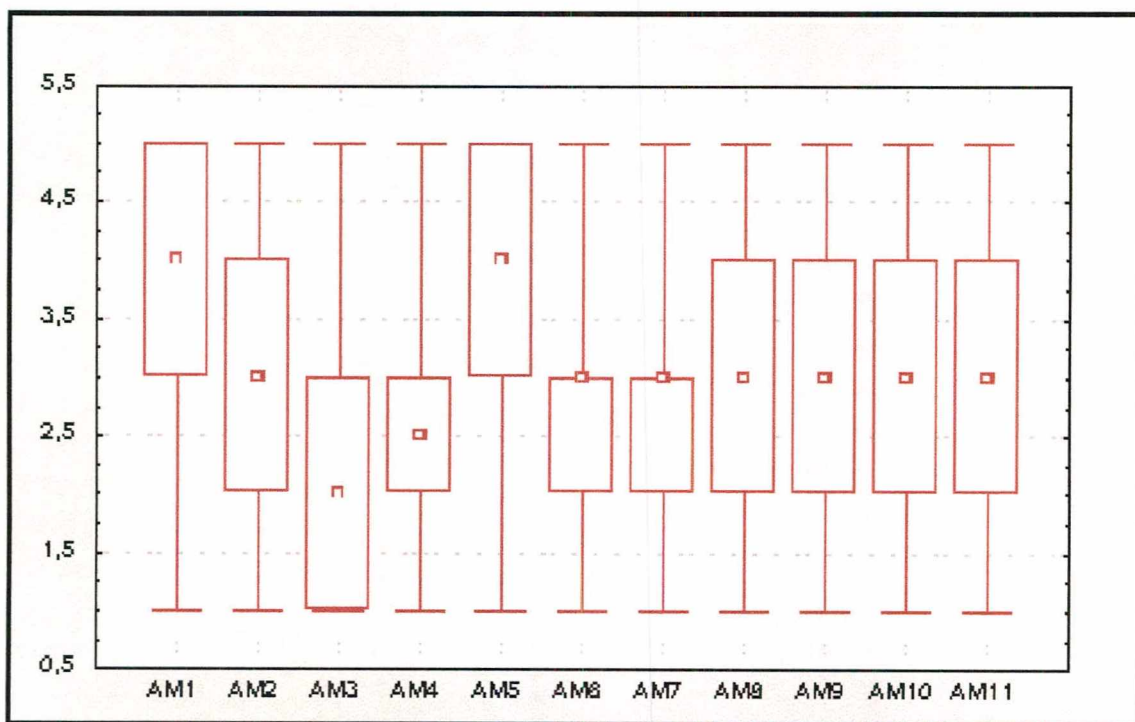
Na Tabela 4, a seguir, o conjunto das variáveis que constituem o fator “barreiras de ordem ambiental” pode ser avaliado quanto às respostas dadas pelos indivíduos pesquisados e ao percentual com que cada resposta participa no total das respostas.

Tabela 4 – Descrição estatística dos itens do questionário sobre o fator “barreiras de ordem ambiental”. Florianópolis, 1997

Itens	Muito Baixo		Baixo		Regular		Alto		Muito alto	
	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)	N	(%)
AM1	14	8,33	19	11,31	33	19,64	50	29,76	52	30,95
AM2	16	9,52	34	20,23	48	28,57	44	26,19	26	15,48
AM3	48	28,57	44	26,19	44	26,19	25	14,88	7	4,17
AM4	36	21,42	48	28,57	51	30,36	19	11,31	14	8,33
AM5	10	5,95	21	12,50	43	25,59	51	30,36	43	25,60
AM6	33	19,64	35	20,83	65	38,69	28	16,67	7	4,17
AM7	26	15,48	36	21,43	68	40,48	31	18,45	7	4,17
AM8	24	14,28	22	13,09	39	23,21	47	27,98	36	21,43
AM9	21	12,50	25	14,88	39	23,21	50	29,76	33	19,64
AM10	23	13,69	21	12,50	57	33,93	38	22,61	29	17,26
AM11	20	11,90	44	26,19	43	25,59	37	22,02	24	14,28

A Tabela 4 mostra que a percepção dos empreendedores quanto às barreiras de ordem ambiental se concentra nas opções “baixo”, “regular” e “alto” da escala, com discreta concentração na opção “regular” (valor 3) na escala. Estes resultados podem ser mais bem elucidados avaliando-se a Figura 10, que expressa a distribuição da percepção dos empreendedores referente ao fator “barreiras de ordem ambiental”.

Figura 10 – Barreiras de ordem ambiental



Florianópolis, 1997.

Observando os valores das variáveis que compõem o fator “barreiras de ordem ambiental”, percebe-se que os itens AM3 (Dificuldade de acesso ao conhecimento técnico) e AM4 (Dificuldade de acesso ao mercado consumidor) apresentam mediana centrada no valor 2 (baixo) e 2,5 da escala,

respectivamente, caracterizando fatores que não são percebidos como fortes barreiras impostas pelo ambiente ao empreendimento de novos negócios.

Um segundo grupo de variáveis, AM2 (Excessivas exigências burocráticas), AM6 (Pequeno mercado consumidor), AM7 (Baixo poder de compra dos clientes), AM8 (Poucos incentivos federais para o empreendedorismo), AM9 (Poucos incentivos estaduais para o empreendedorismo), AM10 (Poucos incentivos municipais para empreendedorismo) e AM11 (Falta de apoio aos pequenos negócios), apresenta mediana centrada no valor 3 da escala (regular), caracterizando uma percepção moderada quanto à barreira que elas representam à criação de negócios próprios.

Destacam-se entre estas as variáveis AM6 (Pequeno mercado consumidor) e AM7 (Baixo poder de compra dos clientes), cuja faixa onde se encontram 50% dos valores mais típicos da distribuição (compreendida no intervalo que varia de 2 (baixo) a 3 (regular) da escala) aparece mais concentrada do que nas outras variáveis, para as quais este intervalo está compreendido entre os valores 2 (baixo) e 4 (alto) da escala.

As variáveis AM1 (Dificuldade de acesso a fontes de financiamento) e AM5 (Pagamento excessivo de impostos e tributações) apresentam-se como as variáveis mais fortemente percebidas como barreiras dentre o conjunto de variáveis que integram o fator “barreira de ordem ambiental”, com mediana centrada no valor 4 (alto) da escala.

Considerando os três fatores de barreira pesquisados, as barreiras impostas pelo ambiente são as que os empreendedores percebem como mais críticas ao empreendimento de novos negócios.

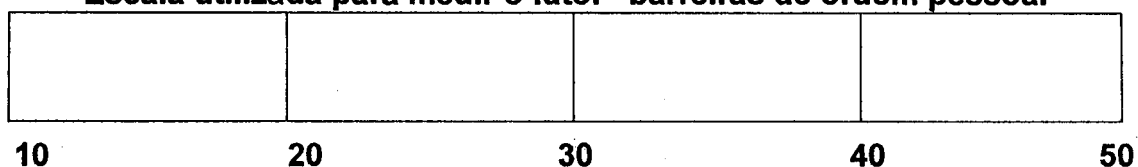
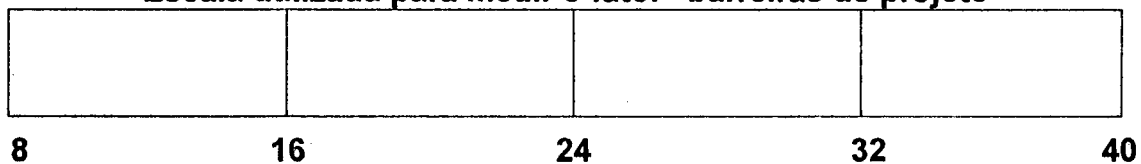
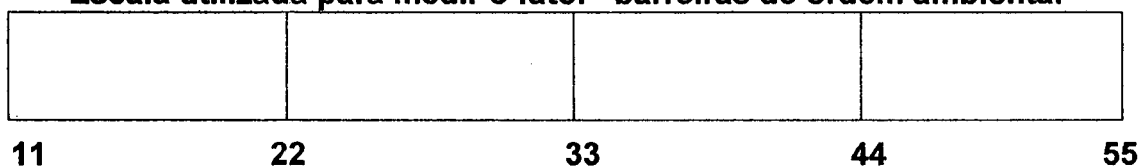
5.3.4 Análise dos escores de cada fator de barreira

Neste item são descritos os escores obtidos para cada um dos fatores de barreira pesquisados. Considerando que cada fator é medido segundo uma escala própria, uma vez que o número de variáveis consideradas para avaliar cada um dos fatores é diferente, torna-se necessária essa ponderação na avaliação dos dados. As escalas com que cada fator foi medido estão dispostas na Tabela 5.

Tabela 5 – Escalas utilizadas para cada fator de barreira pesquisado

Fator de Barreira	Escore mínimo	Escore máximo
– Pessoal (10 itens)	10	50
– Projeto (08 itens)	08	40
– Ambiental (11 itens)	11	55

Os valores distribuídos para cada escala resultam do produto do valor atribuído para a resposta na escala ((1) muito baixo, (2) baixo, (3) regular, (4) alto, (5) muito alto) pelo número de variáveis utilizadas para avaliar cada fator. Essa construção permite identificar como os resultados se posicionam segundo os quatro segmentos definidos.

Escala utilizada para medir o fator “barreiras de ordem pessoal”**Escala utilizada para medir o fator “barreiras de projeto”****Escala utilizada para medir o fator “barreiras de ordem ambiental”**

Os escores médios para cada um dos fatores de barreira pesquisados são apresentados na Tabela 6.

Tabela 6 – Descrição estatística dos escores médios dos diferentes fatores de barreira

Fator	N	MÉDIA	MEDIANA	MÍNIMO	MÁXIMO	DESVIO-PADRÃO	QUARTIL INFERIOR	QUARTIL SUPERIOR
PE	168	23,05	23,00	10	37	5,88	18	27,0
PR	168	21,58	22,00	10	36	5,10	18	26,0
AM	168	33,51	34,00	16	50	7,60	28	39,5

Os escores obtidos apontam que as barreiras de ordem pessoal são percebidas pelos pesquisados como as que menos apresentam dificuldades ao

empreendimento de um novo negócio. O conjunto contendo 50% das respostas relacionadas ao conjunto de variáveis que integram esse fator se concentra entre os valores 18 e 27 na escala. Essa faixa em que esses resultados estão compreendidos encontra-se aproximadamente no segundo quarto da escala, ou seja, entre os valores “baixo” e “regular”. A mediana para esse fator é de 22, o que representa que este é percebido fracamente como barreira ao empreendimento de novos negócios, uma vez que esse valor se encontra abaixo da metade da escala estabelecida.

O escore para o fator “barreiras de projeto” do futuro negócio apresenta-se proporcionalmente mais alto do que o fator de barreira de ordem pessoal. Cinquenta por cento das respostas expressas para o conjunto de variáveis que integram esse fator encontram-se entre os valores 18 e 27, situando-se entre o segundo e terceiro quarto da escala. A mediana para esse fator é de 22, valor próximo do centro da escala estabelecida, caracterizando uma percepção moderada quanto ao que esse fator representa de barreira ao empreendimento de novos negócios.

