



Centro de Estudos de
Economia Aplicada do Atlântico

WORKING PAPER SERIES

CEEApIA WP No. 08/2013

Determinantes da Propensão para o Empreendedorismo: uma revisão de literatura

**Sandra Dias Faria
João Pedro Couto**

December 2013

**Determinantes da Propensão para o
Empreendedorismo: uma revisão de literatura**

Sandra Dias Faria

Universidade dos Açores (DEG e CEEAplA)

João Pedro Couto

Universidade dos Açores (DEG e CEEAplA)

RESUMO/ABSTRACT

Determinantes da Propensão para o Empreendedorismo: uma revisão de literatura

This paper presents a review of the main concepts advocated in the search for the determinants of the propensity for entrepreneurship, trying to synthesize the state of the art in the field, in other words, synthesizing as classical literature and the latest treat the subject.

Entrepreneurship was seen as one of the areas of study of management with greater growth in recent years, with notable consolidation and ramification of research undertaken worldwide. Among the various lines of research in this field of knowledge, we will focus our literature review in defining the determinants of entrepreneurial propensity.

Key words: Propensity; Entrepreneurship; Determinants

Sandra Dias Faria
Universidade dos Açores
Departamento de Economia e Gestão
Rua da Mãe de Deus, 58
9501-801 Ponta Delgada

João Pedro Couto
Universidade dos Açores
Departamento de Economia e Gestão
Rua da Mãe de Deus, 58
9501-801 Ponta Delgada

Determinantes da Propensão para o Empreendedorismo: uma revisão de literatura

SANDRA DIAS FARIA

JOÃO PEDRO COUTO

Resumo

Este trabalho apresenta uma revisão dos principais conceitos preconizados na procura dos fatores determinantes da propensão para o empreendedorismo, procurando sintetizar o estado-da-arte da área, ou seja, sintetizar como a literatura clássica e a mais recente tratam o tema.

O Empreendedorismo assumiu-se como uma das áreas de estudo da Gestão com maior crescimento nos últimos anos, sendo notória a consolidação e a ramificação da investigação desenvolvida em todo o mundo. De entre as várias linhas de investigação nesta área do conhecimento, focaremos a nossa revisão de literatura na definição dos fatores determinantes da propensão empreendedora.

Palavras-chave: Propensão; Empreendedorismo; Determinantes

Abstract

This paper presents a review of the main concepts advocated in the search for the determinants of the propensity for entrepreneurship, trying to synthesize the state of the art in the field, in other words, synthesizing as classical literature and the latest treat the subject.

Entrepreneurship was seen as one of the areas of study of management with greater growth in recent years, with notable consolidation and ramification of research undertaken worldwide. Among the various lines of research in this field of knowledge, we will focus our literature review in defining the determinants of entrepreneurial propensity.

Key words: Propensity; Entrepreneurship; Determinants

Acknowledgement: CEEAplA - Research Center for Applied Economics.

I. Introdução

O conceito de Empreendedorismo evoluiu como resultado de inúmeros contributos, porém podemos afirmar que a sua génese assenta em dois pilares: oportunidades e recursos. A capacidade de criar formas inovadoras de resolver problemas constitui um dos pilares do processo empreendedor, para tal os indivíduos terão de combinar oportunidades com recursos disponíveis (Serapio, 2010).

A identificação de oportunidades deriva da perceção de novos mercados, de novas tecnologias, de novas ideias ou de novos modelos de negócio. Por sua vez, constituem-se recursos o capital humano, o acesso a informação, as redes sociais e profissionais, o capital de risco e as capacidades de gestão. A conjugação de oportunidades e recursos resulta na criação de novas iniciativas (Kuemmerle, 2003).

A capacidade empreendedora de uma sociedade depende, antes de mais, da capacidade dos indivíduos identificarem oportunidades. Contudo, para que possamos falar de empreendedorismo não podemos ficar pela identificação de oportunidades, é necessário concretizar, é necessário empreender.

Pelo que neste trabalho abordaremos a identificação de oportunidades empreendedoras; os fatores determinantes do empreendedorismo, isto é, aquilo que leva os indivíduos à ação. É crucial compreender quais os fatores na base da propensão empreendedora para que possamos através destes fatores influenciar a capacidade empreendedora dos indivíduos, contribuindo para a dinamização de uma região ou de um país.

II. Revisão de Literatura

Determinantes do Empreendedorismo

Eleger um ou dois fatores como determinantes da capacidade empreendedora é redutor, decorrendo daqui uma simplificação excessiva e descaracterizadora da realidade. Porquanto, definir um conjunto de fatores determinantes da atividade empreendedora exige olhar a

múltiplas variáveis, sendo muitas delas interdependentes e, por isso mesmo, portadoras de complexidade. Como já referido anteriormente, para compreender o Empreendedorismo é necessário esmiuçar todo o processo, compreendendo os seus meandros.

Identificação de oportunidades empreendedoras

A identificação de oportunidades empreendedoras poderá diferir conforme seja assumida a perspetiva *Kirzneriana* ou a perspetiva *Shumpeteriana* (Shane, 2003). (Venkataraman, 1997) Venkataraman (1997) cognomina estas perspetivas como a fraca e a forte, respetivamente. Em traços gerais, Kirzner e Shumpeter diferem na forma como assumem o reconhecimento de oportunidades empreendedoras: aquelas que envolvem o acesso diferenciado a informação já existente e aquelas que envolvem a introdução de nova informação, respetivamente.

Na perspetiva Kirzneriana, a existência de uma oportunidade empreendedora requer apenas um acesso diferenciado a informação já conhecida (Shane, 2003). Os indivíduos recorrem a informação que possuem para produzir formas eficientes de utilização de recursos (Kirzner, 1973).

Porém, devido a processos de decisão pouco precisos, em algumas situações poderão tomar decisões erróneas, criando resultados indesejados _ escassez ou excesso (Gaglio e Katz, 2001; Renko, *et al.*, 2012). Daqui resulta a possibilidade dos indivíduos obterem recursos, poderem recombina-los e venderem os resultados na esperança de conseguirem algum proveito (Shane e Venkataraman, 2000; Corbett e Katz, 2012).

