

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ - UECE

ROSA CRISTINA LIMA RIBEIRO

**PERSONALIDADE EMPREENDEDORA, RECURSOS PESSOAIS,
AMBIENTE, ATIVIDADES ORGANIZACIONAIS, GÊNERO E
DESEMPENHO FINANCEIRO DE EMPREENDEDORES
TOMADORES DE MICROCRÉDITO**

FORTALEZA – CE

2009

ROSA CRISTINA LIMA RIBEIRO

**PERSONALIDADE EMPREENDEDORA, RECURSOS PESSOAIS,
AMBIENTE, ATIVIDADES ORGANIZACIONAIS, GÊNERO E
DESEMPENHO FINANCEIRO DE EMPREENDEDORES
TOMADORES DE MICROCRÉDITO**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Acadêmico em Administração do Centro de Estudos Sociais Aplicados da Universidade Estadual do Ceará como requisito parcial para obtenção do grau de mestre.

Orientadora: Prof. Dra. Ana Augusta Ferreira de Freitas

FORTALEZA - CE

2009

R484p Ribeiro, Rosa Cristina Lima
 Personalidade empreendedora, recursos pessoais,
 ambiente, atividades organizacionais, gênero e desempenho
 financeiro de empreendedores tomadores de microcrédito.
 Rosa Cristina Lima Ribeiro. – Fortaleza, 2009.
 115 p.
 Orientadora: Prof. Dra. Ana Augusta Ferreira de Freitas
 Dissertação (Mestrado Acadêmico em Administração) –
 Universidade Estadual do Ceará, Centro de Estudos Sociais
 Aplicados.
 1. Empreendedorismo, 2. Microcrédito, 3. Pesquisa em
 Configuração
 I. Universidade Estadual do Ceará, Centro de Estudos
 Sociais Aplicados.
 CDD: 658

ROSA CRISTINA LIMA RIBEIRO

**PERSONALIDADE EMPREENDEDORA, RECURSOS PESSOAIS,
AMBIENTE, ATIVIDADES ORGANIZACIONAIS, GÊNERO E
DESEMPENHO FINANCEIRO DE EMPREENDEDORES
TOMADORES DE MICROCRÉDITO**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Acadêmico em Administração do Centro de Estudos Sociais Aplicados da Universidade Estadual do Ceará como requisito parcial para obtenção do grau de mestre.

Aprovada em: 20 de abril de 2009.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dra. Ana Augusta Ferreira de Freitas - Orientadora
UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ

Prof. Dr. Francisco José Costa - Examinador
UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ

Prof. Dr. Laércio de Matos Ferreira - Examinador
FACULDADE CHRISTUS

*À memória da minha mãe,
porque todas as minhas conquistas
são conseqüências do seu exemplo
incomparável de persistência,
coragem e determinação.*

AGRADECIMENTOS

Ao finalizar um trabalho dessa dimensão fica a sensação de vitória pessoal por termos superado mais um grande desafio, e ao mesmo tempo realizado um antigo sonho, com o qual me comprometi por opção. Seria mais fácil, e exigiria bem menos de mim, desistir no meio do caminho e atribuir o fato às obrigações com a família, às crescentes responsabilidades com o trabalho, às constantes viagens e nesse período especificamente até a um estado de enfermidade. A escolha do caminho mais fácil deixou de ser possível em virtude de todos aqueles que acreditaram na minha capacidade de perseverar e corresponder ao desafio. São eles os merecedores dos meus sinceros agradecimentos.

Em primeiro lugar minha família: esposo, tia e madrinha, porque em momento algum duvidaram que eu seria mestra. E em especial às minhas filhas, Ana Cristina e Maria Teresa, desejando que o esforço despendido na construção deste trabalho lhes sirva de exemplo. Muito obrigada!

Em seguida à minha orientadora, Professora Ana Augusta, porque compartilhou comigo um projeto que era dela, porque leu e releu este trabalho várias vezes e sempre exigiu mais, mas, junto comigo, comprometeu-se com ele e, ao mesmo tempo, permitiu-me trilhar meus próprios caminhos e compreendeu minhas limitações de tempo. Obrigada, Professora!

Gostaria de agradecer também aos meus colegas do Programa Crediamigo, com carinho especial ao Paulo, ao Neto e ao Sérgio, sem a contribuição de vocês o trabalho não seria o mesmo. Um registro de agradecimento também para a equipe que compõe a unidade do Crediamigo do bairro Montese, em Fortaleza, que foi fundamental na coleta dos dados junto aos clientes do Programa - Ednardo e Fabiana, muito obrigada.

Ao Banco do Nordeste e, em especial aos gestores da Área de Microfinanças e Programas Especiais, pelo apoio fundamental.

Ao Professor Franzé, membro da banca examinadora, cujas pertinentes considerações muito contribuíram para a qualidade da versão final.

*Tudo posso Naquele que me fortalece.
(Filipenses, cap.4, vers. 13)*

RESUMO

Este trabalho se propõe a aliar as visões relacionadas ao tema Empreendedorismo, que associam o *start up* ou desempenho dos negócios a quatro dimensões: personalidade empreendedora, recursos pessoais, ambiente e atividades organizacionais. Além disso, o trabalho incorpora a questão de gênero e se utiliza desse conjunto de variáveis para verificar como se estabelecem as relações entre elas e o desempenho empreendedor. O campo empírico foi representado por 406 empreendedores do setor informal, clientes do Programa Crediamigo, programa de microcrédito do Banco do Nordeste, e o levantamento foi realizado através de uma pesquisa do tipo *survey*. A estruturação do trabalho acontece através da pesquisa em configuração, ou multidimensional, na qual as dimensões são tratadas como uma unidade. Os cinco modelos de configuração analisados utilizam dezoito variáveis e sessenta e três categorias para verificar as associações com desempenho, por meio da técnica CHAID – *Chi Square Interection Detection*. As hierarquizações retornadas pela ferramenta confirmam a importância das quatro dimensões e do gênero na compreensão do desempenho empreendedor.

Palavras Chaves: Empreendedorismo, microcrédito, pesquisa em configuração, Programa Crediamigo

ABSTRACT

The purpose of this thesis is to combine views related to entrepreneurship theme, which associates the start up or performance of a business to four dimensions: entrepreneurial personality, personal resources, environment and organizational activities. Additionally, this study incorporates gender issue and use this set of variables to determine how to establish relations between them and the entrepreneurial performance. The empirical study on field phase was represented by 406 entrepreneurs of the informal sector, clients of Crediamigo Program, the microcredit program of the Banco do Nordeste. Entrepreneurs were contacted through a survey. This research is supported by a configuration or multidimensional research, where the dimensions are treated as a unit. Five configuration models are analyzed and eighteen variables and sixty-three categories were used in order to evaluate the associations with performance, through CHAID – Chi Square Interaction Detection technique. The classification trees returned by the tool confirm the importance of the four dimensions and gender in the understanding of enterprise performance.

Key Words: Entrepreneurship, microcredit, configurational research, Programa Crediamigo

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01: Modelo de configuração associada ao desempenho empreendedor...	26
Figura 02: Dendrograma do CHAID – Modelo Multidimensional I.....	80
Figura 03: Dendrograma do CHAID – Modelo Multidimensional II.....	84
Figura 04: Dendrograma do CHAID – Modelo Multidimensional III.....	87
Figura 05: Dendrograma do CHAID – Modelo Multidimensional IV.....	90
Figura 06: Dendrograma do CHAID – Modelo Multidimensional V.....	93
Gráfico 01: Carteira ativa por produto.....	55
Gráfico 02: Quantidade de operações por produto	55
Gráfico 03: Inadimplência do Programa Crediamigo.....	56
Gráfico 04: Perfil dos clientes - Escolaridade.....	57
Gráfico 05: Perfil dos clientes - Idade.....	57
Gráfico 06: Perfil dos clientes - Gênero.....	58
Quadro 01: Síntese dos resultados da pesquisa sobre empreendedores nascentes.....	25
Quadro 02: Motivadores para Empreender	32
Quadro 03: Áreas da investigação original <i>versus</i> áreas da investigação atual ...	41
Quadro 04: Características dos produtos de crédito.....	54
Quadro 05: Único versus múltiplos domínios: vantagens e limitações.....	62
Quadro 06: Variáveis e categorias dos modelos multidimensionais.....	68
Tabela 01: Empreendedores iniciais por gênero no Brasil – 2001 a 2007.....	45
Tabela 02: Desempenho operacional do Programa Crediamigo 2003-2008.....	53
Tabela 03: Classificação dos traços de personalidade da amostra.....	71
Tabela 04: Motivação para empreender	72
Tabela 05: Restrições familiares.....	75

LISTA DE SIGLAS

CHAID – *Chi-square Automation Interaction Detection*

CREDIAMIGO – Programa de microcrédito produtivo orientado do Banco do Nordeste

ECINF – Pesquisa da Economia Informal Urbana

GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IMF – Instituição de Microfinanças

ROE – *Return on Equity* (Retorno sobre Patrimônio Líquido)

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
CAPÍTULO 1: EMPREENDEDORISMO E MODELOS MULTIDIMENSIONAIS DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR	21
1.1 Evolução da Teoria sobre Empreendedorismo	21
1.2 O Modelo Multidimensional baseado na Personalidade Empreendedora, nos Recursos Pessoais, no Ambiente e nas Atividades Organizacionais.....	22
1.2.1 Dimensão I: Personalidade Empreendedora.....	26
1.2.1.1 Lócus de controle	26
1.2.1.2 Propensão ao risco	28
1.2.1.3 Necessidade de realização	30
1.2.1.4 Iniciativa pessoal	31
1.2.1.5 Motivadores	31
1.2.2 Dimensão II: Recursos Pessoais	33
1.2.2.1 Capital humano	33
1.2.2.2 Situação financeira	34
1.2.3 Dimensão III: Ambiente	35
1.2.3.1 Restrições familiares	35
1.2.3.2 Redes de relacionamento	36
1.2.3.4 Modelos positivos	38
1.2.4 Dimensão IV: Atividades Organizacionais	39
CAPÍTULO 2: EMPREENDEDORISMO E MICROFINANÇAS.....	42
2.1 Dimensão do Empreendedorismo Informal no Brasil	42
2.2 Gênero e Empreendedorismo.....	44
2.3 Desempenho Empreendedor.....	46
2.4 Demanda dos Empreendedores Informais por Serviços Financeiros	48
2.5 O Setor Informal e as Microfinanças	49
2.6 O Programa Crediamigo	52
CAPÍTULO 3: MÉTODO	60
3.1 O Pólo Epistemológico	60

3.1.1 A classificação da pesquisa	60
3.1.2 A pesquisa em configuração	61
3.2 O Pólo Técnico	62
3.2.1 Universo e Amostra	63
3.2.2 Coleta de Dados	63
3.2.3 Tratamento dos Dados	66
CAPÍTULO 4: ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	70
4.1 O Pólo Morfológico.....	70
4.2 Descrição da Amostra.....	70
4.2.1 Características da dimensão personalidade empreendedora.....	71
4.2.2 Características da dimensão recursos pessoais.....	73
4.2.3 Características da dimensão ambiente.....	74
4.2.4 Características da dimensão atividades organizacionais.....	76
4.2.5 Descrição dos dados que compõem as variáveis dependentes. .	77
4.3 Os Modelos Multidimensionais	78
4.3.1 Modelo Multidimensional I	81
4.3.2 Modelo Multidimensional II	85
4.3.3 Modelo Multidimensional III	88
4.3.4 Modelo Multidimensional IV	91
4.3.5 Modelo Multidimensional V	94
4.3.6 Outras considerações sobre os Modelos Multidimensionais	95
4.4 Limitações do Estudo.....	97
CAPÍTULO 5: CONSIDERAÇÕES FINAIS	98
REFERÊNCIAS.....	102
APÊNDICE A – Instrumento de coleta de dados	
APÊNDICE B – Chave de correção da escala de necessidade de realização	
APÊNDICE C – Chave de correção da escala de evitar riscos	
APÊNDICE D – Chave de correção da escala de iniciativa pessoal	

INTRODUÇÃO

Nas discussões acerca de empreendedorismo muitas pesquisas são conduzidas e novas teorias têm sido escritas, buscando identificar quem é esse indivíduo, quais são suas principais características, que aspectos cognitivos os levam em direção a o *start up*¹ de negócios, que modelos de sociedade propiciam melhores condições ao crescimento desse movimento, enfim diversos aspectos têm sido abordados para favorecer a compreensão e o fomento da complexa e multifacetada atividade empreendedora. A importância do empreendedor, na maioria dos casos, está associada à visão schumpeteriana do termo, que o define como o catalisador de mudanças, responsável pelo avanço tecnológico e como motor que movimenta a economia dos países. A transcrição a seguir expõe parte do ponto de vista de Schumpeter (1961, p.166) sobre o papel do empreendedor:

(...) reformar ou revolucionar o sistema de produção através do uso de uma invenção ou, de maneira mais geral, de uma nova possibilidade tecnológica para a produção de uma nova mercadoria ou fabricação de uma antiga em forma mais moderna, através da abertura de novas fontes de suprimento de material, novos canais de distribuição, reorganização da indústria e assim por diante.

Antes de aprofundar o debate acerca dos modelos teóricos relacionados ao empreendedorismo é importante delinear a quem se refere o termo no âmbito da discussão aqui proposta. As propostas conceituais para o termo advêm do trabalho de Verheul *et al.* (2001), que apresenta três possibilidades para o conceito de empreendedor:

1. Na tentativa de diferenciar o empreendedor do gerente surge a primeira definição: empreendedores seriam aqueles que perseguem oportunidades, mobilizando os recursos necessários à sua exploração. Esta definição se aproxima da aplicação schumpeteriana para o termo.
2. Num segundo conceito, o termo empreendedor é utilizado como o equivalente para aqueles que conduzem uma atividade autônoma ou

¹ *Start up*: conjunto de atividades e decisões relacionadas ao início de um novo empreendimento, compreendendo, em geral, o período de preparação do negócio e a fase de implantação.

são proprietários de um negócio. Esta perspectiva costuma abranger as pequenas e médias empresas de um país.

3. Numa outra proposta empreendedores seriam aqueles que lideram um negócio e não recebem salários. Os resultados alcançados pelo negócio (lucro) é que são utilizados como forma de remuneração.

Para o trabalho aqui proposto, o conceito para a atividade empreendedora aproxima-se da segunda proposição de Verheul *et al.* (2001), e é aplicada ao contexto do setor informal.

A partir dessa definição sobre o sujeito da investigação ratifica-se a importância de compreender o empreendedorismo no contexto brasileiro, através do exame do relatório da pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor-GEM* (2007), realizada pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade. Este estudo aponta o Brasil como um dos países com maiores taxas de empreendedorismo dentre aqueles acompanhados. O país ocupava, em 2007, o sétimo lugar dentre os países monitorados no que se refere a taxa de empreendedorismo em estágio inicial. Contudo, segundo aquela pesquisa, as condições de apoio ao desenvolvimento das atividades empreendedoras não são adequadas, nem suficientes. Agravam este panorama, segundo dados da pesquisa sobre Economia Informal Urbana - ECINF 2003, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-IBGE, a existência de 10,3 milhões de empreendimentos informais no país. Ademais, uma das carências identificadas pela ECINF, e ratificada pela GEM, é a dificuldade de acesso ao crédito. O alto custo dos empréstimos e o excesso de burocracia foram citados pelos empreendedores como os dois maiores entraves.

Se para as micro e pequenas empresas é difícil alcançar o sistema bancário, mais difícil ainda é o acesso para os empreendedores informais visto que a precariedade dos seus negócios e a pobreza dessas famílias os distanciam ainda mais das condições de atender aos requisitos impostos por esse sistema: bens para serem vinculados como garantia, burocracia, custo financeiro para o tomador da transação bancária. Outro agravante é a ausência de produtos financeiros adequados às necessidades desses pequenos negócios, que necessitam de recursos para capital

de giro e investimentos, de forma análoga a das empresas formais (Cf. CARVALHO; ABRAMOVAY, 2004; PEREIRA, 2007).

O microcrédito surgiu como alternativa de financiamento para este segmento empresarial através da oferta de crédito destinado a atividades produtivas conjugado à orientação empresarial, daí a identificação deste segmento do crédito financeiro como microcrédito produtivo orientado. A fim de estabelecer um contraponto cita-se o crédito consignado como um outro segmento do microcrédito, caracterizado como as operações de crédito de pequeno valor, mas para as quais não há obrigatoriedade de vinculação a uma atividade produtiva.

Esclarecido o sujeito, retomam-se as discussões teóricas mais recentes que permeiam o meio acadêmico na que se relaciona ao tema empreendedorismo. Há um debate em torno da validade desse campo de estudo como uma ciência. Contudo a legitimidade do empreendedorismo como área de conhecimento e, conseqüentemente, como campo de estudo com teorias próprias, carece ainda de avanços no sentido de delimitar quais seriam os aspectos relevantes nestes estudos que não estariam em conflito com outras áreas de conhecimento já estabelecidas, como a Administração ou a Economia (SHANE; VENKATARAMAN, 2000; BUSENITZ *et al.* 2003; GREGOIRE *et al.* 2006).

As análises das publicações recentes sobre o tema consubstanciadas nos trabalhos de Busenitz *et al.* (2003); Gregoire *et al.* (2006) e Corneulius, Landstrom e Persson (2006) mostram certa consolidação acerca dos principais autores e linhas de pensamento, que legitimam o campo de estudo do empreendedorismo como a região de interação entre o indivíduo, as oportunidades e o *start up* de novos negócios.

Outros estudiosos têm seguido a mesma linha de abordagem como, por exemplo, Korunka e colaboradores, em seu trabalho publicado em 2003, utilizam a personalidade empreendedora, os recursos pessoais, o ambiente e as atividades organizacionais relacionadas à abertura de novos negócios, como um construto para avaliar a configuração de *start up* de negócios com maior probabilidade de alcançar sucesso.

Contudo, essa abordagem que privilegia as interações ainda é relativamente recente e pouco explorada do ponto de vista da produção intelectual. Busenitz e outros publicaram em 2003 uma pesquisa onde foram analisados artigos relacionados ao empreendedorismo publicados em sete periódicos internacionais especializados em *management* e empreendedorismo e os anais de um grande evento relacionado também ao empreendedorismo. No trabalho analisou-se 5.291 artigos, de onde se identificou 97 artigos relacionados a empreendedorismo; dentre esses artigos somente um realizava uma abordagem de empreendedorismo que integrava as visões de oportunidades, indivíduos ou grupos (empreendedores e não empreendedores) e modos de organização.

A investigação aqui proposta parte do contexto dos empreendedores do setor informal, atendidos por programas de microcrédito, e utiliza um modelo multidimensional onde o desempenho se apresenta como o construto resultante das interações entre os domínios da personalidade empreendedora, dos recursos pessoais, do ambiente e das atividades organizacionais. De acordo com Dess, Newport e Rasheed (1993) a pesquisa em configuração (ou multidimensional) se caracteriza pelo estabelecimento de relações entre múltiplos domínios e apresenta vantagens sobre a investigação de apenas uma dimensão, notadamente pelo seu maior poder de explicação.

A abordagem multidimensional utiliza como referência o trabalho de Korunka *et al.* (2003) onde estes admitem o construto das interações entre a personalidade empreendedora e recursos pessoais, ambiente e atividades organizacionais como o elemento potencializador do desenvolvimento da atividade empreendedora. O modelo utilizado advém da proposta original dos autores supra citados, mas foi adaptado para melhor se adequar ao contexto dos empreendedores atendidos por programas de microcrédito que diverge do trabalho original no aspecto relacionado à abertura (*start up*) de negócios, visto que o universo desta pesquisa já desenvolve atividades empresariais há pelo menos um ano. Deste fato decorre que ao invés do sucesso relacionado ao *start up* a investigação busca esclarecer as associações entre as configurações empreendedoras e desempenho financeiro dos negócios. Os

empreendedores que compõem a base das entrevistas são clientes do programa de microcrédito Crediamigo do Banco do Nordeste.

Outro ponto relevante para a discussão aqui proposta é a questão do gênero. Dados da GEM (2007) dão conta de um significativo número de mulheres que se tornaram financeiramente independentes e iniciaram empreendimentos próprios. Segundo o relatório da GEM (2007) as mulheres representavam 52% dos empreendedores no Brasil, invertendo uma tendência histórica da superioridade masculina no empreendedorismo, em 2001 a maioria masculina era de 79%.

A proposta deste trabalho é alinhar-se às novas tendências de estudo na área de empreendedorismo, tomando por referência o trabalho de Korunka *et al.* (2003) e, ao mesmo tempo, aumentar o conhecimento acerca da realidade dos negócios daqueles empreendedores que operam com microcrédito, incorporando a discussão do gênero.

Diante desta contextualização, são colocadas as questões de pesquisa que se pretende analisar: **que modelos de configuração multidimensional explicam o desempenho financeiro dos negócios de empreendedores tomadores de microcrédito produtivo orientado? Essas configurações sofrem alteração quando a perspectiva de gênero é incorporada?**

O objetivo principal é identificar as diferentes associações entre as configurações empreendedoras e desempenho financeiro de micro e pequenos negócios apoiados por programas de microcrédito, com destaque para análise do gênero nestas associações. Tal objetivo será atingido por meio dos seguintes objetivos específicos:

1. Descrever as características da dinâmica empreendedora do setor informal relacionadas às quatro dimensões e aos indicadores de desempenho sob estudo, incorporando a questão de gênero.
2. Identificar as configurações empreendedoras, a partir das quatro dimensões propostas, associadas ao desempenho financeiro dos empreendedores no que se refere a vendas.

3. Identificar as configurações empreendedoras, a partir das quatro dimensões propostas, associadas ao desempenho financeiro dos empreendedores no que se refere ao lucro do negócio.
4. Identificar as configurações empreendedoras, a partir das quatro dimensões propostas, associadas ao desempenho financeiro dos empreendedores no que se refere ao retorno do patrimônio líquido.
5. Identificar as associações existentes entre as quatro dimensões investigadas e o desempenho financeiro dos negócios a partir da visão de gênero.

Trata-se de um estudo exploratório, pois apresenta uma proposta de investigação numa visão multidimensional ou em configuração, cuja discussão teórica na associação com o empreendedorismo é relativamente recente, ponto ratificado pelo trabalho de Busenitz *et al.* (2003), citado anteriormente. Diante do caráter exploratório, adota-se aqui a postura de não estabelecer hipóteses prévias, possibilidade inerente aos trabalhos de pesquisa exploratórios conforme Bruyne, Herman e Schoutheete (1991) e Vergara (2004).

O Crediamigo atende precipuamente empreendedores do setor informal, com pelo menos um ano de atividade, localizados principalmente na Região Nordeste. É atualmente o maior programa de microcrédito produtivo orientado do Brasil, com desembolsos acumulados superiores a R\$ 4,6 bilhões e mais de 961 mil pessoas atendidas (BANCO DO NORDESTE, 2009). São oferecidos produtos para capital de giro e formação de capital fixo utilizando metodologia semelhante à desenvolvida originalmente por Mohammed Yunus (YUNUS; JOLIS, 2000), no Banco Gramenn, em Bangladesh².

Os clientes do Crediamigo são atendidos por assessores de crédito que os visitam a cada renovação e atualizam informações cadastrais e financeiras acerca do desenvolvimento do negócio. Trata-se de um aspecto importante, pois são escassos os dados que reflitam a realidade econômico-financeira do setor informal, dada a precariedade dos controles desses negócios. Assim, ao utilizar como fonte o

² Yunus foi contemplado com o Prêmio Nobel da Paz em 2006 por sua luta contra a pobreza através da melhoria das condições de acesso ao crédito pelas populações mais carentes.

levantamento financeiro realizado pelos assessores do Crediamigo, esta pesquisa traz ao público novas informações acerca da realidade desse segmento.

Além desta introdução, o trabalho apresenta a seguinte estrutura: dois capítulos de revisão teórica; o primeiro apresenta de forma detalhada as quatro dimensões do modelo utilizado como referência e o segundo discute o empreendedorismo no Brasil, o desempenho empreendedor, gênero e microfinanças. É também no segundo capítulo que se apresenta o Programa Crediamigo em maiores detalhes. No terceiro capítulo são tratados os aspectos metodológicos. O quarto contém a análise dos resultados encontrados pela pesquisa, à luz da teoria revisada. No último capítulo apresentam-se as considerações finais do estudo.

As análises, observações, deduções e conclusões contidas neste trabalho e suas eventuais implicações, são de inteira responsabilidade da autora, não representando, necessariamente, o pensamento ou a concordância do Banco do Nordeste, nem de seus administradores.

CAPÍTULO 1. EMPREENDEDORISMO E MODELOS MULTIDIMENSIONAIS DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

Este capítulo tem como objetivo apresentar o modelo multidimensional que irá dar suporte teórico ao trabalho desenvolvido. Antes de realizar esta descrição, faz-se uma síntese da evolução histórica das discussões sobre empreendedorismo contextualizando do ponto de vista da evolução da área, enquanto ramo de pesquisa, o trabalho de Korunka *et al.* (2003).

1.1 Evolução da Teoria sobre Empreendedorismo

O primeiro trabalho a introduzir o conceito de empreendedorismo na literatura comercial, econômica e de negócios foi a obra póstuma de Cantillon, um banqueiro irlandês que vivia na França, datada de 1755, na qual o empreendedor era visto como aquela figura alerta a discrepâncias entre a oferta e a demanda, que comprava barato e vendia por um preço mais elevado. Cantillon é considerado pioneiro na evolução do pensamento sobre Empreendedorismo, no que Murphy, Liao e Welch, (2006, p.18), classificam como as “explicações de base econômica”. Esta discussão inicial acerca do empreendedorismo compõe o que foi chamado por autores que o sucederam de Escola Clássica. Nessa Escola o papel do empreendedor é descrito no contexto da produção e distribuição de bens em mercados competitivos.

No final do Século XIX, com o advento da Escola Neoclássica, tem-se uma nova visão do empreendedor, que é reforçada a partir do trabalho de Schumpeter (1988), publicado originalmente em 1934. O empreendedorismo passa a ser visto como a introdução de novos bens, modos de produção, mercados, matérias primas ou novas formas de organização e o empreendedor como o responsável por essa destruição criativa através da inovação na exploração de recursos. Contudo, para os economistas neoclássicos³, toda esta movimentação criada pelos empreendedores se dava dentro do conceito de mercados perfeitos, nos quais os empreendedores produziam mudanças e respondiam a elas. Esta situação gerava um paradoxo visto que a dinâmica das mudanças provocadas pela inovação não se ajustava às

³ Entre os principais pensadores do período são citados: o austríaco Carl Menger (1840-1921), o inglês Alfred Marshall (1842-1924), o italiano Vilfredo Pareto (1848-1923), o sueco Knut Wicksell (1851-1926) e o estadunidense Irving Fisher (1867-1947).

fundamentações econômicas propostas pelos teóricos para as condições de mercado perfeito.