Dentre o conjunto de variáveis que compõem o fator “barreira de ordem ambiental”, a mediana encontrada foi 34. A concentração de 50% das respostas se deu entre os valores 28 e 39,5 da escala. Essa faixa compreende valores situados aproximadamente no terceiro quarto da escala, caracterizando respostas situadas entre as opções “regular” e “alto”. Considerando a escala estabelecida para mensurar esse fator, pode-se

concluir que ele é percebido como expressiva barreira ao empreendimento de novos negócios.

Assim, avaliando os três fatores considerados pelo instrumento de pesquisa, pode-se concluir que as barreiras relacionadas ao fator ambiental são percebidas pelos potenciais empresários que compõem a amostra como os principais obstáculos ao empreendimento de novos negócios, sendo seguidas pelas barreiras de projeto e barreiras de ordem pessoal, respectivamente.

5.4 Análise Fatorial Utilizando o Método dos Componentes Principais

A análise fatorial é uma técnica estatística exploratória para verificar o agrupamento ou a associação dos itens relacionados no instrumento de pesquisa. De acordo com Pasquali (1997), uma análise fatorial parte do princípio de que os itens se relacionam entre si, pois possuem uma causa comum que resulta nessa associação.

A análise fatorial dos itens na escala de percepção correlaciona todos eles em valores que variam entre -1 e $+1$. Tais valores representam que, quanto mais forte for o agrupamento dos itens observados, mais próximos de $+1$ estes estarão. Caso se aproximem de 0 (zero), diz-se que não há correlação ou que a correlação, seja ela positiva ou negativa, é fraca. Por outro lado, se o valor obtido se aproxima de -1 , significa que os pontos

analisados encontram-se sobre uma reta descendente, ou seja, a correlação é fortemente negativa (Barbetta, 1999).

O procedimento de análise fatorial segundo o método dos componentes principais permite que se avalie se os itens pesquisados possuem pontos de atração, assumindo alguma expressão comum na percepção dos indivíduos que integram a amostra.

Esse método, além de estabelecer padrões de associação entre os itens, é capaz de comprovar a robustez dos valores encontrados, expressos pelo percentual de variabilidade explicada e percentual de inércia cumulativa).

O percentual de variabilidade explicada expressa o poder que cada dimensão considerada em uma análise tem de explicar uma associação entre os itens. Assim, quanto mais dimensões são consideradas em uma análise, maior o percentual de inércia acumulado.

Uma análise expressará um padrão de associação aceitável entre os itens quanto mais o percentual de variabilidade explicada situe-se acima de 70% nas primeiras dimensões, ou seja, quando cada dimensão considerada tiver alto percentual de inércia.

O percentual de variabilidade explicada utilizando-se o Método dos Componentes Principais para os dados levantados pela pesquisa é mostrado na Tabela 7.

Tabela 7 – Percentual de variabilidade explicada

Dimensão	% de inércia	% de inércia cumulativa
1	21,10	21,10
2	9,58	30,68
3	6,09	36,77
4	5,10	41,88
5	4,57	46,45

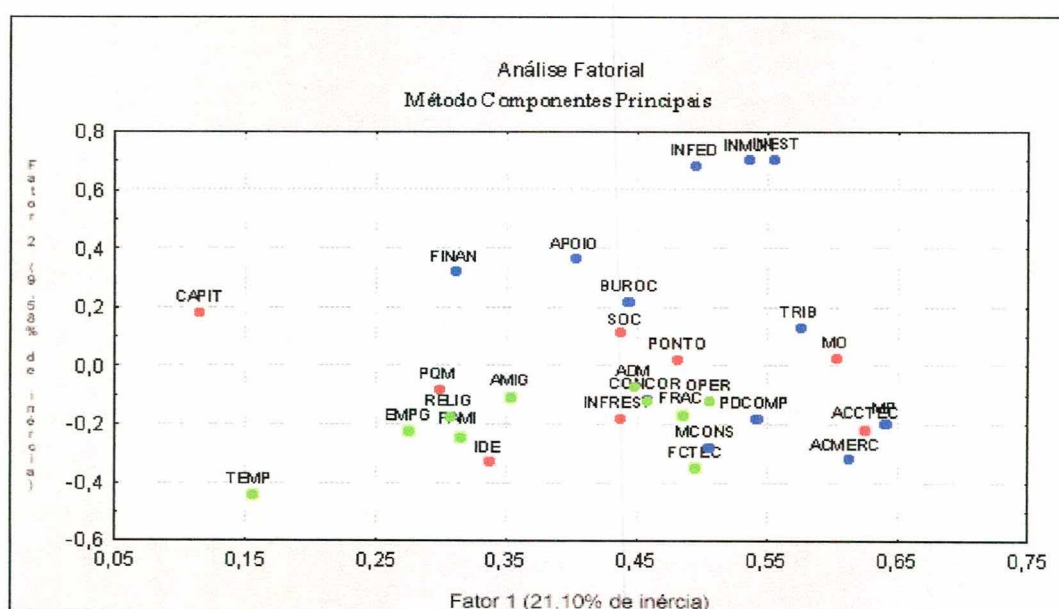
Conforme pode ser observado na Tabela 7, o baixo percentual de variabilidade explicada (% de inércia cumulativo) indica que os resultados encontrados pela pesquisa têm um baixo padrão de associação. Nem mesmo uma análise envolvendo cinco dimensões tem a capacidade de encontrar um padrão aceitável de associação entre os resultados alcançados.

Embora o percentual de variabilidade explicada tenha evidenciado um baixo padrão de associação entre as variáveis, explorou-se, ainda, o agrupamento destas utilizando-se o procedimento de Análise Fatorial segundo o Método dos Componentes Principais (Figura 11).

A Figura 11 apresenta a distribuição das variáveis para cada fator de barreira considerado. É possível visualizar que as variáveis que compõem os três fatores pesquisados, barreiras de ordem pessoal (destacadas em verde), barreiras de projeto (destacadas em vermelho) e as barreiras de ordem ambiental (destacadas em azul), não apresentam um agrupamento distinto que possa caracterizar algum padrão de associação entre elas. As variáveis que

integram os fatores “barreiras de ordem individual” e “barreiras de projeto” ocupam uma área praticamente comum, ambas apresentando um fraco agrupamento dos itens, o que mostra que os empreendedores não percebem uma causa comum para os respectivos fatores.

Figura 11 – Distribuição dos itens na escala de percepção a respeito das barreiras ao empreendimento de novos negócios segundo uma análise bidimensional



As variáveis que integram o fator “barreiras de ordem ambiental” apresentam-se discretamente mais agrupadas, sem permitir, contudo, que se caracterize um padrão aceitável de correlação.

É possível afirmar que as variáveis pesquisadas não assumem uma expressão comum na percepção dos empreendedores pesquisados, ou seja, não existe um padrão que relacione os principais fatores de barreira percebidos, equivalendo dizer que os empreendedores pesquisados não diferenciam os três fatores considerados pela pesquisa.

5.5 Verificação das Hipóteses

Considerando as hipóteses levantadas no capítulo 4, investigou-se, de forma exploratória, a associação entre o principal fator de barreira percebido e as características individuais dos empreendedores.

Para tanto, foram avaliadas as associações entre as variáveis gênero, experiência empreendedora, nível de atividade e ramo de atividade, com os escores médios de cada um dos fatores de barreira. Essa investigação resultou em 12 associações, as quais são apresentadas nas tabelas a seguir.

Tabela 8 – Escores de percepção dos três fatores de barreira ao empreendimento de novos negócios em relação ao gênero

Gênero	Fator Pessoal			Fator Projeto			Fator Ambiental		
	média	n	Desvio-padrão	média	n	Desvio-padrão	média	n	Desvio-padrão
Masculino	22,70	107	5,84	21,37	107	5,06	33,17	107	7,49
Feminino	23,65	61	5,96	21,95	61	5,19	34,10	61	7,80
Geral	23,05	168	5,88	21,58	168	5,10	33,51	168	7,60

Os valores médios com que homens e mulheres percebem os três fatores de barreira pesquisados são muito próximos, apresentando também desvios-padrão com variação pouco significativa. Esses resultados mostram não haver uma associação entre o gênero e um principal fator de barreira percebido por parte dos indivíduos pesquisados. Isso implica afirmar que os homens e mulheres pesquisados percebem igualmente cada um dos fatores de barreira considerados pela pesquisa.

Tabela 9 – Escores de percepção dos três fatores de barreira ao empreendimento de novos negócios em relação à experiência

Experiência	Fator Pessoal			Fator Projeto			Fator Ambiental		
	Média	n	Desvio-padrão	Média	n	Desvio-padrão	Média	n	Desvio-padrão
Com	22,90	61	5,54	21,93	61	5,34	34,36	61	7,46
Sem	23,13	07	6,09	21,38	07	4,97	33,02	107	7,66
Geral	23,05	68	5,88	21,58	68	5,10	33,50	168	7,60

Os resultados expressos pela Tabela 9 no tocante à categoria experiência apresentam escores médios próximos e desvios-padrão semelhantes, o que permite afirmar que as experiências empreendedoras passadas não estão associadas a uma diferente percepção a respeito do principal fator de barreira ao empreendimento de novos negócios. Ou seja, indivíduos com ou sem experiência empreendedora percebem igualmente os fatores de barreira ao empreendimento de novos negócios.

Tabela 10 – Escores de percepção dos três fatores de barreira ao empreendimento de novos negócios em relação à atividade

Atividade	Fator Pessoal			Fator Projeto			Fator Ambiental		
	Média	n	Desvio-padrão	Média	n	Desvio-padrão	Média	n	Desvio-padrão
Aposentado	23,83	06	3,87	23,5	06	1,52	38,50	06	4,28
Desempregado	22,81	31	6,15	21,48	31	5,00	33,35	31	7,54
Empregado	23,20	115	5,94	21,69	115	5,32	33,44	115	7,63
Nunca empregado	22,12	16	5,89	20,31	16	4,45	32,37	16	8,27
Geral	23,05	168	5,88	21,58	168	5,10	33,50	168	7,60

Também as diferentes formas de atividade apresentadas na Tabela 10 não estão associadas a uma percepção diferenciada de barreiras ao empreendimento de novos negócios. Os escores médios de cada um dos fatores de barreira explorados mantêm-se muito próximos conforme varia a atividade dos pesquisados, assim como os desvios-padrão têm variação pouco significativa.

Isso implica se poder afirmar que indivíduos aposentados, empregados, desempregados e nunca empregados percebem igualmente as barreiras ao empreendimento de novos negócios.

Tabela 11—Escore de percepção dos três fatores de barreira ao empreendimento de novos negócios em relação ao ramo

Ramo	Fator Pessoal			Fator Projeto			Fator Ambiental		
	Média	n	Desvio-padrão	Média	n	Desvio-padrão	Média	n	Desvio-padrão
Comércio	23,32	58	5,91	20,93	58	5,23	33,84	58	7,34
Indústria	22,00	16	7,17	22,62	16	5,49	34,75	16	7,71
Serviços	23,67	94	5,62	21,80	94	4,95	33,08	94	7,78
Geral	23,05	168	5,88	21,58	168	5,10	33,50	168	7,60

Finalmente, o ramo de atividade pretendido, a última das categorias individuais, é explorado. Percebe, assim como aconteceu com as categorias anteriormente apresentadas, que não existe, por parte dos empreendedores pesquisados, uma associação entre o ramo de negócio pretendido e uma

percepção diferenciada a respeito do principal fator de barreira associado ao empreendimento de novos negócios.