Numa perspetiva diferente, Shumpeter (1934) considera fundamental reconhecer como empreendedoras, aquelas que contenham novas informações, isto é, inovação. Defendeu a recombinação de recursos a partir de novas informações resultantes de alterações na tecnologia, nas forças políticas, na regulamentação, nos fatores macroeconómicos e sociais. Estas alterações terão repercussões no preço de equilíbrio dos recursos, permitindo aos detentores de informação adquirir os recursos a preços mais competitivos, combiná-los de forma a aumentar o valor reconhecido e vendê-los, em busca de proveitos (Shane e Venkataraman, 2000).

De acordo com Shane e Venkataraman (2000), enquanto alguns autores explicam o reconhecimento de oportunidades empreendedoras, ora pela perspectiva Schumpeteriana, ora pela perspectiva Kirzneriana; outros defendem que ambas as perspectivas representam diferentes tipos de oportunidades, podendo estarem presentes na economia, simultaneamente. Esta nova abordagem traz ao estudo do empreendedorismo uma nova dinâmica, percebendo-se que os diferentes tipos de oportunidades têm diferentes implicações na economia (Shane, 2003).

Tabela 1 - Diferentes tipologias de oportunidades

Oportunidades Schumpeterianas vs. Kirznerianas	
<u>Schumpeterianas</u>	<u>Kirznerianas</u>
Desequilíbrio	Equilíbrio
Exige nova informação	Não exige nova informação
Muito inovadoras	Menos inovadoras
Raras	Comuns
Envolve criação	Limitadas à descoberta

Fonte: Adaptado de Shane, 2003.

Segundo o autor, se por um lado as oportunidades Schumpeterianas resultam de forças de desequilíbrio, fazendo do empreendedorismo uma atividade potenciadora de desequilíbrio; as oportunidades Kirznerianas são resultado de forças de equilíbrio, ou seja, transforma o empreendedorismo numa atividade de equilíbrio. Pelo que as oportunidades defendidas por Kirzner traduzem-se no reforçar de formas estabelecidas de como fazer algo (Shrader e Simon, 2012).

A natureza desequilibrada das oportunidades Schumpeterianas faz com que estas sejam não só mais valiosas, como também mais raras relativamente às Kirznerianas. Para além disso, o processo de descoberta, avaliação e exploração das mesmas é também diferente. Logo,

ceteris paribus, o risco associado às oportunidades Schumpeterianas deverá ser superior ao associado às oportunidades Kirznerianas (Shane, 2003; Shrader e Simon, 2012).

Por tudo isto, podemos depreender que a exigência quanto às características dos indivíduos num e noutra tipo de oportunidades é, necessariamente, diferente. A exigência no processo de descoberta e exploração de oportunidades, no processo de aquisição e organização de recursos, bem como as estratégias necessárias serão mais exigentes nas oportunidades Schumpeterianas do que nas Kirznerianas.

Para Shane (2003) uma oportunidade empreendedora é definida como uma situação na qual uma pessoa pode criar uma nova finalidade para a recombinação de recursos que o empreendedor acredita resultar em proveitos.

Segundo este autor, as oportunidades empreendedoras diferenciam-se das demais por conferirem criação de valor através da inovação, enquanto as restantes passam pela otimização de recursos, porém num contexto já conhecido, sem que a inovação seja parte integrante do processo. Ainda segundo (Shane, 2003), as oportunidades empreendedoras não têm que ser lucrativas, poderão ocorrer situações em que as iniciativas acabam por produzir resultados negativos. Deste modo, o autor sugere que as oportunidades empreendedoras não devem ser encaradas como as defendidas pelas Teorias de Ricardo ou de Shumpeter, por estas caracterizarem-se por serem sempre lucrativas.

O processo de empreendedorismo é de longe influenciado pelas oportunidades que se apresentam aos potenciais empreendedores, pelo que compreendê-las é de todo indispensável, mais não seja pela diferente capacidade que estas têm de gerarem resultados.

Fatores influenciadores da propensão para o Empreendedorismo

O empreendedorismo, como já vimos, é um fenómeno muito complexo, pelo que a sua definição, ainda, continua a ser discutida nos dias de hoje.

De acordo com Trigo (2003), o empreendedorismo não pode ser entendido como um fenómeno simples e unidimensional. É influenciado pela personalidade do indivíduo e pelos seus comportamentos, do mesmo modo que é influenciado pelo contexto. Da relação de todos

estes elementos resulta o desempenho da organização, como comprova a autora na figura seguinte:

Figura 1 - Relação entre o empreendedor, o seu comportamento e o meio envolvente



Fonte: Adaptado de Trigo (2002).

Deste modo, olhar para o empreendedorismo como resultante exclusivamente de fatores inerentes ao indivíduo é redutor; assim como olhar para o empreendedorismo como resultado do meio envolvente, isto é, de fatores externos será insuficiente.

Desta feita, os níveis de empreendedorismo de uma determinada sociedade são determinados por fatores como as preferências e habilidades dos indivíduos ou as oportunidades oferecidas pelo meio envolvente. Contudo, estes fatores são influenciados por outros fatores, como sejam a performance da economia, a cultura, o nível de tecnologia disponível, a natureza das instituições e as variáveis demográficas da sociedade (Hofstede, *et al.*, 2004).

Fatores individuais

Nesta secção procuraremos identificar as diferenças entre indivíduos que potenciam que alguns possam ir para além da identificação de oportunidades empreendedoras, e possam na verdade explorá-las.

Estas características individuais traduzem-se nas diferenças possíveis de encontrar entre indivíduos. Sendo, a partir destas, explicada a propensão empreendedora de alguns destes indivíduos comparativamente aos restantes (Shane, 2003).

Existem dois tipos de fatores para explicar as diferenças individuais: (1) fatores psicológicos e (2) fatores não-psicológicos. Os primeiros dizem respeito a variáveis como a motivação, capacidade de avaliação e capacidade cognitiva; os segundos reúnem variáveis como a educação, experiência de carreira, idade, posição social e custo de oportunidade (Shane, 2003).

Quando falamos em fatores individuais, temos de falar em fatores psicológicos e na influência que estes exercem sobre a capacidade empreendedora de cada indivíduo (Cromie, 1987; McCrae e Costa, 1987; Robinson *et al.*, 1991; (Baron, *et al.*, 2013).

Embora as características psicológicas não sejam, por si só, suficientes para explicar a propensão para o empreendedorismo, influenciam a probabilidade de um indivíduo explorar determinada oportunidade. Isto porque estas características levam o indivíduo a tomar decisões distintas perante as oportunidades, comparativamente a indivíduos com o mesmo conhecimento e capacidades mas com diferentes características psicológicas (Chell, 2008).