Esta situação deu origem à última escola econômica relevante no desenvolvimento da Teoria Empreendedora, conforme historiado por Murphy, Liao e Welch (2006). A Escola Austríaca, iniciada no Século XX, retoma a discussão sobre o indivíduo empreendedor, pressupondo que esse atuava em mercados imperfeitos e que suas decisões eram sujeitas a erros devido a insuficiência de informações. Reforçava a importância da inovação, como fonte de competitividade, e da agilidade do empreendedor em reconhecer e aproveitar tais oportunidades. Para os pensadores dessa Escola o empreendedorismo estava implícito na ordem dos sistemas econômicos.

Por volta da metade do Século XX, as explicações de base essencialmente econômica começaram a dar lugar a outras abordagens no estudo do empreendedorismo. Os fatores humanos, ambientais e de mercado passaram a integrar a corrente teórica que explica a atividade empreendedora. A Psicologia, a Sociologia e a Administração Estratégica foram colocadas como as bases para uma visão multidisciplinar do empreendedorismo, legitimando-o como um campo de estudo distinto de áreas de conhecimento já estabelecidas como a Administração ou a Economia (SHANE; VENKATARAMAN, 2000; BUSENITZ *et al.* 2003; GREGOIRE *et al.* 2006). Esta nova concepção será discutida na seção seguinte.

1.2 Modelo Multidimensional Baseado na Personalidade Empreendedora, nos Recursos Pessoais, no Ambiente e nas Atividades Organizacionais

A visão mais complexa do empreendedorismo integrando-o com outras áreas de conhecimento, além da Psicologia e da Economia bem como sua associação com as variáveis ambientais, passa a permear os trabalhos da área a partir da década de 80. Gartner (1985) apresenta a proposição de que o *start up* de novas empresas deve contemplar uma visão mais complexa, que inclua não apenas o empreendedor (e.g. traços de personalidade, idade, experiência), mas também aspectos como o ambiente (e.g. acesso a recursos, fornecedores, clientes), características estratégicas da empresa que está sendo criada e o próprio processo de criação do empreendimento.

Em um estudo publicado em 1988, Gartner afirma que a questão fundamental não reside em entender quem é o empreendedor, mas sim o que ele faz, numa perspectiva que avance além dos traços de personalidade e investigue os aspectos comportamentais ligados à atitude de empreender. Este trabalho de Gartner (1988) é citado por Shaver e Scott (1991) como fundamental na construção de uma teoria comportamentalista para o empreendedor, que contempla além dos traços de personalidade o seu relacionamento com o ambiente.

Robinson *et al.* (1991), alinhados com a proposta de Gartner (1988), apresentam um instrumento para medição da *Entrepreneurial Attitude Orientation* (EAO) como ferramenta para predizer o empreendedorismo. Para estes pesquisadores a atitude, que é um construto de crenças e valores; sentimentos positivos e negativos e predisposições e intenções, supera os traços de personalidade na capacidade de explicar o movimento empreendedor. Carland, Carland e Koiranen (1997), Gartner *et al.* (1994), Hisrich (2000) e Lerner, Brush e Hisrich (1995) reforçam a necessidade de incluir outras dimensões, como a cultura e o ambiente familiar, e de manter a análise da personalidade empreendedora associada ao contexto dos negócios.

A proposta examinada por Korunka *et al.* (2003) é a abordagem de uma configuração envolvendo a personalidade empreendedora no contexto dos recursos pessoais, ambiente e atividades organizacionais associadas ao processo de *start up* de negócios. O modelo é o suporte teórico deste trabalho de pesquisa e passa a ser discutido a seguir.

O objetivo do trabalho de Korunka e seus auxiliares, realizado na Alemanha, é investigar a configuração de personalidade empreendedora mais associada a uma performance favorável na concretização dos planos de iniciar um empreendimento, no contexto dos recursos, do ambiente e das atividades organizacionais relacionados ao início de um negócio. Assim, ao entrevistar 314 empreendedores nascentes⁴ seu interesse era identificar quais deles teriam maiores probabilidades

⁴ No trabalho de Korunka *et al.* (2003) foram considerados empreendedores nascentes aqueles que haviam, de alguma forma, manifestado interesse em iniciar uma atividade empreendedora junto a entidades alemãs de apoio a novos negócios.

de concretizar o desejo de iniciar seu próprio negócio. O modelo de configuração ideal é obtido através da análise do que eles chamam empreendedores de sucesso, uma amostra composta de 627 donos de negócios cujos empreendimentos tinham, à época, pelo menos dois anos de atividade.

A originalidade do trabalho vem do esforço para suprir lacunas de pesquisas anteriores focadas somente nos traços de personalidade associada ao processo de *start up* de negócios. Para Korunka *et al.* (2003) essas análises são insuficientes, como também o são aquelas pesquisas que partem da análise do processo de *start up* a partir do prisma das organizações, desprezando o efeito da personalidade do empreendedor nos negócios nascentes. Segundo os citados autores, uma abordagem configuracional que integre aspectos chaves na compreensão do fenômeno oferece uma contribuição mais efetiva na construção de conhecimento. A investigação é amparada metodologicamente por uma análise de clusters. O locus de controle interno foi identificando como o traço de personalidade mais significativa em relação aos demais traços de personalidade. Os dados foram submetidos a uma análise de cluster hierárquica, a partir do locus (WARD algoritmo), com o número de clusters determinado em função de análise visual. Foi identificada uma solução com três grupamentos, e os indicadores encontrados serviram de parametrização para o procedimento de análise de cluster não hierarquizado, ao qual foi submetido o experimento.

O trabalho de pesquisa identificou três grandes grupamentos de empreendedores nascentes, sintetizados no Quadro 01, que comparados aos empreendedores de sucesso apresentaram as seguintes configurações:

Grupo	Características	Probabilidade de sucesso no novo negócio
1. Empreendedores nascentes contra a própria vontade	<ul style="list-style-type: none"> - Personalidade: baixa necessidade de realização, baixo locus de controle interno e baixa iniciativa pessoal - Ambiente: pouco suporte social e baixa percepção da importância das redes de apoio - Esforços organizacionais: baixo uso da informação 	- Baixa
2. Serei um empreendedor nascente	<ul style="list-style-type: none"> - Personalidade: forte necessidade de auto-realização e locus de controle interno - Ambiente: força dos modelos positivos - Recursos: baixa disponibilidade de recursos financeiros 	- Dúbia, podendo ser reforçada através do acesso aos recursos financeiros necessários
3. Empreendedores nascentes conectados em redes e com padrão para evitar o risco	<ul style="list-style-type: none"> - Personalidade: baixa propensão ao risco - Ambiente: percebido como favorável, com valorização do suporte e das redes - Esforços organizacionais: uso intenso de informação, poucos problemas e baixo esforço na organização da nova empresa 	- Alta

Quadro 01: Síntese dos Resultados da Pesquisa sobre Empreendedores Nascentes

Fonte: Baseado em Korunka *et al.* (2003).

No presente trabalho de pesquisa, como já colocado no capítulo introdutório, buscase identificar as diferentes associações entre as configurações empreendedoras e desempenho financeiro de micro e pequenos negócios apoiados por programas de microcrédito, neste caso o Programa Crediamigo. A forma como esta associação sofre alterações quando incluída a variável gênero também é de interesse.

Deste modo, conforme visualizado na FIG. 01, são investigadas as seguintes dimensões na sua associação com o desempenho financeiro empreendedor: 1. Personalidade Empreendedora; 2. Recursos Pessoais; 3. Ambiente e 4. Atividades Organizacionais.



Figura 01: Modelo de configuração associada ao desempenho empreendedor
Fonte: Baseado em Korunka *et al.* (2003).

As sub-seções seguintes exploram as dimensões.

1.2.1 - Dimensão I: Personalidade Empreendedora

A primeira dimensão a ser analisada é a relacionada ao indivíduo. Nesta dimensão são examinados, principalmente, os traços de personalidade associados aos empreendedores, assim como as motivações para a ação de empreender. A discussão teórica desta dimensão guarda consonância com a proposta original do trabalho sob referência. Dentro desta dimensão estão as variáveis de *locus de controle*, propensão ao risco, necessidade de realização, iniciativa pessoal e motivadores.

1.2.1.1 - *Locus de controle*

De acordo com Rotter (1966), o construto representado pelo *locus de controle* busca compreender de que forma as pessoas percebem a fonte do controle dos acontecimentos nos quais estão envolvidas. Algumas pessoas acreditam que a fonte do controle dos acontecimentos está nelas próprias, outras acreditam que forças

como o destino ou pessoas poderosas é que são responsáveis por esses acontecimentos.

Nas investigações acerca dos traços de personalidade mais associados aos empreendedores, o *locus de controle* aparece com relativa frequência (GARTNER, 1985; SHAVER; SCOTT, 1991). Os avanços epistemológicos acerca do delineamento e das formas de mensuração deste aspecto da personalidade humana ganharam corpo a partir do trabalho de Rotter (1966). De acordo com a investigação por ele conduzida, a importância do reforço ou da recompensa para a aquisição de conhecimentos, habilidades ou para a realização de alguma tarefa é reconhecida pelos estudiosos da natureza humana. Contudo a origem dessa recompensa é percebida de formas diversas pelos indivíduos, implicando diferentes compreensões acerca do controle e das conseqüências de suas ações.

Para parte dos indivíduos, as recompensas não decorrem unicamente do seu esforço, mas são também influenciadas, em maior ou menor intensidade, pela ação de forças fora do seu controle como a sorte, o destino ou a influência de pessoas poderosas. Para Rotter (1966) estes indivíduos apresentariam *locus de controle externo*.

Diferentemente, outros indivíduos se percebem como atores principais na estruturação de ações que vão resultar nas recompensas buscadas; a recompensa decorre de seu comportamento, de suas ações. Esses indivíduos, segundo o pesquisador, apresentariam *locus de controle interno*.

Além dos conceitos relacionados ao *locus de controle*, o trabalho de Rotter (1966) também apresenta uma escala para mensuração da internalidade ou externalidade do *locus*, composta de 29 itens de escolha forçada. Nas suas conclusões o autor ressalta que indivíduos com forte crença de que podem controlar seu próprio destino, ou seja, elevado *locus de controle interno*, apresentam as seguintes características:

1. São mais atentos aos aspectos do ambiente que podem provê-los de informações relevantes para seu comportamento futuro;

2. Empenham-se em ações graduais para melhorar as condições de seu entorno;
3. Reputam grande valor às recompensas decorrentes da habilidade e competição e são geralmente mais preocupados com suas habilidades e especialmente com suas falhas;
4. São resistentes às tentativas de influenciá-los, mesmo que sutis.

A escala de locus de controle proposta por Rotter (1966) foi revista por Levenson (1974) e passou a contemplar, além da mensuração do locus de controle interno, duas novas dimensões para o locus de controle externo: se ele é atribuído a outros poderosos ou ao acaso, através de um questionário com vinte e quatro perguntas e com apoio em uma escala de Likert. Dela Coleta (1987) adaptou este material para o contexto brasileiro e foi base para o trabalho de Callado *et al.* (2006), desenvolvido no intuito de avaliar e diferenciar grupos de empreendedores de não empreendedores, a partir do locus de controle. Este traço de personalidade, em que pese figurar no trabalho referência, não será investigado neste trabalho por motivos esclarecidos no capítulo referente à metodologia.

1.2.1.2 Propensão ao risco

A palavra risco tem sua origem associada à palavra italiana *risicare* que significa ousar. Implicitamente traz a associação com a possibilidade de algo não acontecer da forma esperada. Bernstein (1997) afirma que o risco se assemelha a uma opção, visto que as ações que se ousa tomar refletem o poder de escolha do indivíduo. Uma maior inclinação na direção de arriscar ou ousar representa maior propensão ao risco. Essa inclinação ao risco é investigada, então, enquanto traço de personalidade.

McClelland (1972), ao descrever a atividade empresarial, faz uma associação entre estas atividades e a aceitação tácita dos riscos envolvidos. Para ele: “(...) o papel executivo ou empresarial parece exigir ‘a tomada de decisões numa situação de incerteza’” (McCLELLAND, 1972, p. 259, grifo do autor). Ao descrever a intensidade dessa situação de incerteza, McClelland compara o papel empresarial a uma curva

de probabilidades onde, no pólo seguro o empreendedor teria de fazer apenas o que faria qualquer outra pessoa no seu lugar com capacidade e conhecimento apropriados. No pólo extremo estariam os jogos de azar onde os resultados seriam completamente dependentes de fatores fora do controle empresarial. Para McClelland (1972, p. 260, grifo do autor) as pessoas atraídas pelo papel empreendedor seriam “aquelas capazes de 'desabrochar' em condições de incerteza moderada onde seus esforços ou habilidades possam exercer influência no resultado”, ou seja, considerada a curva de probabilidade proposta, os empreendedores estariam no meio da curva, expondo-se a riscos moderados.

Carland, Carland e Koiranen (1997) citam a propensão para correr riscos como a mais antiga dentre as características associadas aos empreendedores no que eles classificam como modelo americano de empreendedorismo.

Nesta linha o trabalho de Brockhaus (1980) investiga as diferenças na propensão ao risco entre gerentes recém contratados ou promovidos e fundadores de novos negócios nos Estados Unidos. Diferentemente dos trabalhos citados anteriormente, que validam de forma positiva a associação do risco à atividade empreendedora, o trabalho de Brockhaus conclui que a propensão ao risco não distingue, de maneira significativa, empreendedores e não empreendedores⁵.

Kamalanabham, Sunder e Manshor (2006) propõem um aperfeiçoamento ao CDQ através da utilização, em conjunto com esse instrumento, de uma escala de magnitude da perda. A utilização conjunta dos dois instrumentos no trabalho destes autores, realizado na Índia, demonstra uma maior precisão na avaliação da propensão ao risco e demonstra uma associação positiva entre a atividade empreendedora e esse traço de personalidade. O estudo realizado por Krauss *et al.* (2005) no sudeste da África também associa positivamente propensão ao risco e crescimento dos negócios.

⁵ O resultado do estudo de Brockhaus (1980) é contestado sob a alegação que o instrumento de medição de risco utilizado, o *Choice Dilemmas Questionnaire (CDQ)*, não se mostra adequado para a avaliação realizada (KAMALANABHAM; SUNDER; MANSHOR, 2006; SHAVER; SCOTT, 1991).

1.2.1.3 Necessidade de realização

A necessidade de realização representa um comportamento associado à independência, à necessidade de realizar tarefas relativamente complexas de forma rápida e independente; de competir e superar os concorrentes; de exigir de si mesmo a superação de obstáculos e um alto padrão de desempenho (MURRAY *apud* SHAVER; SCOTT, 1991).

Os dados da investigação acerca da necessidade de realização conduzida por McClelland (1972, p. 69) apontam que:

(...) induzir a motivação de realização aumenta em todos os tipos de sujeitos pensamentos de bom desempenho em relação a algum padrão de realização perfeita, de obstáculos à tentativa de realizar, de procura de vários meios de realização e de reação alegre ou triste, diante dos resultados do esforço realizado.

Ainda segundo McClelland (1987, p. 221) as pessoas com alta pontuação em necessidade de realização apresentam maior tendência de se envolver com a condução de pequenos negócios e obter sucesso e se comportam de maneira peculiar:

Elas tinham desempenho melhor quando a tarefa era desafiadora (não rotineiras); elas eram mais atraídas pelo desafio do que por tarefas rotineiras ou muito difíceis; elas insistiam em assumir a responsabilidade pessoal pelo seu desempenho; elas gostavam de receber *feedback* quantitativo sobre quão bom havia sido seu desempenho e elas eram inovadoras no seu senso de procura por novas e melhores maneiras de melhorar seus desempenhos.

Consoante Shaver e Scott (1991) a necessidade de realização investigada por McClelland (1972) é realmente a característica fundamental, a base de toda a discussão sobre traços de personalidade associados ao empreendedor de sucesso. Adicionalmente, ainda na perspectiva de Shaver e Scott (1991), esta parece ser a única característica cuja associação com a criação de novos negócios aparece de forma convincente.

A associação positiva da necessidade de realização com o empreendedorismo também é sugerida nos trabalhos de Carland e Carland, (1996), Carland, Carland e Koiranen (1997) e Krauss *et al.* (2005).

1.2.1.4 Iniciativa pessoal

Os traços de personalidade anteriormente tratados: locus de controle, propensão ao risco e necessidade de realização, já há algum tempo permeiam os trabalhos associados à personalidade empreendedora. Buscando alinhar sua abordagem com novas tendências na compreensão da personalidade do empreendedor (e.g. saúde mental, proatividade, controle sobre as ações) Korunka e seus colaboradores (2003) optaram por verificar também a associação entre iniciativa pessoal e o *start up* de negócios.

Os conceitos de iniciativa pessoal utilizados ancoraram-se nos trabalhos de Frese *et al.* (1996; 1997), que demonstraram a importância deste traço de personalidade no contexto do trabalho. Para esses pesquisadores iniciativa pessoal é um comportamento que induz o indivíduo a ir além do que é demandado formalmente a ele numa dada tarefa. O indivíduo com iniciativa caracteriza-se pelos seguintes aspectos: é consistente com a missão da organização; possui foco no longo prazo; é direcionado por objetivos e orientado pela ação; é persistente diante de barreiras e revezes e é proativo.

Segundo Frese *et al.* (1997), empreendedores demonstram elevado grau de iniciativa visto que ambos os construtos implicam no uso de criatividade, construção de estratégias e superação de problemas. Aliada a este aspecto, a investigação conduzida naquele trabalho confirma a hipótese de que pessoas que possuem interesse em tornarem-se autônomos (*self-employment*) apresentam elevado grau de iniciativa, reforçando a associação deste traço de personalidade à atitude empreendedora. No mesmo trabalho, os autores apresentam uma proposta de escala para mensuração desse traço de personalidade.

1.2.1.5 Motivadores

Além dos traços de personalidade já delineados, os trabalhos voltados para a compreensão do indivíduo que empreende têm sido direcionados também para investigações relacionadas às motivações para empreender. O processo cognitivo que envolve a pessoa e suas escolhas na direção do empreendedorismo passa

pelos impulsionadores que a levam a tomar esta decisão (CARTER *et al.* 2003; SHAVER; SCOTT, 1991).

Segundo Carter *et al.* (2003), existem seis principais grupamentos de motivadores que são tradicionalmente associados como diferenciadores das justificativas de empreendedores nascentes e não empreendedores, quando indagados acerca de suas escolhas relacionadas à carreira e trabalho: auto-realização, sucesso financeiro, modelos, inovação, reconhecimento e independência. Contudo a investigação conduzida por Carter *et al.* (2003) reforça a importância das razões que levam o indivíduo ao empreendedorismo, mas ressalta que elas não se mostram significativamente diferentes das justificativas para as escolhas relacionadas a carreira, daqueles que não se dedicam ao empreendedorismo.

Outro ponto relevante levantado pelo trabalho de pesquisa de Carter *et al.* (2003) é a discussão relacionada à associação entre as razões para iniciar o negócio e a intenção de realmente engajar-se em um novo negócio. Para os pesquisadores as motivações para empreender são a base da intenção e como os negócios são criados propositalmente, e às vezes demandam anos de planejamento, a intencionalidade se mostra como fundamental na superação das dificuldades que se colocam no processo de criação de um novo negócio. Em síntese as motivações que levam o indivíduo ao início de um novo negócio são apresentadas no Quadro 02:

Motivador	Razões para empreender
1. Auto-realização	Relacionadas à concretização de objetivos auto-impostos.
2. Sucesso financeiro	Desejo de ganhar mais; necessidade de mais dinheiro para sobreviver; dar segurança para si mesmo e para a família.
3. Modelos	Continuar uma tradição familiar; aumentar a influência na comunidade; seguir o exemplo de alguém que admira.
4. Inovação	Desenvolver uma idéia de produto ou negócio; manter-se em aprendizado; manter-se à frente de novas tecnologias.
5. Reconhecimento	Ser respeitado pelos amigos; alcançar posição mais elevada na sociedade; ter mais influência na comunidade; aumentar o <i>status</i> e o prestígio da família.
6. Independência	Controlar o próprio horário; ter mais flexibilidade para a vida pessoal e familiar; ter liberdade para escolher a forma de trabalhar.

Quadro 02: Motivadores para Empreender

Fonte: adaptado de Carter *et al.* (2003).

A investigação que ampara teoricamente esta dissertação (KORUNKA *et al.* 2003) limitou-se à investigação dos dois primeiros motivadores: auto-realização e sucesso financeiro (tratado no trabalho original como segurança).

1.2.2 Dimensão II: Recursos Pessoais

Além das características pessoais relativas aos traços de personalidade e a motivação para empreender, o modelo de Korunka *et al.* (2003) propõe a investigação da relação do processo de *start up* de negócios com aspectos como capital humano e situação financeira do empreendedor nascente. Estes aspectos são tratados na dimensão relativa a Recursos Pessoais e são revisados a seguir.

1.2.2.1 Capital humano

Muitas investigações têm sido conduzidas no intuito de identificar o que diferencia o empreendedor da população em geral e dos proprietários-gerentes em particular (HISRICH; PETERS, 2006; GARTNER, 1988). Dentre as análises realizadas, a dimensão relativa ao capital humano se destaca por sua relevância na explicação da performance empreendedora tanto no início das atividades como durante a vida das empresas (BATES, 1990; HISRICH; BRUSH, 1986; LERNER; BRUSH; HISRICH, 1995). Cressy (1996) atesta que o capital humano é o maior determinante da sobrevivência dos pequenos negócios.

Gartner (1988) compilou uma série de trabalhos com vistas a identificar as características mais freqüentemente associadas aos empreendedores e o nível de educação aparece entre as mais citadas. Este aspecto do capital humano é a base do trabalho de Bates (1990) que investiga a associação entre os anos de estudo, o acesso a capitais bancários e a longevidade de pequenos negócios. O estudo demonstra que empreendedores com maior quantidade de anos de estudo conseguem acessar montantes maiores de empréstimos bancários e possuem negócios mais longevos. Os trabalhos de Lerner, Brush e Hisrich (1995) e de Cressy (1996) também investigam e comprovam a correlação positiva entre anos de estudos e a performance dos negócios.

A literatura analisada relaciona como significantes para melhor compreender a contribuição do capital humano na performance dos negócios os seguintes atributos: experiência prévia do empreendedor na área do seu negócio (CRESSY, 1996; HISRICH; PETERS, 2006; LERNER; BRUSH; HISRICH, 1995); conhecimento gerencial (HISRICH; BRUSH, 1986; LERNER; BRUSH; HISRICH, 1995) e idade do empreendedor (CRESSY, 1996; BLANCHFLOWER; OSWALD, 1998).

De modo geral as análises empíricas dos trabalhos acima mencionados evidenciam a respeito destes aspectos que: quanto maior o nível educacional melhor a performance e a longevidade dos negócios; experiência prévia no ramo de atividade e conhecimento gerencial impactam positivamente a lucratividade da empresa e empreendedores mais maduros (acima dos 45 anos) apresentam melhor performance na condução dos seus empreendimentos.

1.2.2.2 Situação financeira

A situação financeira do empreendedor que deseja iniciar um negócio alia-se ao capital humano na dimensão Recursos Pessoais e tem sido citada como um fator limitante ao processo de *start up*. A investigação realizada por Blanchflower e Oswald (1998) indica que o recebimento de uma doação ou herança aumenta significativamente a probabilidade de empreender dos indivíduos com idade entre 23 e 33 anos. Hisrich e Brush (1986) identificam as limitações de fontes de financiamento como uma das principais dificuldades encontradas por minorias étnicas no processo de início de seus negócios. Assim como o acesso a recursos é determinante no início da atividade empreendedora, sua disponibilidade ao longo da atividade empresarial também é essencial para a sobrevivência das empresas (Cf. BATES, 1990).

Além da compreensão de como a configuração dos Traços de Personalidade e dos Recursos Pessoais se refletem no desempenho dos negócios, os avanços na compreensão da dinâmica empreendedora indicam que o entendimento deste fenômeno não pode ser dissociado da realidade na qual ele se insere.

A apreensão da realidade pelo empreendedor e a decisão acerca das ações a implementar parte de um contexto cognitivo que pressupõe um conjunto de interpretações compartilhadas por uma sociedade. O comportamento aparece como um reflexo do contexto social e das preferências pessoais. Chell (2000, p. 66) identifica o empreendedor como: “um agente ativo que molda e cria sua própria realidade, mas, ao mesmo tempo, está inserido em uma realidade que limita suas opções”. Essa investigação das interações entre o empreendedor e seu entorno é tratada no trabalho referênciado na dimensão do Ambiente.

1.2.3 Dimensão III: Ambiente

Na dimensão Ambiente foram investigados originalmente os seguintes aspectos: restrições familiares, impulsionadores (receio de perder renda ou emprego), o suporte na fase de preparação do novo negócio, a importância da rede de relacionamentos e a existência de modelos positivos. Por limitações de escopo e por conta das diferenças de contexto já explicitadas optou-se nesta pesquisa por investigar na dimensão Ambiente os seguintes aspectos: restrições familiares, redes de relacionamento e modelos positivos, os quais são revisados teoricamente.

1.2.3.1 Restrições familiares

O objetivo da investigação acerca das restrições familiares no trabalho de Korunka *et al.* (2003) foi verificar se aspectos como a existência de filhos e o apoio do parceiro teriam impacto na configuração do negócio.

DeMartino e Barbato (2003) e DeMartino, Barbato e Jacques (2006) avaliaram as diferenças na definição das prioridades para empreender entre homens e mulheres com o mesmo nível de educação. O fato dos sujeitos da investigação apresentarem o mesmo nível educacional superou limitação identificada em estudos anteriores e reforça a relevância das conclusões dos citados autores. Dado um mesmo nível educacional, a existência de filhos e o fato de ser casado, ou não, aparecem como significantes na definição das prioridades no momento da decisão para empreender.

Ainda segundo DeMartino e Barbato (2003) e DeMartino, Barbato e Jacques (2006) mulheres casadas e com filhos têm como motivador maior para tornarem-se empreendedoras a possibilidade de ter horários flexíveis. Os horários mais flexíveis permitem a elas superar restrições familiares representadas pela necessidade de atender a acordos familiares, de cumprir com obrigações domésticas e de conciliar suas atividades com as carreiras dos esposos. Empreendedores do sexo masculino na mesma situação (casados e com filhos) priorizam a atividade empreendedora diante da perspectiva de criação de riquezas e acesso a vantagens financeiras.

A revisão teórica indica uma maior probabilidade da configuração dos negócios conduzidos por empreendedoras apresentarem maior impacto decorrente de restrições familiares, como a existência de filhos, a carreira do parceiro e as obrigações domésticas.

1.2.3.2 Redes de relacionamento

As discussões acerca da associação entre redes de relacionamento (*networks*) e empreendedorismo começaram a despontar como relevantes na literatura a partir das duas últimas décadas do Século XX. Assim, para muitos autores, ainda não está perfeitamente clara como se daria a interação entre empreendedores, redes de relacionamento e performance, contudo já existe certa consolidação em torno de algumas definições que envolvem o tema (CHELL; BAINES, 2000; VASCONCELOS, 2007). As redes de relacionamento se caracterizam pelas ações recíprocas entre o empreendedor e outros indivíduos ou instituições e abrangem o negócio do ponto de vista de sua inserção social.