Resumidamente, pode-se depreender, pelo que é apresentado pelas Tabelas 8 a 11, que não há uma percepção diferenciada por parte dos empreendedores pesquisados conforme varie a sua condição (gênero, experiência empreendedora, nível de atividade e ramo de atividade pretendido). Os resultados encontrados pela pesquisa vão de encontro às hipóteses estabelecidas, contrariando o que defendem alguns pesquisadores na área de empreendedorismo.

5.6 Análise da Associação entre as Características do Empreendedor e as Barreiras Percebidas

Nesta etapa, avalia-se a associação entre as características apresentadas pelos empreendedores pesquisados e os fatores de barreira percebidos, desenvolvendo-se uma análise de correspondência múltipla (qui-quadrado multivariado). A partir dessa análise é possível verificar a existência de associação entre duas variáveis, a partir do conjunto de observações realizadas.

Para melhor explorar a associação entre as características individuais e as barreiras percebidas, dividiram-se as respostas dos pesquisados em dois grupos, conforme o grau de dificuldade percebida. O primeiro grupo (MENORDIF) é formado pelas respostas compreendidas pelos escores 1 e 2

da escala de cinco pontos utilizada. O segundo grupo (MAIORDIF) é formado pelas respostas compreendidas pelos escores 3, 4 e 5 da escala.

A Tabela 12, a seguir, expressa como cada um destes grupos percebe os diferentes fatores de barreira pesquisados.

Tabela 12 – Percepção dos fatores de barreira segundo os dois grupos de dificuldade

Dificuldade Percebida	Fator Pessoal		Fator Projeto		Fator Ambiental	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)
MENORDIF	60	35,71	31	18,45	15	8,90
MAIORDIF	108	64,29	137	81,55	153	91,10

O grupo de respostas que expressa maior barreira percebida é superior ao que expressa menor barreira percebida para todos os três fatores de barreira pesquisados. O fator que agrupa maior quantidade de respostas que expressam maior dificuldade é o ambiental, sendo seguido pelos fatores de projeto e fatores individuais, respectivamente.

Após as respostas terem sido separadas em dois grupos distintos, expressando diferentes graus de dificuldade percebidos, determinou-se o grau de relacionamento entre as variáveis: gênero, experiência, nível de atividade, ramo de atividade pretendido, MENORDIF e MAIORDIF.

Convém salientar que, por ser pouco expressivo o número de empreendedores aposentados (6), estes foram excluídos da avaliação, passando a componente “atividade” a apresentar apenas três variáveis:

empregados, desempregados e nunca empregados. A Tabela 13 apresenta as correlações obtidas a partir destas variáveis.

Dentre os pesquisados, o número de homens (103) que pretende empreender negócios próprios é maior do que o de mulheres (59). A proporção entre indivíduos com e sem experiência se mantém entre esses dois grupos, onde o número de indivíduos sem experiência é aproximadamente o dobro dos experientes.

Tabela 13 – Distribuição conjunta de frequência entre as características do empreendedor e os dois grupos com diferentes percepções de barreiras ao empreendimento de novos negócios

	M	F	CE	SE	DE	EM	NE	CO	IN	SE	Menordif	Maiordif
M	103	00	39	64	16	80	07	30	12	61	14	89
F	00	59	18	41	15	35	09	25	04	30	05	54
CE	39	18	57	00	08	48	01	23	07	27	05	52
SE	64	41	00	105	23	67	15	32	09	64	14	91
DE	16	15	08	23	31	00	00	09	04	18	04	27
EM	80	35	48	67	00	115	00	41	12	62	14	101
NE	07	09	01	15	00	00	16	05	00	11	01	15
CO	30	25	23	32	09	41	05	55	00	00	05	50
IN	12	04	07	09	04	12	00	00	16	00	02	14
SE	61	30	27	64	18	62	11	00	00	91	12	79
Menordif	14	05	05	14	04	14	01	05	02	12	19	00
Maiordif	89	54	52	91	27	101	15	50	14	79	00	143

LEGENDA: M – masculino; F – feminino; CE – com experiência; SE – sem experiência; DE – desempregado; EM – empregado; NE – nunca empregado; CO – comércio; IN – indústria; SE – serviços; Menordif – grupo cujas respostas compreendem os valores 1 e 2 na escala. Maiordif – grupo cujas respostas compreendem os valores 3, 4 e 5 na escala.

Na categoria “nível de atividade”, o número de mulheres desempregadas (15) é proporcionalmente maior do que os homens (16), o que também se comprova para indivíduos nunca empregados, cujo número de mulheres (9) é proporcionalmente maior do que para os homens (7), considerando a proporção com que cada um deles integra o número de indivíduos pesquisados.

Com relação ao ramo de negócio pretendido, os homens priorizam atuar no ramo de prestação de serviços (61), seguido pelo comércio (30) e indústria (12). Igualmente, as mulheres pesquisadas demonstram interesse em atuar principalmente na prestação de serviços (30) e comércio (25), e a opção “serviços” foi apontada por apenas quatro das pesquisadas. Esses dados mostram que as mulheres têm maior interesse em atuar no comércio do que os homens.

Finalmente, com relação aos dois grupos de respostas expressando diferentes graus de dificuldade percebida, do total de homens pesquisados, 14 integram o grupo MENORDIF, enquanto 89 (86%), o grupo MAIORDIF. Dentre as mulheres, 5 integram o grupo MENORDIF e 54 (91%), o MAIORDIF. Esses resultados mostram que variações de gênero não indicam variação significativa no grau com que as barreiras ao empreendimento de novos negócios são percebidas.

Tendo sido feita a análise de correspondência múltipla, o que permitiu estabelecer o grau com que as diferentes variáveis encontram-se associadas, buscou-se comprovar a robustez com que esses valores são sustentados, avaliando-se o percentual de variabilidade explicada correspondente (Tabela 14).

Tabela 14 – Percentual de variabilidade explicada

Dimensão	% de inércia	% de inércia cumulativo	Qui-Quadrado
1	23,18	23,18	237,12
2	18,96	42,14	193,94
3	17,91	60,05	183,20
4	14,90	74,95	152,46
5	13,11	88,06	134,10

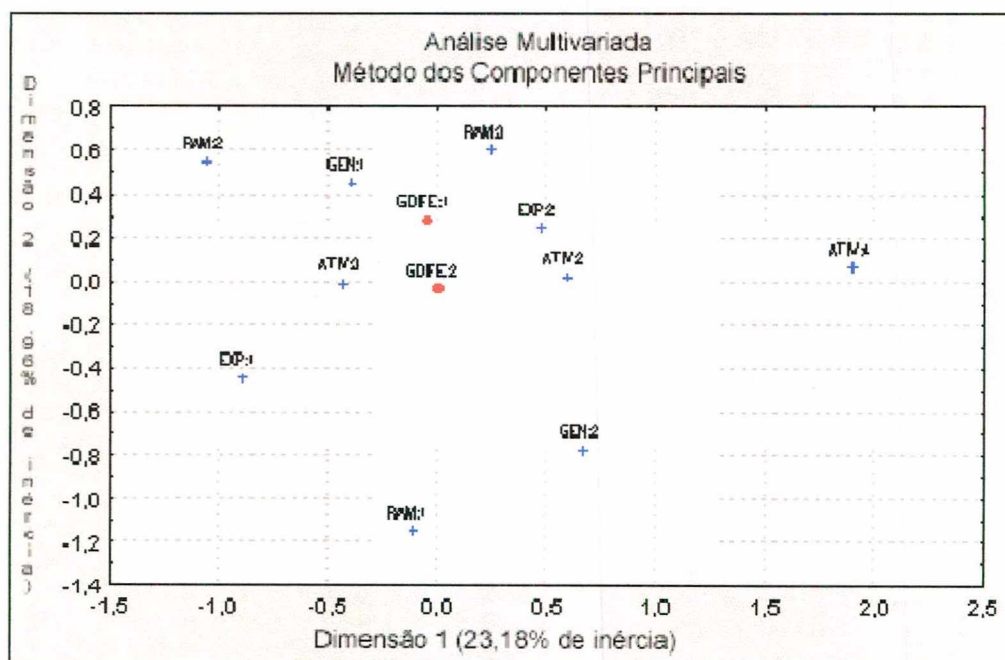
Conforme os resultados apresentados pela Tabela 14, é baixa a capacidade de variabilidade explicada para os resultados encontrados, o que caracteriza um fraco padrão de associação entre as variáveis em questão.

A Figura 12 apresenta a associação entre as variáveis que compõem a condição do indivíduo e o grau de dificuldade percebida, segundo uma análise bidimensional.

Conforme pode ser observado, a Figura 12 confirma o resultado expresso pelo percentual de variabilidade explicada encontrado, indicando não existir uma forte associação entre as variáveis relacionadas à condição dos

empreendedores pesquisados e o grau de dificuldade percebida. Essas se encontram igualmente dispersas entre as variáveis MENORDIF e MAIORDIF.

Figura 12 – Distribuição dos itens da escala de percepção dos empreendedores referente ao grau de dificuldade e características pessoais segundo uma análise bidimensional



LEGENDA: GDFE1 = MENORDIF; GDFE2 = MAIORDIF

A figura que expressa a associação entre os itens da escala de percepção dos empreendedores e o grau de dificuldade percebida segundo uma análise tridimensional encontra-se no Anexo 2, com aproximadamente 60% de percentual de inércia.

Pode-se concluir esta etapa afirmando que, considerando a amostra pesquisada, não existe uma associação entre as características individuais do empreendedor e a percepção das barreiras ao empreendimento de novos negócios.

5.7 Discussão dos Resultados

Dentre as dez variáveis que compõem o fator de barreira de ordem pessoal, o “risco do fracasso”, a “falta de experiência para operar o negócio”, a “falta de experiência em administração” e o “medo de enfrentar a concorrência” foram as barreiras mais fortemente apontadas pelos empreendedores pesquisados. Destaca-se, dentre estas, a variável “risco do fracasso”, cujas respostas se deram mais concentradas, caracterizando uma percepção mais homogênea por parte dos indivíduos pesquisados.

Com relação às variáveis que compõem o fator de barreira de ordem “projetos”, as variáveis “dificuldade de contratação de mão-de-obra”; “dificuldade para conseguir um ponto”; “falta de idéia original” e o fato de “não saber fazer pesquisa de mercado” foram percebidas como as principais barreiras percebidas. Destaca-se neste fator a variável “falta de capital inicial”, por ter sido a barreira mais fortemente apontada pelos indivíduos pesquisados.

A análise do fator de barreira de ordem ambiental revela que, dentre as 11 variáveis que o compõem, as variáveis “dificuldade de acesso a fontes de financiamento” e “pagamento excessivo de impostos e tributações” foram as mais fortemente percebidas como barreiras ao empreendimento de novos negócios.

Considerando os três diferentes fatores de barreira explorados pela pesquisa, pode-se concluir que as barreiras relacionadas ao fator ambiental

foram as mais fortemente percebidas pelos empreendedores pesquisados, sendo seguidas pelo fator “projetos” e pelo fator “pessoal”, respectivamente.

5.7.1 Associação entre as características do empreendedor e as barreiras percebidas

Tanto a análise exploratória com medidas descritivas quanto a Análise de correspondência mostraram não haver intercorrelação entre as características dos empreendedores pesquisados e os fatores de barreira considerados pela pesquisa, não sendo possível estabelecer algum padrão de associação entre esses fatores.

6 CONCLUSÕES

Neste capítulo, apresentam-se as conclusões e recomendações decorrentes desta investigação.