Em ordem a explanar os diversos fatores psicológicos existentes, adotaremos a estrutura apresentada na figura que se segue de acordo com Shane (2003).

Figura 2 - As características psicológicas na exploração de oportunidades



Considerando as características relacionadas com a personalidade e motivações dos indivíduos são de extrema importância em todo o processo empreendedor e na forma como lidam com as oportunidades detetadas.

Uma das características individuais mais referenciadas quando se fala em Empreendedorismo é, sem dúvida, a capacidade dos indivíduos lidarem com o risco. A aversão ao risco é um dos maiores entraves ao processo empreendedor, pelo que a propensão para assumir risco é uma das características de personalidade mais valorizadas (Brockhaus, 1987; Koh, 1996; Lüthje e Franke, 2003). Esta não é mais do que a medida de predisposição de um indivíduo em envolver-se numa atividade de risco. Assim sendo, os indivíduos com maior capacidade de assumir risco terão uma maior probabilidade de empreender (Shane, 2003).

Dada a incerteza relativamente ao futuro, nenhum indivíduo, aquando do lançamento de um produto ou serviço, poderá saber com exatidão se estes serão aceites no mercado, se irão satisfazer plenamente as necessidades dos consumidores, gerar proveitos, ou obter lucro face à concorrência existente. Logo, o empreendedor terá, por natureza, de assumir risco (Wu, 1989). Estes riscos, resultantes da exploração de oportunidades, não podem ser assegurados ou eliminados (Amit *et al.*, 1993).

Outro aspeto da personalidade prende-se com o desejo de independência que traduz a vontade do indivíduo envolver-se numa atividade independente em detrimento de atividades onde dependa de outros (McCrae e Costa, 1987; Robinson *et al.*, 1991). Dado que a atividade empreendedora implica agir segundo o seu próprio discernimento ao invés de seguir o de outros, os indivíduos com maior desejo de independência apresentam uma maior probabilidade de empreenderem (Moyer e Chalofsky, 2008; Alstete, 2008; Utsch, *et al.*, 1999; Baron, *et al.*, 2013).

Dado que os empreendedores têm de tomar decisões, muitas vezes contrárias à opinião de outros, a tendência para agirem de acordo com a sua opinião é uma importante motivação (Wu, 1989).

A necessidade de realização assume-se, de igual modo, como um fator explicativo, do empreendedorismo, na medida em que é a motivação que leva os indivíduos a assumirem atividades e tarefas cujos resultados dependem diretamente da sua responsabilidade, exigem esforço individual e capacidades, envolve risco (moderado) e providencia resultados (Shane, 2003).

Os indivíduos com maiores índices de necessidades de realização terão maior probabilidade de desenvolverem iniciativas empreendedoras. Tal facto poderá explicar-se pela capacidade de resolverem problemas, dado estarem mais orientados para objetivos. Esta é uma característica comum em indivíduos com elevada necessidade de realização (Harper, 1996). Ou, ainda, pela forte capacidade destes indivíduos em planejar, estabelecer metas futuras, reunir informação e aprender (Miner, 2000). Por fim, de acordo com Wu (1989) a necessidade de realização alimenta o processo de geração de ideias que poderão ser exploradas, resultando no aumento da probabilidade de um indivíduo que sustenta uma atividade orientada para objetivos, por um longo espaço de tempo, lidando com o erro com perseverança, e, ainda, com contratempos e obstáculos que são parte inevitável de um processo de decisão em condições de incerteza e com informação incompleta.

A personalidade de um indivíduo é, ainda, composta por atributos como a sociabilidade, assertividade, ambição, iniciativa, impetuosidade, expressão, comunicação e exibicionismo (Duchesneau e Gartner, 1990; Cromie, 2000; Shane, 2003; Alstete, 2008). Este conjunto de atributos é denominado por capacidade de extroversão, sendo que os indivíduos com este aspeto de personalidade mais acentuado terão maior probabilidade de empreender face aos restantes (Barrick e Mount, 1991).

Outros atributos como a simpatia, conformidade social, cumprimento, flexibilidade, confiança, cooperação, tolerância e cortesia, são denominados como agradabilidade (Barrick e Mount, 1991). Os autores defendem que os indivíduos com estas características de personalidade têm menor probabilidade de empreender.

A capacidade de autoavaliação é composta pelas características inerentes à autoeficácia e ao *locus* de controlo, sendo estas características focadas na capacidade sentida pelos indivíduos de controlo do ambiente externo (Judge *et al.*, 2002).

De acordo com Harper (1996) os indivíduos com *locus* de controlo acreditam exercer influência sobre os fatores ambientais aos quais estão sujeitos. Deste modo, os detentores de locus de controlo interno têm um forte sentimento de domínio sobre o ambiente à sua volta, e por isso têm uma maior probabilidade de empreender face a indivíduos com um locus de controlo externo. Isto porque a autoavaliação das suas capacidades para explorar oportunidades, influencia o valor atribuído por estes indivíduos às oportunidades detetadas.

A confiança de um indivíduo nas suas próprias capacidades para realizar uma dada tarefa é designada como autoeficácia (Bandura, 1997). Segundo o autor, têm maior probabilidade de empreender os indivíduos com maior nível de autoeficácia.

A autoeficácia é um importante preditor da intenção de empreender, sendo fundamental a confiança dos empreendedores nas suas capacidades quer no desempenho de diferentes tarefas, quer na previsão de diferentes situações (Bandura, 1982, 1997; Chen, *et al.*, 1998; Baum e Locke, 2004; Zhao, *et al.*, 2005; Poon, *et al.*, 2006; Barbosa, *et al.*, 2007; McGee, *et al.*, 2009).

Os indivíduos com maiores níveis de autoeficácia apresentam uma maior capacidade de iniciativa, uma maior probabilidade de resistir às dificuldades suscitadas e uma maior expectativa de sucesso (Bandura, 1982, 1997; Chen, *et al.*, 1998; Baum e Locke, 2004; Zhao, *et al.*, 2005; Poon, *et al.*, 2006; Barbosa, *et al.*, 2007; McGee, *et al.*, 2009).

