

**Área temática:**

Empreendedorismo e Inovação

**Título do trabalho:**

Estudo sobre as abordagens econômica e comportamental no empreendedorismo

**AUTORES****FERNANDA MARIA FELÍCIO MACÊDO**

Universidade Federal de Ouro Preto

profamacedo@yahoo.com.br

**DIEGO LUIZ TEIXEIRA BOAVA**

Universidade Federal de Ouro Preto

profboava@yahoo.com.br

**AMANDA FONTES SILVA**

Universidade Federal de Ouro Preto

turop@bol.com.br

**Resumo:**

Nos estudos sobre o empreendedorismo habitualmente realizados na Academia há predominância de duas “escolas”: a econômica e a comportamental. Assim, pode-se dizer que tais estudos sobre empreendedorismo tratam de temas relacionados à inovação e perfil empreendedor, predominantemente. Diante da percepção da existência dessas duas correntes de investigação, emerge a seguinte questão: Quais as implicações epistêmico-paradigmáticas dessa divisão? Pretende-se neste trabalho demonstrar que isso ocorre devido a tentativa de se **explicar** o fenômeno empreendedorismo, considerando-o resultante de relações de causa-efeito. Nesse sentido, o estudo preponderantemente de um ou outro aspecto (inovação ou perfil) seria como uma espécie de isolamento de variáveis, sem considerá-las de forma holística e interdependente. A indefinição acerca do empreendedorismo se dá em função do mesmo estar em uma fase pré-paradigmática de produção do conhecimento. É necessário compreender que o empreendedorismo é **também** um fenômeno econômico e comportamental, dotado de várias outras dimensões (axiológica, ontológica, praxeológica etc.) que necessitam ser abordadas de forma conjunta.

**Palavras-chave:**

Empreendedorismo; Inovação; Perfil Empreendedor.

**Abstract:**

In studies on entrepreneurship usually made at the Academy there is predominance of two "schools": the economic and behavioral. Thus, we can say that such studies on entrepreneurship deal with issues related to innovation and entrepreneur profile, predominantly. Given the perception of the existence of these two streams of research, emerges the question: What are the implications of this division epistemic-paradigmatic? It is in this work show that this is due to attempt to explain the entrepreneurship phenomenon,

considering it the result of relations of cause and effect. Accordingly, the study of predominantly one or another aspect (innovation or profile) would be as a kind of isolation of variables, without considering them in a holistic and interdependent. The uncertainty about entrepreneurship is given according to the same being in a pre-paradigmatic stage of production of knowledge. You must understand that entrepreneurship is too an economic phenomenon and behavior, with several other dimensions (axiological, ontological, praxeological etc.) that need to be dealt together.

**Keywords:**

Entrepreneurship, Innovation, Entrepreneur Profile.

## 1. INTRODUÇÃO

Nos dias atuais, efetuam-se inúmeros estudos acerca do empreendedorismo e suas múltiplas implicações, devido principalmente às indicações que apontam ser o empreendedorismo um dos mais significativos fatores críticos de sucesso para o desenvolvimento econômico, geração de renda e riqueza para as nações.

Dessa forma, o empreendedorismo se estabelece como um fenômeno marcante na cultura empresarial da sociedade contemporânea, por ser capaz de impulsionar a criação de empresas de caráter inovador. Assim, sob essa perspectiva, observa-se o fortalecimento de uma relação entre empreendedorismo e crescimento econômico.

Tal relação acaba por transcender o cenário do ambiente de mercado, despertando o interesse da comunidade acadêmica, passando a constituir um objeto de pesquisa e/ou ensino em diversas universidades brasileiras e estrangeiras. Em âmbito nacional, especificamente, esse interesse surge em meados da década de 1990 (DORNELAS, 2001).

Assim, o empreendedorismo, um fenômeno que já se manifestava no cerne do ambiente cotidiano ou senso comum, passa a ser investigado com rigor metodológico intrínseco à produção do conhecimento científico, ocasionando um enriquecimento na compreensão das diversas dimensões do mesmo.

Devido ao seu estreito relacionamento com o ambiente empresarial, essa temática é mais comumente abordada por pesquisadores pertencentes à área de conhecimento em administração, porém outras ciências como a sociologia, psicologia, economia e a antropologia também investigam o fenômeno em questão. Desse modo, verifica-se que empreendedorismo apresenta um caráter pluridisciplinar.

Deste modo, **predominantemente** há duas correntes de estudo sobre empreendedorismo: os economistas, que associam o empreendedor à inovação, e os comportamentalistas, que enfatizam aspectos atitudinais, como a criatividade e a intuição. A primeira vertente originou-se a partir de Schumpeter (1911, 1985), além dos trabalhos desenvolvidos por Cantilon (1755, 2003), Smith (1776, 1985), Mill (1848, 1986), Say (1803, 2002) e Marshall (1890, 1982). Já a vertente comportamentalista foi impulsionada por McClelland (1961), além dos estudos de Miner (1998), Timmons (1989), Filion (1991) entre outros.

Diante da percepção da existência dessas duas correntes principais de investigação, emerge a seguinte problemática de pesquisa: Quais as implicações epistêmico-paradigmáticas dessa divisão?

Neste trabalho busca-se contribuir com o avanço da epistemologia do empreendedorismo, de forma propedêutica, analisando duas das principais faces da pesquisa acerca desse fenômeno. Em virtude da relevância dessa problemática, pode-se citar Bygrave e Hofer (1991), que acreditam ser o principal desafio da área o desenvolvimento de uma fundamentação teórica. Os autores discutem obstáculos para estabelecer uma estrutura formal, tal como o pouco consenso dos investigadores em ratificar uma definição geral de empreendedorismo e a difícil caracterização do processo empreendedor.

Para desenvolvimento dessa proposta de investigação, além da parte introdutória e conclusiva, este artigo estrutura-se em três partes centrais, sendo inicialmente apresentado o fenômeno empreendedor na perspectiva econômica, seguida por sua descrição na perspectiva comportamental.

Por fim, estabelece-se uma comparação entre ambos para fins de apontar as conclusões da pesquisa. Tal comparação fundamentar-se-á em questões metodológicas e paradigmáticas recorrentes nas duas perspectivas de investigação do empreendedorismo.