6.1 Conclusões

Considerando-se o objetivo geral do presente trabalho, que é o de verificar se variações na condição do empreendedor afetam sua percepção a respeito do fator que se caracteriza como o principal conjunto de barreiras à criação de novos negócios, chegou-se a algumas conclusões que são apresentadas a seguir.

Em primeiro lugar, a avaliação dos dados indica que os empreendedores pesquisados não percebem diferentemente os fatores de barreira conforme sejam diferentes suas condições individuais. Ou seja, os fatores de barreira são percebidos igualmente por potenciais empreendedores independentemente de gênero, experiências empreendedoras anteriores, nível de atividade e ramo de atividade pretendido.

Num primeiro momento, esses resultados parecem expressar uma certa incongruência com o que é defendido por algumas teorias, que advogam haver uma diferenciação na percepção do empreendedor conforme a condição em que este se encontre.

Num artigo escrito pela presidente do Comitê Consultivo do Centro Internacional de Negócios Privados, a autora afirma "haver necessidade de

maior debate em foros internacionais e entre organizações que defendam os direitos da mulher, com relação às barreiras sofridas por mulheres que desejam atuar no mundo dos negócios” (Davis, 1997). Dentre estas barreiras, Pal (1997) destaca a falta de disponibilidade de crédito pelo setor financeiro formal para mulheres, que é considerada mais crítica do que para os homens.

Também no Brasil, o Plano Nacional de Qualificação do Trabalhador publicou um documento específico denominado “A Experiência da Mulher”, no qual são previstas ações que busquem apoiar a mulher trabalhadora, valorizando novos nichos de trabalho e geração de renda para mulheres. Embora direcionado para a forma com que a mulher está inserida no mundo do trabalho, este documento deixa clara a preocupação com as barreiras com que a mulher se depara na realidade empresarial brasileira.

Essas publicações expressam o que tem sido defendido por um amplo conjunto de trabalhos que debatem certas discriminações por que passa a mulher em todo o mundo. Nesse sentido, as barreiras enfrentadas por mulheres de negócios têm recebido atenção especial, notadamente pelo trabalho de associações de mulheres de negócios, que têm suas ações divulgadas em âmbito internacional.

Considerando a realidade cultural vivida no Sul do Brasil, onde as mulheres têm alcançado gradativamente a condição de igualdade na sociedade, é possível que estas percebam igual aos homens, as limitações impostas ao empreendimento de novos negócios.

Além disso, as transformações que vêm ocorrendo no perfil dos negócios, que se desloca do secundário, tradicional reduto masculino, para o terciário, abrem maior espaço ao engajamento da mulher na força de trabalho. Mudam, inclusive, os papéis econômicos, crescendo a participação de mulheres na formação de negócios e na condição de chefes de família (Plano Nacional de Qualificação do Trabalhador, 1998).

Além do gênero, outro fator usado para caracterizar a condição dos indivíduos pesquisados é a experiência. Diversos estudos em empreendedorismo evidenciam a importância da experiência empreendedora como fator propulsor ao processo empreendedor. Tais pesquisas advogam que a experiência acumulada proporciona o conhecimento e a reputação desejável a uma empresa iniciante (Ohe, 1996; Gibb & Ritchie, 1983), gerando uma base experimental que permite ao indivíduo empreendedor lidar melhor com as barreiras associadas à criação de um novo negócio (Cornwall, 1990).

O que estes autores apregoam, ou seja, que as barreiras percebidas são minimizadas conforme o indivíduo vivencie experiências empreendedoras anteriormente à formação de negócios, não se confirmou pela presente pesquisa. Os 64% dos empreendedores sem experiência pesquisados percebem os fatores de barreira igualmente aos 36% que afirmam ter experiência.

Com relação à terceira componente utilizada para a caracterização da condição individual dos indivíduos pesquisados, o nível de atividade

(empregado, desempregado, nunca empregado ou aposentado), a teoria analítica dos fatores que interferem no início de um negócio, proposta por Denis (1996), tece algumas considerações nesse sentido.

Segundo este autor, ao se estudar empreendedorismo convém que se estabeleça uma diferença entre fatores que puxam (*pull*) e fatores que empurram (*push*) o indivíduo para a formação de novos negócios. Assim, iniciar um negócio poderá se caracterizar como um fator *push* caso o indivíduo esteja desempregado ou fora da força de trabalho. Os negócios montados por pessoas pertencentes a esse grupo se caracterizam como refúgios a uma situação de crise, o que Dennis (1996) caracteriza como situações envolvendo maior grau de dificuldade empreendedora.

Da mesma forma, estudos comprovam que os negócios formados por indivíduos que nunca se encontraram empregados costumam ser pequenos e marginais (Reynolds apud Dennis, 1996). Tais pesquisas deixam subentendido que empreendedores desempregados ou nunca empregados percebem mais fortemente as barreiras ao empreendimento de novos negócios, se comparados com os indivíduos empregados, que têm no empreendedorismo preferencialmente uma manifestação de realização, caracterizando um fator *pull*.

Essa teoria não se confirmou a partir dos resultados alcançados, pois indivíduos empregados, desempregados, nunca empregados e aposentados perceberam com a mesma intensidade os fatores de barreira considerados.

Finalmente, a caracterização do ramo de atividade pretendido buscou ser mais um fator que pudesse esclarecer a percepção de barreiras por parte de empreendedores nascentes, não estando fundamentada em teorias estabelecidas.

O ramo de atividade pretendido, assim como os outros fatores relacionados à condição individual, não foram associados a uma percepção diferenciada dos fatores de barreira em questão.

Ao se analisar esses resultados, pode-se tecer algumas conclusões. Primeiro, que esse conjunto de empreendedores parece ter em comum algum fator que os homogeneíza. Alinhado a essa idéia, Cornwall (1990) afirma que o comprometimento emocional do empreendedor tem uma forte capacidade de definir o futuro desejado. Nesses termos, parece que, embora uma série de limitações se interponha à intenção empreendedora, os fatores motivadores inerentes ao perfil empreendedor acabam por buscar alternativas para contorná-las. O desejo de criar o próprio negócio procura combater as dificuldades, acionando componentes motivacionais de ordem individual.

Dessa forma, os dados revelados pela pesquisa indicam que os empreendedores pesquisados não percebem a força com que alguns fatores costumam se antepor ao empreendimento de novos negócios. Independentemente de sua condição, eles identificam igualmente os diferentes fatores de barreira, como se estes compusessem um fator único.

Igualmente, pode-se constatar que não se pode esperar que as teorias em empreendedorismo desenvolvidas em outros ambientes se apliquem diretamente à nossa realidade. Conforme defendem alguns autores, o empreendedorismo, por se tratar de um fenômeno cultural, não poderá ser estudado sem que sejam consideradas as particularidades culturais do ambiente no qual ele ocorre, ponto de vista defendido também pelo presente trabalho. Portanto, muitas das teorias desenvolvidas em outros países, e mais particularmente nos Estados Unidos, podem não expressar a realidade brasileira.

Uma pesquisa recente, desenvolvida pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM), instituição criada pelas três instituições de maior destaque mundial no ensino do empreendedorismo – o London Business School, o Babson College de Boston e a Fundação Kauffman – aponta o povo brasileiro como o mais empreendedor do mundo (Bergamasco, 2001).

Segundo o estudo, vários são os motivos que levam o brasileiro a ter tanta disposição empreendedora. Entre eles estão as lacunas sociais e econômicas, como os baixos salários, que estimulam a busca de renda complementar, e o fato de o Estado não ser mais um grande empregador.

Apesar desses resultados animadores, a pesquisa do GEM também identificou um alto índice de mortalidade das pequenas e microempresas, apontando o Brasil como um dos países que apresentam o maior índice de mortalidade empresarial infantil. Tal realidade é confirmada por pesquisas

desenvolvidas pelo SEBRAE, que identificam que aproximadamente 70% das pequenas e microempresas brasileiras fecham as suas portas em até 42 meses de operação.

Ao depararmos-nos com os resultados da presente pesquisa, parece ser possível compreender melhor tal cenário de falência empresarial precoce. O que se observa é que os potenciais empresários parecem não conhecer as características de comportamento empreendedor que eles precisam apresentar para empreender negócios com sucesso. Os fatores de barreira de ordem pessoal foram os menos destacados, o que expressa que os empreendedores pesquisados criam negócios sem muito critério, análise ou previsão de que competências e habilidades realmente precisam ter para atuarem como empreendedores.

Igualmente, os fatores de barreira relacionados ao projeto do futuro negócio não foram percebidos como fortes barreiras ao empreendimento de novos negócios. Nesse sentido, pode-se estimar que é baixo o nível de informação técnica a respeito do que envolve projetar a forma como o futuro negócio será operacionalizado.

Conforme afirma Schlemm (apud Bergamasco, 2001), quem tem um nível de conhecimento mais alto tende a permanecer mais tempo com o negócio em funcionamento, situação inversamente proporcional àqueles cuja formação é muito rasa. Este autor afirma, ainda, que essa forma

inconseqüente de empreender faz com que os empreendedores brasileiros desperdicem muita energia e muito dinheiro criando negócios insustentáveis.

Conforme identificado pela pesquisa, os empreendedores parecem acreditar que os fatores relacionados ao projeto não representam dificuldades ao processo empreendedor, o que se caracteriza pela falta de informação dos requisitos técnico-operacionais associados.

Finalmente, o fator de barreira de ordem ambiental foi percebido como a barreira mais expressiva ao empreendimento de novos negócios. Esse resultado está alinhado com o que é defendido pela literatura em empreendedorismo, que aponta os fatores ambientais como uma das principais barreiras levantadas por potenciais empresários. É comum os indivíduos transferirem para outros as causas de seu insucesso e também da sua dificuldade de empreender.

Ao analisar o conjunto de informações que expressam como os empreendedores pesquisados percebem os fatores de barreira intervenientes ao início de um novo negócio, pode-se tecer algumas conclusões.

Inicialmente, observa-se que foram poucas as variáveis cuja mediana atingiu um valor superior a 3 (regular) na escala, mostrando que os empreendedores identificam poucas barreiras se interpondo fortemente ao empreendimento de novos negócios. Entretanto, estudos revelam que, quando os negócios são criados, muitas dessas deficiências tornam-se evidentes,

quando uma série de fatores precisa estar presente para garantir sua evolução.

Os resultados de algumas pesquisas servem para fundamentar tal fato, quando revelam que empresas criadas apresentando deficiências profundas em uma dessas dimensões não costumam apresentar traço diferencial ou característica criativa que lhes atribua efetiva vantagem competitiva no mercado. Isso faz com que elas não consigam enfrentar as contínuas mudanças e demandas ambientais de forma competitiva, apresentando um breve ciclo de vida.

Nesse sentido, faz-se necessário repensar o processo de formação empresarial, não o relacionando apenas às diferentes etapas que se articulam até a criação de um novo negócio, mas, sobretudo, considerando-o a partir de objetivos mais amplos, que considerem o nível de informação dos empreendedores quanto às exigências para se criarem negócios competitivos e sustentáveis.

Fica evidente que a lógica da criação de empresas requer do futuro empresário uma formação mais aprofundada, sustentada na preparação, acompanhamento e assistência da empresa, pela implantação de um conjunto de ações concretas voltadas à formação do empreendedor, a ponto de torná-lo apto a desempenhar suas funções com competência.

