

---

## Empreendedorismo: algumas reflexões quanto às características

---

Augusto Fischer\*  
Tânia Maria dos Santos Nodari\*\*  
José Elmar Feger\*\*\*

---

### Resumo

Neste ensaio objetiva-se desenvolver reflexões quanto às características do empreendedorismo, com o propósito de incluir novas dimensões que possam contribuir para a compreensão do empreendedorismo, além das abordagens já utilizadas. Classifica-se quanto aos objetivos pesquisa exploratória e descritiva, e quanto aos procedimentos técnicas da pesquisa bibliográfica e da pesquisa documental. O tema representa atualmente uma importante forma de inserção das pessoas no ambiente social, econômico e político. A sociedade prestigia aqueles que realizam e empreendem, e isto torna o empreendedorismo, um interesse de estudos nos ambientes de negócios, sociais, políticos, universitários, entre outros. A ação empreendedora sempre foi considerada como condição de todas as transformações e mudanças que proporcionaram o desenvolvimento nas diversas áreas do conhecimento. A discussão em torno do empreendedorismo é ampla, contando atualmente com estudos e publicações que apontam como atitudes empreendedoras, aquelas desenvolvidas por pessoas que se destacam, principalmente, por sua iniciativa, persistência e otimismo, ou seja, variáveis comportamentais de indivíduos empreendedores. O crescente interesse pelo empreendedorismo está associado, principalmente, ao fato de que este tem sido considerado importante prática para o desenvolvimento de alguns países. Empreender é entendido como se tornar um grande ator social capaz de romper os laços de dependência, acreditando na própria capacidade de construir o próprio futuro mediante cooperação e sinergia comunitária entre os mais diversos contextos político-sociais. Todavia, empreender é muito mais do que ter um sonho e desenvolver seu próprio negócio; significa ousar, tomar iniciativas, ser persistente, ver oportunidades nos problemas, estabelecer parcerias, ser capaz de perceber além das possibilidades aparentes.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Correntes de pensamento do empreendedorismo. Comportamento empreendedor.

---

\* Doutor em Administração pela FEA-USP, SP; Mestre em Engenharia da Produção pela Ufsc; professor da Área das Ciências Sociais Aplicadas da Unoesc; Av. Idamir Bogoni, 173, Nações, CEP 89580-000, Fraiburgo, SC; [augusto.fischer@unoesc.edu.br](mailto:augusto.fischer@unoesc.edu.br)

\*\* Mestre em Administração Moderna de Empresas; professora da Área das Ciências Sociais Aplicadas da Unoesc; [tania.nodari@unoesc.edu.br](mailto:tania.nodari@unoesc.edu.br)

\*\*\* Administrador, Mestre em Desenvolvimento Regional pela Furb; doutorando em Desenvolvimento Regional pela Unisc; professor da Área das Ciências Sociais Aplicadas da Unoesc; [joseelmar.feger@unoesc.edu.br](mailto:joseelmar.feger@unoesc.edu.br)

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo constitui um tema de estudos recentes da área dos negócios, que ganha força notadamente quando se acentua a preocupação com o fenômeno de criação de empresas, como forma de criação do próprio negócio, no momento em que se buscam desenvolver formas de geração de empregos. Representa, sobretudo, uma importante forma de inserção das pessoas no ambiente social, econômico e político, pois a sociedade prestigia os indivíduos que realizam ações inovadoras e transformadoras, por meio de iniciativas ousadas, caracterizadas como empreendedoras. Empreendedores são atores que desencadeiam e conduzem processos de criação e transformação de ambientes e situações geradoras de desenvolvimento. Esse conjunto de fatores associado às crescentes necessidades de geração de renda faz com que o tema se mantenha atual, influenciando o interesse por pesquisas e estudos relacionados ao empreendedorismo.

O estudo do tema tem se expandido consideravelmente, pelo interesse que vem despertando nas diversas áreas das ciências sociais e humanas. Até poucos anos, o tema do empreendedorismo estava associado, quase que exclusivamente à economia e às áreas de negócios. O termo tem sua origem estabelecida a partir de pesquisas em economia, focadas na geração de riquezas a partir da transformação de recursos escassos. Contudo, mais tarde recebeu fortes contribuições das áreas que estudam comportamento, como a psicologia e a sociologia, o que provocou diferentes definições para o termo e, como consequência, variações em seu conteúdo. Assim mesmo, a ênfase maior do tema no campo científico permanece no enfoque econômico representado por pensadores como Schumpeter e no enfoque comportamental, representado principalmente por McClelland.

Atualmente, empreendedorismo tem importante interesse para novas áreas de conhecimento, orientando-se por diferentes vertentes, tais como ciclo de vida organizacional, guia de plano de negócios, inovação, capital de risco e empreendedorismo social.

Isso ocorreu particularmente a partir do final da década de 1980, quando o empreendedorismo se tornou tema de estudos em quase todas as áreas de conhecimento (FILION, 1999d), o que resulta na necessidade de se considerá-lo sob novas abordagens. Filion (1999d) aponta que as demandas atuais por educação e formação empreendedora não estão relacionadas somente às pessoas que desejam se lançar no mundo dos negócios por conta própria, mas também a todas as áreas das ciências humanas e administrativas.