## 2. EMPREENDEDORISMO NA PERSPECTIVA ECONÔMICA

O conceito de empreendedorismo encontra-se presente, ainda que nem sempre de forma direta, no desenvolvimento do corpo teórico da ciência econômica (BROLLO, 2006). Dessa forma, este tópico irá discutir o empreendedorismo a partir da visão de autores pertencentes às diferentes escolas de pensamento que contribuíram para a construção do conhecimento econômico atual. Para isso, serão analisados precursores da teoria econômica (Cantillon) e os principais representantes de algumas escolas de pensamento econômico que mais produziram acerca do empreendedorismo, como: escola clássica (Smith, Mill e Say) e neoclássica (Marshall e Schumpeter) de economia.

- *Precursores da Teoria Econômica*

Richard Cantillon publicou, em 1755, a obra “Ensaio sobre a Natureza do Comércio em Geral” associando o empreendedor a oportunidades de lucro não exploradas e o risco intrínseco a sua exploração. Propõe ainda o desenvolvimento da sociedade em três classes funcionais, empreendedores, proprietários de terra e trabalhadores. Os empreendedores seriam responsáveis mudanças no sistema econômico, posto que assumiriam os riscos necessários.

- *Escola Clássica de Economia*

O pensamento clássico econômico corresponde ao desenvolvimento da ciência econômica e o aperfeiçoamento dos seus métodos de investigação. Para os economistas clássicos, a economia é o estudo do processo de produção, distribuição, circulação e consumo dos bens e serviços. A verdadeira fonte de valor encontra-se no trabalho, sendo que defendem há não intervenção do Estado na economia e a livre concorrência. Tal pensamento predominou até fins do século XIX.

Nesse ambiente liberal, Smith (1776/1985), considerado o formulador da teoria econômica, vislumbra o empreendedor como aquele que deseja obter um excedente de valor sobre o custo de produção. Assim, o empreendedor seria um proprietário capitalista. O economista Mill (1848/1986) afirma que o empreendedorismo é uma atividade que requer características peculiares por parte do ser que empreende.

Contudo, os trabalhos de Smith (1776/1985) e Mill (1848/1986) estavam mais centrados em explicar o crescimento econômico dando pouca ênfase ao empreendedorismo, sendo que dividiam a sociedade em capitalistas e trabalhadores. De fato, os economistas clássicos britânicos discutiram brevemente a temática empreendedora, não fazendo qualquer tipo de distinção entre atividades executadas por capitalistas, administradores e empreendedores.

Por sua vez, o economista clássico francês Say (1803/2002) realiza uma análise mais detalhada do empreendedor atribuindo-lhe um papel particular, na medida em que diferencia função empreendedora e a função capitalista. Além disso, defende o pressuposto que o desenvolvimento econômico é proveniente da criação de novos empreendimentos.

Dessa forma, o empreendedor se torna um mediador da economia, sendo sua responsabilidade articular a produção de maneira que os meios resultem em um produto final lucrativo.

- *Escola Neoclássica de Economia*

O pensamento neoclássico surgiu em fins do século XIX. Na concepção dos autores neoclássicos, a economia constitui a ciência das trocas ou das escolhas, sendo condicionada pela escassez dos recursos. Introduziram ainda o conceito de utilidade marginal na teoria da oferta e demanda, segundo o qual as preferências dos consumidores (utilidade) são um dos fatores da procura de bens.

Os neoclássicos mantinham a crença no liberalismo econômico. Esse pensamento dominou o cenário econômico até o aparecimento da crise de 1929. A partir desse período, Keynes (1936/1992) afirmou que a economia não se auto-regula, propondo a intervenção do estado na economia.

Marshall (1890/1982) faz algumas contribuições para o estudo do empreendedorismo. Esse caracteriza o empreendedor como sendo o indivíduo que se aventura e assume riscos, reunindo e supervisionando minuciosamente o capital e o trabalho necessários ao seu

empreendimento. Postula ainda que o empreendedorismo está relacionado com algumas habilidades que poucas pessoas apresentam, pois tais capacidades são escassas. No entanto, pondera que essas habilidades podem ser ensinadas.

Ressalta-se que Marshall (1890/1982) em uma postura determinista afirma que as oportunidades e ações empreendedoras são limitadas pelo ambiente econômico no qual encontram-se inseridas. Sendo assim, embora os empreendedores possuam habilidades em comum, se diferenciam no que tange ao sucesso de seu empreendimento, já que esse depende do meio econômico. Assim, para esse economista, o empreendedor poderia ser o quarto fator de produção, que coordena os demais: capital, trabalho e matéria-prima.

Contudo, as principais bases econômicas do empreendedorismo foram edificadas por Schumpeter (1911, 1985), que em sua teoria do desenvolvimento econômico baseia-se na premissa que sistema econômico de oferta e procura encontra-se em situação de equilíbrio e que o empreendedor tende a romper esse equilíbrio através da inovação. Essa visão de empreendedorismo fixa-se na atribuição à inovação do papel de motor da economia. Para Schumpeter (1911, 1985), a capacidade do empreendedor de continuar sendo uma força complementar vigorosa na economia atual e do futuro tem sido fortalecida e determinada pela evolução de seu comportamento e pela constante busca de novos conhecimentos. A teoria do desenvolvimento econômico vislumbra o empreendedor como o ser que promove a inovação, sendo essa radical, na medida em que destrói e substitui esquemas de produção operantes. Nesse sentido, surge o conceito de destruição criativa (SCHUMPETER, 1911, 1985).

Dessa forma, observa-se que a inovação é fundamental para a visão econômica. Para Schumpeter (1911, 1985, p.48) existem cinco tipos de inovações:

- 1 - Introdução de um novo bem (com o qual os consumidores ainda não estejam familiarizados) ou de uma nova qualidade de um bem;
- 2 - Introdução de um novo método de produção, ou seja, um método ainda não testado em determinada área e que tenha sido gerado a partir de uma nova descoberta científica;
- 3 - Abertura de um novo mercado, ainda não explorado, independentemente do fato do mercado já existir ou não;
- 4 - Conquista de uma nova fonte de matéria-prima ou de bens semimanufaturados;
- 5 - Aparecimento de uma nova estrutura de organização em um setor.

Portanto, Schumpeter (1911, 1985) define o empreendedor como aquele que promove uma mudança radical destruindo as tecnologias já existentes, é aquele que propõe novidades. Nesse sentido, o empreendedor só existe no momento da inovação, não podendo constituir uma profissão, ao passo que a necessidade de inovar é ditada pelo ambiente externo.

