

**Criação de novas organizações: impacto das barreiras socioculturais.**

Creation of new organizations: impact of socio-cultural barriers.

**António Oliveira<sup>1</sup>**

**Orlando Lima Rua<sup>2</sup>**

**RESUMO**

O objetivo fundamental deste estudo é avaliar o impacto das barreiras socioculturais que condicionam a criação de novas organizações.

Os dados foram recolhidos de uma amostra longitudinal de 1985 a 2006, composta por 323 observações individuais de um universo de 569 potenciais empreendedores, de uma base de dados da Associação Nacional de Jovens Empresários (ANJE), tendo adotado uma abordagem metodológica quantitativa com recurso a técnicas de estatística descritiva e inferencial.

Os resultados permitem concluir que 69.0% dos inquiridos não criaram qualquer tipo de organização e destes 12.6% alegaram barreiras socioculturais. Conclui-se, ainda, que estas barreiras têm um impacto estatisticamente significativo, em função da intensidade do envolvimento do indivíduo, do desenvolvimento do projeto e das razões pessoais para a criação de uma nova organização.

**Palavras Chave:** intenção empreendedora, ação empreendedora, barreiras socioculturais, *entrepreneurial intention-action gap*.

---

<sup>1</sup> Politécnico do Porto/ISCAP/CEL.

<sup>2</sup> Politécnico do Porto/ISCAP/CEOS.PP; APNOR/UNIAG.

## ABSTRACT

The main goal of this study is to assess the impact of socio-cultural barriers that restrain the creation of new organizations.

Data were collected from a longitudinal sample from 1985 to 2006, composed by 323 individual observations from an universe of 569 potential entrepreneurs of a Portuguese National Young Entrepreneurs Association (ANJE) database, having adopted a quantitative methodological approach and using descriptive and inferential statistics techniques.

The results allow us to conclude that 69.0% of the surveyed did not create any kind of organization. Of these, 12.6% alleging socio-cultural barriers. It is also possible to conclude that these barriers have a statistically significant impact depending on the intensity of the individual's involvement, of the project's development and of the personal reasons for the creation of a new organization.

**Keywords:** entrepreneurial intention, entrepreneurial action, socio-cultural barriers, entrepreneurial intention-action gap.

**Received on:** 2018.01.31

**Approved on:** 2018.03.07

Evaluated by a double blind review system

## 1. Introdução

Reconhece-se o aspeto multidimensional de criação e geração de novas organizações, enfatiza-se o conhecimento como elemento chave, ao mesmo tempo que se reconhece esta nova organização como uma entidade autónoma (Brännback et al., 2007; Elfving Brännback & Carsrud, 2009).

Para Gartner (1989, p. 57), a criação de uma nova organização é o resultado de inúmeras influências e o Indivíduo é “*apenas uma parte de um todo e complexo processo*”, portanto, do ponto de vista teórico “*interessa o que é que o empreendedor faz e não o que é que o empreendedor é*”.

Esta posição, como referem Zhao, Hills e Siebert, (2005), significaria que ao nível do Indivíduo os antecedentes do empreendedorismo nunca poderiam ser encontrados. Ou seja, para os autores, não é possível afirmar que um indivíduo concreto se vai tornar empreendedor. O que na literatura se demonstra é a relação entre a intenção empreendedora e o Indivíduo Empreendedor, porque a criação de uma nova organização não é uma tarefa imediata é antes um objetivo intencional, que se concretiza a médio/longo prazo (Heckhausen, 2007; Krueger, 2000).

Da literatura emergem três linhas de investigação que detalham o processo de passagem da intenção empreendedora à ação empreendedora. São elas o Comportamento Direcionado a um Objetivo (Bagozzi, 1992; Bagozzi, Baumgartner & Yi, 1989; Bagozzi & Warsaw, 1990; Bandura 1986, 2006; Brännback et al., 2007; Elfving, 2008; Krueger, 2009), o Modelo de *Rubicon* (Achtziger & Gollwitzer, 2007; Brandstätter, 1997; Brandstätter, 2009; Heckhausen, 2007; Heckhausen & Gollwitzer, 1987) e, finalmente, o Ponto de não Retorno (Abbott, 2001; Turcan, 2013).