Um país não tem condições de se desenvolver plenamente sem pessoas capazes de criar e aproveitar oportunidades, melhorar processos e inventar

negócios. Faz-se necessária, portanto, uma ação pontual sustentada sobre programas de desenvolvimento empresarial levado a cabo por um conjunto de parceiros complementares. O Estado e as regiões devem participar no financiamento de programas de apoio à criação de empresas, envolvendo ações específicas de sensibilização, formação e aconselhamento. Os vários parceiros com intervenção neste domínio deverão agrupar-se segundo diferentes graus de cooperação, para assegurar o desenvolvimento de programas comuns.

Considerando que um dos objetivos desta pesquisa é o de propor um modelo para definir os principais fatores que intervêm negativamente no empreendimento de novos negócios, constata-se que, segundo a amostra pesquisada, a caracterização da condição individual parece não precisar ser considerada, uma vez que variações nesta condição não se refletiram em variações na percepção dos envolvidos.

Isso implica dizer que o modelo se mostra aplicável apenas no que diz respeito ao estudo multidimensional das barreiras intervenientes ao empreendimento de novos negócios, caracterizadas por barreiras de ordem pessoal, barreiras relacionadas ao projeto e barreiras de ordem ambiental. Os resultados para cada um dos fatores pesquisados são mostrados na seqüência.

Dentre as dez variáveis que integram o fator "barreiras de ordem pessoal", a pesquisa identificou que o risco do fracasso, a falta de experiência

para operar o negócio, a falta de experiência na administração do negócio e o medo de enfrentar a concorrência foram as barreiras mais fortemente percebidas. O grau moderado com que estas variáveis foram percebidas expressa que esse fator não representa uma expressiva barreira ao empreendimento de novos negócios.

Chama a atenção a variável “falta de conhecimento técnico”, percebida pelos indivíduos pesquisados como uma fraca barreira ao empreendimento de novos negócios, pela importância que representa no processo empreendedor. Conforme estabelecem alguns autores, as habilidades do empreendedor (conhecimentos técnicos e de administração de negócios) são fatores essenciais à formação de negócios competitivos (Gibb & Ritchie, 1993).

Nesses termos, Solimossy (1998) afirma que a falta de conhecimento técnico poderá tornar-se um fator limitante à ação empreendedora, uma vez que a bagagem de conhecimentos gerenciais e técnicos possibilita a sustentação da credibilidade que o empreendedor precisa ter junto à sociedade, o que lhe confere maior poder para influenciar relações de negócios em seu favor.

Assim, o fato de esta variável ter sido fracamente percebida como barreira ao empreendimento de novos negócios mostra a falta de percepção da importância do conhecimento técnico. Considerando o papel que assume o conhecimento técnico na criação de negócios, a fraca percepção deste poderá

estar contribuindo, inclusive, à falência empresarial acentuada já nos primeiros anos de atividade.

Nesse sentido, uma série de pesquisas se alinha ao que foi constatado, quando apontam a falta de planejamento como uma das principais deficiências apresentadas pelo empreendedor brasileiro. Congruente com essa afirmação está o fato de o conhecimento técnico tornar-se necessário já na fase de planejamento, quando o empreendedor concebe as operações técnicas do futuro negócio.

Em relação às barreiras relacionadas com o projeto do futuro negócio, a pesquisa mostra que a falta de capital inicial é considerada a barreira mais fortemente percebida.

A falta de capital inicial integra um conjunto de recursos que o empreendedor deverá dispor para articular as ações relacionadas ao projeto do futuro negócio. Este costuma ser um fator crucial na fase de desenvolvimento do negócio, pois o empreendedor geralmente não possui o capital suficiente, e o sistema financeiro não está preparado para financiar pequenas e microempresas, estando interessado em garantias que o empreendedor não pode oferecer (Rios et al., 1991).

Congruentemente a esses resultados, a literatura em empreendedorismo aponta que as dificuldades relacionadas ao acesso de capital têm representado uma das fortes barreiras à formação e desenvolvimento de

pequenas e médias empresas e ao desenvolvimento econômico associado (Riding, 1995).

Ainda relacionado ao fator projeto, um segundo grupo de variáveis foi moderadamente percebido como barreiras. São elas: a dificuldade de contratação de mão-de-obra qualificada, a dificuldade para conseguir um ponto, a falta de idéia original e o não saber fazer pesquisa de mercado.

Alguns autores respaldam essas questões quando evidenciam a importância representada pela investigação e a pesquisa da idéia, sobretudo quando o empreendedor não conhece o ramo a ser seguido (Morris & Sexton, 1996; Morris, 1991).

Também a necessidade de recursos específicos, como a contratação de mão-de-obra qualificada e a aquisição de equipamentos, estruturados no período anterior à constituição do novo negócio, costuma ser apontada por alguns autores com significativas implicações à criação da empresa (Venkataraman et al., 1990; Sahlman, 1985). A disponibilidade desses recursos possibilita que a organização seja configurada conforme as necessidades estabelecidas.

Os fatores apontados anteriormente, assim como a disponibilidade de um ponto adequado aos interesses do negócio, costumam ser evidenciados pela literatura como fatores que costumam representar barreiras, estando também relacionados ao sucesso do negócio. Nesses termos, Fichman e Levintal (1991) afirmam que variações nas disposições iniciais desses

recursos costumam representar significativos impactos nos padrões de mortalidade em longo prazo.

Com relação à dificuldade do desenvolvimento de pesquisa de mercado, Stinchombe (1965) enaltece a necessidade do empreendedor de identificar quem são seus futuros concorrentes, clientes e fornecedores, planejando em que base pretende interagir com eles. Assim, o fato dos empreendedores pesquisados apontarem esta variável como uma barreira ao empreendimento de novos negócios mostra que estes parecem sensíveis a essas exigências.

Finalmente, dentre as barreiras de ordem ambiental destacam-se a dificuldade de acesso a fontes de financiamento e o pagamento excessivo de impostos e tributações. Esse resultado confirma a tese de Grant (1988), que afirma que os pequenos empresários são menos capazes de obter dinheiro junto a bancos, uma vez que estes rejeitam empresas recém-chegadas no mercado com muita frequência, o que é reafirmado por pesquisas desenvolvidas por Orser et al. (1993).

Com relação ao pagamento excessivo de impostos e tributações, Gibb & Allan (1995) argumentam que, embora algum progresso tenha sido feito, o ambiente para legitimar a atividade de pequenos negócios ainda pode ser descrito como burocrático e trabalhoso. Segundo estes autores, é comum potenciais empreendedores relatarem que são desencorajados a formalizar seus negócios devido às excessivas exigências fiscais e legais.

Esses resultados têm pouco significado isoladamente, se não for considerado que existe uma vinculação explícita entre a concepção estrutural e operacional da empresa a ser formada e o comportamento do indivíduo empreendedor. Miller (1983) constatou que as empresas formadas exibem características que podem ter sua configuração estrutural, estratégica, e tecnológica explicada de acordo com a visão de mundo do empreendedor. A cultura de uma organização reflete os valores de seu fundador.

Assim, um empreendedor com uma visão distorcida dos elementos imprescindíveis ao desempenho da organização fatalmente estará constituindo organizações frágeis, que não apresentam o diferencial necessário à sua competitividade.

Nesse sentido, a forma como alguns fatores de barreira são fracamente percebidos expressa uma miopia empresarial para o desconhecido. Sabe-se da importância da inclusão de fatores pessoais, organizacionais e ambientais nos processos empreendedores, sob pena de formarem-se empresas frágeis e pouco competitivas. Desse pensamento resulta a importância de o empreendedor conhecer todos os fatores que interagem no processo empreendedor, sobretudo aqueles relacionados ao cotidiano da organização.

Embora não seja necessário que o empreendedor tenha uma formação acadêmica nesse sentido, é preciso que, ao tomar a iniciativa de ser dono do próprio negócio, ele tenha um conjunto mínimo de informações técnicas sobre o ramo de negócios em que pretende atuar.

Assim, este trabalho pretende ter contribuído na clarificação do fenômeno de criação de empresas, tendo como orientação principal as ações desenvolvidas anteriormente à formação dos negócios e a percepção dos potenciais empresários quanto a fatores que representam barreiras a essa intenção.

6.2 Recomendações

Com base neste trabalho, é possível sugerir algumas futuras pesquisas em empreendedorismo.

Inicialmente, sugere-se a aplicação do modelo para uma amostra aleatória, buscando identificar até que ponto a intenção formalizada de iniciar o negócio por parte dos empreendedores interfere na percepção das barreiras ao empreendimento de novos negócios.

É possível ainda, a partir dos dados levantados por esta pesquisa, desenvolver um trabalho futuro que mostre se os empreendedores pesquisados empreenderam negócios próprios, avaliando, inclusive, o índice de sucesso obtido pelos negócios constituídos. Dentro dessa mesma concepção, é possível avaliar se os diferentes graus com que cada fator de barreira foi percebido relacionam-se com o nível de desempenho alcançado pelas empresas estabelecidas, ou seja, buscar compreender se indivíduos que percebem mais fortemente as barreiras que se interpõem à criação de novos negócios constituem empresas mais competitivas. Uma pesquisa com essa

abordagem teria muito a contribuir à teoria em empreendedorismo, pois as pesquisas na área costumam envolver empresas constituídas.

Nesse sentido, os estudos voltados à identificação das causas de sucesso de organizações estabelecidas sempre se sustentam na percepção do empresário. Assim, um estudo que prossiga esta análise poderia esclarecer o nível de sucesso alcançado por uma empresa a partir da percepção do empreendedor nascente, ou seja, como a percepção do empreendedor a respeito de fatores que representam barreiras ao empreendimento de novos negócios está associada ao desempenho da futura empresa. Um estudo com essa abordagem possibilitaria, inclusive, evidenciar a estrutura organizacional, a estratégia e o estilo de gestão definida, conforme varie a percepção do empreendedor.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALDRICH, Howard E. Methods in Our Madness. Trends in Entrepreneurship Research. In: SEXTON, D.; KASARDA, L. (Eds.). *The State of the Art in Entrepreneurship*. Boston: PWS-Kent Publishing, 1992, p. 191-213.
- ALDRICH, Howard E.; WHETTEN, David A. Organization-sets and Networks: Making the Most of Simplicity. In: NYSTROM Paul C.; William H. Starbuck (Eds.). *Handbook of Organization Design*. New York: Oxford University Press, 1981, p. 385-408.
- ALDRICH, Howard E.; ROSEN, B.; WOODWARD, W. *The Impact of Social Networks in Business Founding and Profit: A Longitudinal Study*. Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College, Boston: Babson Press, 1987.
- ALDRICH, Howard E.; AUSTER, E. R. Even dwarfs started small: Liabilities of age and size and their strategic implications. *Research in Organizational Behavior*, v. 8, p. 165-198, 1986.
- AMIT, Raphael; GLOSTEN L.; MULLER, E. Challenges to Theory Development in Entrepreneurship Research. *Journal of Management Studies*, v. 30, n. 5, p. 815-834, 1993.
- ARMINGTON, C.; HARRIS, C.; ODLE, M. *Formation and Growth in High-Technology Firms: a regional assessment, technology, innovation and regional economic development*. Washington: Office of Technology Assessment U. S. Congress: OSTA-STI-238, 1984.
- ARKES, H. R.; GARSKE, J. P. *Psychological Theories of Motivation*. Monterey: Cole Publishing, 1982.
- ARROW, K. J. *The Limits of Organization*. New York: W. W. Norton & Co Inc., 1974.
- AUTIO, Erko.; KEELEY, R. H.; KLOFSTEN, M.; ULFSTEDT, T. *Entrepreneurial Intent Among University Students: Testing an Intent Model in Scandinavia and Colorado*. Kaufman Entrepreneurship Research Conference, Boston, MA, 1997.
- AZEVEDO, G. H. Estudos preliminares. *Pequenas Empresas Grandes Negócios*, Rio de Janeiro, n. 5, p. 100-103, jun. 1989.
- BARBETTA, Pedro Alberto. *Estatística aplicada às Ciências Sociais*. 3. ed. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1999.