Mais recentemente, o economista Kirzner (1973) desenvolveu uma teoria acerca do empreendedorismo, na qual a economia era desbalanceada e o empreendedor era a pessoa que identificava estes desequilíbrios e os explorava tendendo a trazer o processo para o equilíbrio. Para esse autor, os empreendedores eram capazes ainda de estimular a demanda de mercado através da persuasão, podendo criar assim um desequilíbrio adicional ao mercado. Nesse sentido, o empreendedor não é somente aquele que vê e explora oportunidades, mas também aquele que cria outras oportunidades e as explora.

Logo, constata-se que Schumpeter (1911, 1985) e Kirzner (1973) atribuem papéis diferentes ao empreendedor, sendo que para o primeiro a ação empreendedora leva ao desequilíbrio devido à inovação; já para o segundo, essa mesma ação é que garante o equilíbrio econômico.

Assim, observa-se que parte do conhecimento atual acerca do empreendedorismo foi sendo construído, ainda que de maneira implícita, no cerne do desenvolvimento do pensamento econômico.

### 3. EMPREENDEDORISMO NA PERSPECTIVA COMPORTAMENTAL

Os comportamentalistas pressupõem que o sistema de valores constitui o eixo principal do desenvolvimento social e econômico, considerando o empreendedor o ator principal desse processo. Assim, estudam os traços pessoais e atitudes do empreendedor na tentativa de encontrar a motivação do empreendedorismo.

Dessa forma, McClelland (1961) aborda o empreendedor a partir de uma perspectiva comportamental evidenciando suas características psicológicas. O estudo dessas características permite ao autor traçar um perfil do empreendedor. Tal perfil caracteriza o empreendedor como autônomo e dotado de iniciativa. Esse apresenta intuição e amor pelo seu trabalho, estando continuamente em busca de realização profissional e pessoal.

Além disso, é um indivíduo que, por relacionar-se sempre com novidades, evolui através de um processo interativo de tentativa e erro, avançando em decorrência das descobertas que realiza.

Para McClelland (1961), a motivação constitui o principal combustível do motor empreendedor, sendo essa fundamentada em três necessidades básicas do ser humano:

- Necessidade de realização - o indivíduo busca continuamente a superação de seus limites. É uma característica própria de pessoas que costumam estabelecer metas passíveis de serem realizadas durante sua vida, ainda que tais metas os coloquem em situações de competição. Essa constitui a primeira necessidade encontrada entre empreendedores de sucesso, apresentando os seguintes indicadores comportamentais: superação do padrão de excelência, utilização de técnicas de *feedback*, resolução de questões problemáticas que constituem obstáculos.

- Necessidade de afiliação - o indivíduo mostra-se interessado em estabelecer, manter ou restabelecer relações emocionais positivas com demais pessoas. Essa necessidade apresenta como indicadores comportamentais o estabelecimento de relações de amizade, preocupação com o bem estar das pessoas em seu ambiente de trabalho e desejo de integrar um grupo.

- Necessidade de poder - o indivíduo centra-se em exercer autoridade sobre os outros. Essa necessidade pode ser identificada pela observação dos seguintes comportamentos: capacidade de despertar reações de caráter emocional nas demais pessoas, habilidade para executar tarefas, pressupõe exercício de comando, preocupação com a posição social e reputação.

As pesquisas de McClelland (1961) foram, nesse sentido, uma tentativa de identificar as motivações do empreendedor, sendo que uma correlação positiva entre a necessidade de realização e atividade empreendedora foi constatada. McClelland (1961) defende que uma sociedade que tenha um nível geralmente elevado de realização, produzirá um maior número de empresários ativos, os quais darão origem a um desenvolvimento econômico mais rápido.

Assim, para esse autor, os empreendedores apresentam, em média, uma necessidade de realização superior a dos demais indivíduos, pois essa necessidade envolve a orientação do mesmo para metas. Destaca-se que essas metas inerentes à realização são passíveis de serem alcançadas. O empreendedor não dedica seu tempo e ação buscando tornar utopias em realidade.

Silva (1991) citada por Vidal e Santos Filho (2003), apresenta os estudos de McClelland sobre as características padrões no comportamento de empreendedores de sucesso em determinadas situações, a partir de pesquisa realizada em 34 países.

O resultado obtido encontra-se sintetizado em um quadro apresentado a seguir.

## REALIZAÇÃO

### **CCE: Busca de oportunidades e iniciativa** - *Comportamentos manifestados:*

Realiza as tarefas antes de receber solicitações ou ser forçado por circunstâncias;  
Atua sempre na tentativa de expandir o negócio;  
Aproveita oportunidades para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.

### **CCE: Exigência de qualidade e eficiência** - *Comportamentos manifestados:*

Encontra formas mais inteligentes e viáveis economicamente de se realizar algo;  
Executa ações que satisfaçam ou excedam os padrões de excelência;  
Desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado no prazo estabelecido, atendendo aos padrões de qualidade previamente combinados.

### **CCE: Persistência** - *Comportamentos manifestados:*

Apresenta soluções diante de um obstáculo significativo;  
Atua repetidamente ou muda de estratégia, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo;  
Faz um sacrifício pessoal ou des envolve um esforço extraordinário para completar uma tarefa.

### **CCE: Independência e autoconfiança** - *Comportamentos manifestados:*

Busca autonomia em relação a normas e controles de outros;  
Mantém seu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores;  
Expressa confiança em sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou um desafio.

## PLANEJAMENTO E RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS

### **CCE: Correr riscos calculados** - *Comportamentos manifestados:*

Avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente;  
Age para reduzir os riscos ou controlar os resultados;  
Coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados.

### **CCE: Busca de informações** - *Comportamentos manifestados:*

Dedica-se pessoalmente para obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes;  
Investiga pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço;  
Consulta a especialista para obter assessoria técnica ou comercial.

### **CCE: Estabelecimento de metas** - *Comportamentos manifestados:*

Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal;  
Define objetivos de longo prazo, claros e específicos;  
Estabelece metas mensuráveis e de curto prazo.

### **CCE: Planejamento e monitoramento sistemáticos** - *Comportamentos manifestados:*

Planeja dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos;  
Constantemente revisa seus planos, levando em consideração os resultados obtidos e mudanças circunstanciais;  
Mantém registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões.

## INFLUÊNCIA NA RELAÇÃO COM AS PESSOAS

### **CCE: Comprometimento** - *Comportamentos manifestados:*

Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário para o alcance de metas e objetivos;  
Colabora com os empregados ou se coloca no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho;  
Esmera-se em manter os clientes satisfeitos.