O modo como as pessoas pensam e tomam decisões é influenciado pelas suas propriedades cognitivas. As propriedades cognitivas de um indivíduo são muito menos estáveis do que as suas motivações e a sua capacidade de autoavaliar, tendendo a serem mais fortemente influenciadas pela perceção do indivíduo face a cada situação. Segundo este autor, a evidência empírica sugere que indivíduos com determinadas características cognitivas têm maior probabilidade de explorar oportunidades empreendedoras quando comparadas com indivíduos sem estas mesmas características. Podendo assim concluir que as capacidades cognitivas de um indivíduo têm influência na sua decisão de empreender (Shane, 2003).

Uma das propriedades cognitivas estudadas designa-se por excesso de confiança, traduzindo-se na certeza excessiva, dada a informação atual, de que determinado julgamento irá ocorrer. Segundo Busenitz (1999) esta característica encoraja os indivíduos a empreender,

dado que são levados a decidir perante uma oportunidade, mesmo sem terem na sua posse toda a informação para aferir a probabilidade de sucesso da iniciativa.

Porém, a evidência tem demonstrado que os indivíduos com esta característica tendem a sobrevalorizar as suas competências e a menosprezar a informação vinda de terceiros, tomando decisões com base na sua perceção e depreciando o risco das suas ações (Johnson, 1986; Wu, 1989; Casson, 1995; Busenitz e Barney, 1997; Busenitz, 1999; Bernardo e Welch, 2001).

Preconizando o defendido por Aldrich (1999) e Bhidé (1999), os empreendedores com excesso de confiança ao sobreavaliarem as suas competências e ao explorarem oportunidades apesar da sua lacuna em termos de vantagens competitivas, tendem a não perceber o reduzido valor das oportunidades em causa.

A crença de que algo é verdadeiro sem reunir evidência empírica que o comprove designa-se por intuição. Acredita-se que esta capacidade irá aumentar a probabilidade de um indivíduo empreender (Allinson *et al.*, 2000).

A intuição torna-se importante dada a necessidade dos indivíduos decidirem em cenários de incerteza, muitas vezes sob pressão e com informação limitada (Busenitz e Barney, 1997).

Os indivíduos também se diferenciam segundo um conjunto de características individuais para além das características psicológicas. Vários autores têm procurado explicar a influência de fatores como o custo de oportunidade, o nível de rendimento, o desemprego, a educação, a experiência profissional, a experiência em gestão, a idade ou a posição social.

Considerando o custo de oportunidade, os empreendedores têm sempre uma alternativa onde aplicar a sua disponibilidade em termos de tempo e esforço: podem trabalhar por conta de outrem ou optar pelo lazer, em detrimento da exploração de oportunidades empreendedoras. Dadas as alternativas existentes, a exploração de oportunidades empreendedoras tem sempre um custo de oportunidade positivo (Hamilton e Harper, 1994).

Os indivíduos apresentam uma maior propensão a tomarem decisões para a exploração de oportunidades empreendedoras quando o *gap* entre a utilidade esperada da exploração

desta oportunidade e dos usos alternativos do seu tempo é maior. Este *gap* é maior se o indivíduo tiver um custo de oportunidade menor para usos alternativos do seu tempo. Assim, para uma dada oportunidade e para indivíduos com níveis de capacidades idênticos, os indivíduos com menores custos de oportunidade deverão apresentar maior propensão para empreender (Amit *et al.*, 1993).

Também existirão indivíduos para quem o custo de oportunidade é tão elevado que nunca estarão disponíveis a explorar estas oportunidades. Em oposição, os indivíduos com níveis muito baixos de custo de oportunidade estão dispostos a agir, qualquer que seja a oportunidade identificada (Gifford, 1992).

A avaliação dos níveis de custo de oportunidade leva-nos a outro fator importante na propensão dos indivíduos para o empreendedorismo: o rendimento. Os indivíduos com maiores níveis de rendimento apresentam menor propensão para explorar oportunidades empreendedoras, *ceteris paribus* (Amit *et al.*, 1995).

O desemprego é assumido como uma variável relacionada com o custo de oportunidade de empreender. Os indivíduos que se encontrem em situação de desemprego apresentam maior propensão para empreender relativamente aos que estão empregados (Shane, 2003).

Uma vez no desemprego, o seu custo de oportunidade relativamente ao salário que auferiam cai drasticamente, aumentando a probabilidade de optarem pelo autoemprego. Esta probabilidade aumenta à medida que aumenta a duração do desemprego (Evans e Leighton, 1989).

Outros fatores afetam a probabilidade relativamente ao desemprego, como sejam os níveis de benefícios recebidos. Eisenhauer (1995) e Alba-Ramirez (1994), desenvolveram estudos concluindo que quanto maiores os benefícios auferidos durante a situação de desemprego, maior o custo de oportunidade em empreender, logo menor a probabilidade destes indivíduos em criarem o seu próprio emprego.

O estado civil é outro fator apontado como influenciador da propensão empreendedora. Shane (2003) refere vários estudos que demonstram que estar casado aumenta a probabilidade de um indivíduo empreender (veja-se Butter e Herring, 1991; Bates, 1995; Schiller e Crewson, 1997; Evans e Leighton, 1989).

Os indivíduos com melhores capacidades/habilidades estarão melhor preparados para explorarem oportunidades que surjam, e, em consequência, mais predispostos para o empreendedorismo.

Um indivíduo terá maior propensão para o empreendedorismo se tiver maiores níveis de educação, isto porque a informação e as habilidades adquiridas irão aumentar o retorno esperado da exploração de oportunidades empreendedoras. Para estes indivíduos será mais fácil reunir e gerir recursos, desenvolver uma estratégia, organizar e explorar oportunidades e compreender o mercado. A existência de capacidades como a comunicação, o planeamento, a tomada de decisões, a resolução de problemas, a liderança, a organização e a capacidade de negociação farão aumentar a probabilidade do indivíduo empreender (Le, 1999).

A propensão para o empreendedorismo é incrementada pela educação, dado que os indivíduos ao adquirirem conhecimentos e ao desenvolverem competências importantes irão enfrentar menores níveis de incerteza e terão maiores expectativas relativamente ao valor esperado do empreendimento (Hebert e Link, 1988).

A educação desenvolve a capacidade de avaliar potenciais oportunidades ao possibilitar uma maior capacidade analítica e compreensão do processo empreendedor, só possíveis devido a um maior leque de competências e informação (Casson, 1995).