Uma classificação acerca da estrutura dos relacionamentos que parece consensuada entre os que pesquisam o tema refere-se à densidade dos laços sociais. De acordo com a literatura revisada existem basicamente duas formas de laços sociais: os fortes (ou densos) e os fracos.

Os laços fortes são ligações do empreendedor que, de certa forma, antecedem a criação do negócio e são representados pela família, amigos, antigos colegas de trabalho e outros com os quais se tenha proximidade. Este tipo de laço social

afigura-se bastante importante para o empreendedor nascente, pois é fonte de recursos, conhecimento e apoio no momento da estruturação de seu negócio (CHELL; BAINES, 2000; LARSON; STARR, 1993; LECHNER; DOWLING, 2003).

A outra natureza da densidade dos laços são os considerados fracos. Consoante Vasconcelos (2007) nesse tipo de laço há menos comprometimento, afeição e confiança entre os atores. As relações são mais ambíguas e incertas do que nos laços fortes. Os contatos são menos freqüentes e acessados quando há necessidade de informações, recursos ou assistência.

Esse tipo de rede de relacionamento pode ser representada por clientes, bancos, entidades de classe, associações de produção e outros públicos com os quais os contatos apresentem tais características. Todavia, essa maior distância no relacionamento torna os laços fracos fonte de diversidade, de inovação, considerados requisitos importantes para a evolução dos negócios e reforçam a importância deste tipo de relacionamento como impulsionador do desempenho.

O estudo de Chell e Baines (2000) apresenta considerações relevantes para a discussão aqui proposta:

1. Identifica clientes e donos de outros negócios como fonte importante de informações úteis para a evolução dos empreendimentos;
2. Identifica a família e os amigos (laços fortes) como fonte de informações confiáveis no contexto do recrutamento de novos colaboradores;
3. Reforça a associação positiva entre a atividade em rede e o desempenho das empresas, bem como demonstra a associação entre uma baixa atividade em rede e o declínio dos empreendimentos;
4. Demonstra que os dois tipos de redes (laços fortes e fracos) são relevantes para a melhoria do desempenho empreendedor;
5. Demonstra que as redes de relacionamento nem sempre são benéficas, pois podem funcionar como fonte ou reforço de barreiras que impedem o surgimento de novos empreendedores.

A revisão teórica reforça a relevância de que sejam conduzidas investigações buscando identificar as associações entre redes de relacionamento e desempenho empreendedor, fato corroborado pelo trabalho de Vasconcelos (2007), que através da análise de anais de congressos e periódicos brasileiros não localizou trabalhos voltados para este prisma de investigação.

1.2.3.3 Modelos positivos

Estudos realizados no intuito de identificar os motivadores para empreender indicam que filhos de empreendedores apresentam probabilidade de empreender duas a três vezes maior do que filhos de não empreendedores. Caso pai e mãe tenham sido empreendedores a probabilidade do filho vir a empreender torna-se ainda maior (DUNN; HOLTZ-EAKIN, 2000; FAIRLIE; ROBB, 2007).

As investigações conduzidas pelos pesquisadores acima citados indicam que o comportamento desses indivíduos na direção de empreender é influenciado pela aquisição de habilidades relacionadas aos negócios, transmitidas entre as gerações, decorrentes do convívio próximo com o dia-a-dia da atividade empresarial e que não somente os pais são fontes desta transmissão, pois parentes próximos também desempenham este papel.

Fairlie e Robb (2007) agrupam as habilidades transmitidas entre gerações em duas vertentes: habilidades gerenciais de caráter geral e habilidades específicas relacionadas à atividade. As habilidades de caráter geral seriam: capacidade administrativa, habilidade no gerenciamento de pessoas e gerenciamento geral. As habilidades específicas vêm do conhecimento acerca dos aspectos específicos da produção e da indústria ou setor de atividade e da reputação. Um aspecto levantado por Fairlie e Robb (2007) é que a associação dessa herança ao desempenho empreendedor é muito mais forte entre aqueles que, além de possuírem um familiar com negócio, de alguma forma se envolveram nas tarefas relacionadas à sua condução.

1.2.4 Dimensão IV: Atividades Organizacionais

O trabalho original de Korunka *et al.* (2003), na investigação da dimensão relativa às atividades organizacionais associada ao *start up* de negócios, buscou compreender aspectos cognitivos como o planejamento, as decisões e as considerações sobre a possibilidade de falhar. Contemplava também as ações implementadas com vistas à concretização do plano de iniciar o novo empreendimento. Neste estudo, como a associação é com desempenho e o campo empírico é representado por pequenos negócios o foco da revisão teórica é na relação entre performance e planejamento e controle neste segmento empresarial.

A associação entre planejamento e performance nos pequenos negócios é apontada de forma diversa em pesquisas sobre o tema. Parte dos estudos realizados sinaliza que as pequenas empresas envidam poucos esforços na realização de planejamentos; e parte afirma que elas não só planejam, mas que esta ação é chave na explicação da performance. Tais evidências são vistas a seguir.

Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2000) destacam que o processo de formação de estratégias no contexto dos pequenos negócios, e principalmente dos novos negócios, é extremamente centrado na figura do líder, que tem a visão do que deseja alcançar, mas que despense poucos esforços na estruturação de planos esquematizados. O empreendedor possui a visão clara do que deseja e a estrutura organizacional é pequena e flexível o suficiente para segui-lo.

A literatura analisada reforça este entendimento ao associar o nível de sofisticação na ação de planejar ao tamanho da empresa, com empresas de maior porte requerendo um planejamento mais elaborado, haja vista a maior complexidade das operações (WIJWARDENA *et al.* 2004; YUSUF; SAFFU, 2005).

No estudo desenvolvido por Wijewardena *et al.* (2004), os autores verificam a associação do planejamento e seus processos de controle com a performance, ressaltando que existem poucos estudos que agreguem os aspectos relacionados aos controles à avaliação da relação planejamento *versus* performance. O estudo

identificou que empresas com planejamento e controles mais sofisticados apresentam melhor performance.

Em síntese a revisão teórica indica quatro dimensões como relevantes na compreensão da dinâmica empreendedora: a personalidade empreendedora, os recursos pessoais, o ambiente e as atividades organizacionais. O Quadro 03 apresenta os conceitos que foram investigados no trabalho de Korunka *et al* (2003) *vis a vis* aos que são examinados neste estudo.

Dimensão	Áreas da Investigação Original	Áreas da Investigação Atual
Personalidade Empreendedora	Propensão ao Risco	Propensão ao Risco
	Necessidade de Realização	Necessidade de Realização
	Iniciativa Pessoal	Iniciativa Pessoal
	Lócus de Controle	Não incluída
	Motivadores: auto-realização, segurança	Motivadores: auto-realização, sucesso financeiro, modelos, inovação, reconhecimento e Independência
Recursos Pessoais	<i>Capital Humano</i> Escolaridade Experiência prévia	<i>Capital Humano</i> Idade Escolaridade Experiência (tradição) na atividade
	<i>Situação Financeira</i> Renda Poupança pessoal	<i>Situação Financeira</i> Lucro Retorno sobre Patrimônio (ROE) Vendas
Ambiente	<i>Restrições familiares</i> Responsabilidades por filhos Ausência de apoio do cônjuge	<i>Restrições familiares</i> Casamento Responsabilidade por filhos Ausência de apoio do cônjuge
	<i>Impulsionadores</i> Perda do emprego Ameaça de perda de renda	Não investigados
	<i>Suporte</i> Avaliação de diferentes aspectos de suporte	Não investigados
	<i>Importância de redes de apoio</i> Importância percebida de diferentes redes de apoio oriundas de relacionamentos no trabalho ou privadas.	<i>Existência de Redes de Relacionamento</i> Laços Fortes Laços Fracos

Dimensão	Áreas da Investigação Original	Áreas da Investigação Atual
Ambiente	<i>Modelos positivos</i> Influência percebida de modelos positivos	Existência de modelos positivos Modelos positivos (Pai e Mãe) Modelos positivos (Amigos / Outros familiares)
Atividades Organizacionais	<i>Esforço organizacional</i> Percepção do processo de star-up como difícil	Planejamento
	<i>Uso da informação</i> Utilização de diferentes fontes de informação para o processo de start up	
	<i>Considerações sobre a possibilidade de falhar</i> Intensidade dos pensamentos relacionados com a possibilidade de não concretizar o novo negócio	Tipo de controle administrativo
	<i>Problemas no processo de start up</i> Percepção das dificuldades em diferentes áreas relacionadas ao processo de <i>start up</i> .	

Quadro 03: Áreas da Investigação Original versus Áreas da Investigação Atual

Fonte: baseado em Korunka *et al* (2003)

As diferenças entre as variáveis investigadas decorrem precipuamente da diferença entre os contextos pesquisados, *start up* de negócios *vis a vis* negócios existentes, da identificação de novas variáveis a partir da revisão teórica e da opção de pesquisa de excluir o lócus de controle da investigação dada a necessidade de restringir o instrumento de coleta de dados e a existência de pesquisas já relacionadas a associação desse traço de personalidade com o empreendedorismo, o que fez com que os outros traços de personalidade fossem priorizados.

Além da consonância com o trabalho original esta investigação incorpora a perspectiva de gênero na discussão e traz à luz uma série de considerações sobre as diferenças entre o desempenho empreendedor a partir da segmentação masculino/feminino.

CAPÍTULO 2. EMPREENDEDORISMO E MICROFINANÇAS

O objetivo deste capítulo é contextualizar o empreendedorismo informal no Brasil, destacando sua relevância na atividade econômica, notadamente na geração de ocupação e renda. Na seqüência discute-se o desempenho empreendedor, gênero, apresentam-se dados que demonstram as necessidades de financiamento deste público e introduzem-se conceitos relevantes na discussão sobre microfinanças para em seguida apresentar a dimensão deste segmento financeiro no Brasil. O Programa Crediamigo é apresentado no final do capítulo.

2.1 Dimensão do Empreendedorismo Informal no Brasil

Em um artigo publicado no ano 2000, Drucker traça um paralelo entre as grandes mudanças acontecidas nas tecnologias de informação a uma revolução, que se compararia em dimensões e poder de transformação aos episódios vivenciados durante o período da Revolução Industrial. Do mesmo modo que o computador transformou as relações comerciais ao tornar possível o fornecimento de bens para qualquer lugar do mundo; as ferrovias, na Revolução Industrial, transformaram as relações econômicas e sociais da época, ao agilizar o fluxo de bens e pessoas entre as diversas localidades. As mudanças de paradigmas econômicos decorrentes do processo de revolução ora vivenciado, que vem acontecendo ao longo dos últimos sessenta anos, traz como consequência, dentre as muitas verificadas, o desgaste da regulação do mercado de trabalho, o aumento da geração de postos de trabalho nos pequenos negócios, assim como o aumento do trabalho por conta própria (Cf. CACCIAMALLI; JOSÉ-SILVA, 2003). A informalidade, caracterizada como a exploração de negócios sem os devidos registros de constituição, cresce de forma significativa e se estabelece como uma economia paralela.

Estes pequenos negócios são o objeto de investigação da Pesquisa da Economia Informal Urbana-ECINF, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística nos anos de 1997 e 2003. Esta pesquisa traz inúmeras informações relevantes sobre a configuração dos empreendimentos no âmbito das empresas informais e/ou trabalhadores por conta própria no Brasil. A ECINF segue orientações da Organização Internacional do Trabalho e considera empreendimentos informais na

área urbana aqueles com até cinco empregados e os pertencentes a trabalhadores por conta própria, independentemente de possuírem ou não constituição jurídica, buscando assim refletir o conjunto de unidades caracterizadas por modos de produção e funcionamento iguais.

Segundo a ECINF, em 2003 existiam 10,3 milhões de empreendimentos informais os quais geravam ocupação para 13,8 milhões de pessoas, o equivalente a 25% das pessoas ocupadas no meio urbano no Brasil à época. Comparada com a posição de 1997 houve um crescimento de 7,7% no número de pessoas ocupadas nesses pequenos negócios. Ao admitir que cada trabalhador do setor informal é responsável por pelo menos dois dependentes, chega-se ao número de 42 milhões de pessoas vivendo das rendas do setor informal no país.

Com relação à receita mensal total dos negócios informais esta foi reduzida em 12,2% no período entre 1997 e 2003, passando de R\$ 20,0 bilhões para R\$ 17,6 bilhões, diminuindo sua representatividade junto ao PIB de 8% para 6% (ECINF 1997 e 2003). Pochmann (2005) atribui essa redução ao fraco desempenho da economia nacional; para o mesmo período de comparação, o autor cita que a renda média dos ocupados no país apresentou queda de quase 20%.

O fato de não ter encontrado emprego apresenta-se como motivo central para criação de novos negócios. Conforme apontado por Pochmann (2005), 31% dos empreendedores pesquisados pela ECINF iniciaram seus negócios por este motivo. Contudo, analisando mais profundamente esta informação, verifica-se que 33,2% dos trabalhadores por conta própria iniciaram seu negócio por não ter encontrado emprego, ao passo que somente 16,0% dos estabelecimentos empregadores abrangidos pela pesquisa o fizeram por esse motivo. Entre os empregadores os motivos mais freqüentes que justificam a abertura de um novo negócio, identificados pela pesquisa, foram: oportunidade de fazer negócio, independência, tradição familiar, experiência na área e enxergar um negócio promissor, fatores estes que somam 65%. O exame do trabalho de Pochmann (2005) permite identificar uma configuração motivacional diferente entre os dois grupamentos de empreendedores fato que pode ter impacto no desempenho dos negócios.

Outro aspecto citado por Pochmann (2005) que se coaduna com o modelo de configuração sob análise é a escolaridade. A escolaridade, apontada como baixa, indica que cerca de 50% do total de empreendedores ainda não havia alcançado o ensino médio. Novamente o perfil dos empreendedores que geram empregos é significativamente diferente dos trabalhadores autônomos. Entre os empregadores, 59% possuíam nível médio ou superior, enquanto 39% dos trabalhadores por conta própria apresentavam tais níveis de escolaridade. Os dados apontados pela ECINF de 2003 fornecem suporte para o trabalho aqui proposto na medida em que sinalizam diferentes perfis empreendedores cuja configuração pretende-se investigar na busca da associação com diferentes perfis de desempenho.

Estes dados retratam uma visão geral da dimensão do empreendedorismo informal no Brasil e indicam que a ampliação da compreensão acerca da dinâmica empresarial desses pequenos negócios pode contribuir para a melhoria das condições de trabalho, de renda e de vida de milhões de pessoas. Ressalte-se que, dada a precariedade dos controles, uma das principais dificuldades na avaliação do desempenho dos empreendimentos do setor informal é a ausência ou insuficiência de registros financeiros que permita uma melhor compreensão da sua dinâmica, condição superada nesta proposta de investigação.

2.2 Gênero e Empreendedorismo

A GEM (2007) traz um capítulo que se dedica ao exame das questões de gênero e empreendedorismo no contexto brasileiro, a partir da discussão sobre as transformações sociais da última década, com ênfase no declínio da sociedade patriarcal no Ocidente. A configuração da demografia empreendedora sofre alterações em função dessas mudanças e a proporção de mulheres que se tornam financeiramente independentes e buscam compatibilizar as atividades domésticas com uma atividade que gere renda se eleva. Em 2007, pela primeira vez, desde 2001, a proporção de mulheres empreendedoras supera a quantidade de homens, 52% contra 48%, conforme pode ser visualizado na Tab. 01.

Gênero	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2001-2007
	Proporção (%)							
Homem	47,6	56,2	50,0	56,6	53,2	57,4	70,9	56,3
Mulher	52,4	43,8	50,0	43,4	46,8	42,4	29,1	43,7

Tabela 01: Empreendedores Iniciais por Gênero no Brasil – 2001 a 2007

Fonte: Pesquisa GEM 2007

Ainda segundo a GEM (2007) há significativa diferença nas motivações para empreender quando esta é analisada a partir da visão de gênero. Enquanto 38% dos homens empreendem por necessidade, esta proporção é de 63% entre as mulheres, reforçando a teoria de que as mulheres empreendem pela busca de alternativas para complementar a renda da família, ou ainda, pela crescente proporção de representantes do sexo feminino responsáveis pelo sustento do núcleo familiar. Numa outra perspectiva os homens empreendem mais motivados pela visualização de uma oportunidade, são 54% dos homens contra 46% das mulheres.

Um aspecto discutido por DeMartino e Barbato (2003) e DeMartino, Barbato e Jacques (2006) e já comentado na revisão teórica é o impacto das restrições familiares no desempenho dos negócios. A GEM (2007) reforça a questão ao afirmar que muitos fatores ainda atuam como restritivos do desempenho feminino e exemplificá-los como sendo as responsabilidades com a família, a execução das tarefas domésticas, a maternidade e a exigência de cuidados com os filhos. Esta discussão também é reforçada pelo trabalho de Chell e Baines (1998) em pesquisa realizada no Reino Unido, que concluem que empreendimentos conduzidos por mulheres possuem desempenhos inferiores que podem ser atribuídos às obrigações familiares de responsabilidade da mulher.

Outra abordagem sobre o impacto do gênero nos resultados dos negócios vem do trabalho de Watson e Robinson (2003). Os pesquisadores examinam a associação da propensão ao risco e o desempenho dos negócios. Tomando a variação dos resultados como medida de dispersão equivalente aos riscos incorridos, os autores demonstram que negócios conduzidos por homens possuem variabilidade de resultados muito maior que negócios conduzidos por mulheres, indicando maior propensão masculina à tomada de risco. Contudo, quando examinada numa visão de longo prazo, a rentabilidade de negócios conduzidos por homens e mulheres tende a ser igual. Esta conclusão indica que apesar dos empreendimentos conduzidos por mulheres aparentemente apresentarem resultados menores, estes

tendem a ser menos sujeitos a variações do que os conduzidos por homens, implicando um crescimento consistente ao longo do tempo.

As considerações acima discutidas validam a relevância da análise dos resultados desta investigação também sob o prisma do gênero na medida em que o exame das configurações pode ser afetado pelo fato do empreendedor ser homem ou mulher, conforme respaldado pela discussão teórica.

2.3 Desempenho Empreendedor

De acordo com Chell e Baines (2000) a intenção de criar riqueza e acumular capital impulsionam a aproximação do indivíduo com o empreendedorismo, assim o direcionamento para a atividade empreendedora parte da visualização dos ganhos possíveis, sendo definida pelos citados autores como a região de interação entre a atividade empreendedora e os retornos esperados do negócio.

Brito e Vasconcelos (2004, p. 108), ao discutirem a questão do desempenho, atestam nas suas palavras iniciais que: “Uma das primeiras constatações ao observar-se certo universo de empresas é que o desempenho não é homogêneo”. As explicações para a heterogeneidade, segundo pesquisa desenvolvida pelos autores, seguem duas vertentes básicas: fatores específicos da empresa – o efeito firma - e o setor industrial no qual a empresa se insere. Na pesquisa de Brito e Vasconcelos (2004) os fatores ligados à firma respondem por parcela correspondente a entre 34 e 47% da variância do desempenho. O setor, segunda maior fonte de variação, responderia por entre 11 e 20% da variância total. O estudo utilizou dados sobre empresas publicados no Balanço Anual da Gazeta Mercantil, relativo aos anos de 1998 a 2001, de quinze ramos de negócios distintos. A metodologia aplicada foi a estimativa de componentes de variância e além do efeito firma e do efeito setor de atividade, também foi investigado o efeito ano nos desempenhos, o qual não se mostrou significativo nos resultados alcançados.

Uma das abordagens que busca esclarecer o papel da firma nos resultados alcançados é a Visão Baseada em Recursos (*Resources Based View* - RBV). De acordo com a discussão apresentada por Brito e Vasconcelos (2004), a partir da

RBV, a diferença entre os recursos internos das empresas é a origem das distinções de desempenho entre as firmas. Entre os principais fatores que diferenciam as empresas encontram-se os seguintes:

1. Naturais não reprodutíveis: relevo, raridade dos recursos minerais, localização privilegiada.;
2. Legais e políticos: marcas, patentes, direitos de propriedade;
3. Elementos organizacionais: capacidades de inovação, capacidades gerenciais distintivas;
4. Fatores econômicos ligados a imperfeições de mercado.

Ainda de acordo com a RBV o desempenho superior é sustentável quando os recursos disponíveis à firma são raros, difíceis ou custosos de serem imitados e a firma possui condições organizacionais para explorar as rendas geradas por tais recursos (BRITO; VASCONCELOS, 2004).

O modelo de multidimensional proposto privilegia as interações entre desempenho e o efeito firma, principalmente na visão dos elementos organizacionais, sem desprezar variáveis que representam as redes sociais do empreendedor. Assim, as discussões conduzidas por esta pesquisa se mostram aderentes às proposições mais relevantes nas discussões do desempenho empreendedor.

A métrica adequada para mensuração do desempenho é um ponto ainda frágil nessa discussão. As propostas de indicadores são das mais variadas: geração de emprego, crescimento das vendas, tamanho das instalações, *market share*, retorno dos ativos, dentre outras possíveis (CHELL; BAINES, 2000; LENZ, 1981).

No presente trabalho são utilizadas três medidas para avaliação de desempenho. A primeira é representada pelo volume de vendas mensais, indicando o volume de recursos movimentado pelo empreendedor, o que permite avaliar a dimensão do negócio.

A segunda medida utilizada é o lucro ou resultado líquido, indicador que demonstra o crédito da atividade produtiva e que para muitos dos empreendedores sob análise se aproxima muito da renda familiar.

A terceira medida utilizada é o Retorno do Patrimônio Líquido – ROE (*Return on Equity*), representada pela relação entre lucro e patrimônio líquido. Este indicador visa mensurar a rentabilidade alcançada *vis a vis* ao montante de recursos mobilizados no negócio pelo proprietário (GITMAN, 2002).

Apesar da avaliação do desempenho utilizar medidas financeiras, essas se mostram mais adequadas do que algumas das sugeridas pelos seguintes aspectos:

1. Os empreendedores objeto do estudo possuem negócios de porte bastante pequeno, não sendo relevantes medidas como *market share* e outras que comparam o tamanho do negócio com o setor;
2. Muitos negócios são conduzidos exclusivamente pelo titular da atividade não havendo indicadores de geração de outros postos diretos;
3. Os dados econômico-financeiros desses pequenos negócios são precários, e este trabalho, ao amparar sua análise nos levantamentos financeiros realizados pelo agente financiador consegue compartilhar uma realidade expressa em números que retratam a competitividade desses negócios, e que é pouco conhecida.

Outro ponto que apresenta forte correlação com a performance empreendedora é o acesso a serviços financeiros, temática que se discute a seguir.

2.4 Demanda dos Empreendedores Informais por Serviços Financeiros

Dos mais de 10,3 milhões de empreendimentos informais no Brasil existentes em 2003 somente 626,6 mil, ou 6,06%, haviam obtido crédito nos três meses anteriores à pesquisa ECINF. Dos que haviam obtido crédito 58,1% o fizeram junto a bancos públicos e privados, seguindo-se os amigos e parentes e os fornecedores, com 15,8% cada, como as outras fontes de crédito mais relevantes.

Além do crédito, outros serviços financeiros também são de difícil acesso a esse público: mais de 70% da população pesquisada não havia tido acesso a serviços financeiros, como conta de poupança, cartão de crédito e talão de cheques. O serviço financeiro mais acessível é o da conta corrente, e mesmo assim 59,6% dos empreendedores informais não dispunham de tal benefício em 2003.

Contribue para esta situação o fato de que os grandes bancos comerciais, hoje em atividade, continuam a atuar dentro da lógica dos produtos financeiros tradicionais (Cf. PEREIRA, 2007; CARVALHO; ABRAMOVAY, 2004), sem distinguir os empreendedores informais dos tomadores de crédito representados pelas pessoas físicas em geral. Assim, ao invés de estruturar uma oferta de crédito destinada ao desenvolvimento das atividades desses empreendedores, os produtos financeiros são desenhados, na sua maioria, para financiar o consumo das pessoas físicas.

Uma alternativa de atendimento que tem se mostrado eficaz é o microcrédito. Soares e Melo Sobrinho (2007) estimam que para atender o setor microempresarial existe uma demanda por microcrédito de cerca de R\$ 12 bilhões, que iria atender a sete milhões de clientes potenciais. A expansão alcançada pelo setor das microfinanças nos últimos anos parece corroborar este número.

2.5 O Setor Informal e as Microfinanças

O acesso das populações mais carentes ao crédito é defendido por muitos como uma ferramenta eficiente de combate à pobreza e de estímulo às atividades empreendedoras de pequeno porte (CARVALHO; ABRAMOVAY, 2004; MOREIRAS; ABRAMOVAY, 2007; KUMAR, 2005; SOARES; MELO SOBRINHO, 2007).

O conjunto de serviços financeiros adequados às populações de baixa renda, incluindo empréstimos, microcrédito, poupanças, contas correntes, seguros e outros está sendo definido pelo Banco Central do Brasil e por outros atores da área como Microfinanças (SOARES; MELO SOBRINHO, 2007).

A atividade mais conhecida das microfinanças é o microcrédito, constituindo-se na oferta de empréstimos de valores pequenos às pessoas físicas empreendedoras e empresas de pequeno porte, destinados à formação de capital de giro e à realização

de pequenos investimentos e associada a existência de orientação empresarial prestada no local onde o indivíduo desenvolve suas atividades.

Uma das principais referências no segmento de microcrédito é o trabalho e os resultados alcançados por Muhammad Yunus através do Banco Grameen. No ano de 1974, enquanto lecionava economia na universidade de Chittagong, perto da aldeia de Jobra em Bangladesh, Yunus se interessou por promover mudanças nas condições de vida das comunidades que viviam no entorno do Campus. No contato com essa população Yunus percebeu que o empréstimo de pequenas quantias a esses trabalhadores paupérrimos poderia contribuir para melhoria das condições de vida daquela população (YUNUS; JOLIS, 2000). Essa iniciativa deu origem ao Banco Gramenn, um banco formalmente constituído, mas com uma lógica de funcionamento voltada para os mais pobres, que incorporou práticas que diferiam bastante do sistema financeiro tradicional.