### **CCE: Persuasão e redes de contato** - *Comportamentos manifestados:*

Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros;  
Utiliza pessoas-chave como agentes para atingir seus próprios objetivos;  
Atua para desenvolver e manter relações comerciais.

### **Quadro 1: Características comportamentais empreendedoras (CCE'S)**

Fonte: Silva, 1991 *apud* Vidal; Santos Filho, 2003, p.5-6

Após a análise do trabalho de McClelland (1961), faz-se importante apresentar os estudos do comportamentalista Miner (1998) que aborda a personalidade empreendedora a partir da teoria das necessidades discutidas anteriormente. O autor conclui que existem quatro estilos de empreendedores, a saber:

1 - Realizador: são empreendedores clássicos que dedicam a maior parte de seu tempo ao empreendimento. Apresenta o hábito de planejar e estabelecer metas. Atua com iniciativa e compromisso, resolvendo problemas, contornando crises, tentando ser eficiente e eficaz.

2 - Super vendedor: apresenta sensibilidade em relação às demais pessoas. Priorizam as vendas, por julgá-las elemento essencial para o sucesso de seus negócios. Não possuem muitas habilidades administrativas.

3 - Autêntico gerente: assume responsabilidades e alcança sucesso em cargos de liderança nas empresas. São competitivos, decididos e atraídos pelo poder. Geralmente, saem de grandes empresas para iniciar seu empreendimento.

4 - Gerador de idéias: inventores natos criam novos produtos, encontram novos nichos, desenvolvem novos processos sempre buscando ganhar a concorrência. Sentem-se fortemente atraídos para o mundo das idéias e costumam assumir riscos. Normalmente, se envolvem em empreendimentos de alta tecnologia.

Miner (1998) afirma que os empreendedores que apresentam os quatro tipos obterão maior sucesso em seus empreendimentos. No entanto, caso um empreendedor possua apenas um dos estilos, deverá atuar no ramo que melhor se identifica com sua habilidade.

Na mesma linha de pensamento de McClelland (1961) e Miner (1998), Timmons (1989) centraliza seus estudos acerca do empreendedorismo na iniciativa e comportamento pró-ativo do empreendedor. A partir disso, apresenta três aspectos que acredita ser a principal razão para o sucesso do mesmo: responder positivamente a desafios, aprendendo com erros, apresentar iniciativa e ter determinação e perseverança.

Além desses fatores, Timmons (1989) ainda apresenta um conjunto de pensamentos e ações empreendedoras, elencadas no quadro abaixo:

<b>PENSAMENTOS E AÇÕES EMPREENDEDORAS</b>
Comprometimento total, determinação e perseverança
Direcionamento para realização e crescimento
Orientação para oportunidades e metas
Iniciativa e responsabilidade pessoal
Persistência na solução de problemas
Verdadeiramente cômico e com senso de humor
Pesquisa e usa feedback
Tolerância à ambigüidade, incerteza e <i>stress</i>
Assume riscos calculados
Integridade e confiança
Decisor rápido, sentido de urgência e paciência
Capacidade de lidar com falhas
Formador de equipes e construtor de talentos

**Quadro 2 – Pensamentos e ações empreendedoras**

Fonte: adaptado de Timmons (1989)

Já a teoria visionária de Filion (1991), ainda que também atribua ênfase ao estudo das características empreendedoras, apresenta um conceito novo acerca da temática. Versa que o empreendedor é um ser dotado de visão, sendo essa parte do surgimento de uma ou várias idéias que se pretende realizar no futuro. Seguindo uma linha de raciocínio similar, Leite (2000, p. 16) pondera que

[...] ser empreendedor significa ter capacidade de iniciativa, imaginação fértil para conceber idéias, flexibilidade para adaptá-las, criatividade para transformá-las em uma oportunidade de negócio, motivação para pensar conceptualmente e a capacidade para ver, perceber as mudanças como uma oportunidade.

Desse modo, a partir da análise processo de formação da visão constata-se que Filion (1991) classifica a visão empreendedora em três categorias, a saber:

- **Emergente:** é constituída segundo idéias e conceitos de produtos, atividades e serviços que surgem no imaginário do empreendedor em um período de tempo, anterior à criação de um empreendimento.
- **Central:** constitui o produto de uma única ou conjunto de visões emergentes. A visão central exterior remete à posição de produtos ou serviços no ambiente externo, mercado, por exemplo. Por sua vez, a visão central interior refere-se ao tipo estrutural de organização necessário para lograr êxito em suas pretensões.
- **Complementar:** formada por visões gerenciais direcionadas para servir de suporte a visão central.

Logo, a visão é considerada como o início para formação de novos empreendimentos. Filion (2000) afirma que o empreendedor necessita apresentar características que constituem o suporte para formação da visão, sendo essas descritas a seguir:

<b>SUORTE A FORMAÇÃO DA VISÃO EMPREENDEDORA</b>	
Conceito de si	Forma como a pessoa se vê (auto-imagem), na qual estão contidos os valores de cada um, sua visão do mundo e sua motivação.
Energia	Diz respeito à quantidade/qualidade do tempo dedicado ao trabalho e a disposição de estar constantemente aprendendo à medida que desenvolve atividades na empresa.
Liderança	A qualidade de comandar terceiros no processo de concretizar a visão; importante porque define a amplitude do que o empreendedor que realizar.
Compreensão do setor	Saber como as empresas estruturam-se na atividade escolhida, conhecimento sobre praxes do mercado, necessidades dos clientes, concorrência, fatores críticos de sucesso e vantagens competitivas.
Relações	Refere-se as fontes de aprendizado do empreendedor e abrange não só as relações primárias (famílias, amigos, pessoas que admira), que determinam em grande parte o que ele é, mas sobretudo, o <i>network</i> que ele irá buscar para expandir seus conhecimentos como apoio para aprimoramento da visão.
Espaço de si	Implica a distância psicológica que ao mesmo tempo nos separa dos outros e nos liga a eles.

**Quadro 3 – Suporte a formação da visão empreendedora**

Fonte: adaptado de Filion (2000)

Portanto, na abordagem comportamental o empreendedorismo apresenta uma concepção de empreendedor baseada na busca de realização pessoal do ser humano. Assim, os empreendimentos constituem uma extensão do desejo, metas e visão do empreendedor. No mais, centra-se em descrever comportamentos e características do empreendedor.

