

## Psicologia do Empreendedorismo



António Caetano, Susana Correia Santos  
e Sílvia Fernandes Costa

# Psicologia do Empreendedorismo

Processos, Oportunidades e Competências



LISBOA, 2012

© António Caetano, Susana Correia Santos e Sílvia Fernandes Costa

António Caetano, Susana Correia Santos e Sílvia Fernandes Costa  
Psicologia do Empreendedorismo. Processos, Oportunidades e Competências

Primeira edição: Setembro de 2012  
Tiragem: 400 exemplares

ISBN: 978-989-8536-13-6  
Depósito legal:

Composição em caracteres Palatino, corpo 10  
Conceção gráfica e composição: Lina Cardoso  
Capa: Nuno Fonseca  
Revisão de texto: Manuel Coelho  
Impressão e acabamentos: Europress, Lda

Este livro foi objeto de avaliação científica

Reservados todos os direitos para a língua portuguesa,  
de acordo com a legislação em vigor, por Editora Mundos Sociais

**Editora Mundos Sociais**, CIES, ISCTE-IUL, Av. das Forças Armadas,  
1649-026 Lisboa  
Tel.: (+351) 217 903 238  
Fax: (+351) 217 940 074  
E-mail: [editora.cies@iscte.pt](mailto:editora.cies@iscte.pt)  
Site: <http://mundossociais.com>

## ÍNDICE

Índice de figuras e quadros .....	vii
Prefácio.....	xi
<b>1 Empreendedorismo. Da palavra ao processo .....</b>	<b>1</b>
Pequena biografia de uma grande ideia.....	2
O processo empreendedor.....	9
Os fatores de influência no processo empreendedor: diferentes níveis de ação .....	20
<b>2 Oportunidades de negócio .....</b>	<b>25</b>
O processo de reconhecimento de oportunidades de negócio.....	26
Abordagens sobre o reconhecimento de oportunidades de negócio.....	29
As bases cognitivas do reconhecimento de oportunidades.....	42
<b>3 As características psicossociais do empreendedor...</b>	<b>49</b>
As motivações empreendedoras.....	54
Competências de gestão.....	61
Competências psicológicas.....	67
Competências sociais.....	73

O potencial empreendedor .....	75
<b>4 Empreendedorismo na primeira pessoa.....</b>	<b>81</b>
Reconhecer oportunidades de negócio.....	81
Reunir os recursos necessários para o negócio .....	87
Motivações empreendedoras .....	91
A mudança de vida de um empreendedor .....	95
As dificuldades dos empreendedores .....	99
<b>5 O empreendedorismo em Portugal .....</b>	<b>105</b>
O empreendedorismo em Portugal e sua comparação com outros países: o GEM .....	105
O GEM em Portugal.....	111
O empreendedorismo no ensino superior .....	117
<b>Conclusões gerais .....</b>	<b>121</b>
<b>Referências bibliográficas .....</b>	<b>125</b>

## Índice de figuras e quadros

### Figuras

1.1 O fluxo circular da economia segundo Richard Cantillon (2010 [1755]).....	3
1.2 Modelo geral para o estudo do empreendedorismo.	10
1.3 Capital necessário para um <i>start-up</i> .....	12
1.4 Exemplo do processo de desenvolvimento de um plano de negócios .....	14
1.5 As seis fases do processo empreendedor .....	19
1.6 Fatores distais, meso e proximais no processo empreendedor.....	21
1.7 O binómio fundador do empreendedorismo .....	23
2.1 Fatores individuais para reconhecer oportunidades de negócio de acordo com a abordagem cognitiva ....	28
2.2 A perspetiva da ligação de pontos entre eventos aparentemente não relacionados à partida.....	33
2.3 Fatores que criam oportunidades e questões de reconhecimento .....	34
2.4 Domínios do reconhecimento de oportunidades .....	36
2.5 As etapas do reconhecimento de oportunidades de negócio recorrendo ao raciocínio abduativo.....	39