Baseado na ação do Banco Gramenn as instituições que operam no segmento do microcrédito têm construído modelos de operações que incorporam características que as diferenciam dos produtos do sistema financeiro tradicional e rompem alguns paradigmas nas ações de apoio às camadas de baixa renda (ALVES; SOARES, 2006; JUNQUEIRA; ABRAMOVAY, 2005; KUMAR, 2005; MOREIRAS; ABRAMOVAY, 2007; PEREIRA, 2007; SOARES; MELO SOBRINHO, 2007; GINÉ; KARLAN, 2006). Algumas das principais diferenças são apresentadas a seguir:

1. Os empréstimos, nas operações de microcrédito, possuem valores pequenos, que são gradativamente elevados, à proporção que os tomadores pagam suas operações em dia, reforçando o caráter educativo do crédito;
2. A exigência de garantias para lastrear as operações é substituída pelo mecanismo do aval solidário. Os tomadores são reunidos em grupos solidários, nos quais se tornam ao mesmo tempo tomadores e avalistas das operações de crédito respondendo pelo pagamento das parcelas no caso da impossibilidade de algum dos membros do grupo. A formação do grupo possibilita também a inclusão no sistema de pessoas cujos nomes apresentam algum tipo de registro negativo,

como no Serviço de Proteção ao Crédito-SPC ou na SERASA, pois o compromisso do grupo, na maioria das vezes, é suficiente para garantir o acesso ao crédito a um novo membro;

3. Os especialistas da área recomendam que os recursos sejam emprestados a taxas de mercado, evitando o subsídio dos financiamentos, visando que as Instituições de Microfinanças tornem-se habilitadas para captar recursos junto ao mercado financeiro e não dependam exclusivamente de fontes governamentais. Os resultados alcançados demonstram que viabilizar o acesso aos financiamentos é mais importante do que fazê-lo a um custo baixo, e que a avaliação desse público prioriza a análise do valor da parcela no orçamento mensal, do que o montante de encargos a ser pago. Como colocam Junqueira e Abramovay (2005, p.21):

O que está em jogo aí é o acesso ao crédito e não propriamente quanto custa esse crédito, ou seja, existe demanda por crédito e não exclusivamente por crédito barato com taxa de juros subsidiada.

4. O empréstimo de pequenos valores concedidos aos empreendedores de pequeno porte deve ser realizado no local onde é desenvolvida a atividade, através de um agente de crédito. Este agente deve ser treinado para realizar o levantamento socioeconômico e habilitados para orientar o tomador do crédito em aspectos relacionados ao planejamento e gerenciamento do negócio.

Um ponto destacado na definição de Soares e Melo Sobrinho (2007), e recorrente junto a outros organismos internacionais de apoio às microfinanças como o *Consultative Group for Assistance to the Poor – CGAP* (2006), é o aspecto relacionado à sustentabilidade dos produtos e serviços oferecidos. A operação precisa ser planejada de modo a apresentar eficiência operacional do ponto de vista do retorno dos investimentos, bem como da remuneração dos capitais empregados, garantindo sua continuidade.

Ainda de acordo com Soares e Melo Sobrinho (2007), em dezembro de 2006 havia, no país, cerca de um milhão de empreendedores sendo atendidos por programas de microcrédito. As discussões mais recentes sobre o tema ampliam o foco para além do microcrédito, e discutem o tema sob o conceito de Microfinanças, que conforme Soares e Melo Sobrinho (2007) pode ser traduzido como o desenvolvimento de produtos e a prestação de serviços financeiros adequados e sustentáveis para a população de baixa renda (e.g. seguro de vida, conta-corrente, cartão de crédito).

Os benefícios alcançados pelos empreendedores, principalmente os mais pobres, que acessam não somente o crédito, mas também a orientação empresarial prestada através do Agente de Crédito, e conseguem melhorar as condições de seus negócios bem como a qualidade de vida de suas famílias têm seus efeitos comprovados por diversas fontes (e.g. CANALES, 2006). Estes benefícios reforçam a importância do fomento da atividade microfinanceira, assim como do fortalecimento das redes de suporte ao empreendedor, aí incluídos os órgãos de apoio empresarial e as fontes de financiamento. Os números relacionados ao empreendedorismo no Brasil e às restrições na oferta de serviços financeiros a este segmento dão a dimensão do público que necessita do suporte das Instituições de Microfinanças-IMF para o desenvolvimento de suas atividades.

Um ponto importante a destacar é que a investigação se dá num contexto da dinâmica empresarial privilegiado no sentido de que os empreendedores objeto do estudo são clientes de um programa de microcrédito. Esta condição os diferencia da população geral de microempreendedores na medida em que há o pressuposto de que o acesso a recursos para financiamento da operacionalização do negócio esteja sendo suprido.

2.6 O Programa Crediamigo

O Crediamigo é o programa de microcrédito urbano do Banco do Nordeste do Brasil, e é, atualmente, o maior programa de microcrédito produtivo e orientado em operação no Brasil e na América do Sul. O Mibanco do Peru e o Banco do Estado do Chile são também atores relevantes no segmento de microcrédito voltado para o setor produtivo em termos de América do Sul e possuíam, em Dezembro de 2007,

cerca de 287 mil e 300 mil clientes aproximadamente. O Compartamos com sede no México e mais de um milhão de clientes é a experiência mais relevante na América Latina.

O Programa Crediamigo utiliza metodologia diferenciada, que leva em consideração os preceitos dos especialistas da área, conforme discutido anteriormente. Em Dezembro de 2008 o Programa possuía 400,4 mil clientes ativos e R\$ 362,2 milhões de Carteira Ativa. Ao longo de sua trajetória, iniciada em 1998, o programa já desembolsou recursos da ordem de R\$ 4,6 bilhões, através da realização de mais de cinco milhões de operações de valor entre R\$ 100,00 e R\$ 10.000,00, junto a 961,5 mil empreendedores (BANCO DO NORDESTE, 2009). A TAB. 02 a seguir ilustra a evolução do desempenho do programa ao longo dos últimos cinco anos:

I

Indicadores Operacionais	2004	2005	2006	2007	2008
Empréstimos Desembolsados/Ano (R\$ Milhões)	440,9	548,2	639,6	794,2	1.087,50
Empréstimos Desembolsados/Ano (Quantidade)	507.807	595.742	690.415	824.782	1.009.236
Clientes Ativos (31/12)	162.848	195.378	235.729	299.975	400.413
Clientes Atendidos (Acumulado)	425.898	516.095	623.787	766.582	961.563

Tabela 02: Desempenho operacional do Programa Crediamigo 2004-2008

Fonte: Banco do Nordeste, 2009.

De acordo com Kumar (2005) o Programa Crediamigo foi beneficiado com o apoio técnico da rede Acción Internacional e do CGAP (*Consultative Group for Assistance to the Poor*), entidades internacionais voltadas para o suporte e desenvolvimento das microfinanças. O Programa recebeu financiamento do Banco Mundial e incorporou algumas das práticas consideradas exitosas por outras entidades de microfinanças ao redor do mundo:

1. Empréstimos através de grupos solidários;
2. O setor informal como público-alvo;
3. Taxas de juros altas o suficiente para permitir sua auto-sustentabilidade;

4. Empréstimos iniciais de pequenas quantias que vão aumentando a proporção que são renovados;
5. Penalização dos tomadores no caso de atrasos.

O programa tem como missão:

Contribuir para o desenvolvimento do setor microempresarial, mediante a oferta de serviços financeiros e de orientação empresarial, de forma sustentável, oportuna e de fácil acesso, assegurando novas oportunidades de ocupação e renda (BANCO DO NORDESTE, 2008, p. 9).

Em consonância com sua missão o Crediamigo desenvolveu produtos e serviços financeiros voltados para o segmento das microfinanças visando a atender as necessidades de capital de giro, de realização de investimento em ativos fixos, conta-corrente e recentemente de seguro de vida junto ao seu mercado – alvo. Os produtos de crédito do Programa têm suas principais características sintetizadas na Quadro 04 a seguir:

PRODUTOS	VALORES	ENCARGOS	PRAZOS	GARANTIAS
Giro Popular Solidário Grupos de 3 a 10 integrantes	R\$ 100,00 até R\$ 1.000,00	Taxa efetiva de 1,95% ao mês + TAC	Entre 2 a 6 meses	Aval Solidário
Giro Solidário Grupos de 3 a 10 integrantes	R\$ 1.001,00 até R\$ 10.000,00	Taxa efetiva entre 2,00 e 3,00% ao mês + TAC*	Entre 2 a 6 meses	Aval Solidário
Credimaigo Comunidade Grupos de 15 a 30 integrantes	R\$ 100,00 até R\$ 1.000,00	Taxa efetiva de 1,95% ao mês + TAC	Entre 2 a 6 meses	Aval Solidário
Giro Individual	R\$ 1.001,00 até R\$ 10.000,00	Taxa efetiva entre 2,00 e 3,00% ao mês + TAC*	Entre 2 a 6 meses	Avalista
Investimento Fixo	R\$ 100,00 até R\$ 5.000,00	Taxa efetiva de 3,00% ao mês + TAC	Até 36 meses	Avalista

Quadro 03: Características dos Produtos de Crédito

Fonte: Banco do Nordeste (2009)

Os produtos acima apresentavam a distribuição indicada no Gráfico 01 na composição do saldo de R\$ 362,2 milhões de Carteira Ativa do Programa na posição de 31.12.2008. O gráfico demonstra que as operações direcionadas a grupos solidários possuem grande representatividade, e equivaliam, em Dezembro de 2008, a 79% dos valores emprestados.

:

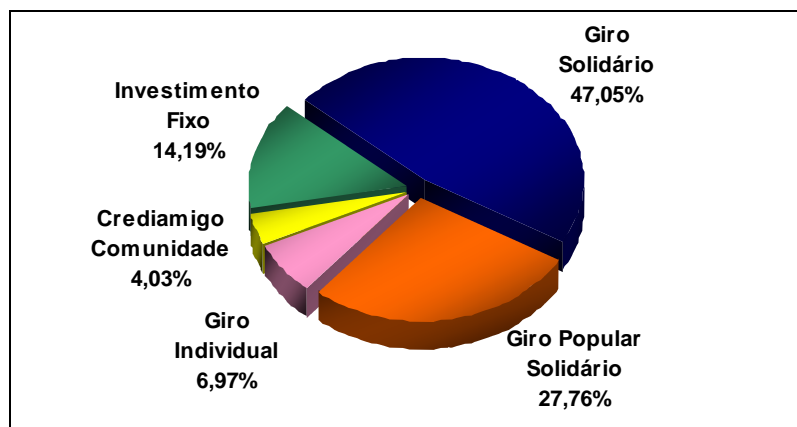


Gráfico 01: Carteira Ativa por Produto (R\$)
 Fonte: Banco do Nordeste (2009)

O gráfico 02 confirma o direcionamento estratégico do Programa em prol dos mais pobres. Ao examinar a quantidade de operações realizadas percebe-se que os produtos Giro Popular Solidário e o Crediamigo Comunidade, cujo valor máximo é de R\$ 1.000, representam 69% das operações contratadas ao longo de 2008.

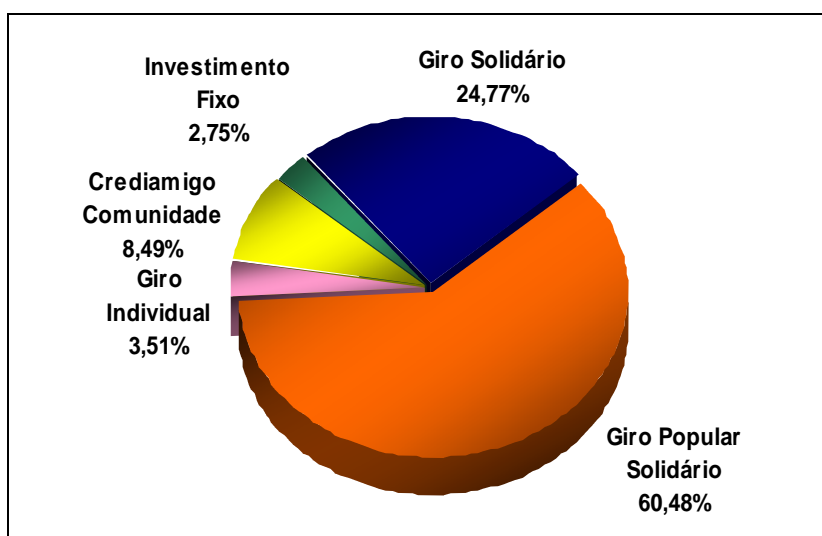


Gráfico 02: Quantidade de Operações por Produto
 Fonte: Banco do Nordeste (2009)

Importante explicitar que o grupo solidário se mostra como alternativa viável para viabilizar condições de acesso ao crédito para os empreendedores de pequeno porte, que, na sua grande maioria, estaria fora do sistema financeiro diante da precariedade de suas situações familiares e da ausência ou insuficiência de ativos para suprir as necessidades de garantia. O grupo solidário permite a seus membros

a condição de igualdade e rompe com a necessidade de “pedir um favor” na medida em que são todos tomadores de crédito e avalistas ao mesmo tempo.

Com relação a gestão do risco de crédito outro ponto relevante na experiência do Programa Crediamigo é a qualidade da carteira de empréstimos. O Programa encerrou o ano de 2008 com 1,13% de inadimplência (valor das parcelas com de um a noventa dias de atraso), para fins de comparação, segundo acompanhamento realizado pelo Banco Central (disponível no *site* daquele órgão), a inadimplência das pessoas físicas em operações de crédito pessoal equivalia a 9,92% e das operações realizadas com empresas em operações destinadas a capital de giro era de 6,5% na mesma posição. O Gráfico 03 abaixo demonstra a evolução da taxa de inadimplência do Crediamigo.

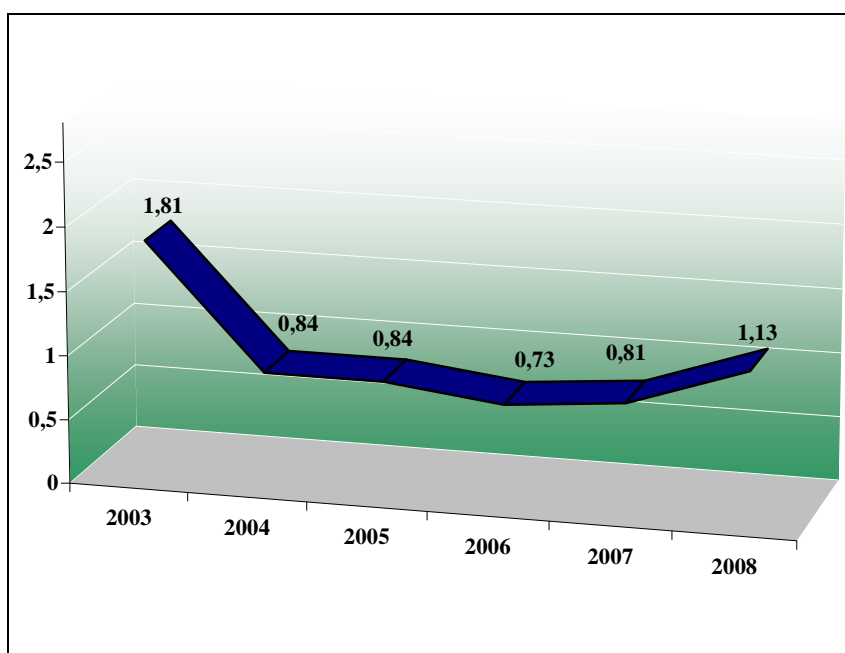


Gráfico 03: Inadimplência do Programa Crediamigo
Fonte: Banco do Nordeste (2009)

Na posição de Dezembro de 2008 os clientes do Crediamigo são responsáveis pela condução de negócios inseridos nos setores comércio (93% dos clientes), indústria (2%) e serviços (5%). Dentre os clientes do setor comercial, 32% se dedicam ao comércio de confecções, 25% ao comércio de cereais e bebidas e 7% ao comércio de artigos de perfumaria. Com relação a anos de estudo a situação dos clientes é a retratada pelo Gráfico 04:

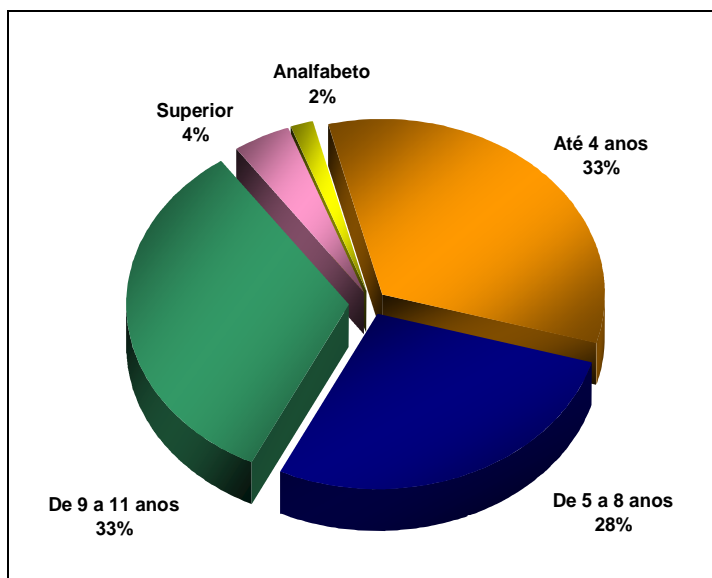


Gráfico 04: Perfil dos Clientes - Escolaridade
Fonte: Banco do Nordeste (2009)

Com relação à idade, ainda na posição de Dezembro de 2008, a base de 400,4 mil clientes do Crediamigo apresentava a distribuição representada pelo Gráfico 05.

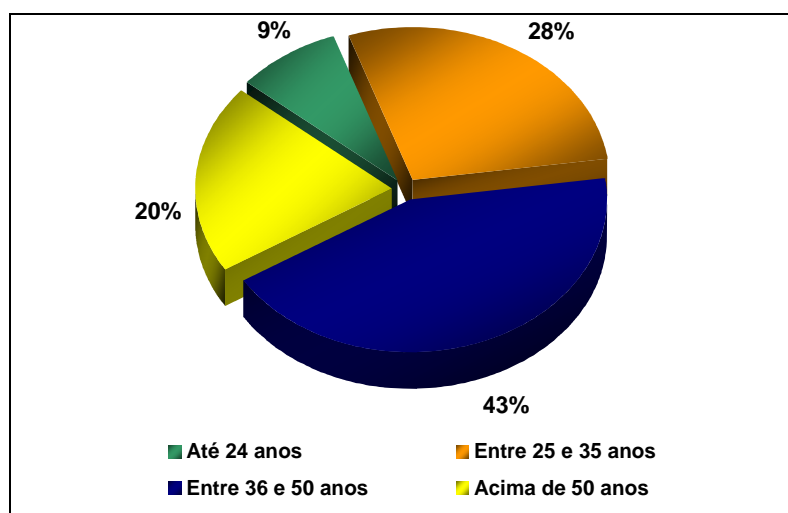


Gráfico 05: Perfil dos Clientes - Idade
Fonte: Banco do Nordeste (2009)

Em que pese não existir uma política voltada para gênero no Programa as mulheres representam a maioria da base de clientes, conforme demonstrado pelo Gráfico 06.

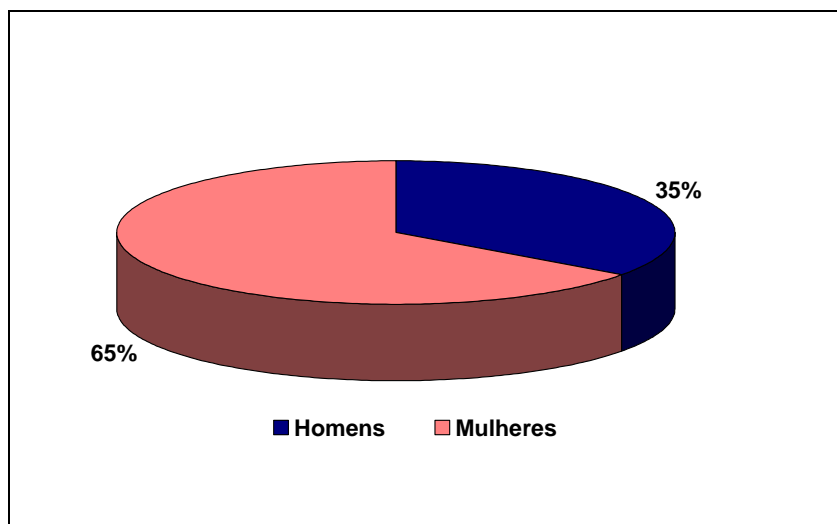


Gráfico 06: Perfil dos Clientes – Gênero
Fonte: Banco do Nordeste (2009)

O trabalho de atendimento e divulgação do Programa é realizado por agentes de crédito que visitam seus clientes no local de seus negócios e atualizam informações cadastrais e financeiras que servirão de base para a definição dos valores dos empréstimos. Assim o Programa dispõe de um banco de dados com informações de seus clientes desde o momento de seu ingresso, atualizadas, em média, a cada quatro ou cinco meses.

Outro ponto que também merece destaque é a ação de capacitação desenvolvida pelo Crediamigo junto aos seus clientes. Através de parceria com o Sebrae são formadas turmas de empreendedores aos quais é ministrado o curso Aprender a Empreender, que aborda questões relacionadas ao gerenciamento de negócios. Em 2008 foram oferecidas 2.665 oportunidades de capacitação. Outra ação relevante nesse contexto é a Orientação Empresarial e Ambiental, ofertada aos clientes em diversos pontos ao longo do processo de crédito e estruturada através de nove cartilhas que abordam temática relacionada a vendas, planejamento, associativismo, controle, gestão, meio-ambiente, crédito e qualidade (Banco do Nordeste, 2009).

Diante das considerações relatadas acerca da dimensão do setor informal e a importância das microfinanças para esse segmento do setor empresarial e ainda das questões de gênero aqui levantadas, fica justificada a escolha do campo empírico onde se inserem as investigações.

No próximo capítulo o percurso metodológico do trabalho é explicitado, com amparo na visão de Bruyne, Herman e Schoutheete (1991) acerca da visão da pesquisa nas ciências sociais como um espaço metodológico quadripolar .

CAPÍTULO 3. MÉTODO

Este capítulo tem como objetivo descrever o percurso metodológico que norteia o desenvolvimento desta pesquisa. A proposição de Bruyne, Herman e Schoutheete (1991), para a construção das pesquisas em ciências sociais, contempla um espaço metodológico quadripolar. O primeiro pólo é o teórico, que foi discutido ao longo da revisão teórica e permitiu a construção conceitual que suporta este estudo, os demais são: o pólo epistemológico, o técnico e o morfológico.

Para estruturação do método propõe-se o exame conjunto dos pólos epistemológico e técnico. O pólo morfológico oferece sustentação às análises de dados e será discutido na apresentação dos resultados.

3.1 O Pólo Epistemológico

O pólo epistemológico discute o aspecto crítico da pesquisa no sentido de validá-la enquanto produção de objeto científico, com delimitação clara que a distancie do senso comum. Incorpora assim a discussão das regras e fundamentos que sustentam a explicação dos fatos, a compreensão e a validade das teorias.

Para esta pesquisa o pólo epistemológico está representado pelo método da quantificação que, para os autores, é constituído pela redução do universo semântico do discurso a um universo simbólico representado por números. Esta transformação permite a comparabilidade numérica e a utilização de tratamentos quantitativos.

3.1.1 A Classificação da Pesquisa

No esforço de apresentar as regras que suportam o trabalho de investigação aqui apresentado, lançando mão da taxionomia proposta por Vergara (2004), classifica-se esta pesquisa quanto aos seus fins: exploratória e descritiva. Trata-se de uma investigação exploratória, visto que, conforme suportado pela revisão conceitual, esta visão multidimensional ou em configuração, é relativamente recente, não existindo muito conhecimento acumulado acerca do assunto. O fato de tratar-se de um estudo exploratório também respalda a inexistência de

hipóteses prévias. A pesquisa é descritiva na medida em que a investigação busca esclarecer as correlações e a hierarquização entre as variáveis identificadas pela revisão teórica como relevantes para a discussão proposta.

3.1.2 A Pesquisa em Configuração

De acordo com Dess, Newport e Rasheed (1993) a pesquisa em configuração se caracteriza pelo estabelecimento de relações entre múltiplos domínios ou dimensões. A investigação proposta utiliza um modelo multidimensional onde o desempenho se apresenta como o construto resultante das interações entre os domínios da personalidade empreendedora, dos recursos pessoais, do ambiente e das atividades organizacionais.

Para Miller (1987) a importância dos modelos em configuração advém da capacidade mais rica de descrição da organização, visto que esta forma de análise melhor revela a complexidade e a natureza sistêmica destas entidades. Este aspecto é reforçado por Dess, Newport e Rasheed (1993) que vêem as configurações como uma unidade fortemente integrada, apta a representar um conjunto de dinâmicas. De acordo com os citados autores:

O uso de configurações em estudos organizacionais permite aos pesquisadores expressar relações intrincadas e complicadas entre muitas variáveis sem recorrer a simplificações do fenômeno sob investigação (DESS; NEWPORT; RASHEED, 1993, p.776).

A análise multidimensional se apresenta como um desafio aos pesquisadores, pois há necessidade de que o construto das dimensões seja coerente e as relações possam ser estabelecidas com respaldo teórico. Além disso, é preciso que as propostas de mensuração do modelo analisado sejam válidas, ou seja, que a operacionalização das variáveis reflita de maneira adequada o que se pretende medir. Em compensação os resultados alcançados demonstram maior poder de explicação e maior precisão na descrição da dinâmica organizacional (DESS; NEWPORT; RASHEED, 1993).

O Quadro 5 a seguir sintetiza as principais vantagens e limitações quando se comparam pesquisas com um, dois e vários domínios ou dimensões.

Quantidade de Domínios	Benefícios	Limitações
Único domínio	<ul style="list-style-type: none"> - Pode utilizar muitos níveis do contrato de interesse; - Auxilia a identificar os pilares para as investigações com utilização de múltiplos domínios. - É metodologicamente simples. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pode mascarar relações e interações. - Pequeno valor enquanto geradora de novas teorias. - Pequeno poder de explicação da variância da variável dependente.
Dois domínios	<ul style="list-style-type: none"> - Permite o exame de relações bivariáveis. - Frequentemente fornece um primeiro passo para a compreensão de relações de causa e efeito. - É possível o exame da adequação das interações entre os dois construtos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pode omitir parâmetros relevantes. - É difícil priorizar os construtos que serão examinados. - As relações entre os domínios pode ser muito gerais ou simplistas.
Vários domínios	<ul style="list-style-type: none"> - Eleva, de maneira significativa, a relevância do estudo no desenvolvimento de novas teorias. - Permite o exame de relações multivariadas. - Pode contribuir para que seja estabelecida a importância relativa entre os múltiplos construtos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Agrega mais problemas. - É complexa do ponto de vista metodológico. - Pode não ser prático considerar os diferentes níveis dos múltiplos domínios.

Quadro 5: Único versus Múltiplos Domínios: Vantagens e Limitações
Fonte: Adaptado de Dess, Newport e Rasheed (1993).

As discussões apresentadas respaldam a construção do estudo sob o pilar do pólo epistemológico. Doravante são tratados os aspectos que dão o contorno do pólo técnico.

3.2 O Pólo Técnico

Para Bruyne, Herman e Schoutheete (1991) o eixo técnico do processo investigativo controla a coleta de dados, esforçando-se para constatá-los e confrontá-los com a teoria. Contempla os modos de investigação (estudos de caso, estudos comparativos, experimentação e simulação) e as opções do pesquisador no confronto com o campo empírico. Utilizando o trabalho de Bruyne, Herman e Schoutheete (1991) como referência esta pesquisa se utiliza de um estudo comparativo como modo de investigação. De acordo com a classificação desses autores um estudo é comparativo quando busca evidenciar o que é regular ou constante entre várias organizações cujas semelhanças e diferenças são analisadas. No presente caso se aspira evidenciar o que é regular e constante a um conjunto de organizações na sua associação com o desempenho alcançado.