- BAUMOL, William J. Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive. *Journal of Political Economy*, v. 98, n. 5, p. 893-921, 1990.
- BEGLEY, Thomas M.; BOYD, D. P. A Comparison of Entrepreneurs and Managers of Small Business Firms. *Journal of Management*, v. 13, n. 1, p. 99-108, 1987.
- BEGLEY, Thomas M. Using Founder Status, Age of Firm, and Company Growth Rate as the Basics for Distinguishing Entrepreneurs From Managers of Smaller Business. *Journal of Business Venturing*, v. 10, p. 249-263, 1995.
- BHIDE, A.; STEVENSON, H. H. The Moral Foundation of Trust. *Working Paper*, n. 90-065, Harvard University, Graduate School of Business Administration, 1990.
- BIRCH, D. L. Who Creates Jobs? *Public Interest*, v. 65, p. 3-14, 1981.
- BIRCH, D. L. *Job Creation in America*. New York: The Free Press, 1987.
- BIRD, Barbara. Implementing Entrepreneurial Ideas: the case for intention. *Academy of Management Review*, v. 13, n. 3, p. 442-453, 1988.
- BIRD, Barbara. *Entrepreneurial Behavior*. Glenview: Scott, Foreman and Co., 1989.
- BIRLEY, Sue; NORBURN, David. Owners and Managers: the venture 100 versus the fortune 500. *Journal of Business Venturing*, v. 2 n. 4, p. 351-363, 1987.
- BOX, T.; WATTS, L.; HISRICH, R. Manufacturing Entrepreneurs: an empirical study of correlates of employment growth in the Tulsa MAS and Rural East Texas. *Journal of Business Venturing*, v. 9, p. 261-270, 1994.
- BOYD, Nancy G.; VOZIKIS, George S. The Influence of Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, v. 18 n. 4, p. 63-77, 1994.
- BROCKHAUS, Robert. H. Risk Taking Propensity of Entrepreneur. *Academy of Management Journal*, v. 23, n. 3, p. 509-520, 1980.
- BROCKHAUS, Robert. H. The Effect of Job Dissatisfaction on the Decision to Start a Business. *Journal of Small Business Management*, v. 18, n. 1, B. Rothman & Co. p. 37-43. 1980.
- BROCKHAUS, Robert. H. The Psychology of the Entrepreneur. In: KENT, C.; SEXTON, D. L.; VESPER, K. H. (Eds.). *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1982.

BROEHL, Wayne G. Entrepreneurship in the Less Developed World. In: KENT, C.; SEXTON, D. L.; VESPER, K. H. (Eds.). *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1982.

BURNS, Tom; STALKER, G. M. *The Management of Innovation*. Social Sciences, London, 1996.

BYGRAVE, William D. The Entrepreneurial Paradigm: a Philosophical Look at its Research Methodologies. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, v. 14, p. 7-26, 1989.

BUTT, Arif; KHAN, Wasif. *Effects of Transferability of Learning from Pre-start-up Experiences*. Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College. Boston: Babson Press, 1996.

CAIRD, Sally P. What do Psychological Test Suggest about Entrepreneurs? *Journal of Managerial Psychology*, v. 8, n. 3, p. 11-16, 1993.

CARLAND, James W.; HOY, Franc; CARLAND, Joanne C. Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: a conceptualization. *Academy of Management Review*, v. 9, n. 2, p. 354-359, 1984.

CARLSSON, Bo.; STANKIEWICZ, R. On the Nature, Function and Composition of Technological Systems. *Journal of Evolutionary Economics*, v. 1, p. 93-118, 1991.

CARTER, N. *Exploring startup event sequences*. Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College. Boston: Babson Press, 1995.

CHANDLER, A. D. *Strategy and Structure: chapters in the history of the American industrial enterprise*. Cambridge: MIT Press, 1962.

CHÉR, Rogério. *Abrindo com sucesso o próprio negócio: fundamento e prática para o empreendedor brasileiro*. São Paulo: Maltese, 1996.

CHURCHILL, Neil C.; MUZYKA, D. F. *Defining and Conceptualizing Entrepreneurship: a process approach*. Marketing and Entrepreneurship: research ideas and opportunities. Westport: Quorum Books, 1994.

COLE, Arthur H. Definition of Entrepreneurship. In: KOMIVES, J. L.; COSTROM, Karl A. (Eds.). *Seminar in the study of enterprise*, Center for Venture Management, Milwaukee, 1969, p. 10-22.

COOPER, Arnold C. Strategic Management: New Ventures and Small Business. In: SCHENDEL, Dan. E.; HOFER, Charles W. *Strategic Management*. Boston, MA: Brown and Company, 1982.

- COOPER, Arnold C. The Entrepreneurship: Small Business Interface. In: KENT, C.; SEXTON, D. L.; VESPER, K. H. *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1982.
- COOPER, Arnold C. Entrepreneurship and High Technology. In: SEXTON, Donald L.; SMILOR, Raymond W. (Eds.). *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge: Ballinger, 1986, p. 153-168.
- COOPER, Arnold C.; ARTZ, Kendall. Determinants of satisfaction for Entrepreneurs. *Frontiers of Entrepreneurship Research, Proceedings of the Babson College Entrepreneurial Research Conference*. Boston: Babson Press, 1993.
- COOPER, Arnold C., WOO C. Y. E., DUNKELBERG, W. C. Entrepreneurship and the Initial Size of Firms. *Journal of Business Venturing*, v. 5, n. 5, p. 297-312, 1990.
- CORNWALL, Jeffrey R.; PERLMAN, Baron. *Organizational entrepreneurship*. Boston: Homewood, 1990.
- COVIN, Jeffrey G.; COVIN, Teresa J. Competitive Aggressiveness, Environmental Context and Small Firm Performance. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 1990.
- COVIN, Jeffrey G.; DENNIS, P.; SLEVIN, P. A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Fall, 1991.
- CRANDALL, R. Measurement of Self-esteem and Related Constructs. In: ROBINSON, J. P.; SHAVER, P. R. (Eds.). *Measurement of Social Psychological Attitudes*, University of Michigan, Ann Arbor, MI, 1973.
- CURTIN, R. Indicators of consumer behavior: The University of Michigan Surveys of Consumers. *Public Opinion Quarterly*, v. 46, p. 340-362, 1982.
- DAVENPORT, Herbert J. *The Economics of Enterprise*. New York: Macmillan Company, 1913.
- DAVIDSSON, Per. *Letter Pertaining to Mentality Differences Relating to Entrepreneurship*. Working Paper. Sweden: Jonkoping University Press, 1997.
- DAVIS, Susan A. *Women in Business: a call to action*. Center for International Private Enterprise, Washington, 1997.
- DEAN, Thomas J.; MEYER, G. Dale. Industry Environments and New Venture Formations in U. S. Manufacturing: a conceptual and empirical analysis of demand determinants. *Journal of Business Venturing*, v. 11, p. 107-132, 1996.

- DEGEN, R. J. *O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial*. São Paulo: McGraw Hill, 1989.
- DENNIS, William J.; DIAL, Terri. *The Impact of the Owner's employment Status on New Business Formation and Their Substance*. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College. Boston: Babson Press, 1996.
- DRUCKER, Peter F. *Administrando em tempos de grandes mudanças*. São Paulo: Pioneira, 1995.
- DRUCKER, P. F. *Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios*. São Paulo: Pioneira, 1986.
- DUCHESNEAU, Donald A.; GARTNER, William B. A Profile of New Venture Success and Failure in an Emerging Industry. *Journal of Business Venturing*, v. 5, n. 5, p. 297-312, 1990.
- FARAH, Osvaldo E.; CAVALCANTI, Marli. *Empresas: criação e administração*. São Paulo: Érica, 1992.
- FARREL, L. Em busca do espírito dos pioneiros. *Revista Exame*, São Paulo, v. 23, n. 17, p. 96-98, 1991.
- FICHMAN, M.; LEVINTHAL, D. Honeymoons and the Liability of Adolescence: a new perspective on duration dependence in social and organizational relationship. *Academy of Management Review*, v. 16, n. 2, p. 442-468, 1991.
- FILION, L. J. *Vision et relations: clefs du succès de l'entrepreneur*. Montreal: Les Editions de l'Entrepreneur, 1991.
- FORTIN, P. A. *Devenez entrepreneur: pour un Quebec plus entrepreneurial*. Laval: Les Presses de l'Université Laval, 1986.
- GALBRAITH, Jay. *Designing Complex Organizations*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1973.
- GARTNER, W. B. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, v. 10, n. 4, p. 696-706, 1985.
- GARTNER, William B. Problems in Business Startup: the relationship among entrepreneurial skills and problem identification for different types of new ventures. *Frontiers of Entrepreneurship Research, Proceedings of the 1984 Entrepreneurship Research Conference*. Babson College, Wellesley: Babson Press, 1984.
- GARTNER, William B. Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business*, v. 12, n. 4, p. 15-28, 1988.

GARTNER, William B. Some Suggestions for Research on Entrepreneurial Trait and Characteristics. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, v. 14, n. 1, p. 27-38, 1989.

GARTNER, W. B.; Bird, B. J.; STARR, J. A. Acting as if: Differentiating entrepreneurial from organizational behavior. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, v. 16, n. 3, p. 13-31, 1992.

GARTNER, W. B.; Starr, J. A. The nature of entrepreneurial work. In: BIRLEY, S.; MaCMILLAN, I. C. (Eds.). *Entrepreneurship Research: Global Perspectives*. Amsterdam: North-Holland, 1993, p. 35-67.

GASSE, Yvon. Elaboration on the Psychology of the Entrepreneur. In: KENT, C.; SEXTON, D. L.; VESPER, K. H. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1982.

GASSE, Yvon. *Questionnaires d'auto-évaluation du potentiel d'entrepreneuship*. [s.i.] Université Laval, Faculté des Sciences de L'Entrepreneurship [198_?]. (mimeografado).

GERBER, Michael E. *O mito do empreendedor: como fazer de seu empreendimento um negócio bem-sucedido*. São Paulo: Saraiva, 1992.

GIBB, A.; RITCHIE, J. Understanding the process of starting small businesses. *European Small Business Journal*, v. 1, n. 1, p. 26-45, 1981.

GINSBERG, Ari; VENKATRAMAN, N. Contingency Perspectives of Organizational Strategy: a critical review of the empirical research. *Academy of Management Review*, v. 10, p. 421-434, 1985.

GILAD, Benjamin; LEVINE, Phillip. A Behavioral Model of Entrepreneurial Supply. *Journal of Small Business Management*, v. 24, n. 4, p. 45-53, 1986.

GONÇALVES, Antonio; KOPROWSKI, Sido Otto. *Pequena empresa no Brasil*. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado/Editora da Universidade de São Paulo, 1995.

GRANOVETTER, M. Economic Action and Social Structure: the problem of embedded ness. *American Journal of Sociology*, v. 91, p. 481-510, Nov. 1985.