Deste modo, entender o que promove ou inibe a criação de uma nova organização requer um entendimento da forma como o indivíduo apreende e percebe a oportunidade de o fazer, sendo que, a perceção dessa oportunidade é um processo orientado pela intenção (Krueger, 2000, 2009).

A intenção está relacionada com a ação, mas nem sempre a intenção origina uma ação. De acordo com van Gelderen, Kautonen e Fink (2015), muitos indivíduos formulam a intenção de iniciar o seu próprio negócio e todavia, apenas um reduzido número é capaz de

concretizar a sua intenção em ação concreta, que efetivamente possibilite a criação de uma nova organização. No âmbito deste trabalho, tal significa que intenções empresariais potencialmente válidas não são realizadas porque entre a intenção empreendedora e a ação empreendedora se interpõem barreiras. Consequentemente trava-se o desenvolvimento e o crescimento económico e social a nível local, regional e nacional (Gielnik et al., 2014; Kew et al., 2013; Martins et al., 2004; van Gelderen et al., 2015).

## 2. Revisão de literatura

Diferentes trabalhos académicos e institucionais abordam esta problemática, mas pela sua relevância e sistematicidade, destacamos os trabalhos patrocinados pela Comissão Europeia e particularmente o *Green Paper of Entrepreneurship* (CEC, 2003), o *GEM – Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2004, 2007, 2012, 2013) e o *Barriers to Entrepreneurship and Business Creation*, com coordenação de Martins et al. (2004). Nestes trabalhos, as barreiras classificam-se em três grupos: (1) barreiras normativas e regulamentares: onde se incluem os procedimentos administrativos, as licenças e as autorizações, que tendem a discriminar as novas organizações (Klapper, Laeven & Rajan, 2006); (2) barreiras socioculturais: das quais se destaca, o custo pessoal real da criação de uma nova organização (van Gelderen et al., 2015) e a ausência de promoção e desenvolvimento de uma cultura empreendedora (Fiet, 2001a,b; Gielnik et al., 2015; Neck & Greene, 2011); e (3) barreiras económico-financeiras: tais como, a impossibilidade de financiamento de novas organizações, quer na fase inicial (*start-up* capital – capital semente), quer no financiamento a médio e longo prazo (Edelman, Manolova & Brush, 2008; Kew et al., 2013; Rotefoss & Kolvereid, 2005).

O foco do presente estudo são as barreiras socioculturais. Estas incluem a insuficiência de suporte institucional adequado à promoção da cultura empreendedora, a insuficiência de infraestruturas de apoio e a insuficiência de conhecimentos e competências adequadas (Robertson et al., 2003; Martins et al., 2004; Kew et al., 2013). Para os autores e ainda Schoof (2006), as barreiras socioculturais ultrapassam-se com a promoção de uma educação empresarial – *promotion of enterprise education*, com o desenvolvimento de políticas institucionais que assegurem o entendimento das recompensas e benefícios da

criação de novas organizações, com a redução do estigma do insucesso e com o fomento da criação de novas organizações. Também para Fiet (2001a), a promoção da cultura empreendedora deve ser assegurada institucionalmente e deve assentar num processo formativo que garanta a aquisição de competências ao nível da motivação, da apetência pelo risco e do conhecimento. Vários autores (Fiet, 2001a,b; Frese, 2009; Neck & Greene, 2011; Gielnik et al., 2014) consideram que quer as atividades desenvolvidas, quer os métodos pedagógicos utilizados influenciam o objetivo que é potenciar a Ação Empreendedora.

Edelman et al. (2008) salientam a importância da noção de Relevância defendendo que devem ser desenvolvidas atividades relevantes, o que fundamenta a distinção de Gielnik et al. (2014) entre Planos de Negócio e Planos de Ação. Enquanto o Plano de Negócio é um documento onde se descreve e demonstra o como e o porquê da viabilidade do negócio (Honig & Karlsson, 2004; Karlsson & Honig, 2009), o Plano de Ação corresponde a formulações que especificam as diferentes etapas e procedimentos operacionais que tornam possível a concretização do objetivo (Gielnik et al., 2014).