Apesar do expressivo aumento de interesse de estudos, não faltam desafios para pesquisas, particularmente aquelas que contemplem em suas abordagens e metodologias, a cultura e as características empreendedoras que representam a inovação e o risco que inevitavelmente acompanham a inovação. Filion (1999d) sugere que existem oportunidades de pesquisa a se explorar sobre cultura organizacional das empresas dirigidas por empreendedores. O mesmo autor sugere, ainda, principalmente quando trata do ensino sobre empreendedorismo, a necessidade de se incluir pesquisas sobre modelos reflexivos e cognitivos, além de paradigmas subjetivos, que permitirão compreensão maior dos fundamentos e das diversas etapas da evolução do empreendedor, incluindo, aqui, condição neuroanatômica.

[...] a essência do trabalho do empreendedor consiste em definir contextos, o que exige uma análise e imaginação, um equilíbrio entre as funções do lado direito e do lado esquerdo do cérebro. No entanto, nosso sistema escolar é concebido para aprender a dominar as questões analíticas, aquelas que estão ligadas ao lado esquerdo do cérebro. (FILION, 1999d).

Constata-se que assuntos como análises setoriais e ferramentas necessárias para sucesso no desenvolvimento de novos empreendimentos ou manutenção de empreendimentos existentes, contam com expressiva atenção de pesquisadores. Contudo, ainda há lacunas relacionadas ao tema, que demandam pesquisas sob abordagens diversas, tais como, a cultura e as características empreendedoras. Deve-se reconhecer que a diversidade dos empreendimentos exige a

consideração da natureza, complexidade e especificidade próprias, peculiares a cada empreendimento em seu contexto.

Novas demandas de natureza social e cultural, inclusive sem fins econômicos, buscam lideranças com fundamentos em fatores típicos de empreendedorismo. Os novos contextos de atuação dos empreendedores, nos diversos cenários e que muitas vezes não se enquadram nos modelos conhecidos, decorrentes da globalização, contribuíram para as novas demandas.

O presente ensaio procura resgatar as preocupações de pesquisa e estudos, incluindo nas análises do empreendedorismo, novas dimensões que possam contribuir para a compreensão do fenômeno, além das questões que comumente são abordadas e que envolvem, basicamente, as abordagens econômicas e comportamentalistas.

No presente artigo teve-se por objetivo geral desenvolver reflexões quanto às características geralmente atribuídas ao empreendedorismo; os objetivos específicos foram: apurar as principais correntes de pensamento sob as quais se estuda o tema do empreendedorismo; analisar as características pessoais do empreendedor, à guisa dos estudos relacionados ao tema; analisar as condições para o sucesso empreendedor em comparação às características comportamentais apresentadas pelas abordagens que explicam o fenômeno do empreendedorismo.

O presente estudo classifica-se quanto aos objetivos, como pesquisa exploratória, cuja finalidade era proporcionar maiores informações sobre o empreendedorismo, e como pesquisa descritiva, com o propósito de descrever as características do empreendedorismo e o estabelecimento de relações entre essas características. Quanto aos procedimentos foram utilizadas as técnicas da pesquisa bibliográfica e da pesquisa documental.

## 2 DEFINIÇÕES DE EMPREENDEDORISMO

Há diversas definições para o empreendedorismo, dependendo das premissas das áreas do conhecimento em que é tratado o tema. Pode ser definido

como o processo pelo qual se faz algo novo ou criativo, e algo diferente ou inovador, com a finalidade de gerar riqueza para indivíduos e agregar valor para a sociedade (FILION, 2004). Para Hisrich e Peters (2004), o empreendedorismo é um processo dinâmico de criar algo novo e assumir os riscos e as recompensas traduzidas em satisfação pessoal.

Não se encontra, todavia, um consenso sobre a definição precisa para o termo empreendedorismo entre estudiosos e pesquisadores no assunto, dificultando assim, a elaboração de um conceito final. Mesmo com o grande interesse em seu estudo, encontram-se dificuldades para um consenso em torno de uma definição, em virtude das orientações distintas dos campos de estudo do tema. Associado à falta de consenso, veiculam-se concepções equivocadas e fantasiosas a respeito do empreendedor ou de suas capacidades, naturalmente aceitas pelo senso comum, e que levam a um modismo no sentido de independência econômica pessoal.

Um conceito para empreendedorismo vai muito além da esfera econômica, não se restringindo à geração de riquezas, mas muito mais, à geração de bem-estar. Hoje, o seu conceito avança na direção das áreas sociais – como o empreendedorismo social – e do ensino. Nessas áreas, o desempenho visado pelas ações empreendedoras está orientado para a geração de novos valores e de conhecimentos.

Embora seja um tema amplamente discutido nos dias atuais, quanto ao seu conteúdo, ou aos atributos que ele representa, suas definições variam muito de um lugar para outro, de um para outro pesquisador, entre diferentes áreas do conhecimento, ou, ainda, entre países diferentes. Uma grande dificuldade para a proposição de um conceito mais preciso, está no fato de se tratar de um campo de estudo científico ou acadêmico ainda recente em termos de pesquisa.