#### **4. PERSPECTIVA ECONÔMICA X PERSPECTIVA COMPORTAMENTAL**

A partir do exposto, observa-se que os economistas tendem a concordar que os empreendedores estão associados à inovação e são vistos como forças direcionadoras ao desenvolvimento, e os comportamentalistas entram em consenso atribuindo aos empreendedores às características de criatividade, persistência, coragem para assumir riscos e liderança.

Contudo, a partir da análise das principais linhas de abordagem do empreendedorismo, constata-se que não existe uma oposição conceitual direta entre as mesmas, sendo que a diferença existe em função da prioridade de aspectos abordados. Para Braga (2003, p.35):

Enquanto os economistas buscam definir a função do empreendedor a partir da sua atuação como destruidor, gerador de valores ao sistema produtivo [...], os comportamentalistas, embora tenham pertinente esses elementos, voltam seu interesse para o entendimento do ser empreendedor, do seu comportamento, buscando identificar as suas características e os reflexos na empresa decorrente do seu modo de atuar e interagir.

Assim, o empreendedor seria uma pessoa que capta oportunidades, apresentando determinação, sendo persistente, perseverante, procurando sempre a auto-superação e reconhecimento social. Este perfil de profissional é valorizado, na sociedade, tanto no ambiente empresarial como no educacional.

Logo, constata-se que ambas as perspectivas buscam fundamentalmente **explicar** o seu objeto de investigação.

Nesse caso, as perspectivas economista e comportamental partem do pressuposto que o empreendedorismo é regido por relações de causa e efeito. Desse modo, a ação empreendedora é caracterizada por algumas singularidades e realizada por um agente dentro do perfil empreendedor resultando em sucesso.

Essa análise remete a uma questão muito relevante, pois não se pode analisar uma linha de pesquisa sem tecer considerações acerca das dimensões metodológicas intrínsecas a produção do mesmo.

O empreendedorismo constitui um objeto de pesquisa das ciências sociais, posto que se desenvolve no cerne da sociedade. Nesse sentido, a pesquisa em empreendedorismo é estruturada a partir de metodologias pertencentes, predominantemente, às ciências sociais. Assim, várias problemáticas metodológicas intrínsecas à pesquisa social podem ser observadas na busca de uma compreensão maior acerca do empreendedorismo.

Tais problemáticas remetem à discussão de se realizar ou não pesquisas sociais de acordo com métodos empregados na investigação em ciências naturais. Alguns pesquisadores defendem que se deve utilizar em pesquisas sociais metodologias que objetivam descobrir leis gerais que orientam o comportamento social, enquanto outros afirmam ser necessário investigar a sociedade a partir de metodologias que reconhecem o homem como um ser doador de sentido ao mundo, que não segue a leis determinadas, como ocorre com minerais, plantas e reações químicas.

A partir desses dois pontos de vistas distintos, pode-se colocar a existência de dois métodos de investigação, sendo o primeiro denominado **nomotético**. Esse se adéqua as leis universalizantes das ciências naturais, pois é aplicável quando se estudam fatos gerais e repetitivos. Por sua vez, o segundo método, **ideográfico**, concentra-se nas particularidades e individualidades que podem compor um determinado objeto de estudo.

Nos dizeres do economista Von Mises (1986, p. 97-98), a distinção entre ciências sociais e naturais reside no caráter dinâmico da primeira:

Tropeçamos agora em uma das mais notáveis diferenças existentes entre a física e a química de um lado, e as ciências da ação humana, de outro. No mundo dos fenômenos físicos e químicos existem relações constantes entre os diversos componentes, sendo o homem capaz de perceber, com bastante precisão, leis constantes mediante aos oportunos experimentos de laboratório. Mas, no campo da ação humana, não se registram tais constantes reações. A impossibilidade nesse terreno, de toda medição não há de ser atribuída a uma suposta imperfeição dos métodos de investigação. Provém da mudança, da ausência de relações constantes na matéria analisada.

Os pesquisadores que vislumbram na sociedade uma conjuntura de leis a exemplo das ciências naturais, realizam suas investigações segundo orientação positivista. Para Von Wright (1971, p. 4) esse paradigma é baseado nas seguintes premissas:

- Unicidade metodológica, ou a idéia da unidade do método científico para a investigação de qualquer objeto de pesquisa, independente de sua singularidade.
- As ciências devem ser estudadas segundo relações de causa e efeito.
- A ciência deve apontar para as explicações, centrando-se na substituição de casos individuais por leis gerais que regem a natureza humana.

Por sua vez, os pesquisadores que adotam a perspectiva de investigação fundamentada na singularidade das ações humanas, orientam-se por uma busca da compreensão do homem no tempo e no espaço. Essa perspectiva preocupa-se com a apreensão da experiência vivida pelos atores (CRABTREE; MILLER, 1992).

Bauman (1978) realiza uma separação entre as principais linhas de pesquisa fundamentadas no objetivo de cunho compreensivo: trabalho da história (Marx, Mannheim), trabalho da razão (Husserl, Parsons) e trabalho da vida (Heidegger, Schütz).

Os estudos de caráter comportamental e economista obedecem a uma lógica objetiva para construção de modelos prescritivos, visualizando o mundo como circunstancial, os seres humanos como reativos, sendo conforme vistos de natureza explicativa.

Segundo Bjerke (2000) as pesquisas que visam explicar o empreendedor e o empreendedorismo atribuem aos mesmos os seguintes significados:

1. Agente que responde racionalmente às circunstâncias e às mudanças externas, estando orientado por uma necessidade de realização.

2. Fenômeno colocado em uma estrutura, em um processo ou em um campo da informação, passível de se analisar e construir modelos de explicação válidos.

A revisão de literatura efetuada nesta investigação não foi exaustiva, mas ratifica o entendimento que a complexidade inerente a essa discussão é deveras significativa. Assim, a área tem espaço para os mais diversos estudos, desde o explicativo (comportamental e economista) ou o compreensivo (trabalho da história, trabalho da razão e trabalho da vida), que evoluem de acordo com aspectos contingenciais (em relação ao caráter eventual ou circunstancial das investigações), das condições sócio-políticas-ambientais e do momento histórico em que os pesquisadores desenvolvem suas elucubrações.