Na mesma linha de raciocínio Frese (2009), demonstra que uma aprendizagem fundamentada na ação (*learn-by-doing*) aumenta a probabilidade de criar uma nova organização, já Kessler e Frank (2009), demonstram que os formandos que mais ativamente desenvolvem atividades relacionadas com o processo empreendedor, maior probabilidade têm de, efetivamente criar uma nova organização. Desta fundamentação emerge a primeira hipótese de investigação:

*H1 – Quanto maior o envolvimento maior a probabilidade de criar uma nova organização.*

Todavia, pela sua natureza eminentemente qualitativa, apenas nos interessa suportar esta hipótese enquanto indício. Um estudo mais desenvolvido seria apropriado em futuras linhas de investigação.

Alguns autores (e.g. Carter, Gartner & Reynolds, 1996; Lichtenstein et al., 2007; van Gelderen et al., 2015), demonstram ainda, que os Indivíduos que concluem o processo formativo de *start-up*, em geral, avançam mais (criam a organização) do que aqueles que

permanecem na fase formal e exploratória, o que está também de acordo com o processo proposto no Modelo *Rubicon* e da qual decorre a nossa segunda hipótese de investigação:

*H2 – Quanto mais desenvolvido estiver o projeto maior a probabilidade de criar uma nova organização.*

Como vimos, o pensamento pré-decisão assenta na análise de incentivos e nas diferentes opções de concretização, enquanto o pensamento pós-decisão se focaliza nas questões associadas ao processo de implementação e concretização do objetivo (Achtziger & Gollwitzer, 2007; Heckhausen, 2007; Brandtstädter, 2009). Finalmente, van Gelderen et al. (2015), chamam a atenção para as razões pessoais: *a barreira do medo*. Na Europa, o custo pessoal real da criação de uma organização é uma barreira importante, sobretudo porque o fracasso tem graves consequências legais e sociais. Ou seja, o medo de falhar – *fear of failure*, vai inibir a concretização da Intenção (Kessler & Frank, 2009; Kew et al., 2013), isto é, de acordo com a definição de Bagozzi et al. (1989) e Bagozzi e Warsaw (1990), o indivíduo pode considerar nem sequer tentar, ou porque, *à priori* assume que essa não é uma opção válida, ou porque conscientemente se abstém de o fazer. O que nos conduz à formulação da terceira hipótese de investigação:

*H3 – A existência de razões pessoais limita a criação de uma nova organização.*

### **3. Metodologia**

#### **3.1. Amostra**

A partir dos registos da Associação Nacional de Jovens Empresários (ANJE), considerou-se os 569 inscritos em todos os programas de Empreendedorismo e Criação de Empresas, promovidos pela associação de *per si*, em parceria com outras entidades tais como o Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas (IAPMEI), o Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP) e diferentes instituições bancárias e financeiras. Pela estreita ligação desenvolvida, foram também incluídos todos os participantes no programa Jovens Empresários de Elevado Potencial (JEEP), ainda que nem todos eles estivessem incluídos

na base de dados da ANJE<sup>3</sup>. Seguindo um conjunto de questões previamente definidas e pela ordem definida, todas as questões foram colocadas de forma sistemática e consistente a cada um dos participantes. Na tabela seguinte, apresenta-se a caracterização da amostra recolhida.

**TABELA 1 - CARATERIZAÇÃO DA AMOSTRA**

---

<b>Universo de análise</b> – Potenciais Empreendedores ANJE
<b>Tipo de amostragem</b> - amostra não probabilística e de conveniência
<b>Dimensão da população</b> – 569 elementos
Dimensão da população do 1º Grupo – 254 elementos (44.64% do Total)
Dimensão da população do 2º Grupo – 315 elementos (55.36% do Total)
<b>Dimensão total da amostra</b> – 323 observações
Dimensão da amostra do 1º Grupo – 136 observações
Dimensão da amostra do 2º Grupo – 187 observações
<b>Taxa de resposta</b> – 56.77%
Taxa de resposta do 1º Grupo – 53.54%
Taxa de resposta do 2º Grupo – 59.37%

---

Fonte: Elaborado pelos autores, 2017.

Do ponto de vista técnico, a amostra resulta de uma técnica de amostragem conveniente, sendo garantida a aleatoriedade estrita, mas condicionada pela não aleatoriedade subjacente à técnica de amostragem referida (Marôco 2007).