O verbo “empreender” deriva do latim *imprehendere*, ou *impraehendere*, e significa deliberar-se a praticar, propor-se, tentar a realização de tarefa ou empresa laboriosa e difícil, de colocar em execução um determinado plano ou ação. O termo empreendedor tem sua origem na palavra francesa “*entrepreneur*”, e quer dizer: aquele que assume risco e começa algo novo. Dolabela (1999) afirma que a ex-

pressão empreendedorismo, teria sido popularizada a partir de textos escritos em língua inglesa, a partir de sua origem na palavra francesa.

Para Filion (1999d), os pesquisadores sobre o assunto concordam em indicar a origem desse conceito nas obras de Richard Cantillon, banqueiro e economista do século XVIII. Nessa época, Cantillon chamou de empreendedores aqueles indivíduos que compravam matérias-primas (geralmente um produto agrícola) por um preço certo e vendiam-nas a terceiros a preço incerto, depois de processá-las, pois identificavam uma oportunidade de negócio e assumiam riscos (CERQUEIRA; PAULA; ALBUQUERQUE, 2000). Um pouco mais tarde, o industrial, economista clássico francês, Jean-Baptiste Say considerou o desenvolvimento econômico um resultado da criação de novos empreendimentos. Por volta de 1800, o termo empreendedor foi utilizado por Say, com o intuito de distinguir o indivíduo que consegue transferir recursos econômicos de um setor com baixa produtividade para um setor com produtividade elevada, proporcionando maiores rendimentos (DRUCKER, 1987).

Para Ansoff (1993) o empreendedor é aquele indivíduo cujo desejo de independência foi capaz de motivá-lo no sentido de estabelecer sua própria empresa. Para Dolabela (1999), o termo empreendedor é utilizado para designar principalmente a pessoa que se dedica à geração de riqueza, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento, seja na inovação em áreas como marketing, produção, organização, etc.

Em relação às abordagens econômicas, empreendedor é aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes. Para Schumpeter (1982) é aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem. É, portanto, o indivíduo que gera rupturas por meio de suas realizações.

Na maioria das definições de empreendedorismo há um consenso de que se trata de um conjunto de comportamentos que inclui: a capacidade para tomar iniciativa; a habilidade de organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos, a fim de transformar recursos e situações para proveito prático, e a capa-

cidade de aceitar o risco ou o fracasso. Mas, tomado de forma precisa, quer em uma própria corrente de pensamento, quer entre as diversas correntes de pensamento, não se pode esperar um consenso sobre a definição exata ou precisa do termo empreendedor. Tanto o enfoque econômico que tende alinhar os empreendedores com as inovações, como o enfoque comportamentalista que se concentra nas características de comportamentos empreendedores, destacam a capacidade e o dinamismo do indivíduo empreendedor como fundamentais para o sucesso do empreendimento e o desenvolvimento de um país.

Observa-se que essa diversidade de definições leva em certos momentos, ao uso indevido da palavra “empreendedor” e suas derivações, o que torna necessária uma revisão do seu verdadeiro significado, sob pena de não se perder a capacidade da correta identificação dos atributos desse agente de mudanças e de sua real importância para o desenvolvimento de qualquer sociedade. As características de cada área do conhecimento requerem condições e atributos próprios de ação empreendedora, que ainda podem ser exclusivos da correspondente área. Empreender em negócios é, de alguma forma, diferente de empreender em artes.

Seus vários componentes vêm sendo observados e analisados por economistas, sociólogos, historiadores, psicólogos, especialistas de ciências do comportamento ou de gestão (FILION, 1999a), sendo as definições predominantes, as dos economistas, seguindo-se os comportamentalistas.

Seu conceito tem se difundido principalmente nos últimos anos, inclusive no Brasil, e entre os inúmeros motivos que podem estar atrelados a esse crescimento estão as preocupações com a busca de alternativas econômicas para geração de renda, associadas às preocupações com a sobrevivência dos novos negócios e a redução da mortalidade das pequenas empresas. Tonelli (1997) ressalta que, em virtude do surgimento da globalização e da era do conhecimento, passou a se exigir um perfil diferenciado dos profissionais das áreas de negócios em geral, levando-os a buscarem desenvolvimento de habilidades empreendedoras, ou seja, fazendo com que sejam empreendedores em suas atividades.

Porém, não é suficiente considerar-se apenas as habilidades e características dos empreendedores de sucesso, e com base nesse conjunto se formularem conclusões. Deve-se, também, procurar relacionar as características e as habilidades com cada etapa do ciclo de vida de uma organização. É importante destacar que os empreendimentos são organismos vivos (MORGAN, 1996). As organizações, assim como os seres vivos, têm necessidades diferentes em momentos diferentes, exigirão em consequência, características e habilidades distintas em cada um desses momentos.

### 3 CORRENTES DE PENSAMENTO SOBRE EMPREENDEDORISMO

Existem muitas correntes de pensamento acerca de empreendedorismo, com ênfases distintas nas capacidades do empreendedor, tais como: as capacidades de assumir risco, de inovar e de criar novos negócios. Howard Stevenson, resume o empreendedor como o indivíduo que explora uma oportunidade contando com recursos que não controla, ressaltando o talento de realizar muito com recursos escassos.