GRANT, M. J.; Co. Ltd. *Small Business Views the Banks: the bottom line*, Canadian Federation of Independent Business. Toronto: Ontario, 1988.

GREENBERG, David B.; SEXTON, Donald L. An Interactive Model of New Venture Formation. *Journal of Small Business Management*, v. 26, n. 3, p. 1-7, 1988.

GUTH, W. D.; GINSBERG, A. Guest editor's introduction: Corporate Entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, v. 11, p. 5-15. 1990.

- HANNON, Paul D. Risk and the Entrepreneurial Process: a case study approach. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College. Boston: Babson Press, 1994.
- HANSEN, E. L. *Entrepreneurial networks: Their effect on new organization outcomes*. Doctoral Dissertation (UMI). Knoxville, TN: University of Tennessee, 1990.
- HANSEN, E. L.; WORTMAN, M. S. Entrepreneurial networks: The organization in vitro. In: HOY, F. (Ed.). *Best Papers Proceedings*. Washington, DC.: Academy of Management, 1989, p. 69-73.
- HART, Myra M.; STEVENSON, H. H.; DIAL, Jay. Entrepreneurship: a definition revisited. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College. Boston: Babson Press, 1995.
- HEBERT, Robert F.; LINK, Albert N. *The Entrepreneur: mainstream views and radical critique*. New York: Praeger, 1988.
- HERRON, L.; SAPIENZA, H. J.; COOK, D. S. Entrepreneurship Theory From Interdisciplinary Perspective. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, v. 16, n. 2, p. 7-13, 1991.
- HISRICH, Robert D.; BRUSH, Candida G. *The Woman Entrepreneur: starting, financing and managing a successful new business*. Lexington, MA: Lexington Books, 1986.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. *Entrepreneurship: starting, developing and managing a new enterprise*. 3. ed. Boston, MA: Irwin, 1993.
- HORNADAY, J. A.; VESPER, K. H. Entrepreneurial Education and Job Satisfaction. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Boston: Babson University Press, p. 526-567, 1982.
- HOSELITZ, Berthold F. *Sociological aspects of economic growth*. Glencoe, IL: Free Press, 1960.
- IBRAHIM, A. B.; GOODWIN, J. R. Perceived Causes of Success in Small Business. *American Journal of Small Business*, v. 11, n. 2, p. 41-50, 1986.
- JARILO, J. Carlos. Comments on "Transaction Costs and Networks". *Strategic Management Journal*, v. 11, p. 497-499, 1990.
- JARILO, J. Carlos. On Strategic Networks. *Strategic Management Journal*, v. 9, p. 31-41, 1988.
- JOHSON, LaFaid Jr. *Attributional Style as a Distinguishing Factor of Entrepreneurial Achievement Motivation*. Doctoral Dissertation (UMI), California School of Professional Psychology, Los Angeles, CA, 1994.

- KANTER, Rosabeth Moss. *The Changemasters*. New York: Simon and Schuster, 1983.
- KATZ, J.; GARTNER, W. B. Properties of emerging organizations. *The Academy of Management Review*, v. 13, n. 3, p. 429-442, 1998.
- KELLEY, Pearce C.; LAWYER, Kenneth. *Como organizar y dirigir um pequeno negocio*. Barcelona: Omega, 1958.
- KERLINGER, Fred N. *Foundations of Behavioral Research*. New York: Harcourt Brace, 1986.
- KETS DE VRIE, M. F. R. The Entrepreneurial Personality at the Crossroads. *Journal of Management Studies*, v. 14, p. 34-57, 1977.
- KNIGHT, Frank H. *Risk, Uncertainty and Profit*. New York: Houghton Mifflin, 1921.
- KORMAN, A. K. Toward an Hypothesis of Work Behavior. *Journal of Applied Psychology*, v. 54, n. 1, p. 31-41, 1970.
- KOTITE, E. Pequenas, o novo tônico dos EUA. *Pequenas Empresas Grandes Negócios*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 16, p. 68-71, maio 1990.
- KUMAR, Nirmalya; STERN, Louis W.; ANDERSON, James C. Conducting Interorganizational Research using Key Informants. *Academy of Management Journal*, v. 36:6, p. 1633-1651, 1993.
- KUNKEL, Scott. W. Toward a Typology of Entrepreneurial Actives. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Boston: Babson University Press, 1996.
- LIVESAY, H. C. Entrepreneurial History. In: KENT, C. A.; SEXTON, D. L.; VESPER, K. H. (Eds.). *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1982.
- LOW, M. B., MACMILLAN, I. C. Entrepreneurship: past research and future challenges. *Journal of Management*, Stillwater, v. 14, n. 2, p. 139-61, 1988.
- LUMPKIN, George Thomas; DESS, G.G. Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance. *Academy of Management Review*, v. 21, n. 1, p. 135-172, 1996.
- MaCMILLAN, Ian C. Preemptive Strategies. *Journal of Business Strategy*, v. 4, n. 2, p. 16-26, 1983.
- MCCLELLAND, David C. *The Achieving Society*. New York: Van Nostrand, 1961.

- MCCLELLAND, David C. Achievement and Entrepreneurship: a longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 1, n. 4, p. 389-392, 1965.
- MCCLELLAND, David C. Characteristics of Successful Entrepreneurs. *Journal of Creative Behavior*, v. 21, n. 3, p. 219-233, 1987.
- MARCH, J. G.; SIMON, H. A. *Organizations*. New York: Wiley, 1958.
- MCMULLAN, W. E.; LONG, W. A. *Developing New Ventures*. San Diego, CA: Harcourt Brace Jovanovich, 1990.
- MENGER, Carl. *Principles of Economics (1950)*. Translated by J. Dingwall and B. F. Hoselitz. Sociological Aspects of Economic Growth. Glencoe, IL: Free Press, 1960.
- MILES, R. H. *Organizational Behavior*. Glenview, IL: Scott Foresman, 1980.
- MILLER, D. Relating Porter's Business Strategies to Environment and Structure: Analysis and Performance Implications. *Academy of Management Journal*, v. 31, p. 280-308, 1988.
- MILLER, Danny. The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science*, v. 29, n. 7, p. 770-791, 1983.
- MINER, J. B.; SMITH, N. R.; BRACKER, J. S. Defining the Inventor-Entrepreneur in the Context of Established Typologies. *Journal of Business Venturing*, v. 7, n. 2, p. 103-113, 1992.
- MINER, J. B.; SMITH, N. R.; BRACKER, J. S. Role of Entrepreneurial Task Motivation in the Growth of Technologically Innovative Firms: Interpretations from Follow-up Data. *Journal of Applied Psychology*, v. 79, n. 4, p. 627-630, 1994.
- MINTZBERG, H. *The Structuring of Organizations*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1979.
- MORO, Francisco B. P. *Investigação do efeito de características individuais na organização: uma abordagem sistêmica*. 1997. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- MORRIS, M. J. *Iniciando uma pequena empresa com sucesso*. São Paulo: Makron, McGraw-Hill, 1991.
- MORRIS, Michael H.; SEXTON D. L. The Concept of Entrepreneurial Intensity: Implications for Company Performance. *Journal of Business Research*, v. 36, p. 5-13, 1996.

MUNZ, David C.; HUELSMAN, Timothy J.; KONOLD, Timothy, R.; McKINNEY, Juankee. Are There Methodological and Substantive Roles for Affectivity in Job Diagnostic Survey Relationships? *Journal of Applied Psychology*, v. 81, n. 6, p. 795-805, 1996.

OHE, Shoko. Three Key Experiences of Japanese Entrepreneurs during their elementary and secondary school years. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College. Boston: Babson University Press, 1996.

ORSER, B., A.; RIDING.; SWIFT, C. Banking Experiences of Canadian Micro-Businesses. *Journal of Enterprising Culture*, v. 1, 1993.

OSTGAARD, Tone A.; BIRLEY, Sue. New Venture Growth and Personal Networks. *Journal of Business Research*, v. 36, n. 1, p. 37-50, 1996.

PAL, Mariam S. *Women Entrepreneurs and the Need for Financial Sector Reform*. Center for International Private Enterprise, Washington, 1997.

PASQUALI, Luiz. *Psicometria: teoria e aplicações*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1997.

PEHAZUR, Elazar J.; SCHMELKIN, Liora P. *Measurement, Design and Analysis: An integrated Approach*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Assoc., 1991.

PENROSE, Edith. *The Growth of the Firm*. Oxford, England: Basil Blackwell Pub., 1980.

PETERS, T. J.; WATERMAN, R. H. Jr. *Search of Excellence: lessons from America's best-run companies*. Harper & Row: New York, 1982.

PLANO NACIONAL DE QUALIFICAÇÃO DO TRABALHADOR. *A experiência da mulher*. Brasília: MTb, SEFOR, 1998.,

BERGAMASCO, Cláudia. Esses milhões que movem o mundo. *Pequenas Empresas Grandes Negócios*, n. 144, p.18-23, 2001.

PETERS, T. J.; WATERMAN, R. H. Jr. *Search of Excellence: Lessons From America's Best-Run Companies*. New York: Heaper & Row, 1982.

PICOT, Arnold; LAB, Ulf.; SCHNEIDER, Dietram. Comparing Successful and less Successful New Innovative Businesses. *European Journal of Operational Research*, v. 47, n. 2, p. 190-202, 1990.

REYNOLDS, P. *National Panel Studies of Business Start-ups: research program status report and policy implications*. Trabalho apresentado no Working Party on Small Medium Enterprises em Seoul, Republic of Korea. Entrepreneurial Research Consortium, Babson College. Boston: Babson University Press, 1997.

REYNOLDS, P. Predicting new-firm births: Interactions of organizational and human populations. In: SEXTON, D. L.; KASARDA, J. D. (Eds.) *The State of the Art of Entrepreneurship*. Boston: PWS-Kent, 1992, p. 268-297.

REYNOLDS, P. *Reducing barriers to understanding new firm gestation: Prevalence and success of nascent entrepreneurs*. Paper presented at the Academy of Management Meetings, Dallas, TX. Boston: Babson University Press, 1994.

REYNOLDS, P.; MILLER, B. New firm gestation: Conception, birth, and implications for research. *Journal of Business Venturing*, v. 7, p. 405-417, 1992.

REYNOLDS, P., WHITE, S. *Wisconsin's Entrepreneurial Climate Study*. Milwaukee, WI: Marquette University Center for the Study of Entrepreneurship. Final Report to Wisconsin housing and Economic Development Authority, 1993.

RICH, S.; GUMPERT, D. E. *Business Plans that Win \$\$\$*. New York: Harper and Row, 1985.

RICHARSON, Roberto J. *Pesquisa Social: métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas, 1989.

RIDING, Allan L.; HAINES, George H. Loan Guarantee for Small Firms: recent Canadian experience on risk, economic impacts, and incrementally. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Boston: Babson University Press, 1995.

RIOS, M.; OLIVEIRA, M.M.; IBÁÑEZ, M.I. Os Alquimistas da inovação. *Pequenas Empresas Grandes Negócios*, v. 3, n. 31, p. 26-37, ago. 1991.

ROBERTS, E. B. *Entrepreneurs in High Technology: lessons from MIT and Beyond*. New York: Oxford Press, 1991.

ROBINSON, P. B.; STIMPSON D.; JONATHAN, H. K.; HUNT, H. K. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, v. 15, n. 4, p. 13-31, 1991.