### **3.2. Instrumento e medida das variáveis**

Partindo de Martins et al. (2004), procedeu-se à realização de entrevista telefónica semiestruturada aleatória a 30 indivíduos de cada um dos grupos, com vista à construção do inquérito por questionário. Aos entrevistadores foi dada total liberdade de expressão, para conseguir a verdadeira resposta a cada uma das questões. Para além disso, fez-se respeitar os princípios fundamentais que garantem “*a validade, a confiança e o compromisso*”

---

<sup>3</sup> O programa JEEP foi criado no âmbito do Gabinete de Estudos do Banco Português do Atlântico. De 1985 a 1989 foi organizado pelo Conselho Gestão e Investimentos, SA; de 1991 a 1996 pela Espaço Atlântico e pela ANJE e, finalmente, de 2001 a 2004 pela ANJE.

*empenhado do entrevistado*” (Creswell, 2009, p. 170). Ou seja, em primeiro lugar estabeleceu-se um vínculo comprovável de legitimidade que, obrigatoriamente funcionasse nos dois sentidos. Em seguida, assegurou-se que se realçava a importância na participação da entrevista como algo de essencial para a concretização do trabalho. Finalmente, registou-se os dados materialmente relevantes (Berg, 2009). A triangulação metodológica foi assegurada através da utilização de distintos métodos, contemplando-se a triangulação de dados, do investigador, teórica e disciplinar (Denzin, 1978; Janesick, 1994).

Do referido resultou assim um questionário composto por seis questões fechadas (Tabela 2). Segundo Fink (1995), as questões fechadas, por um lado, proporcionam informações padrão que permitem o seu tratamento estatístico e, por outro, facilitam a resposta ao inquirido que apresenta dificuldades de expressão.

**TABELA 2: ESCALAS DE MEDIDA DAS VARIÁVEIS DO QUESTIONÁRIO**

Variáveis	Escala
Grupo	0 – Grupo 1 1 – Grupo 2
Criação da organização	0 – Não abriu 1 – Abriu
Barreira	0 – Abriu 1 – Normas e regulamentos 2 – Capital 3 – Pessoais
Tempo	0 – Não abriu 1 – Até 6 meses 2 – De 6 meses até 1 ano 3 – De 1 ano até 2 anos 4 – Mais de 2 anos

Fonte: Elaborado a partir de Martins et al., 2004.

Os dados são expressos numa escala nominal e cada um deles foi identificado pela atribuição de um nome que designa uma classe. As classes definidas são exaustivas,

mutuamente exclusivas e não ordenáveis e, entre elas, não existe (nem se pode estabelecer) qualquer relação de ordem (Marôco, 2007).

### **3.3. Pré-teste**

Este foi submetido a um pré-teste junto de académicos e dos indivíduos previamente entrevistados, no sentido em que não foi manipulada qualquer variável e todos os dados relacionados com as variáveis foram recolhidos ao mesmo tempo (Bryman & Cramer, 2005), até se julgar não existirem dificuldades no preenchimento e interpretação do mesmo, com a pretensão de se reduzir situações de “não resposta” (Monteiro, 2013). Neste pré-teste não foram detetadas dificuldades na interpretação das questões do questionário.

### **3.4. Operacionalização e recolha de dados**

O instrumento utilizado foi o inquérito por questionário, dado este método de recolha de dados ser dos mais adequados para este tipo de pesquisa (Sousa et al., 2008), uma vez que há a necessidade de interrogar um grande número de pessoas e existe um problema de representatividade (Campenhoudt & Quivy, 2008).

A recolha de dados ocorreu ao longo de três períodos: 1.º período – de abril a maio de 2009, 2.º período – de abril a maio de 2012 e 3.º período – de abril a maio de 2015. Tal deveu-se à necessidade de garantir um acompanhamento periódico que possibilitasse desenvolver o trabalho de acordo com uma abordagem comparativa de grupos (*Comparative Group Approach*), enquanto método capaz de permitir a concretização de uma análise estatística separada por grupos, com a vantagem desta fornecer um contexto para a compreensão dos resultados (Carter & Hurtado, 2007).