Os economistas identificaram inicialmente o empreendedorismo como sendo o fator relevante ao desenvolvimento econômico, iniciando com Cantillon, seguido de Jean Baptiste Say. Este último é considerado o pai do empreendedorismo. Ambos dedicaram atenção à criação de novas empresas e a seu gerenciamento, e consideraram os empreendedores como sendo pessoas que aproveitam as oportunidades objetivando o lucro e assumindo o risco, associando-os à inovação e vendo-os como agentes de mudança. Mas foi Schumpeter que associou o empreendedorismo diretamente à inovação.

As dificuldades para entender o comportamento empreendedor sob elementos da racionalidade, suscitaram algumas críticas aos economistas. Desse modo, iniciaram esforços em busca de maiores esclarecimentos no campo comportamental. Os comportamentalistas enfatizaram aspectos atitudinais, como a criatividade e a intuição. Entre os comportamenta-

listas, representados por psicólogos, sociólogos, antropólogos e outros especialistas em comportamento humano, destacam-se Brackaus, McClelland, Lorrain e Dussault. Os dois últimos mostraram que os comportamentos podem melhor prever o sucesso do que os traços de personalidade (FILION, 1999a).

No entanto, a realidade social vivida pela maioria dos pequenos empresários mostra que as competências dos empreendedores não decorrem tão-somente dos fatores comportamentais, mas de fatores sociais como a influência da família, experiências profissionais anteriores, ou da própria necessidade de sobreviver. Algumas características refletem questões importantes, como a identificação de que empreendedores são seres sociais, que refletem um fenômeno regional, que existem influências familiares, entre outras (FILION, 1999a).

Apesar da importância do tema e da extensa literatura disponível sobre o assunto, as pesquisas relacionadas ao empreendedorismo indicam a necessidade de maior exploração do fenômeno, para ampliar as conclusões sobre o assunto, principalmente ao se reconhecer a influência das diversas variáveis. Além das variáveis econômicas e comportamentais – muito discutidas – e das variáveis sociais – já admitidas – deve-se considerar as variáveis institucionais que ainda são pouco exploradas. A literatura apresenta uma vasta descrição de características pessoais que foram observadas no modo de agir por parte de empreendedores. Destaca-se aqui McClelland (1987), que encontrou até 42 diferentes características referentes a empreendedores bem sucedidos. Assim, cabe refletir sobre as variáveis mais frequentes para o empreendedorismo, em todas as áreas do conhecimento, seja nos negócios, nas artes, seja na ciência ou outras áreas.

Sob a corrente econômica, a nova economia institucional, particularmente a economia dos custos de transação (COASE, 1993; WILLIAMSON, 1985; NORTH, 1990), surgem novas explicações das razões que influenciam os arranjos organizacionais, com vistas a reduzir fricções que embarçam o negócio normal. As incertezas relacionadas ao ambiente institucional influenciam iniciativas empreendedoras, podendo encorajá-las quando seus níveis são baixos,

ou desestimular quando seus níveis são elevados. O ambiente institucional é constituído por instituições informais – como costumes, convenções e códigos de conduta – e instituições formais – leis, normas e regulamentos, etc. É nesse ambiente que as regras e normas das relações são definidas, mas são as instituições formais públicas que podem determinar a clareza e a efetividade das regras e normas, resultando na redução de incertezas e proporcionando maior previsibilidade e segurança para iniciativas empreendedoras.

#### 4 CARACTERÍSTICAS PESSOAIS DO EMPREENDEDOR

A realização de um objetivo ou de um projeto pessoal ou coletivo, sempre deverá partir de um sonho ou um ideal maior, do contrário não passará de mais uma ação isolada, que raramente resultará em realização. Por outro lado, o sonho sem ação disciplinada, esta acompanhada de iniciativa, persistência, autoconfiança, além de outras variáveis comportamentais não terá êxito. O consultor Luiz Marins Filho assevera que, no mundo dos negócios – e mesmo na vida pessoal –, de nada adianta sonhar, de nada adianta agir sem chegar a um resultado positivo. O empreendedor, segundo Filion (1999a), é aquele capaz de concretizar seus sonhos, como se a realidade fosse uma projeção da mente. É aquele que imagina, desenvolve e realiza visões (FILION, 2004).

Sem reduzir a importância de outras, entre as características comportamentais mais comuns em pessoas empreendedoras, e que necessariamente devem ser encadeadas ou combinadas são destacadas com grande frequência: o sonho, o ideal ou um grande desejo; a ação ou iniciativa para realizar o sonho ou ideal; a realização ou conclusão dos projetos iniciados, produzindo resultados; a criatividade para inovação, buscando formas ou condições distintas, que possa assegurar a realização; e a ousadia com riscos calculados, baseada na confiança para a realização. A realização de qualquer objetivo de um ser humano depende, imprescindivelmente, de uma série de outras variáveis.