Destarte, pode-se indagar: por que os estudos sobre empreendedorismo são tão diversificados e variados? Está é uma questão intrincada, relacionada a aspectos paradigmáticos e que não encerra uma resposta pronta, mas sim aberta a novas possibilidades de interpretação e entendimento. Porém, há um caminho para o estabelecimento de uma resposta provisória, o chamado paradigma.

A discussão de paradigmas em empreendedorismo é uma tarefa complexa, considerando ser o fenômeno recente e parte integrante de diversos ramos do saber, principalmente a economia, a administração e a psicologia, além do fato de apresentar sua epistemologia em construção. Nesse sentido, é necessário analisar e compreender alguns conceitos e ponderações.

O chamado paradigma foi estabelecido por Kuhn (2001). Tal autor apresenta conceitos inovadores relacionados à filosofia da ciência, destacando-se os aspectos histórico-sociológicos no trato da prática científica, em detrimento dos aspectos lógico-metodológicos que são encontrados nos trabalhos de Popper (1993), ou do anarquismo metodológico de Feyerabend (1989).

Para Kuhn (2001), as verdades científicas e a evolução da ciência se processam assim:



**Figura 1 – Evolução da Ciência**  
Fonte: adaptado de Kuhn (2001)

Nessa visão, entende-se por:

**Pré-paradigma:** a atividade de busca do conhecimento, para resolver determinado problema antes da formação de paradigma, caracterizando-se por desorganização, segmentação, teorias em permanente confronto e inexistência de um conjunto de métodos ou princípios pré-estabelecidos.

**Paradigma:** conjunto de princípios ou matriz teórica disciplinar que, uma vez aceito pela maioria da comunidade científica, estabelece padrões, orienta e determina a atividade científica ou do conhecimento humano num determinado período, à medida que é aceito pela maioria dos pesquisadores. Apresenta como principais características ser consensual, provisório e temporário, além de depender do contexto histórico e fornecer respostas para as questões dos cientistas de maneira imediata.

**Ciência normal:** a atividade científica propriamente dita que se realiza no interior de um paradigma previamente determinado, seguindo suas regras e seus padrões já estabelecidos. É governada por um único paradigma, além de ser dogmática (fornece respostas sem questionar seu ponto de partida, que é o próprio paradigma). Pode-se dizer ainda que seja uniforme, padronizada, típica do método demonstrativo e entra em crise junto com o paradigma quando este apresenta anomalias.

**Ciência em crise:** a atividade científica própria do período em que o paradigma previamente instalado não mais fornece respostas satisfatórias e soluções para os questionamentos e problemas que lhe são impostos.

**Revolução científica:** a substituição de um paradigma por outro.

Diante do exposto é possível afirmar que o empreendedorismo encontra-se em uma fase de busca pelo conhecimento (pré-paradigmática), situação em que os teóricos buscam captar os sentidos do fenômeno a partir de suas próprias visões, deixando de elucubrar a partir do próprio fenômeno. Corroborando esse entendimento e para um esclarecimento mais aprofundado dessa temática, recorrer aos trabalhos de Busenitz et al. (2003); Déry e Toulouse (1996) e Laverde (2004) é fundamental.

Busenitz et al. (2003) demonstram que há possibilidades de novas perspectivas de investigação no campo de empreendedorismo, pois as pesquisas já efetuadas obtiveram um progresso limitado em busca de consolidar o empreendedorismo como disciplina. Os autores efetuaram seu estudo a partir de análises de artigos publicados em periódicos.

Déry e Toulouse (1996) afirmam que o campo de estudos empreendedorismo não possui ainda um paradigma, não havendo consenso teórico, face a sua estruturação ser baseada em diversas ciências humanas e gerenciais. Ademais, a variedade de definições do que seja empreendedorismo, o grande número de conceitos e a pequena convergência entre os estudos já efetuados demonstram a diversidade do ramo.

Por sua vez, Laverde (2004) acredita que o empreendedorismo se encontra em uma etapa de falta de maturidade científica, necessitando reconhecer a importância das dimensões temporais e sociais nas investigações. Assim, com esta compreensão cada pesquisador poderá escolher suas áreas de interesse reconhecendo suas potencialidades.

O quadro a seguir ilustra essa situação, em que há tantos autores quantas definições possíveis sobre essa temática.

AUTOR	DEFINIÇÃO
Cantillon (1755)	Empreendedores como auto-empregados que se ajustam ao risco, quando o retorno é incerto. Especulador.
Say (1821)	Indivíduo que combina recursos diversos.
Knight (1921)	Indivíduo que toma decisões em condições de incertezas.
Dominguez (2002)	Para Marx, o empreendedor não existe; apenas o capitalista. Os economistas neoclássicos ignoram-no.
Schumpeter (1934)	Indivíduo que inova, motor da economia capitalista.
McClelland (1961)	Controla meios de produção e produz mais que consome.
Drucker (1969)	Alguém que procura maximizar as oportunidades.
Hayeck (1974)	Captador e utilizador de informações, que lhe permite encontrar oportunidades. Chave para o desenvolvimento.
Liles (1974)	Nem toda pessoa que cria uma empresa é empreendedora. O empreendedor inova, identifica e cria oportunidades.
Casson (1982)	Lida com recursos escassos e sabe discernir.
Kirzner (1982)	Faz arbitragem de informação imperfeita.
Carland et al. (1984)	Fazem a distinção entre empreendedor e dono de PME, baseando-se no caráter inovador do empreendedor, que visa o lucro, ao passo que o dono de PME visa objetivos pessoais.
Stevenson e Gumpert (1985)	Persegue oportunidade sem se deixar limitar pelos recursos que controla.
Bracker, Keats e Pearson (1988)	Similar a abordagem de Carland et al. (1984), com a introdução da idéia de gestão estratégica por parte do empreendedor.
Bareto (1989)	Coordena, arbitra, inova e suporta a incerteza.
Gartner (1989)	A criação de organizações distingue o empreendedorismo de outras disciplinas, sendo este a criação de organizações. O empreendedorismo termina quando o estágio de criação de empresas acaba.
Stewart (1991)	Baseado em perspectivas antropológicas, econômicas e estratégicas, o empreendedorismo pode ser definido como produto da criação, através da inovação.
Davidsson (1991)	Empreendedorismo é gradual e pode manifestar-se de diversas formas: <i>start-up</i> , crescimento, inovação etc.
Bygrave e Hofer (1991)	Um empreendedor é alguém que se apercebe de uma oportunidade e cria uma organização para persegui-la.
Krueger, Jr e Brazeal (1994)	Empreendedorismo é a busca de oportunidades independente dos recursos disponíveis. Empreendedor é aquele que se vê como perseguindo essas oportunidades.
Palich e Bagby (1995)	Economistas tendem a adotar a definição de Schumpeter. <i>Corporate executives</i> vêm o empreendedor como gestores de PME, incapazes de dirigirem empresas maiores.
Westhead e Wright (1999)	Distinguem entre empreendedor ocasional, empreendedor em série e empreendedor que constrói um portfólio de negócios.
Anderson (2000)	As qualidades do empreendedor são a capacidade de ver novas combinações, vontade de agir e desenvolver estas combinações, a visão de que interessa agir de acordo com a visão pessoal do que com cálculos racionais e a capacidade de convencer os outros.
Henderson (2002)	O empreendedorismo é descobrir e desenvolver oportunidades de criar valor através da inovação.