Do ponto de vista operacional, o período em análise, compreendendo uma serie temporal de 22 anos, está compreendido entre 1985, data da primeira edição do JEEP e 2006, data de conclusão da última edição do Programa de Apoio ao Empreendedorismo e à Criação de Empresas (PAECE) e porque a partir de 2006, com a constituição da Academia dos Empreendedores, alterou-se o modelo de abordagem à promoção e desenvolvimento do Empreendedorismo e Criação de Empresas.

As diferenças que se encontram definidas nos regulamentos de acesso dos diferentes programas, aconselham-nos a considerar que a população está naturalmente dividida dois grupos homogêneos (Marôco, 2007). De acordo com o autor, trata-se de uma amostra estratificada que se passa a explicar.

O 1.º Grupo inclui os participantes do programa JEEP e do programa PAECE que na ANJE o substitui. De acordo com os respetivos Regulamentos de Acesso, nos quais estão definidas as condições de elegibilidade, os candidatos obrigatoriamente já tinham um projeto fundamentado e estruturado de criação de uma organização. O processo de seleção desenrolava-se segundo um modelo sequencial de 5 fases:

- 1.ª Fase: Análise dos projetos propostos pelo grupo de consultores e/ou formadores associados ao programa;
- 2.ª Fase: Entrevista ao candidato que possibilitasse validar a Intenção Empreendedora;
- 3.ª Fase: Apresentação formal e pública do projeto;
- 4.ª Fase: Processo de Formação e Tutoria;
- 5.ª Fase: Consultoria e Assistência Técnica individualizada, de que se destaca o acompanhamento e a promoção das necessárias negociações entre os participantes, as instituições associadas e as instituições bancárias, com o objetivo de garantir os apoios institucionais e financeiros que possibilitassem a concretização dos projetos desenvolvidos.

O 2.º Grupo inclui os participantes que não tendo um projeto definido manifestavam Intenção Empreendedora. Inclui, portanto, os participantes de todos os outros programas. Neste caso, o processo de seleção desenrolava-se segundo um modelo sequencial de 2 fases:

- 1.ª Fase: Entrevista ao candidato que possibilitasse validar a Intenção Empreendedora;
- 2.ª Fase: Apresentação formal e pública do projeto, na qual o candidato, obrigatoriamente referia: o que queria, porque queria e o que é que já tinha feito para concretizar o esse querer, isto é, identificação da oportunidade de negócio e a sua avaliação.

Desta análise emerge a primeira característica relevante da nossa amostra: a validação da intenção empreendedora prévia. Pode-se assumir que todos os participantes, pelo menos, expressavam a intenção de agir (Krueger et al., 2000; Elfving et al., 2009; Liñán & Fayolle, 2015). Se a não concretizaram então é porque existem barreiras que a limitam.

Esta subdivisão permite-nos ainda testar H2, ou seja, é de esperar que os elementos do 1.º Grupo, percentualmente, criem mais organizações do que os elementos do 2.º Grupo.

Uma outra característica, relacionada com a facilidade de acesso aos apoios financeiros para a criação de novos negócios, tem de ser relevada. Observa-se dois períodos distintos no período de tempo em análise. O primeiro período entre 1983 e 2000, está ainda subdividido em dois, de 1983 até ao final de 1996 e de 1997 a 2000. Entre 1983 e 1996 os diferentes apoios disponíveis não discriminavam os diferentes promotores, “*no âmbito da igualdade de oportunidades*” dos diferentes “*programas de apoio às pequenas e médias empresas*”. Entre 1997 e 2000, reconhecidas “*as especificidades do apoio à criação, expansão e modernização de empresas por jovens*” (DL, 1997) é criado o Sistema de Apoio aos Jovens Empresários (SAJE), com o objetivo de apoiar e promover “*projetos que visem a criação, expansão e modernização de empresas detidas maioritariamente por jovens empresários*” e “*que responda com maior eficácia às solicitações verificadas*” (DL, 1997). O programa cobria até 50% das necessidades de capital, que passavam a 60% no caso de o novo negócio ser implementado em regiões desfavorecidas. A esta percentagem acresciam-se 10%, no caso de o promotor estar desempregado ou à procura de emprego (Schoof, 2006). No âmbito do programa estavam ainda contempladas medidas de apoio à obtenção de financiamento bancário, nomeadamente, a prestação de garantias bancárias até um montante máximo de 50,000€ de financiamento e taxas de empréstimo bonificadas. Uma característica de apoio exclusivamente desenvolvida e aplicada em Portugal (Curtain, 2000), era o apoio concedido em função da criação de novos postos de trabalho, na forma de um subsídio a fundo perdido, determinado pelo número de postos de trabalho criados pelo projeto, a multiplicar por um valor equivalente até 12 salários mínimos nacionais e até um máximo de 250 novos trabalhadores. A estes valores acrescia-se uma majoração entre 1.7% a 1.5% no valor do salário mínimo nacional, no caso de os novos postos de trabalho serem ocupados por jovens à procura do 1º emprego, desempregados ou mulheres (OECD, 2001).