A maioria das definições converge para a caracterização do empreendedor, como sendo tipicamente alguém que tem o sonho de criar algo diferente, quer seja para si como o seu próprio negócio, quer para sua satisfação, como uma curiosidade. De acordo com Filion (1999b) “[...] o empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.” Segundo o autor, os empreendedores são pessoas criativas, marcadas pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos. Uma das grandes diferenças entre o empreendedor e as outras pessoas que trabalham em organizações é que o empreendedor define o objeto que vai determinar seu próprio futuro (FILION, 1999c). O empreendedor é frequentemente considerado uma pessoa capaz de identificar as oportunidades de negócios, os nichos do mercado e que sabe se organizar para progredir.

A necessidade de realização foi inicialmente apontada por McClelland (1987), ressaltando que a necessidade de realização é uma motivação social para se superar. Para Solomon e Fernald (1988), a necessidade de realização e a propensão a assumir riscos estão entre as principais características presentes no modo de agir dos empreendedores. A propensão a assumir riscos relaciona-se fortemente ao anseio de realização, fazendo com que o empreendedor esteja fortemente motivado pela necessidade de auto-realização.

A necessidade para se superar é um traço psicológico manifestado mediante: a responsabilidade pessoal pelas decisões; o estabelecimento de objetivos e a realização destes, mediante esforço; o desejo de obter *feedbacks*. Essa necessidade de realização está acompanhada de um desejo de ser aplaudido e reconhecido (KETS DE VRIES, 2001). Por outro lado, esse aspecto é o que contribui para que os empreendedores tenham, em geral, um otimismo contagiante, ao mesmo tempo em que não gostam de trabalhos repetitivos e rotineiros. Isso leva a caracterizá-los como inconformados com situações vigentes, fazendo-os buscar algo que os satisfaça.

McClelland (1987) identificou três grupos de características: orientação à pró-atividade, incluindo-se aqui a iniciativa e a assertividade; orientação para a realização – detecta oportunidades, valoriza a

qualidade do trabalho, bem como o planejamento sistemático e a avaliação dos resultados; compromisso com os outros, reconhecendo a importância de boas relações. Especificamente sobre características de comportamento, o autor destaca a autoconfiança, a persistência e a persuasão.

É possível encontrar as características de McClelland (1987) quando se avalia mais detidamente os casos de sucesso de empreendimentos de negócios, nos quais se identificam características de iniciativa, pró-ação, percepção, entre outras. Em outros campos das atividades humanas também seria possível identificar em experiências bem sucedidas, as variáveis comportamentais aqui apresentadas, mas isso não tem chamado a atenção na mesma intensidade como na área dos negócios. Os empreendedores criativos geralmente começam um projeto a partir de uma idéia simples, algumas vezes mal definida. A combinação de elevados níveis de energia, imaginação e perseverança, com a disposição para correr riscos calculados, habilita os empreendedores a transformar idéias (sonhos) em algo concreto, e capacita-os a estar sempre inovando e realizando.

Além desses aspectos, Sexton e Bowman (1985) relacionam os seguintes comportamentos dos empreendedores: tolerância a situações de ambigüidade e risco; preferência à autonomia (incluindo independência); resistência à conformidade; gosto para assumir riscos; fácil adaptação a mudanças; baixa necessidade de suporte.

De forma resumida, as características mais frequentes atribuídas aos empreendedores pelos comportamentalistas, destacam que eles são: inovadores, líderes, tomadores moderados de risco, independentes, criativos e criadores, dotados de autoconhecimento e autoconfiança, dotados de energia, tenacidade, tolerância à ambigüidade e incerteza. Possuem elevada necessidade de realização, iniciativa e capacidade de aprendizagem. Pode-se acrescentar o envolvimento de longo prazo com o projeto idealizado, o que caracteriza a persistência e a perseverante dedicação com o empreendimento.

Mas, assim como não há consenso para se caracterizar um líder e definir liderança, também não se

consegue consenso para a caracterização de um empreendedor. Admite-se que liderança, além de algumas características próprias, está sujeita às contingências para ser efetiva. Os mesmos atributos podem ser considerados para caracterizar um empreendedor, que também logra efetividade sob condições contingenciais. Admitindo que o anseio de realização é determinado à propensão de assumir riscos, pode-se supor que o ambiente institucional pode ser determinante para o empreendedorismo se desenvolver efetivamente. Em ambientes sob fortes turbulências sociais, políticas e econômicas não se nota expressivo desenvolvimento de ações empreendedoras.

## 5 CONDIÇÕES EFETIVAS PARA O SUCESSO EMPREENDEDOR

No ambiente econômico e social atual, acredita-se que qualquer pessoa que tenha uma idéia, uma reserva em poupança, um dado nível de crédito, alguns outros recursos como um endereço na internet pode abrir seu próprio negócio. Há, ainda, aqueles que desejam se tornar independentes de empregos com as regras de horários e padrões de serviços. Essa última condição exige outras análises, não necessariamente sob as abordagens do empreendedorismo.

Apenas uma idéia com iniciativa, ousadia e predisposição para correr riscos, além de outras variáveis comportamentais não são suficientes para que um empreendimento logre êxito. Empreender obriga necessariamente o sujeito a olhar para o ambiente que o cerca, entendendo, assim, que empreender é a ação de um sujeito preocupado com o seu entorno.