#### Quadro 4: Definições de empreendedorismo e empreendedor

Fonte: adaptado de Gaspar (2003, p. 192-193)

Sem paradigma orientador, os estudiosos investigam diversos temas. Isso ocorre devido ao aspecto pluridisciplinar do empreendedorismo, que faz com que pesquisadores de vários ramos do saber incluam o assunto em suas elucubrações.

- Características comportamentais dos empreendedores
- Características econômicas e demográfica das pequenas empresas
- Empreendedorismo e pequenas empresas nos países em desenvolvimento
- Características gerenciais dos empreendedores
- O processo empreendedorial
- Criação do risco
- Desenvolvimento de negócios
- Capital de risco e financiamento para pequenas empresas
- Gestão, recuperação e aquisição de negócios
- Empresas de alta tecnologia
- Estratégia e crescimento da empresa empreendedorial
- Alianças estratégicas
- Empreendedorismo ou intraempreendedorismo em companhias (corporações empresariais)
- Negócios familiares
- Auto emprego
- Sistemas de apoio a incubadoras e ao empreendedorismo
- Redes
- Fatores que influenciam a criação e o desenvolvimento de risco
- Políticas de governo e criação de risco
- Mulheres, minorias, grupos étnicos e empreendedorismo
- Educação do empreendedorismo
- Pesquisa do empreendedorismo
- Estudos culturais comparativos
- Empreendedorismo e sociedade
- Franquias

#### **Quadro 5: Principais temas da pesquisa sobre empreendedorismo**

Fonte: Filion (1997, p. 06)

Filion (1997, p. 8), analisando as questões anteriormente discutidas, apresenta o termo **empreendedologia** para definir a disciplina que pesquisa a temática e que se destina à Academia, ao passo que a disciplina **empreendedorismo** destina-se aos seus praticantes. Para o autor, o campo está dominado pelos funcionalista-positivistas, existindo a necessidade de abrir novas perspectivas para compreender o que os empreendedores são e o que eles fazem. É preciso ainda separar a pesquisa pura da aplicada, com o intuito de se criar uma teoria do empreendedor. A ciência que daria suporte a essa teoria seria a empreendedologia (FILION, 1997, p. 10).

Basicamente, o que Filion (1997) demonstra é que o empirismo dominante no empreendedorismo faz com que as características ônticas sejam o objeto de estudos dos pesquisadores. É possível observar que a maior parte dos estudos efetuados no campo do empreendedorismo baseiam-se no empirismo. Davidsson (1991) e Davidsson e Wiklund (2001) observam que tais estudos recolhem dados empíricos sem estudar seu significado em termos de abstrações mais elaboradas, ao invés de estabelecer modelos para depois proceder a verificação.

Logo, os estudos sobre a natureza do empreendedorismo econômica e/ou comportamental remetem a aspectos mais aprofundados sobre a pesquisa acerca desse fenômeno. Observa-se que o empreendedorismo é algo maior que sua vertente econômica e comportamental, sendo as investigações desse escopo de caráter explicativo, seguindo uma metodologia objetiva. Além disso, pode-se constatar que esse cenário indefinido acerca do empreendedorismo se deve ao mesmo estar em uma fase pré-paradigmática de produção do conhecimento.

## 5. CONCLUSÕES

Neste artigo apresenta-se em sua parte introdutória a seguinte problemática de pesquisa: Quais as implicações epistêmico-paradigmáticas dessa divisão? Na tentativa de responder a essa questão efetua-se uma análise preliminar da produção científica acerca do empreendedorismo, apresentando as contribuições de autores mais significativos no escopo da investigação econômica e comportamental.

No entanto, na medida em que se efetua essa análise, alguns aspectos, até então encobertos, são desvelados. Tais aspectos emergem a partir do estudo sobre a produção em empreendedorismo utilizando o prisma metodológico e paradigmático.

Em relação à questão metodológica, constata-se que não existem grandes distinções entre a perspectiva econômica do empreendedorismo e a perspectiva comportamental. Observa-se que os economistas em seus estudos privilegiam a questão da inovação como fator chave no empreendedorismo e, os comportamentalistas têm como referência básica de investigação a questão do perfil empreendedor.

Contudo, ocorre apenas uma concentração de interesses de pesquisa, pois os economistas afirmam que o empreendedorismo não ocorre apenas através da inovação. Analogamente, o mesmo se aplica aos comportamentalistas no que se refere ao perfil. Assim, observa-se que esses estudos são válidos, pertinentes e contribuem para o avanço científico da área, não obstante apresentam natureza fragmentada, com esparsas contribuições para se compreender o fenômeno como um todo. Obviamente há estudos específicos desta natureza, mas que não foram demonstrados por não serem escopo deste artigo.

Pode-se verificar ainda que tal concentração de interesses de pesquisa ocorre devido a tentativa de se explicar o fenômeno empreendedorismo, considerando-o resultante de relações de causa-efeito. Nesse sentido, o estudo preponderantemente de um ou outro aspectos (inovação ou perfil) seria como uma espécie de isolamento de variáveis, sem considerá-las de forma holística e interdependente.

Dando seqüência a análise, pode-se visualizar que essa indefinição acerca do empreendedorismo se dá em função do mesmo estar em uma fase pré-paradigmática de produção do conhecimento. Essa se caracteriza por desorganização, segmentação, teorias em permanente confronto e inexistência de um conjunto de métodos ou princípios pré-estabelecidos. Nesse cenário, a pesquisa em empreendedorismo se fragmenta cada vez mais objetivando produzir teorias acerca de diferentes fatores associados ao mesmo.