3.2.1 Universo e Amostra

A análise aqui proposta parte da identificação dos empreendedores com diferentes níveis de desempenho financeiro. A investigação se dá junto aos empreendedores clientes do programa de microcrédito produtivo orientado do Banco do Nordeste, o Crediamigo, da cidade de Fortaleza, cujo empreendimento esteja localizado na zona urbana. Em junho de 2008, dados de Programa Crediamigo reportavam a existência de aproximadamente 13 mil empreendedores urbanos com operações ativas na cidade de Fortaleza, dos quais seis mil pertenciam à unidade do Crediamigo localizada no bairro Montese. A amostra desta pesquisa utiliza a base de clientes dessa unidade.

Trata-se de amostra não probabilística, representada por 406 (quatrocentos e seis) empreendedores, cuja seleção segue o critério da acessibilidade (VERGARA; 2004) por ter sido definida em função da viabilidade de acessar os sujeitos dentro do cronograma previsto para esta etapa do trabalho. Ressalte-se que outro ponto avaliado foi a necessidade da ferramenta de análise, CHAID, que poderia ser operacionalizada a partir de uma amostra mínima de 150 (cento e cinquenta) entradas de dados, assim o número de informações coletadas supera com margem de folga significativa o volume requerido pela ferramenta. Os sujeitos da pesquisa representam os clientes com operações em fase de renovação, cujo empreendimento seja objeto de visita pelos agentes de crédito para coleta de informações necessárias à nova operação de crédito.

3.2.2 A Coleta de Dados

Os dados foram coletados mediante o preenchimento de um questionário estruturado (Apêndice A), composto por perguntas de múltipla escolha ou de escalonamento não – comparativo, ou escolha forçada, observadas as orientações de Malhotra (2001) para a formatação desse instrumento.

As medições relacionadas a atitudes foram originadas do *Jackson Personality Inventory* e dos trabalhos de Frese (1996, 1997). O *Jackson Personality Inventory* é um instrumento utilizado para investigação, no domínio da personalidade, dos

seguintes traços: necessidade de Realização, Afiliação, Agressão, Autonomia, Dominância, Resistência, Exibição, Evitar Riscos, Impulsividade, Infrequência, Apoio, Ordem, Divertimento, Reconhecimento Social e Compreensão. É composto por 300 itens auto-descritivos, com respostas dicotômicas, e cada escala é composta por dez frases afirmativas cuja resposta nesse contexto é verdadeiro e dez frases formuladas na negativa, cuja resposta, no sentido da escala é falso. Os testes realizados na adaptação do material para Portugal confirmam a validade das escalas e a precisão das medidas por ela retornadas. Nos procedimentos de avaliação os resultados das escalas são agrupados em quatro níveis, com base nos quartis das amostras de referência, usando as categorias: elevado, médio alto, médio baixo e baixo (TEIXEIRA, 1996).

As escalas relativas a Propensão a Evitar Riscos e Necessidade de Realização são oriundas do *Jackson Personality Inventory*, instrumento citado por diversos autores da área de empreendedorismo (e.g. CARLAND; CARLAND, 1996; KRAUSS *et al*, 2005; SHAVER; SCOTT, 1991) como relevante para identificação desses traços de personalidade. Este material é oriundo do trabalho de Teixeira (1996) e foi cedido pela autora, que fez a adaptação destas escalas para o português. Ressalte-se que na medição de propensão ao risco, será utilizada a escala de Evitar Riscos da citada fonte. As questões de um a vinte do instrumento de coleta de dados representam a escala de Necessidade de Realização e as questões vinte a quarenta representam a escala de Propensão a Evitar Riscos. As chaves de correção dessas escalas constam dos Apêndices B e C.

Para a mensuração da Iniciativa Pessoal foi utilizado o trabalho de Frese *et al*. (1997) que apresenta uma proposta de mensuração para este traço de personalidade e foi traduzido e incorporado ao instrumento de coleta de dados. As questões quarenta e um a cinqüenta e quatro representam a escala de Iniciativa Pessoal e a chave de correção consta do Apêndice D.

Procedimento semelhante foi utilizado neste estudo, considerando a amostra de empreendedores como a amostra de referência, os indivíduos foram agrupados em função dos quartis identificados para cada uma das escalas. O mesmo

procedimento foi utilizado para a escala de Iniciativa Pessoal (FRESE *et al*, 1997) na ausência de referencial teórico que indicasse a metodologia a seguir.

Por opção da pesquisa a mensuração do Locus de Controle foi excluída do levantamento de dados. A decisão visou otimizar a quantidade de variáveis investigadas, visto que a escala de locus contempla 24 questões que deveriam ser adicionadas ao instrumento de pesquisa (DELA COLETA, 1987). Outra ponderação levada em conta nesta decisão é a existência, no meio acadêmico, de um volume de discussões significativo acerca da associação desse traço de personalidade com empreendedorismo (e.g. FREITAS *et al*. 2008, CALLADO *et al*. 2006).

Afora os traços de personalidade na dimensão que trata da Personalidade Empreendedora são investigadas também as motivações que levam o indivíduo na direção de empreender.

Na dimensão relativa aos recursos pessoais são examinados: idade, experiência na atividade e escolaridade. Na dimensão ambiente a investigação busca identificar as situações relativas às restrições familiares, às redes de relacionamento e aos modelos positivos. Na quarta dimensão, que trata das atividades organizacionais, busca-se conhecer como são desenvolvidas as atividades relativas ao planejamento e aos controles administrativos. A opção pelos aspectos acima citados advém da intenção de manter o alinhamento com o trabalho de Korunka *et al* (2003) e em razão das adaptações necessárias devido ao contexto diferente da aplicação da pesquisa. As variáveis escolhidas encontram respaldo teórico, conforme justificado ao longo do Capítulo II.

Para as demais dimensões sob investigação (Recursos Pessoais, Ambiente e Atividades Organizacionais) foram construídas indagações com vistas a captar como os empreendedores atendidos por programas de microcrédito vivenciam o conjunto das variáveis sinalizadas como relevantes pela revisão teórica. Assim o instrumento de coleta de dados busca captar a dinâmica dos aspectos relacionados aos recursos pessoais, ao ambiente e às atividades organizacionais.

A pesquisa *survey*, na forma definida por Freitas *et al.* (2000), foi a escolha para a forma de coleta de dados deste estudo. Para os autores citados a pesquisa *survey* pode ser definida como a obtenção de dados ou informações sobre características de determinado grupo, representando uma população alvo, por meio de um instrumento de pesquisa, em geral um questionário, como no caso presente.

As medidas de desempenho escolhidas para o modelo foram o Retorno do Patrimônio Líquido – ROE (*Return on Equity*) representada pela relação entre Lucro e Patrimônio Líquido, conforme ilustrado na revisão teórica; as vendas mensais e o lucro, este uma *proxy* para renda familiar. Essas informações são obtidas através de pesquisa documental, através dos levantamentos financeiros realizados pelos agentes de crédito dentro do processo de concessão de crédito do Programa Crediamigo.

Os dados são tratados de forma agregada e todos os aspectos relativos à proteção do sigilo bancário estão observados.

3.2.3 Tratamento dos Dados

Os dados coletados serão tratados através do *Chi-Square Automation Interaction Detection* (CHAID) ferramenta importante na exploração de bases de informações para as quais se deseja estabelecer interações entre um grande conjunto de dados (CHATURVEDI; GREEN, 1995).

De acordo com Freitas e Heineck (2008) e Oliveira, Silva e Villa (2003), o CHAID se caracteriza como um algoritmo que aplica uma árvore de classificação para dividir em subconjuntos os dados que discriminam a variável dependente. A técnica toma cada variável independente e, através da análise de variância, procura o agrupamento de níveis vizinhos mais semelhantes, identificando assim a variável, já com os níveis agrupados, mais associada com a variável dependente. Para identificar as variáveis com maior poder de explanação são aplicados o testes qui-quadrado de Pearson para variáveis dependentes ordinais e o teste qui-quadrado da Razão de Verossimilhança para as variáveis nominais.

O retorno é apresentado por meio de um diagrama em árvore, também chamado de dendrograma, com ramificações cada vez mais específicas. Freitas e Heineck (2008) e Deal (2007) apresentam como vantagem desta técnica o fato de não ser necessário de estabelecer *a priori* variáveis que sirvam de base para a segmentação, favorecendo a construção de uma investigação mais aberta. Os seguintes passos são descritos por Freitas e Heineck (2008) para uso da técnica:

1. Seleção da variável dependente categórica;
2. Criação de categorias para esta variável;
3. Definição das variáveis independentes;
4. Estabelecimento das opções de segmentação, onde se definem as regras de finalização da divisão e o tamanho mínimo dos grupos formados;
5. Visualização de testes estatísticos de associação entre as variáveis predictoras e a variável dependente.

A submissão dos dados à ferramenta de análise segue a proposição de Freitas e Heineck (2008) no que se refere às etapas para utilização da técnica. O nível de significação utilizado é de 90%, de modo que uma variável só é escolhida para explicar a variável dependente caso ela consiga explicar, pelo menos, 90% da sua variação.

A ferramenta foi parametrizada para realizar divisões até o limite de 25 elementos, subdividindo em grupos compostos, no mínimo, por dez elementos. O Quadro 05 apresenta as dimensões, variáveis e categorias das variáveis que compõem o experimento, relativas às variáveis dependentes e às variáveis independentes.

As variáveis contínuas: lucro, ROE, vendas, escolaridade, idade e experiência na atividade foram transformadas em variáveis categóricas a partir da análise da distribuição de frequência, com vistas a que cada categoria representasse 25% da amostra.

O Quadro 06 a seguir detalha as variáveis e categorias utilizadas nos modelos analisados.

Dimensão	Variáveis	Categorias
Desempenho	Lucro / Patrimônio Líquido (ROE) (variável dependente)	1. Até 2,83% 2. Entre 2,84% e 4,69% 3. Entre 4,7% e 8,02% 4. Acima de 8,02%
	Lucro (variável dependente)	1. Até R\$ 700,00 2. De R\$ 701,00 a R\$ 1.140,00 3. De R\$ 1.141,00 a R\$ 1.700,00 4. Acima de R\$ 1.700,00
	Vendas (variável dependente)	1. Até R\$ 2.000,00 2. De 2.001 a R\$ 3.200,00 3. De R\$ 3.201,00 a R\$ 5.600,00 4. Mais de R\$ 5.600,00
Personalidade Empreendedora	Aversão ao Risco	1. Alta aversão ao risco 2. Média alta aversão ao risco 3. Média aversão ao risco 4. Baixa aversão ao risco
	Necessidade de Realização	1. Alta necessidade de realização 2. Média alta necessidade de realização 3. Média necessidade de realização 4. Baixa necessidade de realização
	Iniciativa Pessoal	1. Alta iniciativa pessoal 2. Média alta iniciativa pessoal 3. Média iniciativa pessoal 4. Baixa iniciativa pessoal
	Motivadores	1. Auto realização 2. Sucesso financeiro 3. Modelos 4. Inovação 5. Reconhecimento 6. Independência
Recursos Pessoais	Idade	1. Até 35 anos 2. Entre 35 e 45 anos 3. Mais de 45 anos
	Escolaridade	1. Até 4 anos de estudo 2. Entre 4 e 8 anos de estudo 3. Entre 8 e 11 anos de estudo 4. Curso Superior
	Experiência na atividade	1. Até 42 meses 2. De 43 a 84 meses 3. De 85 a 132 meses 4. Mais de 132 meses
Ambiente	Restrições familiares	1. Solteiro 2. Casado com apoio do cônjuge com filhos 3. Casado com apoio do cônjuge sem filhos 4. Casado sem apoio do cônjuge com filhos 5. Casado sem apoio do cônjuge sem filhos
	Redes de relacionamento (Laços Fortes)	1. Com apoio de amigos e família 2. Sem apoio de amigos e família
	Redes de relacionamento (Laços Fracos)	1. Com apoio de entidades 2. Sem apoio de entidades
	Modelos positivos (Pai e Mãe)	1. Com modelo positivo (pai/mãe) 2. Sem modelo positivo (pai/mãe)
	Modelos positivos (Amigos / Outros familiares)	1. Com modelo positivo (outros) 2. Sem modelo positivo (outros)

Dimensão	Variáveis	Categorias
Atividades organizacionais	Planejamento	1. Com planejamento formal 2. Com planejamento informal 3. Sem planejamento
	Tipo de controle administrativo	1. Com apoio profissional 2. Com apoio da computação 3. Manual 4. Nenhum
Outras variáveis	Gênero	1. Masculino 2. Feminino

Quadro 6: Variáveis e Categorias dos Modelos Multidimensionais

O estudo em configuração trata o conjunto das dimensões como uma unidade e os resultados do presente trabalho de pesquisa são apresentados e discutidos sob esta ótica no capítulo seguinte. Com vistas a contemplar a questão de gênero, cada modelo multidimensional foi submetido à ferramenta CHAID, com e sem a variável relativa a esta segmentação, de modo a permitir a avaliação do impacto da questão masculino / feminino nos resultados.

CAPÍTULO 4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo apresentam-se os resultados oriundos da investigação. A discussão dos resultados se apóia também na proposição de Bruyne, Herman e Schoutheete (1991) para a pesquisa em Ciências Sociais a partir das definições abordadas no Pólo Morfológico. O Pólo Morfológico é a última perspectiva abordada pelos autores e se junta aos Pólos Teórico, Epistemológico e Técnico para formar o espaço quadripolar da pesquisa.

4.1 O Pólo Morfológico

Para os autores citados acima o Pólo Morfológico “representa o plano de organização dos fenômenos, os modos de articulação da expressão teórica objetivada da problemática da pesquisa” (BRUYNE; HERMAN; SCHOUTHEETE, 1991, p.159). Quatro quadros de análise principais exercem as funções metodológicas do Pólo Morfológico: as tipologias, os tipos ideais, os sistemas e as estruturas-modelos. Neste trabalho de pesquisa o quadro de análise está representado pelos sistemas.

De acordo com Bruyne, Herman e Schoutheete (1991) o quadro sistêmico de análise, numa problemática de pesquisa, aborda seu objeto sob a forma coerente e globalizante de uma rede de relações. Admite a predominância do todo sobre as partes e, por conseguinte, tende a prestar contas da totalidade da realidade estudada, querendo apreendê-la através do conjunto de seus elementos constitutivos e das relações mútuas entre eles.

4.2 Descrição da Amostra

O conjunto de 406 questionários foi aplicado junto a empreendedores clientes do Programa Crediamigo da unidade de Fortaleza localizada no bairro Montese, no período de Outubro de 2008 a Fevereiro de 2009. A aplicação dos questionários foi realizada junto a empreendedores no momento da visita pelos agentes de crédito para renovação das operações de crédito ou no momento do desembolso das

operações, quando os clientes comparecem às unidades do Programa para formalização dos contratos.

As características dos empreendedores que compõem a amostra são descritas a seguir e seguem a mesma estrutura proposta para o trabalho ao serem analisadas através das dimensões. Ainda com relação a amostra é importante destacar que 76% dos entrevistados são do sexo feminino e 24% do sexo masculino, questão relevante visto que o exame da questão de gênero é baseada nessa proporção.

4.2.1 Características da Dimensão Personalidade Empreendedora

A dimensão da personalidade empreendedora investiga os traços de personalidade: necessidade de realização, aversão ao risco, iniciativa pessoal e motivadores e os resultados da tabulação de dados dessa dimensão são descritos a seguir. Como explicitado no capítulo referente ao método, a classificação dos resultados alcançados nas escalas de personalidade foi tabulada a partir da verificação de como se distribuíam os quartis (alta, médio-alta, média-baixa e baixa) que compõem a amostra, procedimento semelhante ao adotado por Teixeira (1996) no processo de adaptação das escalas. O mesmo tratamento foi dado à escala de Iniciativa Pessoal na ausência de referências que indicassem outra forma de tratar os resultados. A síntese dos resultados é apresentada na Tab. 03 abaixo.

Classificação na Escala	Necessidade de Realização	% de Mulheres	Propensão a Evitar Riscos	% de Mulheres	Iniciativa Pessoal	% de Mulheres
Alta	17%	75	23%	87	10%	90
Média – alta	16%	74	23%	77	19%	77
Média – baixa	35%	75	23%	73	43%	69
Baixa	32%	78	31%	69	28%	79

Tabela 03: Classificação dos Traços de Personalidade da Amostra

Fonte: dados da pesquisa

Retomando Shaver e Scott (1991), citados na revisão teórica, a Necessidade de Realização aparece com uma população relativamente pequena nos grupamentos

de pontuação mais alta, somente 17% dos entrevistados apresentam alta Necessidade de Realização, o fato parece indicar que o traço de personalidade se destaca em poucos e pode ser um diferenciador importante no comportamento empreendedor. O mesmo acontece em relação à Iniciativa Pessoal, traço de alta pontuação para apenas 10% dos empreendedores. Já na Propensão a Evitar Riscos da amostra parece se distribuir de forma mais uniforme não havendo grandes diferenças entre o grupo que pontua mais alto (23%) e o segmento de baixa pontuação (31%).

Quando examinada a perspectiva de gênero alguns indicadores se destacam. A proporção das mulheres nas quatro categorias da Necessidade de Realização, ocorre de forma bastante similar ao total da amostra, para todas as categorias desse traço de personalidade indicando que homens e mulheres têm comportamento parecido.

Já no traço relativo a Iniciativa Pessoal há uma proporção significativamente mais elevada (90%) de mulheres com alta pontuação, o que pode indicar esse como um traço de personalidade importante na diferenciação de empreendedores a partir da perspectiva do gênero. Situação similar ocorre na análise da Propensão a Evitar Riscos, onde as mulheres se apresentam em maior proporção na categoria alta, reforçando o caráter menos ousado das empreendedoras.

Ainda na dimensão da Personalidade Empreendedora foram investigados os motivadores que impulsionam a motivação de empreender. Os dados verificados no campo empírico são retratados a seguir, na Tab. 04.

Motivador	% de Empreendedores	% de Mulheres
1. Auto-realização	64	74
2. Sucesso financeiro	13	83
6. Independência	8	64
4. Inovação	6	65
3. Modelos	3	85
5. Reconhecimento	1	66
Não informado	5	-

Tabela 04: Motivação para Empreender

Fonte: dados da pesquisa

Os dados da pesquisa indicam que o maior motivador na direção de empreender vem da auto-realização (64%) dos empreendedores entrevistados declararam que iniciaram seu negócio com o objetivo de atingir um objetivo determinado por eles. Em segundo lugar aparece o sucesso financeiro (13%), que está relacionado ao desejo de ganhar mais, à necessidade de mais dinheiro para sobreviver ou de fornecer segurança para si mesmo e para a família. Independência (8%), inovação (6%), modelos (3%) e reconhecimento (1%) também são citados, todavia por um número bem menor de empreendedores, não se revelando tão importantes quanto os dois primeiros. Do total da amostra 5% não especificaram o que os levou ao empreendedorismo.

Ao detalhar o exame dos motivadores a partir do percentual de mulheres visualizá-se uma maior proporção de mulheres nos motivadores relacionados ao sucesso financeiro e aos modelos, enquanto há uma maior proporção de homens nos motivadores relacionados à independência, à inovação e ao reconhecimento. A proporção de homens e mulheres no motivador auto-realização é similar à da amostra.

Os testes de qui-quadrado realizados para avaliar a diferença das pontuações a partir da segmentação por gênero demonstram que há diferenças relevantes na personalidade empreendedora de homens e mulheres nos traços relativos a Iniciativa Pessoal e Propensão a Evitar Riscos (significância de 95%). Os demais aspectos examinados não apresentaram diferenças significativas.

4.2.2 Características da Dimensão Recursos Pessoais

Na dimensão de recursos pessoais foram investigados: idade, escolaridade e experiência na atividade. Os resultados da coleta de dados dessa dimensão são apresentados doravante.

Com relação à idade, a maior proporção está entre 31 e 40 anos de idade, com 33% dos empreendedores entrevistados nessa faixa etária. A proporção de empreendedores com entre 41 e 50 anos e mais de 50 anos se assemelha, com

24% na primeira categoria e 25% na última. Somente 18% possuíam até 30 anos na data da entrevista, indicando que a maturidade parece ser um fator importante na opção por assumir um compromisso financeiro junto a uma instituição bancária. A proporção de mulheres nas diversas faixas etárias guarda proporção com o total da amostra de entrevistados.

Os dados relativos à escolaridade indicam um nível de educação razoavelmente elevado, 56% dos entrevistados possuem entre 8 anos e 11 anos de estudo e 11% possuem curso superior. Nos níveis de escolaridade mais baixo 29% apresentam entre 4 e 8 anos de estudo e somente 14% dos entrevistados cursaram até quatro anos de estudo. Ou seja, 57% dos entrevistados cursaram mais do que o ensino fundamental completo. O resultado do GEM (2007) reporta a existência de 29% da população de empreendedores com até quatro anos de estudo. A proporção entre os entrevistados é significativamente menor, e pode decorrer do direcionamento dos questionários aos clientes do Crediamigo de maior escolaridade, pois esses, teoricamente, teriam maior facilidade para analisar e responder as perguntas, pois o exame do perfil dos clientes do Programa indica que a proporção de clientes com até quatro anos de estudo é de 35% (BANCO DO NORDESTE, 2009). Não se visualizaram proporções de mulheres e homens que se diferenciavam de forma significativa da composição da amostra nas diversas categorias relativas à escolaridade.

Com relação ao tempo de atividade, 69% dos entrevistados possuem suas atividades há mais de três anos e meio, sendo que 23% possuem seus negócios há mais de onze anos e 20% os possuem em um período que equivale a entre sete e onze anos. Os negócios mais jovens, com até três anos e meio de funcionamento, são de propriedade de 21% dos entrevistados e 10% não informaram o tempo de funcionamento dos seus negócios.

4.2.3 Características da Dimensão Ambiente

Na dimensão ambiente a verificação se orientava pelas seguintes variáveis: restrições familiares, redes de relacionamento e modelos positivos, e os dados retornados pelos entrevistados são ora descritos.

Com relação às restrições familiares a situação é retratada na Tab. 05 e algumas situações se destacam na análise dos dados. Primeiro não foram identificadas situações onde os entrevistados fossem casados, sem apoio do cônjuge e sem filhos ao mesmo tempo. Outra situação visualizada é que 100% dos entrevistados que se identificaram na situação de casado, sem apoio do cônjuge e com filhos, o maior nível de restrições familiares possível, ocorre com empreendedores do sexo feminino. A situação reforça a situação encontrada na revisão da literatura.

Solteiros	% Mulheres	Casados com apoio com filhos	% Mulheres	Casados com apoio sem filhos	% Mulheres	Casados sem apoio com filhos	% Mulheres
26%	84	56%	71	9%	68	7%	100%

Tabela 05: Restrições Familiares

Fonte: dados da pesquisa

Os laços fortes, que representam o apoio de amigos e familiares são relatados com existentes por 79% dos empreendedores, para 21% esse apoio não existe. Incorporando a discussão relativa ao gênero na verificação dos laços fortes tem-se uma proporção similar à da amostra para homens e mulheres, o que demonstra uma avaliação positiva da importância das redes sociais mais próximas por ambos os gêneros.

Com relação aos laços fracos, visualização de apoio de outros tipos de redes sociais mais distantes do núcleo de convívio, 20% relatam a existência do apoio de tais redes de relacionamento, enquanto 80% não visualiza tal apoio. Na discussão por gênero 84% de mulheres confirmam a existência e o apoio de associações de bairro e outros grupos sociais na estruturação e condução de seus negócios. Dentre os que dizem não contar com apoio de laços fracos, a proporção de mulheres se mantém coadunada com a proporção de mulheres da amostra como um todo. Cabe destacar a maior proporção de mulheres com apoio dos laços fracos o que pode demonstrar um maior envolvimento em ações coletivas situação que pode se refletir no desempenho dos negócios.

Com relação aos modelos positivos, 52% dos empreendedores relatam a existência do convívio com pai ou mãe empreendedores e que possuíam negócio. Para 48% dos entrevistados essa experiência não existiu. A proporção de homens e mulheres mantém conformidade com a proporção da amostra.

Com relação aos modelos positivos representados por outros familiares que não pai ou mãe, 55% atestam que tiveram a oportunidade de conviver com outros familiares ou amigos na experiência de conduzir um negócio; 45% não tiveram tal oportunidade. A proporção de homens e mulheres se mantém próxima da amostra como um todo.

4.2.4 Características da Dimensão Atividades Organizacionais

Com relação às atividades organizacionais os clientes foram consultados acerca da utilização do planejamento e controles como ferramentas de gestão. Dos entrevistados 40% declaram utilizar planejamento formal como suporte ao desenvolvimento do negócio; 51% utilizam o planejamento informal; 4% conduzem seu negócio sem planejamento e 4% não responderam. Depreende-se a visão da importância do planejamento para os empreendedores informais, pois 91% alegam utilizar alguma forma de planejamento, ainda que não formalizado. Incorporada a visão de gênero 79% dos que utilizam planejamento formal são empreendedores do sexo feminino. Entre os que utilizam planejamento informal 74% são mulheres, o dado mais interessante advém da associação de gênero e ausência de planejamento: somente 54% das empreendedoras afirmam não realizar planejamento algum. A proporção de mulheres se mostra significativamente inferior à proporção de mulheres da amostra total (75% dos entrevistados são mulheres) e parece indicar uma maior percepção da importância do planejamento pelo público feminino.

Com relação aos controles administrativos os entrevistados informaram que 5% contam com apoio de profissional especializado para o controle de seus negócios; 5% utilizam sistemas informatizados para controlar seu negócio; a grande maioria (73%) utiliza controles manuais; 12% não utilizam nenhuma forma de controle e 4%

não responderam. A análise dos dados indica que apenas uma minoria dos clientes entrevistados (10%) utiliza ferramentas mais sofisticadas no controle de seus negócios, provavelmente os proprietários dos negócios de maior porte. Praticamente na mesma proporção tem-se 12% dos empreendedores que ainda não utilizam ferramentas de controle na gestão dos seus negócios, talvez por não visualizá-las como importantes, talvez pelo tamanho ainda muito pequeno do negócio. A questão de gênero só se mostra relevante no segmento com controles informatizados, onde somente 57% são mulheres.

4.2.4 Descrição dos Dados que Compõem as Variáveis Dependentes

As variáveis dependentes dos modelos multidimensionais submetidos ao CHAID são representadas por vendas, lucro e ROE (*return on equity*). A descrição dos dados retornados da pesquisa acerca desses indicadores financeiros é realizada a seguir a partir das mesmas categorias utilizadas nos modelos.