Como o projeto para um novo empreendimento não possui uma base histórica em que possa se apoiar, e geralmente não possui a reputação pessoal do empreendedor como indicador de desempenho, o empreendedor baseia suas decisões apenas em informações atuais e em alguma experiência profissional. Cada decisão tem implicações para a sobrevivência e o crescimento do empreendimento. Em situações com resultados favoráveis, tais decisões podem lograr o sucesso, mas, por outro lado, podem também acarretar

tar conseqüências negativas, decorrentes de aquisição ou dimensionamento de recursos errados, inadequação dos recursos às oportunidades, desperdícios de recursos, etc.

Brush, Greene e Hart (2002) sugerem que, para o sucesso de um novo empreendimento, é vital que se considere o desenvolvimento e a combinação de recursos iniciais. No entanto, isto é raramente considerado na literatura que trata de estratégias e empreendedorismo, e observações sobre o desenvolvimento e a combinação de recursos não são considerados ou são subestimados. Contrariamente, na prática, com análises empíricas mais rigorosas, essas combinações podem ser encontradas sem muito esforço.

Uma das características do pequeno empreendimento é a escassez de capital de giro e investimento. Muitas vezes, o capital inicialmente aplicado é insuficiente, e isso pode criar dificuldades atuais ou futuras, induzindo a uma estruturação inadequada do negócio. Formado a partir de uma pequena economia, como a venda de um bem ou da retirada de uma aplicação em poupança, esses pequenos negócios não têm recursos próprios para crescer e estão excluídos do crédito institucional.

Para o êxito dos negócios gerados com base no empreendedorismo, uma questão importante a ser resolvida é a institucional. São necessárias organizações especializadas no atendimento aos empreendedores – principalmente aqueles de pequeno porte. Tais organizações devem ser estruturadas de forma simples, e ao mesmo tempo, com elevado padrão gerencial e técnico, devidamente adequados ao nível dos empreendimentos em formação e maturação. Nota-se, a partir disso, a importância da criação de organismos como incubadoras, sistemas de apoio ao empreendedorismo, e de instituições de crédito para esse setor da economia, como empresas de “*capital ventures*” e de microcrédito.

Brush, Greene e Hart (2002) salientam que construir uma base inicial de recursos representa um grande desafio para o empreendedor. O processo para tornar uma idéia uma realidade palpável depara-se com inúmeras barreiras, e de tentativas correspondentes para superá-las. As decisões que o empreendedor

toma nos primeiros momentos da concepção de seu novo negócio podem ser vitais para alocação eficiente dos recursos, normalmente escassos nesse estágio do empreendimento e que podem comprometer o futuro do projeto. A base inicial de recursos é constituída pelo capital, pela tecnologia e por outros recursos aplicados na estruturação do empreendimento, mas é combinada ou alocada de forma não-equilibrada e insuficiente.

Um processo empreendedor desenvolve um ciclo multidirecional e interativo, quando sua estratégia concebida obtém a relação ótima entre oportunidade, organização e recursos. Brush, Greene e Hart (2002) sugerem a combinação de recursos do empreendedor inovador, por meio da identificação, atração, combinação e transformação de características pessoais do empreendedor em competências organizacionais. Vale dizer, no entanto, que essas fases não são exatamente seqüenciais e podem ocorrer simultaneamente, à medida que novas exigências e restrições externas vão surgindo e novos recursos ou combinações vão se tornando necessárias.

Há algumas pesquisas que têm reconhecido a importância da legitimidade para o sucesso de novos negócios. Entendem que a noção de estratégia vem sendo reformulada para suportar, de forma recursiva, às orientações institucionais. Rossoni (2005) conclui que a legitimidade é primordial para a aquisição de recursos e para a busca da sobrevivência e do crescimento.

Para Zimmerman e Zeitz (2002 apud ROSSONI, 2005), a legitimidade tem um papel chave na criação, sobrevivência e crescimento de novos negócios, e destacam três tipos de legitimidade: regulatória, normativa e cognitiva. A legitimidade regulatória está baseada em regulações, regras, padrões e expectativas criadas por governos, associações credenciadoras, agências reguladoras, associações profissionais e de organizações poderosas que envolvem sanções a serem atendidas para a legitimação das ações. A legitimidade normativa é derivada das normas e valores da sociedade ou de um ambiente social relevante para o novo negócio. A legitimidade cognitiva baseia-se nas crenças e pressupostos, provendo um modelo de

rotina diária, um conhecimento especializado, explícito e codificado, assim como um sistema de crenças promulgado por vários profissionais.

Quando se avalia o empreendedorismo sob a abordagem da nova economia institucional (NEI), pode-se avançar para uma nova possibilidade de compreensão do fenômeno. Filártiga (2007) descreve as razões da persistência da cultura da informalidade no ambiente de negócios no Brasil, relacionando-a aos custos de transação, cujo nível está associado a incertezas institucionais decorrentes das falhas de mercado e dos meios de negociação, que se resumem na falta de informações e na ausência de garantias de cumprimento de contratos. A preferência pela informalidade dos negócios reside na redução dos custos de transação. No entanto, limita o desenvolvimento de empreendimentos, sujeitando-os a riscos maiores. Filártiga (2007, p. 125) observa ainda:

As próprias instituições, muitas vezes, aumentam os custos de transação, criando processos caros e lentos, fornecendo informações confusas ou permitindo ambigüidade acerca de direitos. Nesse caso, os custos, os prazos e a complexidade das normas desestimulam a abertura de novas firmas, o registro de propriedades, a obtenção de crédito e o cumprimento de contratos.