Focalizando a educação empreendedora, Clouse (1990) identificou uma mudança significativa na abordagem feita pelos seus alunos ao processo empreendedor em resultado de lhes ter ensinado a avaliar novos empreendimentos (*new ventures*). O autor defende que ensinar empreendedorismo aumenta o foco dos alunos na gestão dos *cash flow*.

A experiência profissional faz aumentar a capacidade empreendedora de um indivíduo. Através da experiência profissional os indivíduos acumulam conhecimento e competências que facilitam a formulação de uma estratégia empreendedora, a aquisição de recursos, assim como o processo de organização. Deste modo, a experiência profissional reduz a incerteza acerca do valor esperado com a exploração de determinadas oportunidades empreendedoras, assim como aumenta o lucro esperado. Conclui-se, então, que indivíduos com maior experiência profissional têm maior probabilidade de empreender (Shane e Khurana, 2001).

A literatura aponta cinco tipos de experiência profissional que encorajam o empreendedorismo (Shane, 2003):

- 1) *Experiência em negócios*: os indivíduos desenvolvem competências básicas como negociar, vender, liderar, planejar, tomar decisões, resolver problemas, organizar e comunicar. Todas estas competências são essenciais à exploração de oportunidades, registrando repercussões nas áreas base da gestão: financeira, vendas, tecnologia, logística, marketing e organização (Romanelli e Schoonhoven, 2001).
- 2) *Experiência numa área funcional específica*: a exploração de oportunidades empreendedoras depende muito mais do conhecimento em marketing, na gestão e desenvolvimento do produto/serviço do que do conhecimento em finanças e contabilidade, isto porque as primeiras atividades tomam lugar mais cedo e são mais difíceis de externalizar (Roberts, 1991).
- 3) *Experiência na indústria*: dado que a incerteza enfrentada pelos empreendedores está diretamente relacionada com o valor dos bens e serviços que pretendem oferecer, o conhecimento da indústria/mercado onde irão entrar exerce uma forte influência sobre a decisão de explorar uma oportunidade. O conhecimento da indústria, seja como cliente, seja como fornecedor, permite obter informações que um *outsider* nunca obterá (Johnson, 1986).
- 4) *Experiência em start-up*: algumas das informações e competências necessárias à exploração de uma oportunidade podem ser apreendidas através da educação ou experiência profissional (geral e específica), muita da informação acerca de como explorar uma oportunidade só poderão ser aprendidas fazendo (*learning by doing*) (Hebert e Link, 1988).
- 5) *Aprendizagem*: muita da informação e competências necessárias ao processo de empreender podem ser aprendidas através observando outros indivíduos. O conhecimento tácito de como tomar decisões empreendedoras poderá ser muito valioso no processo de empreendedorismo (Busenitz e Lau, 1996). O conhecimento tácito de como explorar oportunidades empreendedoras pode ser desenvolvido observando, de perto, empreendedores (Reynolds, 1997). Por esta

razão, a literatura defende que os filhos de empreendedores têm uma maior propensão para o empreendedorismo, dado que o conhecimento que adquirem observando os esforços desenvolvidos pelos seus pais proporcionam o conhecimento tácito necessário (Minniti, 1999).

Outra característica individual não psicológica importante no estudo da propensão para o empreendedorismo é a idade. Enquanto a educação e a experiência profissional têm uma relação positiva com a propensão para o empreendedorismo, a idade apresenta uma relação curvilínea. Isto porque a idade incorpora o efeito positivo da experiência que aumenta com a idade, e o efeito negativo do custo de oportunidade e da incerteza do retorno, que também aumenta com a idade (Shane, 2003).

Inicialmente a idade aumenta a probabilidade dos indivíduos explorarem oportunidades empreendedoras dado acumularem conhecimento e competências ao longo da sua vida. Para além disso, a idade proporciona uma maior credibilidade a estes indivíduos na transmissão dos seus conhecimentos a outros que procuram recursos para as suas organizações. Por outro lado, à medida que os indivíduos ganham idade, a tendência para a exploração de oportunidades torna-se negativa. A sua capacidade para lidar com a incerteza decresce, dado o declínio do seu horizonte temporal. Ademais, à medida que os indivíduos envelhecem, o seu custo de oportunidade aumenta visto que o seu rendimento tende a aumentar também (Freeman, 1990).

A posição social do indivíduo é outro dos fatores individuais não psicológicos referenciados na literatura. Esta variável traduz-se na relação do indivíduo com outros membros da sua comunidade, podendo ser compreendida a dois níveis: *status* social e rede social.

O *status* social aumenta a probabilidade de um indivíduo explorar uma oportunidade, dado que para tal deve convencer outros indivíduos envolvidos no processo de que a oportunidade identificada tem valor, apesar da incerteza e das deficiências na informação conhecida. Assim podemos dizer que o *status* social aumenta a probabilidade de um indivíduo persuadir outros tanto para a aquisição, como para a organização de recursos num processo de empreendedorismo (Stuart *et al.*, 1999). Ademais, existe uma menor propensão para exigir

a indivíduos com elevado *status* social que demonstrem o valor das suas informações, porque o seu estatuto serve como garantia.

Do mesmo modo, a rede social aumenta a probabilidade de alguém explorar uma oportunidade empreendedora. Todo o processo empreendedor exige aceder a uma vasta panóplia de recursos e informações para que possa ser bem-sucedido. De acordo com Aldrich (1999) muitos destes recursos e informações são obtidos através de contactos diretos e indiretos da rede social do empreendedor. Os empreendedores procuram informações relacionadas com as autorizações necessárias ao longo do processo, sobre práticas de gestão, sobre os investidores apropriados e sobre fornecedores de confiança, entre outros (Cromie e Birley, 1992).

Fatores ambientais

Fatores como a habilidade e preferências dos indivíduos, as oportunidades proporcionadas pelo meio envolvente determinam os níveis de empreendedorismo de uma determinada sociedade. Porém, estes fatores são influenciados pela performance da economia, pelo nível de tecnologia disponível, pela cultura, pela natureza das instituições e das variáveis demográficas da sociedade (Hofstede, *et al.*, 2004).