Com relação a vendas mensais 29% dos entrevistados realizam de até R\$ 2 mil; 21% vendem entre R\$ 2 mil e R\$ 3,2 mil; 26% vendem entre R\$ 3,2 mil e R\$ 5,6 mil mensais e 24% vendem mais de R\$ 5,6 mil por mês. A proporção de empreendedores com vendas até R\$ 3,2 mil representa 50% da amostra. Interessante notar que ao incluir a dimensão gênero algumas considerações reforçadas pela revisão teórica se apresentam de forma muito clara: a primeira delas é a maior proporção de mulheres associadas às vendas menores. Nas vendas de Até R\$ 2 mil as mulheres representam 85% da amostra, nas vendas até R\$ 3,2 mil a mesma situação acontece, com 84% de mulheres com esse nível de faturamento mensal. Já na proporção que indica as maiores vendas, mais de R\$ 5,6 mil somente 59% dos entrevistados são do gênero feminino. A análise dos dados deixa clara a vinculação das mulheres a empreendimentos com menores volumes de vendas.

Com relação ao lucro dos negócios 26% apresentam lucros mensais de até R\$ 700; 24% apresentam lucro entre R\$ 700 e de até R\$ 1.141,00 mensais; 24% para 24% o lucro mensal entre R\$ 1.141 e R\$ 1.700 e 26% conseguem alcançar lucros

superiores a R\$ 1.700 por mês. Cabe registrar que para os empreendimentos do setor informal o lucro se aproxima muito da renda familiar e utilizando o salário mínimo atual como referência (R\$ 465,00) verifica-se que 3/4 dos empreendedores que compõem a amostra possuem renda familiar inferior a quatro salários mínimos.

Ao incorporar a questão do gênero na variável lucro verifica-se que, assim como nas vendas, há uma maior proporção de mulheres no segmento de lucro até R\$ 700, 88%, o que retrata uma proporção significativamente maior de mulheres de baixo lucro, quando comparada à proporção de mulheres no total da amostra (75%). Como contraponto no segmento de lucro superior a R\$ 1.700 mensais, somente 68% são mulheres demonstrando a menor associação dos maiores resultados com empreendedores do sexo feminino.

Quando se examinam as categorias de ROE associadas aos modelos multidimensionais visualizam-se grupamentos bastante similares, com 25% da amostra em cada um. Na visão de gênero os grupamentos se mostram constituídos de forma diferente: 88% das empreendedoras estão associadas ao primeiro nível de retorno (ROE até 2,83%). Essa proporção decresce no segmento de ROE entre 2,83% a 4,69%, onde as mulheres representam 77% da amostra. No segmento com 4,69% a 8,02% de ROE as mulheres representam 69% dos indivíduos entrevistados e acima desse nível, com ROE 8,02%, a proporção de mulheres representa 73%. Ressalta-se, com relação ao último nível de ROE, que o indicador representa a relação lucro/patrimônio líquido, e os maiores retornos podem estar associados não a um lucro superior, mas a um nível patrimonial mais baixo.

4.3 Os Modelos Multidimensionais

Com apoio da técnica CHAID a análise das variáveis que compõem o modelo multidimensional sob investigação utilizou três medidas de desempenho como variáveis dependentes: vendas, lucro e o ROE (*return on equity*) e as submeteu às dimensões indicadas pela revisão teórica de modo a identificar as variáveis independentes com maior poder de discriminação destas três variáveis dependentes.

Primeiramente as variáveis dependentes foram submetidas, uma por vez, sem a incorporação da variável relacionada ao gênero. Num segundo momento, o gênero se integra ao modelo, de modo que passa a ser possível distinguir de que modo as inter-relações se estruturam a partir da visão masculino/feminino.

Considerado a visão sistêmica que suporta o quadro de análise e a própria pesquisa em configuração discutida no capítulo que descreve o percurso metodológico, a Fig. 2 sintetiza os resultados alcançados pelo primeiro modelo submetido à análise. Utilizando vendas como parâmetro de desempenho, medida que indica o volume de recursos gerado por cada negócio, surge a primeira árvore de classificação a partir da verificação das relações entre as quatro dimensões propostas: personalidade, recursos pessoais, ambiente e atividades organizacionais.

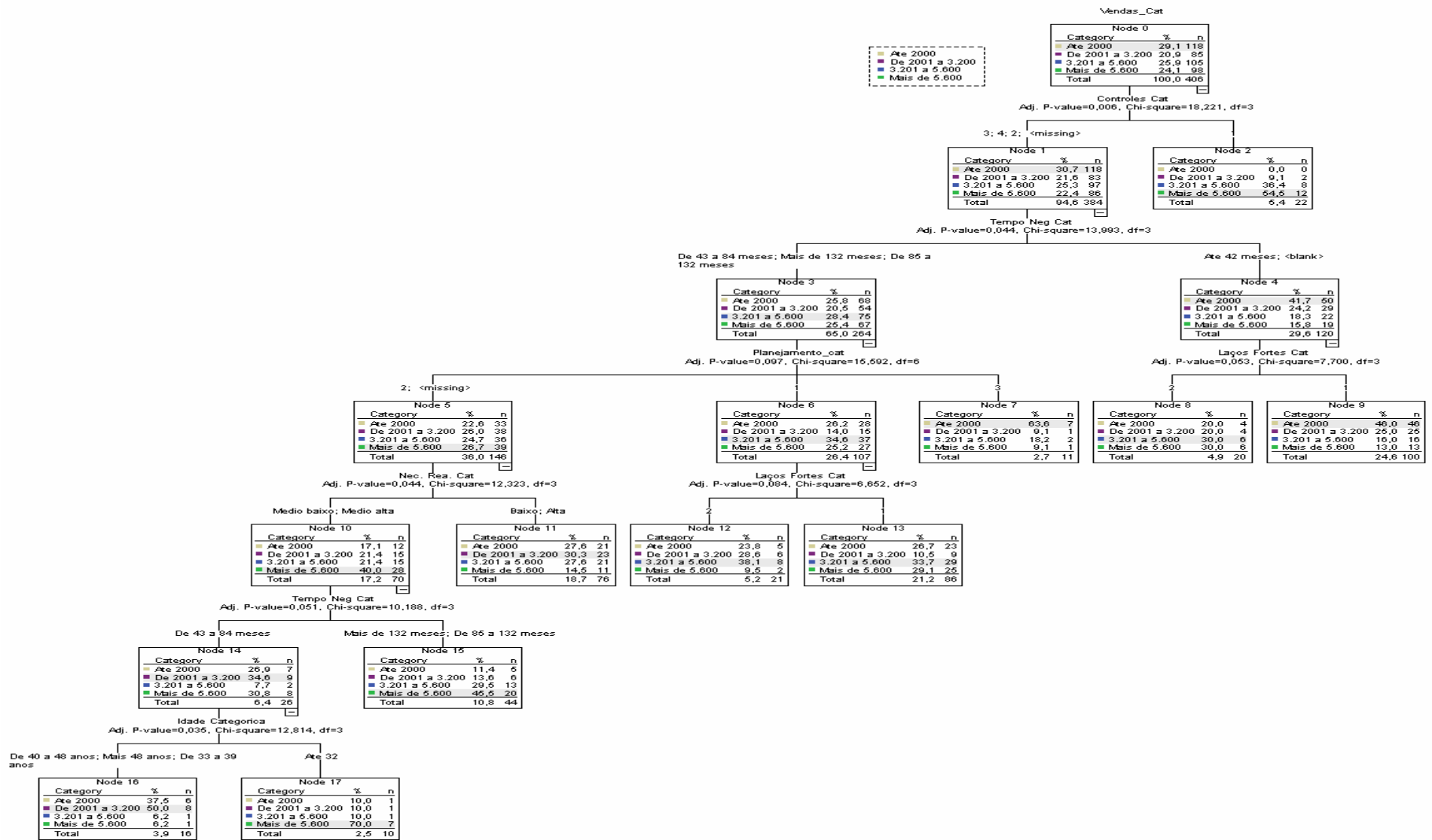


Figura 02: Dendrograma do CHAID – Modelo Multidimensional I
Fonte: Dados da Pesquisa - SPSS

4.3.1 Modelo Multidimensional I

Conforme visualizado na Fig. 02, o Modelo I demonstra a importância das quatro dimensões investigadas na explicação do desempenho das vendas, reforçando, de forma positiva, a argumentação conduzida pela revisão teórica.

As vendas são classificadas em quatro categorias que se associam primeiramente aos níveis de controles administrativos utilizados no acompanhamento dos negócios, variável que está relacionada à dimensão das Atividades Organizacionais. Negócios de menor volume de vendas (Até R\$ 2 mil/mês) apresentam maior associação com os níveis mais básicos de controle como os controles manuais, ou mesmo a ausência de ferramentas de controle. Também apresentam associação com este nível mais básico de vendas as microempresas que utilizam controles com suporte em sistemas computadorizados. Já os negócios que utilizam níveis de controles mais rigorosos, inclusive com apoio técnico especializado, na sua maior parte, apresentam também maior volume de vendas mensais (Superior a R\$ 5 mil). É interessante notar que nenhum negócio com vendas de até R\$ 2 mil está associado ao um maior nível de controles.

A próxima segmentação se dá em função do tempo de funcionamento da atividade, que neste estudo é utilizada como uma *proxy* para experiência, e está vinculada a dimensão dos Recursos Pessoais. Empreendimentos mais jovens, com até 42 meses de funcionamento, apresentam maior associação com os menores níveis de venda (41,7%). Negócios com maior tempo de funcionamento associam-se, na sua grande maioria, a maiores níveis de vendas mensais e mais de 54% apresentam vendas superiores a R\$ 3,2 mil/mês.

A segmentação seguinte acontece a partir de duas dimensões distintas. Para os empreendimentos com até 42 meses de funcionamento a dimensão Ambiente surge como a mais relevante na explicação das variações verificadas. Os laços fortes, que representam o apoio de amigos e familiares na iniciação do negócio, se apresentam como significantes para esse sub-grupamento. Interessante notar que a existência do apoio familiar apresenta maior associação com o menor volume de vendas, 46% dos empreendedores com vendas mensais de até R\$ 2 mil receberam apoio de

familiares e amigos na estruturação dos seus negócios. Para os empreendimentos com maior tempo de funcionamento a dimensão mais relevante passa a ser a relacionada às Atividades Organizacionais, e as ações relacionadas ao planejamento demonstram ser relevantes para a compreensão da variância do desempenho.

A hierarquização mostrada pelo CHAID reforça a importância do planejamento no desempenho dos negócios. Os dois primeiros grupamentos, que correspondem aos empreendedores que utilizam planejamento formal ou informal estão associados aos maiores volumes de vendas; 26,7% dos empreendedores com planejamento informal pertencem ao grupamento de maior volume de vendas mensais. Mais de 50% dos empreendedores que utilizam ferramentas de planejamento formal pertencem também aos de melhor desempenho em vendas. Mais de 60% dos negócios cuja condução não se ampara num processo de planejamento estruturado, ainda que informal, demonstram associação com um menor desempenho em vendas.

Para os empreendedores que utilizam planejamento formal a próxima hierarquização se dá em função das redes de relacionamento - variável da dimensão Ambiente – e os laços fortes, representativos do apoio de amigos e familiares, segmentam a classificação. Interessante notar que a presença dos laços fortes é sinalizada como positiva por uma quantidade significativamente maior de empreendedores. Além disso, novamente aqueles com apoio dos laços fortes apresentam desempenho superior, situando-se, na sua maioria (mais de 63%), nos segmentos de maior volume de vendas; ao passo que aqueles para os quais o apoio dos laços fortes não existe, estão distribuídos entre os negócios com menor volume de vendas (52%).

Para os negócios cujas ações de planejamento existem, ainda que de maneira informal, a próxima segmentação ocorre a partir da dimensão da Personalidade Empreendedora e a variável relacionada à necessidade de realização se destaca, o que reforça aspectos discutidos na revisão teórica que a apontam como um dos traços de personalidade mais importantes no que se relaciona ao empreendedor. A árvore de classificação demonstra que indivíduos com necessidade de realização média baixa e média alta, equivalentes aos segundo e terceiro quartis da distribuição, alcançam níveis de desempenho em vendas superior; 21% deles têm vendas mensais superiores a R\$ 3,2 mil e 40% vendem mais de R\$ 5,6 mil por mês.

Somados, 61% dos indivíduos com necessidade de realização média (baixa ou alta) estão nos maiores segmentos de vendas mensais.

Com relação aos indivíduos que apresentam baixa ou alta necessidade de realização, 58% estão no grupamento relacionado aos volumes de vendas mais baixos, inferiores a R\$ 3,2 mil mensais. A situação parece paradoxal na medida em que a expectativa era que os indivíduos com alta necessidade de realização se associassem aos desempenhos superiores. Uma possibilidade é que, como no universo entrevistado (406 empreendedores), somente 17% apresentavam alta necessidade de realização, dentro do grupamento dos indivíduos com planejamento informal, esta proporção tenha sido ainda menor, o que forçou a classificação dos indivíduos de alta necessidade de realização e dos de baixa necessidade de realização num mesmo grupamento.

A partir da necessidade de realização a ferramenta hierarquiza novos grupamentos a partir da dimensão de Recursos Pessoais, com a variável que representa a experiência na atividade. Novamente os empreendimentos com maior tempo de funcionamento apresentam desempenhos superiores, 75% dos indivíduos com maior tempo de atividade estão nos dois grupamentos de maior volume de vendas; enquanto 61% dos empreendimentos mais jovens se associam aos dois grupamentos de menores volumes de vendas.

A última hierarquização trazida pela ferramenta, a partir dos empreendimentos mais jovens, se dá novamente a partir da dimensão de Recursos Pessoais, através da variável idade e demonstra a associação dos empreendedores mais jovens (com até 32 anos) com os níveis maiores de desempenho; 70% deles apresentam vendas superiores a R\$ 5,6 mil. Já os empreendedores com mais idade se associam a menores níveis de desempenho, com 87% deles com vendas mensais de até R\$ 3,2 mil.

O Modelo Multidimensional II examina o mesmo conjunto de variáveis, mas incorpora a discussão de gênero e está representado pela Fig. 03.

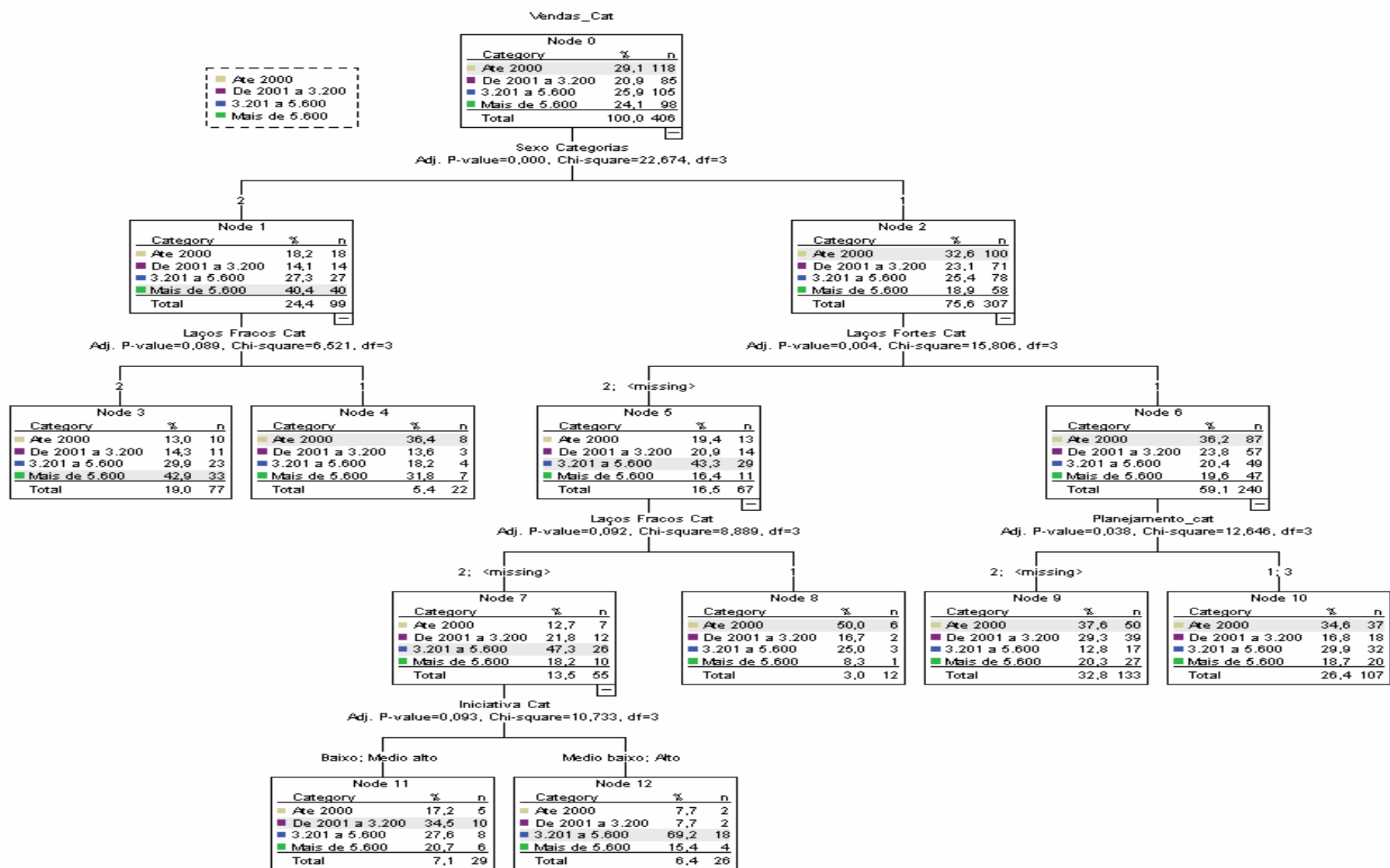


Figura 03: Dendrograma do CHAID – Modelo Multidimensional II
Fonte: Dados da Pesquisa - SPSS

4.3.2 Modelo Multidimensional II

Ao incluir a variável gênero no modelo a configuração das segmentações se altera e traz à luz especificidades relacionadas às questões masculino e feminino, que já se apresentam a partir da primeira segmentação. A ferramenta de análise demonstra a diferença nos desempenhos entre empreendedores e empreendedoras, com mais de 40% dos empreendedores associados aos volumes mais altos de vendas mensais, ao tempo que para as empreendedoras somente 19% alcançam tal nível de desempenho.

A partir da classificação em função do gênero os empreendedores do sexo masculino se segmentam em função das redes de relacionamento, variável da dimensão Ambiente. Os laços fracos se mostram como a fonte do ordenamento, mas a situação demonstrada se distancia da previsão indicada pela literatura na medida em que os melhores desempenhos se associam à ausência de redes de relacionamento de laços fracos e a existência de tais redes se vincula aos menores desempenhos (36,4) e aos maiores desempenhos (36,4%) quase na mesma proporção.

Para as empreendedoras a segmentação também acontece a partir da dimensão Ambiente, contudo são os laços fortes, a origem do novo grupamento e a associação da existência de tais laços é maior junto ao segmento de empreendedoras com menor volume de vendas. Para o segmento onde a existência dos laços fortes é relevante, o novo grupamento acontece a partir da variável relacionada ao planejamento, porém as relações identificadas associam as três categorias relacionadas aos níveis de planejamento com os desempenhos mais baixos. Já para o segmento onde os laços fortes não se mostram significativos na associação com o desempenho o próximo grupamento acontece em função dos laços fracos e novamente as redes de relacionamento se mostram como relevantes. Contudo, assim como acontece para os empreendedores do sexo masculino, a associação da ausência ou presença dos laços fracos e o desempenho dos empreendedores não se estabelece de forma clara.

O último grupamento realizado pela ferramenta acontece a partir da dimensão relacionada à Personalidade Empreendedora, com a variável da Iniciativa segmentando as empreendedoras. Interessante registrar que este traço de personalidade, conforme discutido na revisão teórica, somente a partir do final da década de 90 ganha corpo nas discussões relacionadas ao empreendedorismo.

Os grupamentos sugeridos pela ferramenta associam baixa e média alta iniciativa aos desempenhos mais baixos em termos de vendas, quase 58% das empreendedoras deste grupamento apresentam vendas mensais inferiores a R\$ 3,2 mil. Ao mesmo tempo, média baixa e alta iniciativa aparecem como relevantes na associação com os desempenhos mais altos em termos de vendas mensais (superiores a R\$ 3,2 mil) para 85% das empreendedoras.

A Fig. 04 representa o dendrograma do CHAID retornado pela ferramenta a partir da análise da variável dependente lucro e é discutido a seguir.

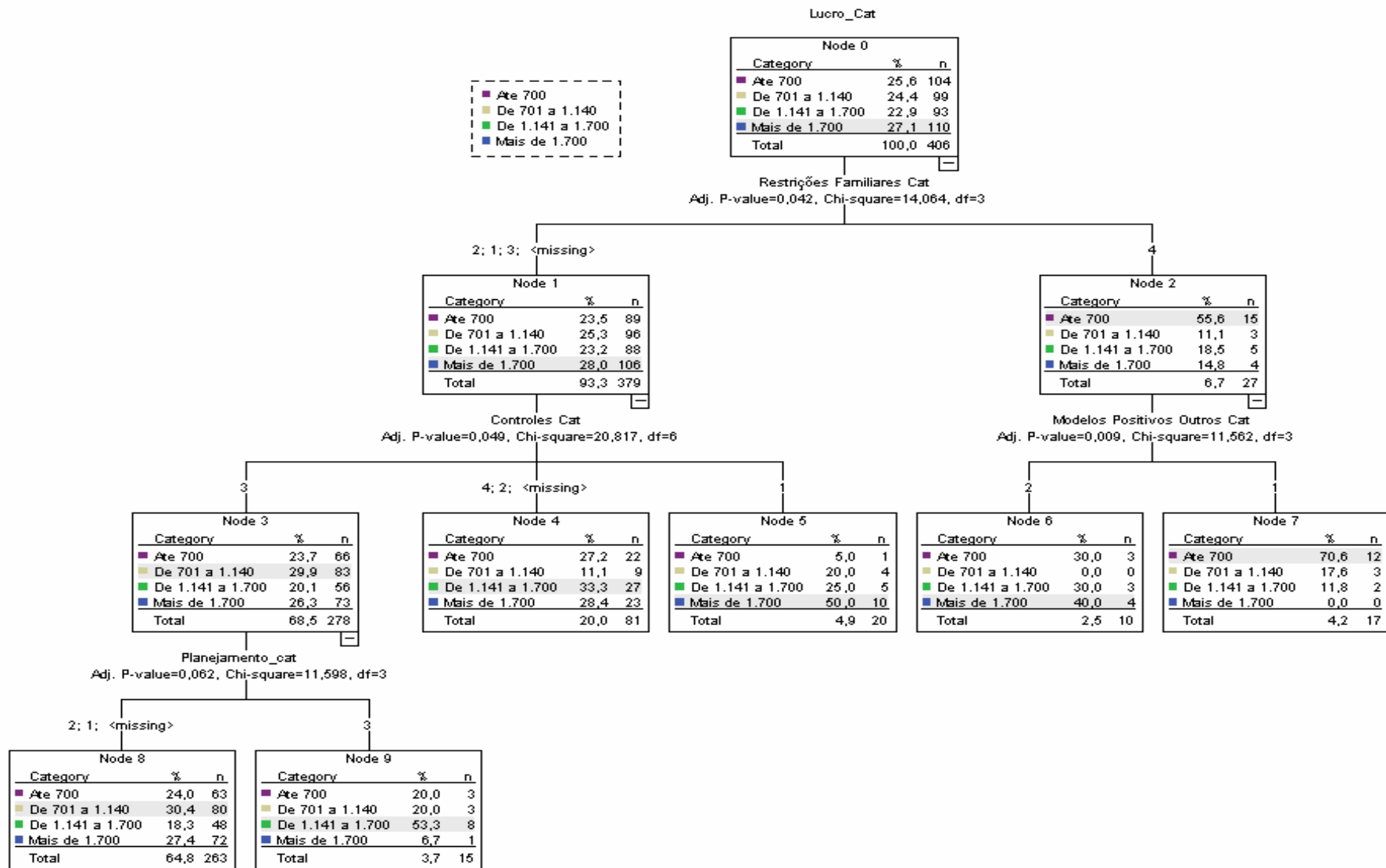


Figura 04: Dendrograma do CHAID – Modelo Multidimensional III
Fonte: Dados da Pesquisa - SPSS

4.3.3 Modelo Multidimensional III

O terceiro modelo multidimensional analisado, representado pela Fig. 04, demonstra a associação das variáveis do modelo com o lucro. Lucro representa o resultado final da atividade empreendedora e para os empreendedores atendidos pelo Programa Crediamigo pode ser utilizado como uma *proxy* para renda familiar, visto que família e negócios geralmente compartilham o mesmo local e a mesma fonte de renda.

A primeira segmentação realizada pela ferramenta acontece em função das restrições familiares, variável da dimensão Ambiente. Empreendedores solteiros e casados com e sem filhos, mas que contam com o apoio do cônjuge, representam mais de 51% dos empreendedores com desempenho em termos de lucro mais elevado (maior do que R\$ 1.141,00). Ao mesmo tempo, 66% dos empreendimentos com menores resultados (lucro de até R\$ 1.141,00) estão vinculados a empreendedores que não contam como o apoio dos cônjuges na condução dos seus negócios.

Para os empreendimentos nos quais o apoio do cônjuge não existe, a próxima hierarquização decorre de outra variável da dimensão Ambiente, representada pelos Modelos Positivos – Outros, contudo a relação entre esta variável e o desempenho da variável dependente demonstra que a existência dos modelos positivos se associa a desempenhos inferiores e a ausência de tais modelos se associa aos desempenhos superiores, o que estabelece um paradoxo, quando a situação é comparada à revisão teórica.

No caso dos empreendedores solteiros ou que contam com o apoio ao cônjuge a próxima categoria advém da relação desse grupamento com os controles administrativos, variável da dimensão Atividades Organizacionais; 75% dos empreendedores com maior nível de controle, que contam inclusive com auxílio de profissional, estão associados aos lucros maiores (maior que R\$ 1.140). Um outro grupamento, ainda relacionado às atividades organizacionais, é formado por empreendedores que utilizam controles administrativos com apoio da computação e que não utilizam nenhum tipo de controle, no conjunto desse grupamento, 61% dos

elementos que o compõem estão associados a desempenhos superiores na variável lucro (maiores que R\$ 1.141). Já no grupamento dos empreendedores que controlam manualmente seus negócios, quase 54% estão associados aos níveis inferiores de desempenho da variável dependente (até R\$ 1.140).

A última hierarquização realizada pela ferramenta neste experimento é baseada na variável de planejamento, novamente pertencente à dimensão Ambiente. Empreendedores com planejamento formal ou informal são a maioria e, em que pese a maioria (54%) estar associada aos desempenhos menores (até R\$ 1.140), 27% dos empreendedores que utilizam alguma forma de planejamento conseguem alcançar o grupamento superior de desempenho na variável lucro. Por outro lado, 53% dos empreendedores que não utilizam nenhuma forma de planejamento apresentam desempenho em lucro entre R\$ 1.141,00 e R\$ 1.700,00, grupamento de desempenho classificado como médio-alto, contudo somente um dos empreendedores do grupamento sem planejamento consegue alcançar o maior nível de desempenho.