2.6	As metáforas da causação e efetuação no reconhecimento de oportunidades de negócio.....	41
2.7	O modelo bidimensional do reconhecimento de oportunidades de negócio.....	45
2.8	O modelo bidimensional da decisão para lançar um negócio .....	46
3.1	Fatores de influência para o lançamento de um novo negócio .....	53
3.2	Modelo do potencial empreendedor.....	53
3.3	A motivação como processo de acordo com Pritchard e Ashwood (2008).....	56
3.4	O processo empreendedor e a motivação empreendedora.....	57
3.5	Expetativas de eficácia e de resultado (adaptado de Bandura, 1977).....	59
3.6	O processo de tomada de decisão de criar um negócio por necessidade (adaptado de Serviere, 2010) .....	62
3.7	Os diferentes tipos de capitais necessários para a atividade empreendedora .....	66
3.8	Três componentes da criatividade segundo Amabile (1998) .....	69
3.9	Perfis de potencial empreendedor dos indivíduos A e B nas onze subdimensões .....	78
5.1	Modelo GEM simplificado (adaptado de GEM, 2011).....	109
5.2	As TAE das economias orientadas para a inovação entre os anos de 2007 e 2010 .....	110
5.3	A TAE de Portugal entre 2001 e 2010 .....	112
5.4	O empreendedor português de acordo com o relatório GEM Portugal 2010.....	114
5.5	Percentagem de indivíduos entre os 18 e os 64 anos de idade que consideram ter as capacidades para iniciar um negócio e que afirmam identificar boas oportunidades de negócio na sua zona de residência .....	115



5.6	Percentagem de indivíduos entre os 18 e os 64 anos que afirmam ter a intenção de fundar um negócio nos próximos 3 anos e que concordam com a afirmação de que no seu país as pessoas veem no empreendedorismo uma opção de carreira.....	115
5.7	A formação avançada em empreendedorismo – cursos especializados.....	119

### **Quadros**

2.1	Características do protótipo de oportunidade de negócio.....	44
3.1	Definição das dimensões e subdimensões do potencial empreendedor .....	77
4.1	Descrição da área de negócio e características dos negócios dos empreendedores .....	83
5.1	A tipologia geral de economias utilizada pelo estudo do GEM (2011).....	107
5.2	Condições estruturais para a promoção do empreendedorismo.....	116



## Prefácio

A palavra “empreendedor” foi cunhada em francês há mais de três séculos, mas nunca conheceu tanta popularidade como na última década. Presentemente, uma pesquisa simples da palavra *entrepreneurship* na *web* gera mais de setenta milhões de resultados, e mesmo em português a pesquisa de “empreendedorismo” gera mais de três milhões. A comunicação social noticia frequentemente casos de empreendedores de sucesso, salienta ideias de negócio promissoras e promove inúmeras atividades que visam catalisar o espírito empreendedor de talentos jovens e menos jovens, de estudantes e ex-estudantes, e de desempregados atuais ou potenciais.

Estamos a viver uma época em que predomina a crença de que o empreendedorismo constitui para alguns indivíduos uma alternativa às formas de emprego que vigoraram até ao fim do século XX, e que pode contribuir fortemente para resolver alguns dos principais problemas de competitividade e produtividade associados à presente crise económica e financeira. Muito embora o empreendedorismo possa constituir, sem dúvida, um processo importante para o desenvolvimento económico e social, as expectativas relativamente ao seu papel para superar as dificuldades atuais do modelo financeiro e económico instituído decorrem de crenças porventura exageradas e demasiado simplistas acerca do processo empreendedor.

O empreendedorismo é um processo cíclico que se inicia na geração de uma ideia que pode traduzir-se numa oportunidade de negócio que é convertida numa proposta de valor acrescentado para uma atividade económica. Geralmente, existe um grande hiato entre a geração da ideia e a sua transferência para a realidade sob a forma de uma atividade empreendedora.

Enquanto dispositivo socioeconómico, o sucesso do empreendedorismo depende de diversos fatores culturais, institucionais e contextuais associados à atividade económica e aos recursos técnicos e financeiros. Todavia, na génese desse dispositivo há um conjunto de aspetos e processos psicológicos que são fundamentais e que importa clarificar.