O contexto Sociocultural é definido por Shane (2003) como as crenças e atitudes dos membros de uma sociedade relativamente àquilo aquelas que são as atividades desejáveis e legítimas, assim como as instituições socioculturais que apoiam um determinado modo de vida em sociedade. Ainda segundo este autor, a atividade empreendedora é influenciada pelo ambiente sociocultural, dado este influenciar a forma como uma atividade é entendida como apetecível, bem como a forma como o risco e o retorno deste empreendimento são percebidos.

As normas vigentes numa sociedade influenciam não só o número de empreendedores, como também os modelos de empreendedorismo existentes nesta mesma sociedade. Dado que muito do conhecimento necessário ao empreendedorismo deriva dos modelos já experimentados, tomando aqui especial relevo as redes sociais criadas, a aprendizagem potenciada e a possibilidade de observação daqueles que já o fizeram (Shane, 2003). O autor

conclui que as sociedades onde existem mais modelos de empreendedorismo experimentados têm uma maior probabilidade de terem um maior número de potenciais empreendedores.

As normas sociais e culturais de uma sociedade ditam o nível de desejo que a atividade empreendedora representa para os membros desta comunidade (Aldrich, 1990; Aldrich e Fiol, 1994). Se numa sociedade prevalecer uma atitude negativa perante o empreendedorismo, os seus membros serão desencorajados perante oportunidades empreendedoras, dado os indivíduos agirem influenciados pela opinião dos outros em relação a si próprios (Gnyawali e Fogel, 1994; Minniti, 1999). Pelo contrário, se existir uma atitude positiva perante a atividade empreendedora, a mesma ganha prestígio levando os indivíduos ambicionarem este percurso (Casson, 1995; Kautonen, *et al.*, 2013).

O facto da atividade empreendedora requerer avaliações relativas à aquisição de recursos, processos de tomada de decisão, estratégias distintas e determinados métodos de organização, aproxima-a às próprias normas sociais e culturais, dado estas também o exigirem (Harper D. , 1997).

O contexto Político-Económico agrega fatores cruciais ao desenvolvimento da atividade empreendedora, podendo funcionar como potenciadores ou inibidores desta mesma atividade pela influência exercida sobre os riscos percebidos e os retornos esperados.

Um dos fatores apontados para a dimensão política recai sobre o nível de centralização de poder existente numa sociedade. Para Shane (2003) a centralização de poder traduz-se pelo grau em que um agente político coordena a atividade política, económica e social de uma dada sociedade, sendo que a atividade empreendedora é coadjuvada pela descentralização de poder. Ao contrário do regime centralizador de poder, a descentralização permite uma eficiente utilização da informação dado a mesma ser possuída por diferentes agentes, permitindo processos de tomada de decisão mais eficazes (Hayek's, 1945 referido por Shane, 2003).

O grau de centralização de poder influencia a atitude dos indivíduos perante a exploração de oportunidades empreendedoras. Tal deve-se ao facto do nível de centralização de poder influenciar uma característica individual, o locus de controlo. Quando estamos perante sociedades com centralização de poder, os indivíduos tendem a apresentar uma locus de

controlo muito mais externo do que interno, dado o sucesso económico depender menos das suas próprias ações (Harper, 1997).

Como referido anteriormente, o locus de controlo interno potencia a atividade empreendedora pelo facto de facilitar a tomada de decisão perante uma oportunidade empreendedora (Earl, 1990).

Para além da centralização de poder, a liberdade política assume também um importante papel na propensão empreendedora de uma sociedade. O acesso à informação acerca das oportunidades empreendedoras é fundamental para a atividade empreendedora sendo a mesma impulsionada pelo nível de liberdade política dado a mesma potenciar a disseminação de informação (Shane, 2003). A liberdade política estimula o desenvolvimento nos indivíduos de um *locus* de controlo interno, potenciando a propensão empreendedora (Harper, 1999).

De acordo com diversos autores, os direitos de propriedade contribuem para a exploração de oportunidades empreendedoras. A existência de direitos de propriedade, devidamente formulados, permite oferecer garantias aos potenciais empreendedores acerca dos potenciais ganhos a obter a partir da atividade empreendedora, eliminando possíveis arbitrariedades (Harper, 1997). A existência de um quadro legal estável possibilita a realização de planos por parte dos empreendedores, facilitando o aproveitamento de oportunidades com alguma segurança tendo em conta as normas existentes. Para além disto, a legislação permite coordenar as transações de recursos que ocorrem ao longo da atividade empreendedora (Harper, 1997).

A legislação nesta área permite aos empreendedores obterem recursos humanos e financeiros externamente, não tendo assim de internalizar toda a cadeia de valor para explorar oportunidades empreendedoras (Libecap, 2005). Os direitos de propriedade encorajam o investimento na inovação dado facilitar a apropriação dos retornos obtidos através da mesma (Casson, 1995).

Na dimensão económica são vários os fatores apontados como determinantes da propensão empreendedora. A estabilidade económica, traduzida pelo equilíbrio de políticas monetárias e fiscais, permite um maior nível de confiança aos indivíduos na tomada de decisões relacionadas com a exploração de oportunidades empreendedoras (Harper, 1997).

O nível de riqueza de uma sociedade é também determinante para a propensão empreendedora dos seus elementos. A existência de uma conjuntura económica favorável favorece a atividade empreendedora devido à maior procura por bens e serviços e à maior facilidade em obter crédito. Nesta conjuntura os próprios indivíduos têm maior facilidade em autofinanciarem-se, dada a maior capacidade de acumular riqueza (Campbell, 1992).

Para além destes fatores, o nível de riqueza de uma sociedade também facilita o desenvolvimento de atitudes positivas relativamente ao empreendedorismo (Jackson e Rodney, 1994).

A disponibilidade de capital é outro importante elemento do contexto económico a considerar. A exploração de oportunidades é reforçada pela competição gerada entre os investidores para financiar os empreendedores, reduzindo assim o limite de recursos a fornecer. Daqui resulta uma maior disponibilidade de capital, o que contribui para uma maior facilidade por parte dos empreendedores no desenvolvimento das suas iniciativas (Amit, *et al.*, 1998).

Outro elemento indispensável à definição da dimensão económica de uma dada sociedade são os impostos existentes. O aumento marginal das taxas de imposto reduz a atratividade da atividade empreendedora. Elevadas taxas de aumentos de impostos resultam numa menor aceitação por parte dos indivíduos relativamente a rendimentos variáveis, o que torna menos provável optarem pelo autoemprego (Hassett e Hubbard, 2002). Este fator diminui a perceção dos indivíduos relativamente ao retorno a obter da atividade a desenvolver, reduzindo a sua propensão empreendedora (Harper, 1997).