Entre outras abordagens para se estudar empreendedorismo, há uma dimensão que parece ainda não ter sido considerada com ênfase, e que pode fornecer ricas explicações para o fenômeno: a temporalidade. Embora se desenvolvam pesquisas de histórias de sucesso empresarial e de negócios, ou ações bem-sucedidas em outras áreas das atividades humanas, não se encontram análises que buscam orientar suas atenções para as características contextuais das ações empreendedoras, tais como condições econômicas, sociais, culturais, políticas e institucionais de alcance local, regional ou geral, na época daquelas ações. As abordagens da teoria da contingência podem subsidiar as pesquisas relacionadas ao tema, por meio da análise dos contextos em que se desenvolveram e se desenvolvem os objetos de empreendedorismo.

## 6 CONCLUSÃO

Existem inúmeros estudos sobre a área de empreendedorismo. No entanto, tais estudos normalmente são fragmentados, com diversas unidades de análise diferentes e com pressupostos epistemológicos e ontológicos distintos. Alguns dos estudos concentram-se no empreendedor em si, outros nas organizações, no contexto, e, ainda, no processo de empreendimento. Diferentes concepções são apresentadas, e seus múltiplos componentes vêm sendo observados e analisados por pesquisadores de áreas diversas, como economistas, sociólogos, historiadores, psicólogos, especialistas de ciências do comportamento ou de gestão (FILION, 1999a).

Os estudos sobre empreendedorismo baseavam-se, até poucas décadas atrás, nas abordagens predominantemente econômicas, principalmente os primeiros estudos sistematizados foram desenvolvidos por estudiosos dessa área do conhecimento, como Cantillon e Jean Baptiste Say. Mais tarde, passaram a ser consideradas novas abordagens, principalmente as abordagens psicológicas e comportamentais. Mais recentemente, contudo, alguns pesquisadores, considerando a complexidade do tema, vêm se preocupando em analisar o empreendedorismo em sua totalidade, incluindo novas abordagens. Filion, estudioso canadense do empreendedorismo, destacou em palestra sobre o assunto que freqüentemente associa-se o empreendedor à criatividade. Entretanto, muitas vezes é a necessidade ou uma cultura empreendedora inserida em determinado contexto que leva o empreendedor potencial a desenvolver sua criatividade. A ação empreendedora surge em resposta do empreendedor, a um conjunto de variáveis de um determinado ambiente.

A diversidade de definições não considera muitas condições para o empreendedorismo, nem mesmo, suas diferentes formas e características. Predomina, evidentemente, a percepção formal para o tema, ou seja, como constituir o negócio de forma inovadora, ou, ainda, como empreender nas organizações, com inovação de processos ou produtos. Empreender, no

entanto, é muito mais que isto: consiste em promover saltos de transformação ou mudanças de um *status quo*, a partir de situações, muitas vezes, incômodas ou desconfortáveis.

Até hoje, não foi possível estabelecer cientificamente um perfil psicológico do empreendedor, em razão das inúmeras variáveis que concorrem na sua formação. Um perfil de empreendedor será provavelmente diferente em virtude do tempo que está no mercado, das experiências pessoais, da região de origem, do nível educacional, da religião que professa, da região em que vive, da cultura familiar, etc. Segundo Dolabela (1999), as pesquisas relacionadas ao empreendedorismo devem considerar todos esses elementos na amostragem, o que não foi feito pelos comportamentalistas.

As características de um empreendedor que são freqüentemente apresentadas, não explicam muitos casos de sucesso empreendedor, como também deixam de explicar as razões de insucessos de iniciativas empreendedoras apesar de estarem pre-

sentes naqueles casos. Por outro lado, novas áreas do conhecimento, como as abordagens antropológicas, culturais, sociais, e institucionais passaram a merecer atenção crescente para as análises de fatores que determinam as iniciativas empreendedoras. Questões associadas às condições que atraem ou inibem iniciativas de empreendedores, como os marcos institucionais e de legitimação de iniciativas, são variáveis a serem consideradas por estudos que se dedicam ao tema.

As abordagens da teoria da contingência devem merecer maior atenção nas pesquisas relacionadas ao empreendedorismo, procurando-se por meio delas, explicações de variáveis que influenciam as ações dos indivíduos empreendedores. Silva e Bassani (2007) propõem que se inclua a teoria do evolucionismo para explicar o comportamento e o fenômeno empreendedores. Pode se buscar ainda explicações sobre o tema em outras áreas das atividades caracterizadas como empreendedoras, além das áreas relacionadas aos negócios ou à economia.