ROTHWELL, R.; ZEGUELD, W. *Innovation and the small and medium sized firm*. London: Frances Pinter Publishers, 1982.

SAHLMAN, W. Note on the Venture Capital Industry. *Harvard Business School Case Materials*, Harvard University, Graduate School of Business Administration, v. 9, p. 285-096, 1985.

SANDBERG, William R. Strategic management's Potential Contributions to a Theory of Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, v. 16. n. 3, p. 73-90, 1992.

SAPIENZA, Harry J.; HERRON Lanny.; MENENDEZ, Jim. The Founder and the Firm: a Qualitative Analysis of the Entrepreneurial Process. *Frontiers of*

Entrepreneurial Research, Proceedings of the Babson College Entrepreneurial Research Conference. Boston: Babson University Press, 1993.

SCHUMPETER, Joseph A. *The Theory of Economic Development*. Cambridge, Mass: Harvard University Press-Transaction Inc., 1983.

SCHUMPETER, Joseph A. *Capitalism, socialism and democracy*. New York: Harper and Brothers, 1942.

SEBRAE. Dados sobre o segmento de micro e pequenas empresas do Brasil. Maio 1999.

SEGAL, Lewis W. Flexible Employment: composition and trends. *Journal of Labor Research*, Forthcoming, 1996.

SEXTON, D. L.; BOWMAN, N. Validation of a personality Index: Comparative Psychological Characteristics Analysis of Female Entrepreneurs, Managers, Entrepreneurship Students, and Business students. In: RONSTADT, R.; HORNADAY, J.; PETERSON, R.; VESPER, K. (Eds). *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College. Boston, MA: Babson University Press, 1986, p. 40-51.

SHANTAKUMAR, D. K. Attitudinal Characteristics of Male and Female Entrepreneurs in India and a Comparison with American Entrepreneurs. Doctoral Dissertation (UMI). Brigham Young University, UT, 1992.

SHAPERO, Albert and SOKOL Lisa. The Social Dimensions of Entrepreneurship. In: KENT, C. A.; SEXTON, D. L.; VESPER, K. H. *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, N. J: Prentice Hall, 1982.

SHAVER, Kelly G. The Entrepreneurial Personality Myth. *Business and Economic Review*, v. 41, n. 3, p. 20-23, 1995.

SMART, Denise T.; CONANT Jeffrey S. Entrepreneurial Orientation, Distinctive Marketing Competencies and organizational Performance. *Journal of Applied Business Research*, v. 10, n. 3, p. 28-38, 1994.

SOLOMON, G. T.; WINSLOW, E. K. Toward a Descriptive Profile of the Entrepreneur. *Journal of Creative Behavior*, v. 22, n. 3, p. 162-171, 1988.

SOLYMOSSY, Emeric. *Entrepreneurial Dimensions: the relationship of individual, venture and environmental factor to success*. Thesis submitted to Department of Marketing and Policy Weatherhead of Management Case Western Reserve University. UMI Company, 1998.

SOLYMOSSY, Emeric. Motivation and Success: an Empirical Study of the Push / Pull Paradigm. Review. *Journal of Business Venturing*, 1996.

SOLYMOSSY, Emeric. Push / Pull Motivation: Does it Matter in Venture Performance, p. 204-217. In: REYNOLD, P. D.; BYGRAVE, W. D.; CARTER, N. M.; DAVIDSON, P.; GARTNER, W. B.; MASON, C. M.; McDOUGALL, P. P. (Eds.). *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College. Boston: Babson University Press, 1997.

SPECHT, Pamela Hammers. Munificence and Carrying Capacity of the Environment and Organization Formation. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, v. 17, n. 2, p. 77-86, 1993.

SPECTOR, P. E. A Consideration of the Validity and Measuring of Self-Report Measures of Job Conditions. In: COOPER, G. L.; ROBERTSON, I. T. (Eds.). *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, v. 7, p. 123-151, England: Wiley, Chichester, 1992.

STEARNS, Timothy M.; HILLS, Gerald E. Entrepreneurship and New Firm Development: A Definitional Introduction. *Journal of Business Research*, v. 36, p. 1-4, 1996.

STEINER, George A. Contingency Theories of Strategy and Strategic management. In: SCHENDEL & HOFER. *Strategic Management*. England: Little Brown, 1979.

STEINMETZ, L. L. Critical Stages of Small Business Growth: When They Occur and How to Survive Them. *Business Horizons*, v. 12, n. 1, p. 29-36, 1969.

STEVENSON, H. H.; ROBINSON, M. J.; GROUSBECK, H. I. *New Business Ventures and the Entrepreneur*. 2. ed. Homewood, IL, 1985.

STEVENSON, H. H.; JARILO, J. C. A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, v. 11, p. 17-27, 1990.

STIMPSON, D. V.; ROBINSON, P. B.; WARANUSUNTIKULE, S.; ZHENG R. Attitudinal Characteristics of Entrepreneurs and Non-Entrepreneurs in the United States, Korea, Thailand and the People's Republic of China. *Entrepreneurship and Regional Development*, p. 49-55, 1990.

STINCHCOMBE, A. L. Social structure and organizations. In: March, J. G. (Ed.) *Handbook of Organizations*. Chicago, IL: Rand McNally, 1965, p. 142-193.

STODDER, G.S. Caçadores de emoções. *Pequenas Empresas Grandes Negócios*, v. 3, n. 31, p. 22-24, ago.1991.

STONER, James A. F.; Freeman, R. E. *Administração*. Rio de Janeiro: LTC, 1982.

STUART, R. W.; ABETTI, P. A. Impact of Entrepreneurial and Management Experience on Early Performance. *Journal of Business Venturing*, v. 5, p. 151-162, 1990.

SUTTON, F. X. *Entrepreneurship and Economic Growth*. Social Science Research Council and Harvard University Research Center in Entrepreneurial History, Cambridge, MA, 1954.

TAUB, Richard P.; GAGLIO Connie M. *Entrepreneurship and Policy: beyond solving the credit crunch*. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College. Boston, MA: Babson university Press, 1994.

VAN DE VEN, Andrew H. The Development of an Infrastructure for Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, v. 8, p. 211-230, 1993.

VAN DE VEN, Andrew. H.; ANGLE, H. L.; POOLE, M. S. *Research on the Management of Innovation*. New York: Harper & Row, 1989.

VAN DE VEN, Andrew. H.; ROGER Hudson.; SCHROEDER, Dean M. Designing New Business Startups: Entrepreneurial, Organizational and ecological Considerations. *Journal of Management*, v. 10, n. 1, p. 87-107, 1984.

VENKATARAMAN, S.; VAN DE VEN, A.; BUCKEY, J.; HUDSON, R. Starting Up in a Turbulent Environment: a process model of failure among firms with high customer dependence. *Journal of Business Venturing*, v. 5, p. 277-295, Sept. 1990.

VESPER, Karl H. Commentary. In: SCHENDEL, Dan E.; HOFER, Charles W. (Eds.). *Strategic Management*. Boston, MA: Brown and Company, 1979.

VESPER, Karl. H. *Entrepreneurship and Public Policy*. Pitsburg: Carnegie-Mellon University, 1983.

VESPER, Karl. H. *New Venture Strategies*. 2. ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1990.

WEBER, Max. *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Translated by Talcott Parsons. London: Allen & Unwin, 1930.

WESTHEAD, Paul.; BIRLEY, Sue. Employment Growth in New Independent Owner-managed Firms in Great Britain. *International Small Business Journal*, v. 13, n. 3, p. 11-24, 1995.

WEINER, B. *Human Motivation*. New York, NY: Rinehart Holt and Winston, 1980.

WHETTEN, D. A. Organizational Growth and Decline Processes. *Annual Review of Sociology*, v. 13, p. 335-358, 1987.

WILLIAMSON, O. E. *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*. New York, NY: Free Press, 1975.

WILLIAMSON, O. E. *The Economic Institutions of Capitalists*. New York, NY: Free Press, 1985.

WYNANT, L.; HATCH, J. *Banks and Small Business Borrowers*. The Western Business School, University of Western Ontario. London: Ontario, 1990.

ZAHRA, Shaker A. Technology strategy and financial performance: Examining the Moderating Role of the Firm's Competitive Environment. *Journal of Business Venturing*, v. 11, p. 189-219, 1996.

8 ANEXOS

8.1 Anexo 1 – Configuração do questionário

Nome: Telefone: ()
 Cidade em que reside:
 Data de Nascimento: Profissão:

Atualmente se encontra:

- Empregado
- Nunca esteve empregado
- Desempregado
- Aposentado
- Autônomo
- Outros

Já teve ou tem um negócio próprio? Sim não

O negócio que deseja iniciar se caracteriza como:

- Comércio
- Prestação de serviços
- Produção de um bem
- Outro

Por que deseja iniciar um negócio deste tipo?

.....

O que torna difícil montar o seu próprio negócio?

- 1 –
- 2 –
- 3 –
- 4 –
- 5 –

Abaixo estão descritos alguns fatores que geralmente dificultam a abertura de um novo negócio. Você deverá assinalar o grau de importância que cada um destes fatores representa no seu caso em particular:

Muito Baixo: para aqueles fatores que em nada parecem interferir na abertura do seu negócio.

Baixo: para aqueles fatores que representam uma pequena dificuldade.

Regular: para aqueles fatores que interferem de forma moderada.

Alto: para aqueles fatores que já representam uma dificuldade considerável.

Muito Alto: para aqueles fatores que representam uma dificuldade muito grande.

FATORES QUE DIFICULTAM A ABERTURA DE UM NOVO NEGÓCIO

FATORES	GRAU DE IMPORTÂNCIA DO FATOR DIFICULTADOR				
	MA	MB	B	R	A
O risco do fracasso					
A falta de experiência em como operar o negócio					
A necessidade de deixar o emprego					
A falta de tempo para organizar o negócio					
O desestímulo por parte dos amigos					
A família não é favorável a abertura do negócio					
Princípios religiosos contraditórios					
A falta de experiência em administrar um negócio					
O receio de ter menos tempo para estar com a família					
A falta de conhecimento técnico					
Dificuldade de acesso a fontes de financiamento					
Dificuldade de contratação de mão-de-obra qualificada					
Medo de enfrentar a concorrência					
Excessivas exigências burocráticas					
Dificuldade de acesso a fontes de matéria-prima e produtos					
Dificuldade de acesso ao conhecimento técnico					
Difícil acesso ao mercado consumidor					
Dificuldade para conseguir um ponto					
Falta de capital inicial					
Necessidade de conseguir sócios					
Necessidade de capital de giro					
Pagamento de impostos e tributações excessivas					
Pequeno mercado consumidor					
Baixo poder de compra dos clientes					
Baixo padrão de desenvolvimento econômico da região					
Poucos incentivos federais para empreendedorismo					
Poucos incentivos estaduais para empreendedorismo					
Poucos incentivos municipais para empreendedorismo					
Questões políticas adversas à abertura do negócio					
A infra-estrutura de serviços precária (energia, água,...)					
Difícil acesso a região					
Dificuldade de relacionamento com as pessoas da região					
Preconceito contra novos negócios na região					
Ausência de instituições que apóiem pequenos negócios					
Falta de uma idéia original					
Não sabe como fazer uma pesquisa de mercado					

8.2 Anexo 2 – Distribuição dos itens da escala de percepção dos empreendedores referente ao grau de dificuldade e características da amostra segundo uma análise tridimensional