III. Considerações Finais

Este trabalho procurou contribuir para o debate académico com uma resenha da literatura sobre uma área do conhecimento que procura compreender o que distingue os indivíduos na sua capacidade de identificar oportunidades e na conjugação dos fatores determinantes para a propensão empreendedora.

É possível concluir que a identificação de oportunidades empreendedoras é imprescindível para o arranque de toda e qualquer atividade empreendedora, pelo que a sua compreensão é indispensável. Todavia, a atividade empreendedora não poderá ficar-se pela identificação de oportunidades, sendo crucial compreender os fatores que influenciam a propensão para o Empreendedorismo, os quais foram agrupados em fatores individuais e fatores ambientais.

Os conceitos acima resumidos podem permitir ao investigador compreender melhor o Empreendedorismo, as suas condicionantes, o papel e a trajetória seguida pelos indivíduos que estão na base da criação de novas iniciativas.

IV. Referências

1. Bibliografia

- Alba-Ramirez, A. (1994). Self-employment in the midst of unemployment: the case of Spain and the United States. *Applied Economics*, 26(3), 189-204.
- Aldrich, H. (1999). *Organizations Evolving*. London: Sage.
- Aldrich, H. E. (1990). Using an Ecological Perspective to Study Organizational Founding Rates. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(3) Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1504469>, 7-24.
- Aldrich, H. E., e Fiol, M. (1994). Fools Rush in? The Institutional Context of Industry Creation. *The Academy of Management Review*, 19(4) (Article Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/258740>), 645-670.
- Allinson, C. W., Chell, E., e Hayes, J. (2000). Intuition and entrepreneurial behaviour. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 31-43.
- Alstete, J. W. (2008). Aspects of Entrepreneurial Success. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15 (3), 584-594.

- Amit, R., Brander, J., e Zott, C. (1998). Why do venture capital firms exist? theory and canadian evidence. *Journal of Business Venturing*, 13(6), 441-466.
- Amit, R., Glosten, L., e Muller, E. (1993). Challenges to theory development in entrepreneurship research. *Journal of Management Studies*, 30, 815-834.
- Amit, R., Muller, E., e Cockburn, I. (1995). Opportunity costs and entrepreneurial activity. *Journal of Business Venturing*, 10(2), 95-106.
- Bandura, A. (1982). Self-Efficacy Mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37 (2), 122-147.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of Self-control*. New York: W. H. Freedman.
- Barbosa, S. D., Gerhardt, M. W., e Kickul, J. R. (2007). The Role of Cognitive Style and Risk Preference on Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intentions. *Journal of Leadership and Organizational*, 13(4), 86-104.
- Baron, R. A., Franklin, R. J., e Hmieleski, K. M. (2013). Why Entrepreneurs Often Experience Low, Not High, Levels of Stress The Joint Effects of Selection and Psychological Capital. *Journal of Management*.
- Barrick, M. R., e Mount, M. K. (1991). The big five personality dimensions and job performance: a meta-analysis. *Personnel Psychology*, 44(1), 1-26.
- Baum, J. R., e Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology* 89(4), 587-598.
- Bernardo, A. E., e Welch, I. (2001). On the Evolution of Overconfidence and Entrepreneurs. *Journal of Economics and Management Strategy*, 10(3), 301-330.
- Bhidé, A. (1999). *The Origin and Evolution of New Businesses*. New York, Us: Oxford University Press.
- Brockhaus, R. (1987). Entrepreneurial folklore. *Journal of Small Business Management*, 25/3, 1-6.

- Busenitz, L. W. (1999). Entrepreneurial risk and strategic decision making: It's a matter of perspective. *Journal of Applied Behavioral Science* 35(3) , 325-340.
- Busenitz, L. W., e Barney, J. B. (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Venturing*, 12(1), 9-30.
- Busenitz, L. W., e Lau, C.-M. (1996). A Cross-Cultural Cognitive Model of New Venture Creation. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 20(4), 25-39.
- Campbell, C. A. (1992). A Decision Theory Model for Entrepreneurial Acts. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 17(1), 21-27.
- Casson, M. (1995). *Entrepreneurship and Business Culture*. Aldershot, UK and Brookfield, US: Edward Elgar.
- Chell, E. (2008). The Entrepreneurial Personality: A Social Construction. *The Psychology Press/Routledge*.
- Chen, C. C., Greene, P. G., e Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316.
- Clouse, V. G. (1990). A Controlled Experiment Related Entrepreneurial Education to Students' Start-Up Decisions. *Journal of Small Business Management*, 28(2), 45-53.
- Corbett, A. C.; Katz, J. A. (Eds.). (2012). *Entrepreneurial action*. Bingley: Emerald Group Publishing.
- Cromie, S. (1987). Motivations of aspiring male and female entrepreneurs. *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 8 (3), 251-261.
- Cromie, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclinations: Some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9 (1), 7-30.
- Cromie, S., e Birley, S. (1992). Networking by female business owners in Northern Ireland. *Journal of Business Venturing*, 7(3) , 237-251.

- Duchesneau, D., e Gartner, W. (1990). A profile of new venture success and failure in an emerging industry. *Journal of Business Venturing*, 5, 297-312.
- Earl, P. E. (1990). Economics and Psychology: A Survey. *The Economic Journal*, 100(402), 718-755. (Article Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/2233656>).
- Eisenhauer, J. G. (1995). The Entrepreneurial Decision: Economic Theory and Empirical Evidence. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 19(4), 59-77.
- Evans, D. S., e Leighton, L. S. (1989). Some Empirical Aspects of Entrepreneurship. *The American Economic Review*, 79(3), 519-535.
- Freeman, J. (1990). Organizational life cycles and natural selection processes. In B. Staw, e L. Cummings, *The evolution and adaptation of organizations* (pp. 1-32). (citeulike:4504511).
- Gaglio, C. M., e Katz, J. A. (2001). The Psychological Basis of Opportunity Identification: Entrepreneurial Alertness. *Small Business Economics*, 16 (2), 95-111.
- Gifford, S. (1992). Allocation of entrepreneurial attention. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 19 (3), 265-284.
- Gnyawali, D. R., e Fogel, D. S. (1994). Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18(4), 43-62.
- Hamilton, R. T., e Harper, D. (1994). The Entrepreneur in Theory and Practice. *Journal of Economic Studies*, 21(6), 3-18.
- Harper, D. (1996). *Entrepreneurship and the market process: an enquiry into the growth of knowledge*. London: Routledge.
- Harper, D. (1997). Institutional conditions for entrepreneurship. *Working paper*, New York University, US.