A discussão a seguir se baliza a partir dos resultados do experimento que utiliza lucro como variável dependente, mas incorpora a discussão relacionada ao gênero e está representada pela Fig.05.

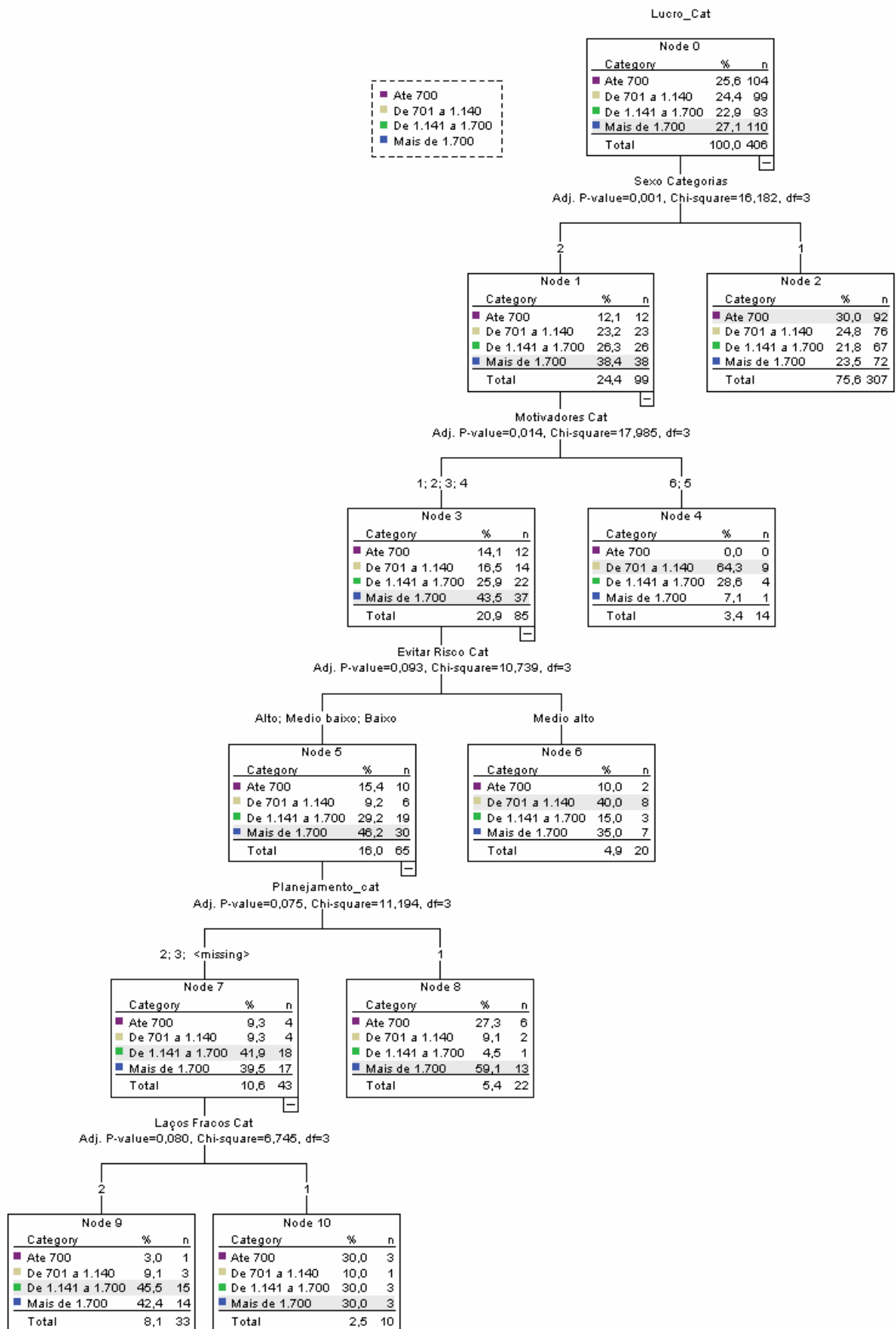


Figura 05: Dendrograma do CHAID – Modelo Multidimensional IV
Fonte: Dados da Pesquisa - SPSS

4.3.4 Modelo Multidimensional IV

A primeira hierarquização realizada pelo CHAID no modelo IV utiliza o gênero para segmentar os empreendedores, demonstrando que para avaliação da variável lucro, o fato de ser empreendedor ou empreendedora se mostra como relevante, assim como aconteceu com vendas. A maioria das empreendedoras, quase 55%, se associa aos desempenhos mais baixos, com lucros mensais inferiores a R\$ 1.140,00. Somente 23,5% das empreendedoras atinge os maiores níveis de desempenho, ao passo que para os homens, tal nível de desempenho é alcançado por 38,4%. Somando-se o terceiro nível de resultados, tem-se 64% dos empreendedores nos níveis mais altos de desempenho, para 45% das empreendedoras com os mesmos resultados. Ao examinar os níveis menores de lucro (inferiores a R\$ 700,00) alcançam tal resultado 12% dos empreendedores, enquanto as mulheres que conduzem pequenos negócios são 30% neste segmento.

A próxima hierarquização trazida pelo CHAID segmenta os empreendedores de gênero masculino de acordo com os motivadores, variável da dimensão Personalidade Empreendedora. Empreendedores que iniciaram suas atividades motivados por aspirações como auto-realização, sucesso financeiro, modelos e inovação alcançam em maior proporção maiores resultados e representam 69% dos empreendedores de desempenho superior. Ao mesmo tempo, aqueles que empreendem motivados pelo reconhecimento e pela necessidade de independência figuram, na sua maioria, nos grupamentos com ganhos entre R\$ 701 e R\$ 1.700, ou seja, nas posições centrais dos quatro grupamentos, com 93% dos empreendedores nessa colocação.

Para os empreendedores com aspirações voltadas para a auto-realização, sucesso financeiro, modelos e inovação a próxima variável que os segmenta também se origina da dimensão da Personalidade Empreendedora é o traço de personalidade relacionado à propensão para evitar riscos. Novamente os achados corroboram a revisão teórica ao associar os desempenhos superiores aos empreendedores com média baixa e baixa propensão a evitar riscos, ainda que constem desse grupamentos empreendedores com alta predisposição a evitar riscos. Contudo, no

grupamento que representa os empreendedores com média-alta propensão a evitar riscos os negócios que alcançam baixo e alto resultado apresentam distribuição quase uniforme, com 50% dos empreendedores com baixo desempenho e 50% com desempenho alto.

A próxima segmentação decorre do planejamento, empreendedores com planejamento formal representam 59% daqueles com alto desempenho em termos de lucro. Já empreendedores com planejamento informal ou mesmo sem planejamento algum alcançam em 81% do grupamento, com lucros superiores a R\$ 1.141,00.

A última segmentação do grupamento advém da dimensão Ambiente, da variável laços fracos; 60% dos empreendedores envolvidos em redes de relacionamento de laços fracos alcançam lucros superiores a R\$ 1.141,00, porém 88% dos empreendedores que não pertencem a tais redes também alcançam desempenhos superiores a R\$ 1.141,00.

Na seqüência é discutido o experimento que utiliza o ROE (*Return on Equity*) como variável dependente, representado pela Fig. 06.

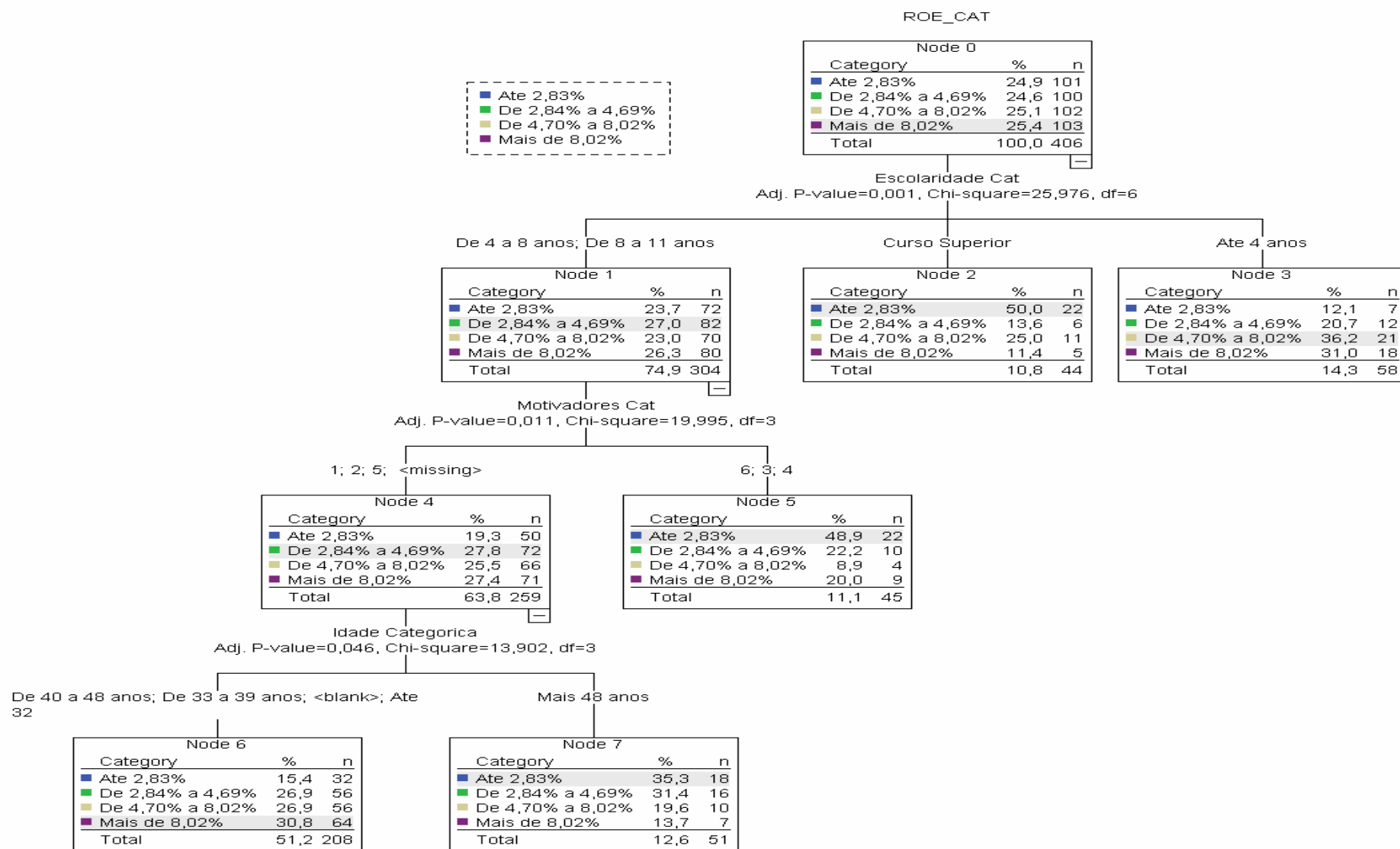


Figura 06: Dendrograma do CHAID – Modelo Multidimensional V
Fonte: Dados da Pesquisa - SPSS

4.3.5 Modelo Multidimensional V

O último modelo multidimensional utiliza o ROE como variável dependente, o ROE indica a capacidade de geração de riqueza a partir do nível de recursos mobilizado, ao comparar a relação lucro / patrimônio líquido. Importante perceber que um ROE elevado pode traduzir realidades distintas: baixo nível de imobilizados próprios - quanto menor o patrimônio do indivíduo, na presente situação, quanto mais pobre o empreendedor, maior o ROE visto que o denominador do índice é pequeno *vis a vis* ao resultado gerado e, num outro contexto, negócios com retorno realmente elevados, quando se compara ao nível de recursos imobilizados.

Ressaltado este aspecto a primeira hierarquização realizada pelo CHAID utiliza a escolaridade, variável da dimensão Recursos Pessoais, para segmentar os empreendedores. Os empreendedores com até quatro anos de estudo se apresentam como os de maior rentabilidade, 67% apresentam ROE superior a 4,7%. Como contraponto, empreendedores de nível universitário são os que apresentam maior proporção de retorno abaixo de 2,83%, com 50% deles nessa situação. Empreendedores com escolaridade entre quatro a onze anos de estudo apresentam uma distribuição mais ou menos uniforme entre os grupamentos, com proporções parecidas entre as categorias.

A próxima segmentação, a partir desta categoria de empreendedores com escolaridade entre 4 e 11 anos, decorre dos motivadores, variável da dimensão Personalidade Empreendedora. Empreendedores que iniciaram seus negócios movidos pelos desejos de independência, modelos e inovação apresentam níveis de retorno menores, 50% com retorno de até 2,83%, do que empreendedores que atribuem o início de seus empreendimentos a vontade de obter auto-realização, sucesso financeiro ou reconhecimento, dos quais somente 19% obtêm os mais baixos níveis de retorno, enquanto 85% dos empreendedores possuem negócios com desempenho acima de 2,83%, sendo que 53% geram riqueza superior a 4,7% dos recursos mobilizados e 30% possui retorno acima de 8,02%.

A última segmentação realizada pelo CHAID para o modelo segmenta os empreendedores a partir da variável idade, também pertencente à dimensão Recursos Pessoais. Empreendedores mais velhos, com mais de 48 anos de idade, estão associados, na sua grande maioria, aos menores retornos com 35% deles com retorno de até 2,83%, ao passo que empreendedores mais jovens, com até 48 anos de idade, apresentam melhores retornos, com 57% deles com retornos superiores a 4,7%; e dentre esses, 31% com retornos superiores a 8,02%.

O experimento acima descrito foi novamente submetido ao CHAID incorporando a variável relacionada ao gênero, contudo esta variável não se apresentou relevante na segmentação dos empreendedores, a partir do ROE e a ferramenta retornou a mesma árvore de classificação representada pela Fig. 06.

4.3.6 Outras considerações sobre os Modelos Multidimensionais

As principais considerações sobre os Modelos Multidimensionais analisados são discutidas doravante. No primeiro modelo multidimensional, sem considerar a questão de gênero, a maior relevância está na dimensão das Atividades Organizacionais, com controles aparecendo como a maior fonte de hierarquização. Este é o único modelo no qual todas as dimensões revisadas na literatura são utilizadas na explicação da variável dependente.

Ao incorporar gênero na discussão, a árvore de classificação muda completamente e o fato de ser homem ou mulher passa a ser a maior fonte de explicação das diferenças. As atividades de controle, significativas na primeira árvore, sequer aparecem. Na árvore que incorpora a discussão de gênero os laços sociais (dimensão Ambiente) é que aparecem com maior poder de explicação. Dadas as características diferentes no perfil de homens e mulheres, que foram identificadas na descrição da amostra, pode se atribuir a este fato as diferenças nas árvores de classificação.

No modelo que utiliza lucro (sem gênero) como variável dependente a primeira segmentação decorre da variável relacionada às restrições familiares. Novamente

retornando a descrição da amostra, o grupamento com restrições familiares, com filhos e sem apoio do cônjuge é 100% composto por mulheres, o que faz com que a questão de gênero se incorpore à árvore, ainda que de forma indireta. A hierarquização é diferente das realizadas pelo primeiro modelo visto que os grupamentos contêm sujeitos diferentes, pois a proporção de mulheres com lucros nos patamares mais altos é maior do que a proporção de mulheres com vendas mais altas.

Ao deixar explícita a questão do gênero, assim como no modelo que utiliza vendas como variável dependente, a primeira hierarquização decorre do gênero e a árvore de classificação passa a descrever o conjunto de variáveis que explicam o desempenho masculino. As variáveis da dimensão Personalidade Empreendedora motivadores e propensão a evitar riscos aparecem como as mais importantes, indicando os traços de personalidade como significativos na justificativa do desempenho empreendedor masculino.

No último modelo sob análise, com o ROE como variável dependente, aparece com importância destacada uma dimensão que anteriormente só havia surgido no primeiro modelo. Os Recursos Pessoais, representados pelas variáveis escolaridade e idade, surgem para explicar o desempenho e a única variável de outra dimensão que se incorpora à árvore de classificação é a que representa os motivadores. Nem a inclusão da dimensão gênero altera a hierarquização realizada pela ferramenta.

Em síntese as variáveis estudadas apresentam a seguinte associação com os modelos desenvolvidos: no modelo I as atividades de controle e planejamento, a experiência da atividade e a idade, a necessidade de realização e os laços fortes representam as maiores fontes da explicação do desempenho empreendedor. No modelo II surgem a questão de gênero, os laços fortes e fracos, o planejamento e a iniciativa pessoal. Como esta árvore prioriza a hierarquização a partir do segmento mulher é interessante perceber a associação do desempenho feminino a essas variáveis. No modelo III as restrições familiares e os modelos positivos (dimensão Ambiente) assim como planejamento e controle são as maiores fontes de explicação das variações. O modelo IV incorpora gênero e ao detalhar as variações do ramo

masculino da árvore, demonstra a importância dos motivadores, a propensão a evitar riscos (Personalidade Empreendedora), do planejamento e laços fracos na explicação do desempenho masculino. O último modelo utiliza as variáveis escolaridade, motivadores e idade para justificar as variações da ROE.

4.4 Limitações do Estudo

Cabe destacar algumas limitações visualizadas ao longo da construção deste estudo e que têm reflexo sobre os resultados alcançados. A primeira delas é a impossibilidade de construir uma amostra probabilística o que limita as inferências que possam ser realizadas a partir da discussão dos resultados.

Outro ponto refere-se à metodologia do Programa Crediamigo que prevê o acesso ao crédito através do grupo solidário o que faz com que a grande maioria dos entrevistados apresente a condição de pertencer a uma rede de relacionamento (laços fortes). O fato foi tratado na medida em que somente os outros formatos de relacionamento em rede foram considerados (e.g. pertencer a uma associação de bairro), contudo acredita-se que há reflexos dessa opção nos resultados alcançados pela dimensão Ambiente.

As informações financeiras advêm do conjunto de dados coletados pelos Agentes de Crédito no momento da avaliação financeira para contratação de operações. Como os níveis de controle utilizados pelos empreendedores informais são, na sua maioria, precários, e os clientes são indagados sobre seu desempenho financeiro sem ter, necessariamente, de comprovar as informações por meio da apresentação de documentos, o que pode acarretar certo nível de imprecisão nesse conjunto das informações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O percurso da pesquisa e os resultados descritos permitem a visualização de implicações teóricas e práticas para este estudo. Do ponto de vista teórico, é possível retomar os objetivos que, conforme colocado no capítulo introdutório, visavam identificar as diversas interações entre o desempenho empreendedor e as quatro dimensões identificadas como relevantes a partir do trabalho de Korunka *et al* (2003).

A principal implicação teórica é a confirmação de que a compreensão da dinâmica empreendedora somente é possível mediante a utilização de modelos que incorporem mais de uma dimensão na tentativa de explicá-la. Isoladamente as dimensões aqui investigadas se mostram insuficientes para a apreensão da intrincada relação entre os resultados dos negócios e o construto que representa o desempenho empresarial. Assim, reforça-se a pertinência dos estudos multidimensionais, em que pese a maior dificuldade na operacionalização dos mesmos, como fundamentais para o avanço das ciências em geral, notadamente a da Administração e do Empreendedorismo.

Com relação aos modelos multidimensionais utilizados, cabe ressaltar que as variáveis dependentes conseguem demonstrar realidades distintas e que os grupamentos contemplam sujeitos diferentes pois os que vendem mais não são necessariamente os de maior lucro, que por sua vez, podem não ser os que apresentam melhor desempenho do ROE. As diferentes configurações empreendedoras que se associam às variáveis dependentes confirmam este ponto, na medida em que a ferramenta retorna árvores de classificação distintas para cada um dos modelos submetidos.

Também é relevante destacar a necessidade de considerar a perspectiva do gênero na compreensão da dinâmica da atividade empreendedora. Os modelos multidimensionais construídos demonstram, de forma inequívoca, o impacto das especificidades relativas a esta variável nas intrincadas relações entre as diversas dimensões do empreendedorismo.

Outro aspecto que merece ser registrado é o fato de todas as variáveis utilizadas nos experimentos conduzidos apresentarem, em maior ou menor intensidade, associação com o desempenho empreendedor. Somente a variável que representa convivência com modelos positivos de pai e mãe não foi utilizada por nenhum dos modelos discutidos. Como o campo empírico da pesquisa é representado por empreendedores do setor informal, que exploram atividades relativamente pequenas, depreende-se que, independentemente do porte do negócio, as dimensões e variáveis indicadas como significantes pela revisão teórica apresentam poder de explicar a realidade empreendedora.

A investigação conduzida e os resultados observados demonstram a necessidade de retornar ao Programa Crediamigo para contextualizar implicações práticas. Do ponto de vista da pesquisadora, a mais relevante dessas implicações se relaciona a possibilidade de serem estabelecidas políticas dentro do Programa que contemplem as perspectivas de gênero. Em que pese as mulheres representarem 76% da amostra investigada e 65% dos clientes ativos no Programa em Dezembro de 2008, o desempenho dessas empreendedoras se mostra aquém daquele obtido pelos empreendedores do sexo masculino.

A revisão teórica indica que os empreendimentos conduzidos pelas mulheres apresentam retornos menores, apesar de constantes ao longo do tempo, porém o fato não torna menos relevante a necessidade de construir alternativas que permitam maior fomento dessas atividades. O fortalecimento do apoio de amigos e familiares e a superação das restrições, representadas pela condição de casadas associada a falta de apoio do cônjuge e à existência de filhos, que impedem o melhor desempenho dos negócios parecem as indicações mais fortes trazidas pela investigação.

Além disso, a importância de variáveis relacionadas à escolaridade, experiência, planejamento e controle identificada nos diversos modelos multidimensionais permite reforçar como importantes as práticas adotadas pelo Crediamigo que se referem à capacitação de clientes. Ao oferecer aos empreendedores a oportunidade de ter acesso a conhecimentos relacionados à condução dos seus negócios, como os ministrados através do curso Aprender a Empreender, o Programa

instrumentaliza os empreendedores como ferramentas que lhes permitem potencializar o resultado de suas atividades. Não menos relevante é a participação dos clientes do Programa Crediamigo no projeto de alfabetização de adultos da área de Responsabilidade Social do Banco do Nordeste. A ampliação de ações dessa natureza permitirá o avanço desses empreendedores na direção da maior sustentabilidade e longevidade de seus negócios.

Um último aspecto que merece ser destacado junto ao Programa Crediamigo, a partir deste estudo, se refere ao reforço das relações familiares e entre gerações. As variáveis relacionadas ao Ambiente corroboram as interações demonstradas pelos modelos positivos e pelas redes de relacionamento junto à dinâmica empreendedora. A prática dessas ações se reflete dentro do Programa dentro dos grupos solidários e na medida em que a participação das futuras gerações de empreendedores, nos diversos eventos que compõem o processo de crédito, seja permitida, e até incentivada. Ao facultar o acesso de filhos, netos e outros familiares próximos dos empreendedores a reuniões e eventos do Crediamigo o Programa lhes possibilita a construção de um ideário que tornará a proximidade do sistema financeiro uma rotina.

A revisão de literatura e, conseqüentemente, a orientação teórica desta pesquisa, trazem discussões acerca do tema Empreendedorismo a partir do contexto americano e europeu, e examina o campo empírico a partir das proposições identificadas como relevantes naqueles cenários. A relevância deste estudo advém do alinhamento com as teorias recentes que vêm sendo discutidas naqueles países, todavia os pesquisadores brasileiros necessitam avançar na compreensão do fenômeno do Empreendedorismo a partir de variáveis que se mostram relevantes no contexto nacional. A exploração de variáveis relacionadas à dimensão Personalidade Empreendedora, como a propensão a evitar riscos e a iniciativa pessoal se mostram válidas, mas talvez não sejam menos válidas associações de traços como a criatividade, a impulsividade e o divertimento ao desempenho dos empreendedores nacionais.

Investigações futuras poderão se dedicar a melhorar a compreensão das associações identificadas neste estudo, notadamente naquelas relações que

mostraram divergência em relação ao indicado pela revisão teórica. É importante aumentar a compreensão das associações existentes entre os laços fracos e o desempenho empreendedor, principalmente em como se estabelece a relação dessa variável com os melhores desempenhos.

Pesquisas futuras também poderão se dedicar a ampliar o conhecimento acerca da associação dos traços de personalidade representados pela necessidade de realização e pela iniciativa pessoal com o empreendedorismo, pois as associações retornadas nos modelos não se estabelece de forma a permitir afirmações conclusivas.

Outro ponto que ainda carece de maiores avanços é a verificação de como acontece, efetivamente, a associação do planejamento e controle com o desempenho. Os resultados demonstram que, em que pese o planejamento não se mostrar como o maior diferenciador para os menores desempenhos, somente os que utilizam planejamento alcançam os melhores resultados dos seus empreendimentos

Além disso, as mulheres, por conduzirem negócios de menor porte em termos de faturamento, talvez necessitem mais do apoio de amigos e familiares, inclusive com aporte de recursos financeiros, na estruturação e condução de seus empreendimentos dada a importância que os laços sociais fortes apresentam para esse segmento nas hierarquizações realizadas. Esta é uma outra discussão que merece permear o meio acadêmico.

Implicações teóricas e práticas deste trabalho se reúnem para reforçar a validade do estudo no que se aponta como mais recente nas discussões sobre o Empreendedorismo; para ratificar como necessárias as investigações endógenas que permitam maior compreensão da dinâmica dos empreendedores brasileiros; para apresentar as diversas dimensões dos negócios de pequeno porte, e, ao mesmo tempo, demonstrar que esses possuem dinâmica bastante semelhante aos de maior porte; e para sugerir possibilidades de avanços nas ações do maior Programa de Microcrédito Produtivo e Orientado em operação no Brasil atualmente.

Referências

ALVES, S.D.S.; SOARES, M.M. **Microfinanças: democratização do crédito no Brasil**: atuação do Banco Central. Brasília: BCB, 2006.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Informações sobre Operações Bancárias – Taxas de Operações de Crédito. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/ftp/depec/NITJ200902.xls>> Acesso: 02.04.2009

BANCO DO NORDESTE DO BRASIL. **Relatório Anual do Programa Crediamigo - 2007**. Fortaleza-CE, 2008.

BANCO DO NORDESTE DO BRASIL. **Balço Social do Crediamigo**. Fortaleza-CE, 2009.

BATES, T. Entrepreneur human capital inputs and small business longevity. **The Review of Economics and Statistics**. v. 72, n. 4, November, 1990.

BERNSTEIN, P.L. **Desafio aos deuses: a fascinante história do risco**. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.

BLANCHFLOWER, D.G.; OSWALD, A.J. What makes an entrepreneur? **Journal of Labor Economics**. v. 16, n. 1, p. 26-60, 1998.

BRITO, L. A. L.; VASCONCELOS, F. C. A heterogeneidade do desempenho, suas causas e o conceito de vantagem competitiva. **Revista de Administração Contemporânea – RAC**, Edição Especial, 2004.