### ***Entrepreneurship: Some reflections as for the characteristics***

#### *Abstract*

*The objective of this article is to develop reflections as for the characteristics of the entrepreneurship, with the purpose of including new dimensions that could contribute to the understanding of the same thing, besides the already used approaches. It is classified as for the objectives, like exploratory and descriptive inquiry, and for proceedings that used the techniques of the bibliographical and documentary inquiry. Entrepreneurship is currently an important form of integration of those in social, economical and political environment. The society prestige those who perform and undertake, and this makes entrepreneurship, a topic of current interest of studies in business environments, social, political, and academics, among others. The enterprising action had always been considered as a condition of all the transformations and changes that provided the development in several areas of the knowledge. The discussion about entrepreneurship is broad, currently relying on studies and publications that show how attitudes entrepreneurs, those undertaken by people who stand out, mainly on their own initiative, persistence and optimism, or behavioural variables of enterprising individuals. The growing interest in the subject is associated mainly on the fact that this has been considered an important practice for the development of some countries. Doing business is seen as becoming a major social actor able to break the bonds of dependency, believing in their ability to build their own future through cooperation and synergy among the most diverse community political and social contexts. But take is much*

*more than having a dream and develop their own business; means dare to take initiatives, be persistent, see opportunities in problems, establish partnerships, be able to see beyond the possibilities apparent.*

*Keywords: Entrepreneurship. Currents of entrepreneurship thought. Enterprise behavior.*

## REFERÊNCIAS

ANSOFF, H. Igor. **A nova estratégia empresarial**. São Paulo: Atlas, 1993.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2003.

BRUSH, C. G.; GREENE, P. G.; HART, M. M. Empreendedorismo e construção da base de recursos. **Revista de Administração de Empresas – RAE**, São Paulo, v. 42, n. 1, p. 20-35, 2002.

CERQUEIRA, H. E. A. da G.; PAULA, J. A. de; ALBUQUERQUE, E. da M. E. **Teoria econômica, empresários e metamorfoses na empresa industrial**. Belo Horizonte: Cedeplar/Face/UFMG, 2000.

COASE, Ronald H. **The Nature of the Firm**. In: WILLIAMSON, O.; WINTER, S. *The Nature of the Firm: Origins, Evolution and Development*. Oxford University Press, 1993.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

\_\_\_\_\_. **Pedagogia Empreendedora: O Ensino do Empreendedorismo na Educação Básica, voltado para o Desenvolvimento Sustentável**. São Paulo: Editora de Cultura, 2003.

DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1987.

ESCOLA DE NOVOS EMPREENDEDORES. **Perfil de empreendedores de sucesso e fracasso**. Florianópolis: Ed. Ufsc, 1997.

FILÁRTIGA, G. B. Custo de transação, instituições e a cultura da informalidade no Brasil. **Revista do BNDES**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 28, p. 121-144, dez. 2007.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **RAUSP – Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999a.

FILION, L. J. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas (RAE)**, São Paulo, v. 39, n. 4, p. 6-20, out./dez. 1999b.

\_\_\_\_\_. Empreendedorismo e Gerenciamento: processos distintos porém complementares. **Revista de Administração de Empresas (RAE)**, São Paulo: Light, 1999c.

\_\_\_\_\_. **O Empreendedorismo como tema de estudos superiores**. In: A UNIVERSIDADE FORMANDO EMPREENDEDORES. Brasília, DF: CNI-IEL Nacional, 1999d.

\_\_\_\_\_. Entendendo os intraempreendedores como visionistas. **Revista de Negócios**, Blumenau, v. 9, n. 2, p. 65-80, abr./jun. 2004.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KETS DE VRIES, M. Rebeldes criativos com causa. In: BIRLEY, S.; MUZYKA, D. **Dominando os desafios do empreendedor**. São Paulo: Makron Books, 2001.

McCLELLAND, D. Characteristics of Successful entrepreneurs. **The Journal of Creative Behavior**, v. 21, n. 3, p. 219-233, 1987.

MORGAN, G. **Imagens das organizações**. São Paulo: Atlas, 1996.

NORTH, Douglas. **Institutions, institutional change and economic performance**. New York: Cambridge University Press, 1990. 152 p.

ROSSONI, L. Empreendedorismo e legitimidade: elementos constituintes do desenvolvimento de novos negócios. In: PROGRAMA DE EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO, 2005, Curitiba. **Anais...** Curitiba: Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2005.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEXTON, D.; BOWMAN, N. The entrepreneur: a capable executive and more. **Journal of Business Venturing**, v. 1, p. 129-140, 1985.

SILVA, L. F.; BASSANI, C. L. Evolucionismo: a face oculta do empreendedorismo. **Brazilian Business Review**, Vitória, v. 4, n. 1, p. 60-73, jan./abr. 2007.

SOLOMON, G.; FERNALD, L. Value profiles of male and female entrepreneurs. **International Small Business Journal**, v. 6, n. 3, p. 24-33, 1988.

TONELLI, A. **Elaboração de metodologia de capacitação aplicada ao estudo das características comportamentais dos empreendedores**. 1997. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção)– Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção. Florianópolis: Ed. Ufsc, 1997.

VIEGA, J. E. O que é empreendedorismo? **Revista Valor**. Disponível em: <<http://www.usp.br/econ/media/fck/file/012-2003-05-20.pdf>>. Acesso em: 2 set. 2008.

WILLIAMSON, Oliver E. **The economic institutions of capitalism: firms, markets, relational contracting**. New York: The Free Press, 1985. 450 p.

Recebido em 29 de julho de 2008

Aceito em 15 de outubro de 2008