- Harper, D. A. (1999). How Entrepreneurs Learn: A Popperian Approach and Its Limitations. *Research in Strategy, Process and Economic Organization* (pp. 1-28). Department of Industrial Economics and Strategy, Copenhagen Business School.
- Hassett, K. A., e Hubbard, R. G. (2002). Tax policy and business investment, 3. In A. J. Auerbach, e M. Feldstein, *Hanbook of Public Economics* (pp. 1293-1343). Elsevier B.V.
- Hebert, R. F., e Link, A. N. (1988). *The entrepreneur: Mainstream views and radical critiques*. New York, US: Praeger.
- Hofstede, G., Noorderhaven, N. G., Thurik, A. R., Uhlaner, L. M., Wennekers, A. R., e Wildeman, R. E. (2004). Culture's role in entrepreneurship: self-employment out of dissatisfaction. In T. Brown, e J. Ulijn, *Innovation, entrepreneurship and culture: the interaction between technology, progress and economic growth* (pp. 162-206). Cheltenham, UK and Brookfields, US: Edward Elgar.
- Jackson, J. E., e Rodney, G. R. (1994). The Attitudinal Climate for Entrepreneurial Activity. *Public Opinion Quarterly*, 58(3), 358-380.
- Johnson, P. (1986). *New Firms: An Economic Perspective*. London: Allen and Unwin.
- Judge, T. A., Erez, A., Bono, J. E., e Thoresen, C. J. (2002). Are measures of self-esteem, neuroticism, locus of control, and generalized self-efficacy indicators of a common core construct? *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(3), 693-710.
- Kautonen, T., Gelderen, M., e Fink, M. (2013). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*.
- Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago, IL, US: University of Chicago Press.
- Koh, H. C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students. *Journal of Managerial Psychology* 11(3), 12-25.

- Kuemmerle, W. (2003). Note on Conceptual Foundations and Contributions of the International Entrepreneurship (IE) Course (N5-803-154). *Harvard Business School Publishing, Rev. Feb. 1, 2007*, 1-57.
- Le, A. T. (1999). Empirical Studies of Self-Employment. *Journal of Economic Surveys*, 13(4), 381-416.
- Libecap, G. D. (2005). University Entrepreneurship and Technology Transfer: Process, Design, and Intellectual Property. *Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth*, 16, 273-311.
- Lüthje, C., e Franke, N. (2003). The "making" of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *ReD Management*, 33 (2), 135-147.
- McCrae, R. R., e Costa, P. T. (1987). Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52 (1), 81-90.
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., e Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965–988.
- Miner, J. B. (2000). Testing a Psychological Typology of Entrepreneurship Using Business Founders. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 36 (1), 43-69.
- Minniti, M. (1999). Social environment and alternative patterns of entrepreneurial activity. *working paper, Babson College, MA, US.*
- Moyer, S. K., e Chalofsky, N. E. (2008). Understanding The Selection And Development Of Life Goals Of Family Business Owners. *Journal of Enterprising Culture*, 16(1), 19-53.
- Poon, J. M., Ainuddin, R. A., e Junit, S. H. (2006). Effects of Self-concept Traits and Entrepreneurial Orientation on Firm Performance. *International Small Business Journal*, 24(1), 61-82.
- Renko, M., Shrader, R. C., e Simon, M. (2012). Perception of entrepreneurial opportunity: a general framework. *Management Decision*, 50(7), 1233-1251.

- Reynolds, P. D. (1997). Who Starts New Firms? – Preliminary Explorations of Firms-in-Gestation. *Small Business Economics*, 9(5), 449-462.
- Roberts, E. B. (1991). High stakes for high-tech entrepreneurs: Understanding venture capital decision making. *Sloan Management Review*, (elibrary.ru).
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., e Hunt, K. H. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 15 (4), 13-32.
- Romanelli, E., e Schoonhoven, K. (2001). The local origins of new firms. In E. Romanelli, e K. Schoonhoven, *The Entrepreneurial Dynamic* (pp. 40-67). Stanford, US: Stanford University Press.
- Serapio, M. G. (2010). Identifying firm competences and expertise: an international entrepreneurial perspective. *Faculty Development in International Entrepreneurship* (pp. 1-17). Denver, Colorado USA: Center for International Business Education and Research (CIBER), Institute for International Business University of Colorado Denver.
- Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship - The Individual-Opportunity Nexus*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Shane, S., e Khurana, R. (2001). Career Experiences and Firm Foundings. *paper presented at the Academy of Management Meetings (leeds-faculty.colorado.edu)*.
- Shane, S., e Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review* 25, 217-226.
- Shrader, R. C., e Simon, M. (2012). Perception of entrepreneurial opportunity: a general framework. *Management Decision*, 50(7), 1233-1251.
- Stuart, T. E., Hoang, H., e Hybels, R. C. (1999). Interorganizational Endorsements and the Performance of Entrepreneurial Ventures. *Administrative Science Quarterly*, 44(2), 315-349.
- Trigo, V. (2003). *Entre o Estado e o Mercado, Empreendedorismo e a Condição do Empresário na China*. Lisboa: Ad Litteram.

- Utsch, A., Rauch, A., Rothfuss, R., e Frese, M. (1999). Who Becomes a Small Scale Entrepreneur in a Post-Socialist Environment: On the Differences between Entrepreneurs and Managers in East Germany. *Journal of Small Business Management*, 37(3), 31–42.
- Venkataraman, S. (1997). The distinctitive domain of entrepreneurship research: An editor's perspective. In J. Katz, e R. Brouckhaus, *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth* 3 (pp. 119-138). Greenwich, CT, US: JAI Press.
- Wu, S.-y. (1989). *Production, entrepreneurship, and profits*. Cambridge, MA, US: Basil Blackwell.
- Zhao, H., Seibert, S. E., e Hills, G. E. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272.
- Zimmerer, T., e Scarborough, N. (2002). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (3rd Edition ed.). Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.