Definiu-se o segundo período entre 2001 e a atualidade. Pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 120/2000, de 25 de setembro, cria-se o SAJE 2000, constituído pelo conjunto de programas e medidas de apoio aos jovens empresários no âmbito do Plano Operacional de Economia do III Quadro Comunitário de Apoio (em vigor de 2000 a 2006). Todavia, as limitações e condicionantes impostas, sobretudo relacionadas com a não participação no capital social e no apoio à obtenção de financiamento bancário e que prevaleceram na Revisão Intercalar de 2004, no QREN – Quadro de Referência Estratégico Nacional (em vigor de 2007 a 2013) e no QREN/Portugal 2020 (em vigor de 2014 – 2020), permitem-nos afirmar, que se dificultou o acesso aos recursos financeiros necessário à criação da nova organização, opção que se reflete na análise empírica e nos possibilita testar H3.

Uma última característica está relacionada com a formação ministrada. De acordo com a literatura pode verificar-se que, quer a atividade desenvolvida (Carter et al., 1996; Frese et al., 2012), quer os métodos pedagógicos utilizados, potenciam ou restringem a Intenção Empreendedora (Fiet, 2001a,b; Neck & Greene, 2011; Gielnik et al., 2014) o que nos colocaria, não só, um problema relativamente ao objeto do trabalho, mas também, de enviesamento na análise. Todavia, tal não se coloca, porque a formação ministrada em todos os cursos que compõem a base de dados tem características idênticas:

(1) A atividade formativa da componente teórica é focada no que deve ser feito (Fiet, 2001a,b) e na fundamentação teórica das diferentes formas de concretizar diferentes alternativas de desenvolvimento, tal como está definido em Raabe, Frese & Beehr (2007). Ou seja, os participantes não aprendem conceitos teóricos abstratos, mas os diferentes conceitos teóricos alternativos, que lhes possibilitem a fundamentação teórica na abordagem às tarefas e ações necessárias à criação da nova organização;

(2) A atividade formativa da componente prática é centrada no formando e fundamenta-se em dados reais, projeções reais e obrigatoriamente incluía a análise de cenários em detrimento da obtenção da rentabilidade financeira técnica. Obedecia, em todos os aspetos, aos critérios de avaliação definidos, quer pelas instituições financeiras, quer pelas instituições oficiais. Corresponde, portanto, a uma metodologia de ensino prático fundamentada e desenvolvida em *learn by doing* (Edelman et al., 2008) e que Rasmussen e Sørheim (2006) designam como, treino de empreendedorismo baseado na ação. O objetivo

final era criar o plano de negócio concreto, real e efetivo: o plano de ação, que possibilitasse iniciar a atividade e não uma qualquer ilustração, teórico/prática de negócios, e que Barr et al. (2009) demonstram ser particularmente eficiente na promoção da ação empreendedora. Não pode deixar-se de referir o que anteriormente se afirmou, teoricamente, planos de ação e planos de negócios são conceitos distintos. Os planos de negócios são documentos escritos, que descrevem a viabilidade económica de um conceito de negócio, enquanto que os planos de ação são simulações de ações que especificam as sub-etapas (o que fazer), os detalhes operacionais (como fazer) e os tempos de execução (quando fazer), relevantes para a concretização da ação (Honig & Karlsson, 2004).