Dessa forma a perspectiva comportamental e economista do empreendedorismo apresentam relevância para explicação de partes do fenômeno, respectivamente, perfil e inovação. Todavia, não conseguem visualizar o empreendedorismo em suas múltiplas dimensões.

Portanto o empreendedorismo é **também** um fenômeno econômico e comportamental, dotado de várias outras dimensões (axiológica, ontológica, praxeológica etc.) que necessitam ser abordadas de forma conjunta.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUMAN, Z. **Hermeneutics and social science**. London: Hutchinson, 1978.
- BJERKE, B. **Understanding entrepreneurship** - a new direction in research? Stockholm University, 2000.
- BRAGA, J. N. P. **O Empreendedorismo como instrumento de desenvolvimento. O programa IES/SOFTEX**. Salvador, 2003. Dissertação (Mestrado), UFBA.
- BROLLO, M. X. **Intenções empreendedoras: um modelo econômico psicológico entre estudantes universitários**. Florianópolis, 2006. Tese (Doutorado), UFSC.
- BUSENITZ, L.; et al. Entrepreneurship research in emergence: past trends and future directions. **Journal of management**, vol 29, no 3, p. 285-308, 2003.
- BYGRAVE, W.; HOFER, C. Theorizing about entrepreneurship. **Entrepreneurship theory & practice**, 15: 7-25, 1991.
- CANTILLON, R. **Essai sur la nature du commerce en général**. London: Fetcher Gyler, 1755. In Éditions Weltanschauung: Montreal, 2003. Disponível em <<http://www.innovatique.com/welt/html/cantillon.PDF>> Acesso em 04 de junho de 2006.
- CRABTREE, B. F.; MILLER, W. L. Primary care research: a multimethod typology and qualitative road map. In: CRABTREE, B. F; MILLER, W. L. **Doing qualitative research**. London: Sage, 1992.
- DAVIDSSON, P. Continued entrepreneurship: ability, need, and opportunity as determinants of small firm growth. **Journal of business venturing**, no. 6, p. 405-429, 1991.
- DAVIDSSON, P.; WIKLUND, J. Levels of analysis in entrepreneurship research: current practice and suggestions for the future. **Entrepreneurship: theory & practice**, 25(4), 81-99, 2001.
- DERY, R.; TOULOUSE, J.M. Social structuration of the field of entrepreneurship: a case study. **Canadian journal of administrative science**. vol. 13, no. 4, p.285-305, 1996.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- FEYERABEND, P. **Contra o método: esboço de uma teoria anárquica da teoria do conhecimento**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1989.
- FILION, L. J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: Identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de administração de empresas**, FGV, São Paulo, jul/set.1991.
- FILION, L. J. Oportunidades de Negócio. In: FILION, L.J.; DOLABELA, F. **Boa Idéia! E agora?: plano de negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa**. São Paulo: Cultura, 2000.
- FILION, L.J. From entrepreneurship to entreprenology. In **USASBE annual national conference entrepreneurship**. 1997, São Francisco, Anais... São Francisco, 1997.
- GASPAR, F.A.C. O estudo do empreendedorismo e a relevância do capital de risco. In: **XIII Jornadas luso-espanholas de gestão científica**. 13. 2003, Lugo, Anais... Lugo, 2003.
- KEYNES, J. M. **Teoria geral do emprego, do juro e da moeda**. São Paulo: Altas, 1992.
- KIRZNER, I. M. **Competition and entrepreneurship**. Chicago. University of Chicago Press, 1973.
- KUHN, T. S. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 2001
- LAVERDE, F.P. Análisis bibliométrico del campo del espíritu emprendedor latinoamericano a partir de los congresos latinoamericanos de espíritu empresarial del CDEE-ICESI. In: **III CIPEAL**, 3, 2004, Rio de Janeiro. III CIPEAL, 2004.
- LEITE, E. **O fenômeno do empreendedorismo: criando riquezas**. Recife: Bagaço, 2000.
- MARSHALL, A. **Princípios de economia**. São Paulo: Abril. 1982.

- MCCLELLAND, D. **The achieving society**. New York: VanNostrand, 1961.
- MILL, J. S. **Princípios de economia política**. São Paulo: Nova Cultural, 1986.
- MINER, J. B. **Os quatro caminhos para o sucesso empresarial: como acertar o alvo no mundo dos negócios**. São Paulo: Ed Futura, 1998.
- POPPER, K.R. **A lógica da pesquisa científica**. São Paulo: Cultrix, 1993.
- SAY, J. B. **Traité d'économie politique: ou simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent ou se consomment les richesses**. Paris, 1803. In TREMBLAY, J.M. Quebec, 2002. Disponível na internet: <[http://www.uqac.ca/zone30/Classiques\\_des\\_sciences\\_sociales/classiques/say\\_jean\\_baptiste/traite\\_eco\\_pol/Traite\\_eco\\_pol\\_Livre\\_1.pdf](http://www.uqac.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/classiques/say_jean_baptiste/traite_eco_pol/Traite_eco_pol_Livre_1.pdf)> Acesso em 04 de junho de 2006.
- SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1985.
- SILVA, Z. G. **O Perfil psicológico do empreendedor**. Belo Horizonte: Manual do Modelo CEFE-GTZ/LUSO CONSULT/CENTRO CAPE, 1991. In: VIDAL, F. A. B.; SANTOS FILHO, J.L Comportamento empreendedor do gerente-proprietário influenciando na vantagem competitiva de uma empresa varejista de médio porte. In: XXVII Encontro anual da ANPAD, 27, 2003, Atibaia. **Anais...** Atibaia: ANPAD, 2003.
- SMITH, A. **A riqueza das nações: investigação sobre a sua natureza e suas causas**. São Paulo: Nova Cultural, 1985.
- TIMMONS, J. A. **The entrepreneurial mind**. Andover: Brick House Publishing, 1989.
- VIDAL, F. A. B.; SANTOS FILHO, J.L Comportamento empreendedor do gerente-proprietário influenciando na vantagem competitiva de uma empresa varejista de médio porte. In: XXVII Encontro anual da ANPAD, 27, 2003, Atibaia. **Anais...** Atibaia: ANPAD, 2003.
- VON MISES, L. **La acción humana**. Tratado de Economía. Unión Editorial. Madrid. 1986.
- VON WRIGHT, G. H. **Explaining and understanding**. London: Routledge & Kegan Paul, 1971.