De um modo geral, o sucesso do empreendedorismo não depende apenas de um conjunto de ações pontuais, esporádicas ou cirúrgicas, desenvolvidas a nível nacional ou local. Antes requer uma abordagem consistente em termos socioculturais que promova os valores de inovação e criatividade, bem como a aquisição e desenvolvimento de competências necessárias para se lidar eficazmente com a incerteza e os riscos associados a uma determinada atividade. A este respeito, a inclusão, desde o início do currículo escolar, de programas focalizados no desenvolvimento de competências empreendedoras e a promoção de vivências concretas por parte das crianças podem contribuir ativamente para o desenvolvimento do seu espírito empreendedor e da sua capacidade para concretizar ideias inovadoras, mesmo que não se pretenda que venham a ser empreendedores. Esta mudança institucional e cultural é ambiciosa e requer um esforço educativo consistente em todos os níveis de ensino, desde o básico ao universitário. Os contributos e atividades educativas isoladas para o empreendedorismo a que assistimos hoje em dia são um primeiro passo, mas manifestamente insuficiente para permitir o florescimento do espírito empreendedor.

A mediatização de que o empreendedorismo tem sido alvo traduziu-se na proliferação do campo lexical a ele associado. Isto é, um conjunto de palavras associadas ao empreendedorismo

surgiu recentemente. Existe ainda um caminho a percorrer para definir com mais rigor os constructos associados ao empreendedorismo e à sua aplicação a diferentes contextos e realidades. Torna-se premente desenvolver uma análise sistemática da importância da aplicação dos mecanismos do empreendedorismo a diferentes contextos e realidades, como a economia informal e o desenvolvimento social e organizacional.

Este livro focaliza-se no nível individual e procura contribuir para a promoção do espírito empreendedor, clarificando os principais aspetos psicológicos que lhe estão associados. Com base na sistematização das principais teorias e estudos empíricos realizados nas últimas décadas, apresenta-se uma reflexão sobre as cognições, atitudes, conhecimentos, decisões e motivações dos indivíduos que procuram ser empreendedores.

No capítulo 1 apresenta-se uma breve perspetiva histórica do empreendedorismo, enriquecida com excertos de algumas das obras mais marcantes. Atualmente, o empreendedorismo é conceptualizado como um processo que se desenvolve em diversas etapas, embora não linearmente, e que se inicia com uma atividade mental crítica: o reconhecimento das oportunidades de negócio. No capítulo 2 apresentam-se as principais teorias e estudos que têm ajudado a explicar como se reconhecem oportunidades de negócio. O capítulo 3 focaliza-se no indivíduo empreendedor. Nem todos os indivíduos reconhecem oportunidades e conseguem transformá-las em atividades geridas com sucesso; os que o conseguem revelam alguma distintividade psicossocial? Neste capítulo sistematizam-se as principais teorias psicológicas que explicam a idiosincrasia dos empreendedores. No capítulo 4 procura-se compreender o empreendedorismo a partir do discurso de empreendedores consagrados que nos descrevem a sua experiência em diferentes fases do processo. Para finalizar este livro e para complementar a abordagem psicossocial do empreendedorismo, no capítulo 5 apresentamos uma breve síntese sobre o empreendedorismo e a atividade empreendedora em Portugal. Com

base no projeto de monitorização da atividade empreendedora Global Entrepreneurship Monitor, podemos também efetuar uma comparação entre os resultados em Portugal e noutros países.

Resumidamente, este livro pretende despertar a atenção do leitor para a importância de conceptualizar a atividade empreendedora como um processo psicossocial dinâmico que requer a conjugação entre oportunidades de negócio, indivíduos com motivação e potencial empreendedor e contexto sociocultural e económico propiciador de recursos, da inovação e da assunção de riscos. Neste sentido, este livro pode constituir uma “boa oportunidade” para todos os que já estão ou pretendam vir a estar envolvidos em atividades empreendedoras, incluindo estudantes, formadores e financiadores.

Embora a responsabilidade pelo conteúdo do livro seja exclusivamente dos autores, queremos agradecer as sugestões de um *referee* anónimo e do revisor tipográfico, bem como o apoio parcial à pesquisa realizada por parte da BRU-IUL (Business Research Unit do ISCTE-IUL) e da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (PEst-OE/EGE/UI0315/2011, SFRH/BD/45768/2008 e SFRH / BD / 76079 / 2011).