BROCKHAUS, R.H. Risk taking propensity of entrepreneurs. **Academy of Management Journal**. v. 23, n. 3, p. 509-520, 1980.

BRUYNE. P.; HERMAN, J.; SCHOUTHEETE, M. **Dinâmica da pesquisa em ciências sociais**. Os pólos da prática metodológica. Rio de Janeiro: F. Alves, 1991.

BUSENITZ, L. W. *et al.* *Entrepreneurship research in emergence: past trends and future directions*. **Journal of Management**. v. 29, n.3, p. 285-308, 2003.

CACCIAMALI, M.C.; JOSÉ-SILVA, M.F. Mais informalidade, menos cidadania. Os efeitos criados por esse círculo vicioso sobre a formulação da política social na América Latina. **Cadernos PROLAM/USP**. Ano 2, v.02, n. 02, 2003.

CALLADO, M. *et al.* **Lócus de Controle Interno: Uma Característica de Empreendedor?**. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 30., 2006, Salvador. *Anais...* Salvador: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2006.

CANALES, R. **Weaving Straw into Gold: Enhancing Microcredit Impact through Personal Involvement.**, August 2006. Disponível em: http://www.mit.edu/~rcanales/straw_gold.pdf Acesso em: 25.01.2008.

CARLAND, J.; CARLAND J.C. **The theoretical bases and dimensionality of the Carland Entrepreneurship Index.** In: RISE CONFERENCE, 1996, University of Jyväskylä, Finland, p. 1-24 Disponível em: <http://www.thedrscarland.com/research/CEI%20Validation%20Paper.pdf> > Acesso em 20.09.2007.

CARLAND, J.; CARLAND J.C.; KOIRANEN, M. **The exportation of the American model of entrepreneurship: reality or illusion ? A comparative trait study of American and finnish entrepreneurs.** In: INTERNACIONAL COUNCIL OF SMALL BUSINESS WORLD CONFERENCE, 42, 1997, San Francisco. [Anais eletrônicos...] Disponível em: <http://www.sbaer.uca.edu/research/icsb/1997/pdf/26.pdf>.> Acesso em: 20.09.2007.

CARTER, N.M. *et al.* The career reasons of nascent entrepreneurs. **Journal of Business Venturing**, n.18, p. 13-39, 2003.

CARVALHO, C. E.; ABRAMOVAY, R. **O difícil e custoso acesso ao sistema financeiro.** In: Sistema financeiro e as micro e pequenas empresas: diagnósticos e perspectivas. São Paulo: SEBRAE, 2004 Disponível em: http://www.mte.gov.br/pnmpo/sistema_financeiro_e_as_mpe.pdf> Acesso em: 24.09.2007.

CGAP-Consultive Group for Assistance to the Poors. Graduating the Poorest into Microfinance: Linking safety nets and financial services. **Focus Note** n. 34, February, 2006. Disponível em: http://www.cgap.org/portal/binary/com.epicentric.content.management.servlet.ContentDeliveryServlet/Documents/FocusNote_34.pdf> Acesso em: 24.10.2006.

CHATURVEDI, A.; GREEN P. E. Software review: SPSS for windows, CHAID 6.0. **Journal of Marketing Research.** p. 245 – 254. May, 1995.

CHELL, E. Towards researching the “opportunistic entrepreneur”: a social constructionist approach and research agenda. **European Journal of Work and Organizational Psychology**, v. 9, n. 1, p. 63-80, 2000.

CHELL, E; BAINES, S. Does gender affect business performance? A study of microbusiness in business service in the UK. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 12, p. 195-215, 2000.

CHELL, E; BAINES, S. Networking, entrepreneurship and microbusiness behaviour. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 10, p. 117-135, 1998.

CORNELIUS, B.; LANDSTRÖM, H; PERSSON, O. Entrepreneurial studies: the dynamic research front a developing social science. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, p. 375-398, May, 2006.

CRESSY, R. Are business startups debt-rationed ? **The Economic Journal.** v.106, p. 1253-1270, September, 1996.

DALEY-HARRIS S.; **Informe del estado de la campaña de La Cumbre de Microcrédito, 2006**. Disponível em: <http://www.microcreditsummit.org/spanish/pubs/reports/socr/SOCR06_sp.pdf> Acesso em: 24.05.2007

DEAL, K.; Branching out. Trees now grow in spreadsheets. **Marketing Research**, Spring, 2007.

DELA COLETA, M.F.; Escala multidimensional de locus de controle de Levenson. **Cadernos Brasileiros de Psicologia**. v. 39, n. 2, p. 79-97, abr/jun, 1987.

DeMARTINO, R.; BARBATO, R. Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. **Journal of Business Venturing**. v. 18, p. 815-832, 2003.

DeMARTINO, R.; BARBATO, R.; JACQUES, P.H. Exploring the career / achievement and personal life orientation differences between entrepreneurs and nonentrepreneurs: the impact of sex and dependents. **Journal of Small Business Management**. v. 44 n. 3 p.350-368, 2006.

DESS, G.G; NEWPORT, S.; RASHEED, A.M.A. Configuration research in strategic management: key issues and suggestions. **Journal of Management**. v. 19, n. 04, p. 775-795, 1993.

DRUCKER, P; O futuro já chegou. **Revista Exame**, ano 34, nº 6, edição 710, p. 118-126, 2000.

DUNN, T; HOLTZ-EAKIN, D. Financial capital, human capital and the transition to self-employment: evidence from intergenerational links. **Journal of Labor Economics**. v. 18, n. 2, 2000.

FAIRLE, R.W.; ROBB, A. Families, human capital and small business: evidence from the characteristics of business owners survey. **Industrial and Labor Relations Review**. v.60, n. 2, January, 2007.

FREITAS, A.A.F. *et al.* **Cultura, religião e empreendedorismo: o locus de controle de comerciantes de cidades religiosas**. In: SIMPÓSIO, 2008, Anais...Brasília: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2008.

FREITAS, A.A.F.; HEINECK, L.F.M. Segmentação de mercado – proposta de uma metodologia de associação entre clientes e produtos no contexto do mercado imobiliário. **Revista Ambiente Construído**. v.8, n.3, julh/set. 2008.

FREITAS, H. *et al.* O método de pesquisa survey. **Revista de Administração**. v. 35, n. 3, p. 105-112, julho/setembro 2000.

FRESE, M. *et al.* Personal initiative at work: differences between east and west Germany. **Academy of Management Journal**. v. 39, n. 1, p. 37-63, 1996.

FRESE, M. *et al.* The concept of personal initiative: operationalization, reliability and validity in two German samples. **Journal of Occupational and Organizational Psychology**. v. 70, p. 139-161, 1997.

GARTNER, W.B. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. **Academy of Management Review**. v.10, n 4, p. 696-706, 1985.

GARTNER, W.B. *et al.* Finding the entrepreneur in entrepreneurship. **Entrepreneurship: Theory and Practice**. p. 5-9, Spring, 1994.

GARTNER, W.B. Who is an entrepreneur? Is the wrong question. **American Journal of Small Business**. v.12, n 4, pag 11-32, 1988.

GINÉ, X.; KARLAN, D. S. Group versus Individual Liability. **World Bank Working Paper**. Disponível em: <http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2006/09/18/000112742_20060918174212/Rendered/PDF/WPS40081IE> Acesso em 24.05.2007.

GITMAN, L. J. **Princípios de Administração Financeira**. São Paulo: Editora Harbra, 2002.

GREGOIRE, D. A. *et al.* Is there conceptual convergence in entrepreneurship research? A co-citation analysis of frontiers of entrepreneurship research, 1981-2004. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, p. 333-373, May, 2006.

HISRICH, R. D.; BRUSH, C. Characteristics of the minority entrepreneur. **Journal of Small Business Management**, v. 24, p.1-8, 1986.

HISRICH, R.D. Can psychological approaches be used effectively: an overview. **European Journal of Work and Organizational Psychology**. v. 9, n. 1, p. 93-96, 2000.

HISRICH, R.D.; PETERS M.P. O indivíduo empreendedor. In: _____. **EMPREENDEDORISMO: Teoria e Prática**. 5ª ed. São Paulo: Bookman, 2006, cap. 3, p. 74-93.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Pesquisa da Economia Informal Urbana - ECINF 2003**. Disponível em: <[http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/03DE0485DB219CDE0325701B004CBD01/\\$File/NT000A8E66.pdf](http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/03DE0485DB219CDE0325701B004CBD01/$File/NT000A8E66.pdf)> Acesso em: 27.10.2006

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Pesquisa da Economia Informal Urbana - ECINF 1997**. Disponível em: <[http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/03DE0485DB219CDE0325701B004CBD01/\\$File/NT000A8E66.pdf](http://www.dce.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/03DE0485DB219CDE0325701B004CBD01/$File/NT000A8E66.pdf)> Acesso em 27.10.2006

INSTITUTO BRASILEIRO DE QUALIDADE E PRODUTIDADE. **Global Entrepreneurship Monitor**. Empreendedorismo no Brasil, 2007. Disponível em:

<http://www.sebrae.com.br/br/aprendasebrae/empreendedorismo_brasil.asp> Acesso em: 01.04.2009

JUNQUEIRA, R.G P.; ABRAMOVAY, R. A sustentabilidade das microfinanças solidárias. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 40, n.1, p.19-33, jan/fev/mar, 2005.

KAMALANABHAN, T.J.; SUNDER, D.L.; MANSHOR, A.T. Evaluation of entrepreneurial risk-taking using magnitude of loss scale. **Journal of Entrepreneurship**. v. 15, n. 1, 2006.

KORUNKA, C. *et al.* The entrepreneurial personality in the context of resources, environment, and the startup process – a configurational approach. **Entrepreneurship: Theory and Practice**. p. 23-42, Fall, 2003.

KRAUSS, S.I. *et al.* Entrepreneurial orientation: a psychological model of success among southern African small business owners. **European Journal of Work and Organizational Psychology**. v. 14, n. 3, p. 315-344, 2005.

KUMAR, A. Expanding microfinance. In: _____. **Access to financial services in Brazil**. Washington DC: World Bank, 2005.

LARSON, A; STARR, J.A. A network model of organization formation. **Entrepreneurship Theory and Practice**. p. 5-15, Winter, 1993.

LECHNER; C.; DOWLING, M. Firm networks: external relationships as sources for the growth and competitiveness of entrepreneurial firms. **Entrepreneurship and Regional Development** v. 15, p.1-26, 2003.

LENZ, R.T. Determinants of organizational performance: na interdisciplinary review. **Strategic Management Journal** v. 2, n. 2, p. 131-154, 1981.

LERNER, M.; BRUSH, C.G.; HISRICH, R.D. Factors affecting performance of israeli women entrepreneurs: an examination of alternative perspectives. In: **FRONTIERS OF ENTREPRENEURSHIP RESEARCH**, 15, 1995, Massachusetts. [Anais eletrônicos...] Disponível em: < <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers95/index.html>> Acesso em: 07.02.2008.

LEVENSON, H. Activism and powerful others: distinctions within the concept of internal-external control. **Journal of Personality Assessment**. v. 38, p. 377-383, 1974.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman, 2001.

McCLELLAND, D.C. **A sociedade competitiva: realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Editora Expressão e Cultura, 1972.

McCLELLAND, D.C. Characteristics of successful entrepreneurs. **The Journal of Creative Behavior**. v. 21, n. 3, Third Quarter, 1987.

MILLER, D. The genesis of configuration. **Academy of Management Review**. v. 12 n. 4, p. 686-701, 1987.

MINTZBERG, H; AHLSTRAND, B; LAMPEL, J. **Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

MOREIRAS, L.M.F.; ABRAMOVAY, R. **Laços Sociais no Monitoramento do Microcrédito**. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 31., 2007, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2007.

MURPHY, P.J.; LIAO, J.; WELSCH, H.P. A conceptual history of entrepreneurial thought. **Journal of Management History** v. 12, n. 1, p. 12-35, 2006.

MURRAY, H.A. **Explorations in Personality**. New York: Oxford, 1938 *apud* SHAVER, K.G.; SCOTT, L.R. Person, process, choice: the psychology of new venture creation. **Entrepreneurship Theory and Practice**. p. 23-45, Winter, 1991.

OLIVEIRA, L.A.; SILVA, J.L.M.; VILLA, M.B. **Comparação entre as técnicas Cart e Chaid para uma pesquisa de habilidades sociais conjugais, tomando como variável dependente os escores fatoriais encontrados por análise fatorial**. In: 48ª REUNIÃO DA RBRAS e 10º SEAGRO, p. 293 – 297, julho, 2003. Disponível em: <http://www.posgraduacao.ufla.br/gauss/congresso/10seagro/trabalhos_index_autor.htm>. Acesso em: 05.11.2008.

PEREIRA, A. C. **Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO): descrição, resultados e perspectivas**. In: SEMINÁRIO BANCO CENTRAL SOBRE MICROFINANÇAS. 6., 2007, Porto Alegre. *Anais...*Porto Alegre: Banco Central do Brasil, 2007.

POCHMANN, M. **Economia do microempreendimento informal no Brasil**. Texto para Discussão n. 02. Brasília: SEBRAE, Agosto de 2005. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/br/aprendasebrae/arq_aprendasebrae/texto_discussao_02.pdf> Acesso em 23.11.2006.

ROBINSON, P.B. *et al.* An attitude approach to prediction of entrepreneurship. **Entrepreneurship: Theory and Practice**. p. 13-31, Summer, 1991.

ROTTER, J.B. Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. **Psychological Monographs: General and Applied**. v. 80, n. 1, p. 1-28, 1966.

SCHUMPETER, J.A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura S.A., 1961.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 25. n. 1, p. 217-226, 2000.

SHAVER, K.G.; SCOTT, L.R. Person, process, choice: the psychology of new venture creation. **Entrepreneurship Theory and Practice**. p. 23-45, Winter, 1991.

SOARES, M.M.; MELO SOBRINHO, A.D. **Microfinanças**: o papel do Banco Central do Brasil e a importância do cooperativismo de crédito. Brasília: BCB, 2007.

TEIXEIRA, M.O.; Adaptação do Inventário de Personalidade PRF – Forma A: ensaio experimental. In: ALMEIDA, L.S. *et al* (Eds.) **Avaliação psicológica: formas e contextos**. v. 04, p. 327-340. Braga: Apport.

VASCONCELOS, G.M.R. **Empreendedorismo e redes de relacionamento**. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 31., Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: Associação Nacional de Pós Graduação em Administração, 2007.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 2004.

VERHEUL, I. *et al*. **An Eclectic Theory of Entrepreneurship: policies, institutions and culture**. Tinbergen Institute Discussion Paper. TI 2001-030/3.

WATSON, J.; ROBINSON, S. Adjusting for risk in comparing the performance of male - and female - controlled SMEs. **Journal of Business Venturing**. v. 18, p. 773-788, 2003.

WIJewardena, H. *et al*. The impact of planning and control sophistication on performance of small and medium-sized enterprises: evidence from Sri Lanka. **Journal of Small Business Management**. v. 42, n. 2, p. 209-217, 2004.

YUNUS, M; JOLIS A. **O banqueiro dos pobres**. São Paulo: Editora Ática. 2000.

YUSUF, A.; SAFFU, K. Planning and performance of small and medium enterprise operators in a country in transition. **Journal of Small Business Management**. v. 43, n. 4, p. 480-497, 2005.

APÊNDICE A
Instrumento de coleta de dados

Dados Pessoais:

Nome:	
Idade:	Sexo: () M () F
Ramo de atividade:	Tempo que você possui seu negócio em anos:
Escolaridade: () Até a 4ª série () Entre a 5ª e 8ª série () Ensino Médio Incompleto	() Ensino Médio Completo () Curso Superior Incompleto () Curso Superior Completo

Instruções:

A seguir, apresentamos uma série de afirmações que representam opiniões sobre fatos da vida diária. Você provavelmente concordará com alguns itens e discordará de outros. Não existem respostas certas ou erradas e estamos interessados no grau em que você concorda ou discorda dessas opiniões.

Leia cada afirmação cuidadosamente e indique o grau em que você concorda ou discorda, fazendo uma cruz no espaço correspondente às opções.

As primeiras impressões são sempre as melhores. Assim leia cada afirmação, decida se você concorda ou discorda e então marque sua resposta.

Questão	Concordo	Discordo
1. Para mim são estimulantes as tarefas com desafios.		
2. O auto-aperfeiçoamento não significa nada para mim, a menos que conduza ao sucesso imediato		
3. Fico incomodado(a) comigo próprio(a) quando não consigo aprender uma coisa		
4. Trabalho unicamente e apenas por obrigação		
5. Continuo a trabalhar num problema depois de os outros terem desistido;		
6. Tento trabalhar só o suficiente para sobreviver		
7. Frequentemente estabeleço objetivos que são muito difíceis de alcançar		
8. Preferia fazer um trabalho fácil do que um que envolvesse obstáculos que tivessem que ser ultrapassados		
9. O meu objetivo é ir um pouco mais longe do que qualquer outra pessoa antes de mim		
10. Realmente não gosto de trabalhar muito		
11. Prefiro ser pago(a) pelo trabalho que fiz do que na base do número de horas que trabalhei		

Questão	Concordo	Discordo
12. Raramente fiz horas de estudo extra, relacionadas com o meu trabalho		
13. As pessoas sempre disseram que sou muito trabalhador(a)		
14. Quando as pessoas não vêem o que eu faço, muitas vezes não dou o meu melhor		
15. Não me importo de trabalhar enquanto os outros se divertem		
16. Não é realmente importante para mim, ser um dos melhores no meu campo		
17. Por vezes as pessoas dizem que ignoro outros aspectos importantes da minha vida porque trabalho muito		
18. Tenho a certeza que as pessoas pensam que não sou uma pessoa muito enérgica		
19. Prefiro o trabalho ao lazer		
20. Parece-me irrealista tentar sempre ser o(a) melhor no meu campo de trabalho		
21. Aceito quase sempre um desafio		
22. Tenho cuidado com as coisas que faço, porque quero viver muitos anos e com saúde		
23. Gostaria de aprender a andar na corda bamba		
24. Nunca quereria combater incêndios florestais		
25. Nunca desistiria de algo que me parecesse divertido só por ser um pouco arriscado		
26. Não me consigo imaginar a saltar de um avião como fazem os pára-quedistas		
27. Acho que seria divertido e bastante emocionante sentir um tremor de terra		
28. Evito alguns passatempos e esportes porque os acho perigosos		
29. Sentiria prazer com a sensação de subir até ao cimo de um arranha-céus inacabado num elevador aberto		
30. Procuo livrar-me de trabalhos que exijam a utilização de ferramentas ou maquinaria perigosa		
31. Não me perturbaria nadar sozinho em águas desconhecidas		
32. Prefiro uma vida calma e segura a uma vida aventureira		
33. Atravessar o oceano num barco à vela seria para mim uma experiência maravilhosa		
34. Nunca vou para zonas da cidade que são consideradas perigosas		
35. Gostaria de explorar à noite uma casa velha e abandonada		
36. Fazer "surf" seria demasiado perigoso para mim		
37. Gosto de guiar uma moto		

Questão	Concordo	Discordo
38. Não subo numa escada sem que alguém esteja a segura-lá;		
39. Gosto da sensação de velocidade;		
40. Na minha opinião é perigoso fazer esqui quando tantas pessoas sofrem acidentes;		
41. Eu enfrento os problemas de frente;		
42 Até este momento não foi útil realizar nenhum planeamento.		
43 Sempre que algo dá errado, eu procuro imediatamente por uma solução.		
44 Eu estarei apto a gerenciar sem ter um plano de carreira.		
45 Sempre que há um chance de me envolver ativamente eu a aproveito.		
46 Ainda é muito cedo para fazer planos para a minha carreira.		
47 Eu tomo a iniciativa rapidamente, mesmo quando os outros não o fazem.		
48 A frase da minha vida é: vamos esperar pra ver.		
49 Eu aproveito as oportunidades rapidamente para alcançar meus objetivos		
50 Não é bom começar a mudar minha atividade agora.		
51 Usualmente eu faço mais do que me pedem.		
52 Na presente situação é inútil implementar planos de carreira.		
53 Eu sou particularmente bom em realizar idéias.		
54 Eu só faço planos quando eu sei o que vai acontecer no futuro.		

Escolha, dentre as opções abaixo, a que mais se parece com você:

55. O que o levou a iniciar este negócio:
- A vontade de ter meu próprio negócio.
 - A necessidade de ter dinheiro para me sustentar e à minha família.
 - A continuação de um negócio de família.
 - O desejo de inovar através da exploração de uma idéia de produto ou negócio.
 - O desejo de aumentar meu prestígio junto a minha família e/ou comunidade.
 - A necessidade de ter mais flexibilidade para a vida pessoal e familiar.
56. Você é casado?
- Sim
 - Não

57. Se você é casado, o seu marido (ou a sua esposa) lhe apóia na condução do seu negócio?

- a. Sim
- b. Não

58. Você tem filhos que vivem com você?

- a. Sim
- b. Não

59. Se você respondeu que sim, o fato de ter filhos compromete o tempo que você dedica ao seu negócio?

- a. Sim
- b. Não

60. Você teve ou tem apoio de seus amigos e familiares para iniciar ou conduzir seu próprio negócio (exemplo: empréstimo de recursos, de máquinas, indicação de clientes)?

- a. Sim
- b. Não

61. Além do grupo do Crediamigo você participa de algum tipo de grupo ou associação (exemplo: Associação de Moradores, de Produtores, Sindicatos, etc)?

- a. Sim
- b. Não

62. O seu pai ou a sua mãe têm ou tinham um negócio próprio (exemplo: mercearia, venda de confecções, produção rural)?

- a. Sim
- b. Não

63. Antes de ter seu próprio negócio você auxiliou algum amigo ou familiar na condução de outro empreendimento?

- a. Sim
- b. Não

64. Com relação ao planejamento do seu negócio escolha a melhor opção:

- a. Você possui um plano de negócios escrito.
- b. O planejamento do seu negócio existe, mas está todo na sua cabeça.
- c. O seu negócio não possui planejamento.

65. Como você controla as finanças do seu negócio:

- a. Controlo com a ajuda do meu contador.
- b. Controlo tudo no computador, com ajuda de planilhas e/ou sistemas.
- c. Controlo tudo manualmente em livro caixa ou numa caderneta.
- d. Não possuo controles da minha movimentação, sei tudo de cabeça.

66. O seu negócio possui registro (CGC, CNPJ ou alvará de funcionamento)?

- a. Sim
- b. Não

67. Em caso negativo, você pensa em formalizar seu negócio:

- a. Nos próximos seis meses.
- b. No próximo ano.
- c. Nos próximos cinco anos.
- d. Eu não penso em formalizar meu negócio.

APÊNDICE B
Chave de Correção da Escala de Necessidade de Realização

ESCALA DE NECESSIDADE DE REALIZAÇÃO	Chave
1. Para mim são estimulantes as tarefas com desafios.	V
2. O auto-aperfeiçoamento não significa nada para mim, a menos que conduza ao sucesso imediato	F
3. Fico incomodado(a) comigo próprio(a) quando não consigo aprender uma coisa	V
4. Trabalho unicamente e apenas por obrigação	F
5. Continuo a trabalhar num problema depois de os outros terem desistido;	V
6. Tento trabalhar só o suficiente para sobreviver	F
7. Frequentemente estabeleço objetivos que são muito difíceis de alcançar	V
8. Preferia fazer um trabalho fácil do que um que envolvesse obstáculos que tivessem que ser ultrapassados	F
9. O meu objetivo é ir um pouco mais longe do que qualquer outra pessoa antes de mim	V
10. Realmente não gosto de trabalhar muito	F
11. Prefiro ser pago(a) pelo trabalho que fiz do que na base do número de horas que trabalhei	V
12. Raramente fiz horas de estudo extra, relacionadas com o meu trabalho	F
13. As pessoas sempre disseram que sou muito trabalhador(a)	V
14. Quando as pessoas não vêem o que eu faço, muitas vezes não dou o meu melhor	F
15. Não me importo de trabalhar enquanto os outros se divertem	V
16. Não é realmente importante para mim, ser um dos melhores no meu campo	F
17. Por vezes as pessoas dizem que ignoro outros aspectos importantes da minha vida porque trabalho muito	V
18. Tenho a certeza que as pessoas pensam que não sou uma pessoa muito enérgica	F
19. Prefiro o trabalho ao lazer	V
20. Parece-me irrealista tentar sempre ser o(a) melhor no meu campo de trabalho	F

APÊNDICE C
Chave de Correção da Escala de Evitar Riscos

ESCALA DE PROPENSÃO A EVITAR RISCOS	Chave
21. Aceito quase sempre um desafio	F
22. Tenho cuidado com as coisas que faço, porque quero viver muitos anos e com saúde	V
23. Gostaria de aprender a andar na corda bamba	F
24. Nunca quereria combater incêndios florestais	V
25. Nunca desistiria de algo que me parecesse divertido só por ser um pouco arriscado	F
26. Não me consigo imaginar a saltar de um avião como fazem os pára-quedistas	V
27. Acho que seria divertido e bastante emocionante sentir um tremor de terra	F
28. Evito alguns passatempos e esportes porque os acho perigosos	V
29. Sentiria prazer com a sensação de subir até ao cimo de um arranha-céus inacabado num elevador aberto	F
30. Procuro livrar-me de trabalhos que exijam a utilização de ferramentas ou maquinaria perigosa	V
31. Não me perturbaria nadar sozinho em águas desconhecidas	F
32. Prefiro uma vida calma e segura a uma vida aventureira	V
33. Atravessar o oceano num barco à vela seria para mim uma experiência maravilhosa	F
34. Nunca vou para zonas da cidade que são consideradas perigosas	V
35. Gostaria de explorar à noite uma casa velha e abandonada	F
36. Fazer "surf" seria demasiado perigoso para mim	V
37. Gosto de guiar uma moto	F
38. Não subo numa escada sem que alguém esteja a segura-lá;	V
39. Gosto da sensação de velocidade;	F
40. Na minha opinião é perigoso fazer esqui quando tantas pessoas sofrem acidentes;	V

APÊNDICE D
Chave de Correção da Escala Iniciativa Pessoal

ESCALA DE INICIATIVA PESSOAL	Chave
41. Eu enfrento os problemas de frente	V
42 Até este momento não foi útil realizar nenhum planejamento	F
43 Sempre que algo dá errado, eu procuro imediatamente por uma solução	V
44 Eu estarei apto a gerenciar sem ter um plano de carreira	F
45 Sempre que há um chance de me envolver ativamente eu a aproveito	V
46 Ainda é muito cedo para fazer planos para a minha carreira	F
47 Eu tomo a iniciativa rapidamente, mesmo quando os outros não o fazem	V
48 A frase da minha vida é: vamos esperar pra ver	F
49 Eu aproveito as oportunidades rapidamente para alcançar meus objetivos	V
50 Não é bom começar a mudar minha atividade agora	F
51 Usualmente eu faço mais do que me pedem	V
52 Na presente situação é inútil implementar planos de carreira	F
53 Eu sou particularmente bom em realizar idéias	V
54 Eu só faço planos quando eu sei o que vai acontecer no futuro	F