De acordo com a literatura (Frese et al., 2012; Friedrich et al., 2006; Kessler & Frank, 2009; van Gelderen et al., 2015) os formandos que aprendem em “*ambiente de conhecimento para a ação*” (van Gelderen et al., 2015, p. 669) têm uma maior probabilidade de efetivamente criar uma nova organização e nas palavras Kessler e Frank (2009), os formandos que mais ativamente desenvolvem atividades relacionadas com o processo empreendedor, maior probabilidade têm de efetivamente criar uma nova organização. O que uma vez mais reforça o propósito deste trabalho, isto é, se não a concretizaram então é porque a existência de barreiras limita a criação de uma nova organização.

Bernard (2011) refere existirem três métodos para a recolha de dados através de questionários: (1) entrevistas pessoais *face-to-face*, (2) questionários autoadministrados, e (3) entrevistas telefónicas. No presente estudo utilizou-se o terceiro método.

## **4. Resultados**

### **4.1. Confiabilidade**

Por definição o *Alfa de Cronbach* é uma medida de confiabilidade, isto é, de avaliação da consistência interna das medidas das variáveis de uma amostra (Pestana & Gageiro, 2008).

Todavia, temos de ter em atenção que, de acordo com Marôco e Garcia-Marques (2006, p. 27), “*o alfa de Cronbach fornece uma sub-estimativa da verdadeira fiabilidade da medida*”

*nos casos em que os itens da escala são heterogêneos, são dicotômicos ou definem estruturas multi-fatoriais*”, tal como se verifica neste trabalho.

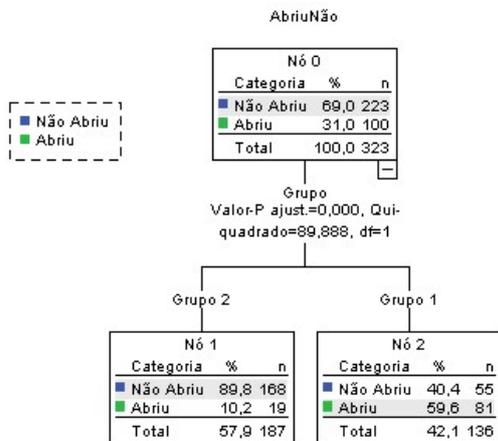
O resultado de 0.769, obtido para a totalidade das variáveis do questionário, é considerado bom, confirmando a consistência interna da amostra.

#### **4.2. Método CHAID**

O método CHAID – *Chi-square Automatic Indentificator Detector* é um método de segmentação e de estimação, considerado como um “*processo particularmente efetivo e útil*” (Perreault & Barksdale, 1980, p. 505) em análises exploratórias onde se relacionam variáveis categóricas desdobradas em árvore de decisão, definidas como “*formas de representação de processos sequenciais aos quais se podem associar probabilidades*” (Guimarães & Cabral, 1997, p.71). Ainda de acordo com Perreault e Barksdale (1980) o método CHAID permite-nos calcular a probabilidade de uma observação específica pertencer a um determinado grupo, sendo que, o grupo deve ser definido *à priori* e em função dos critérios de classificação expressos. Para Magidson (2005) e Magidson e Vermunt (2005), a aplicação do método resume-se em seis passos: (1) definição do problema de investigação; (2) caracterização da amostra; (3) determinação da variável dependente; (4) determinação das variáveis independentes; (5) avaliação descritiva das variáveis; (6) representação e avaliação do Diagrama CHAID e, portanto, perfeitamente adequado ao nosso estudo empírico. Nas figuras seguintes apresentamos os resultados computados.

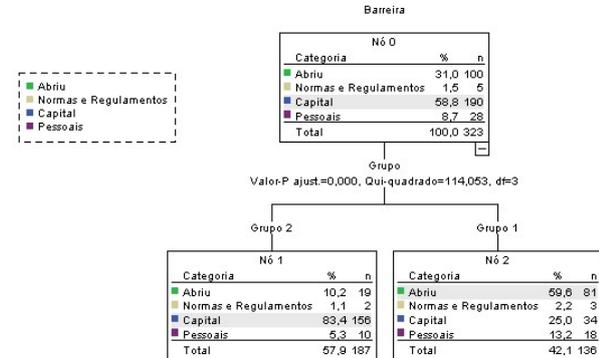
Criação de novas organizações: impacto das barreiras socioculturais.

FIGURA 1: DIAGRAMA CHAID NOVAS ORGANIZAÇÕES CRIADAS POR GRUPO



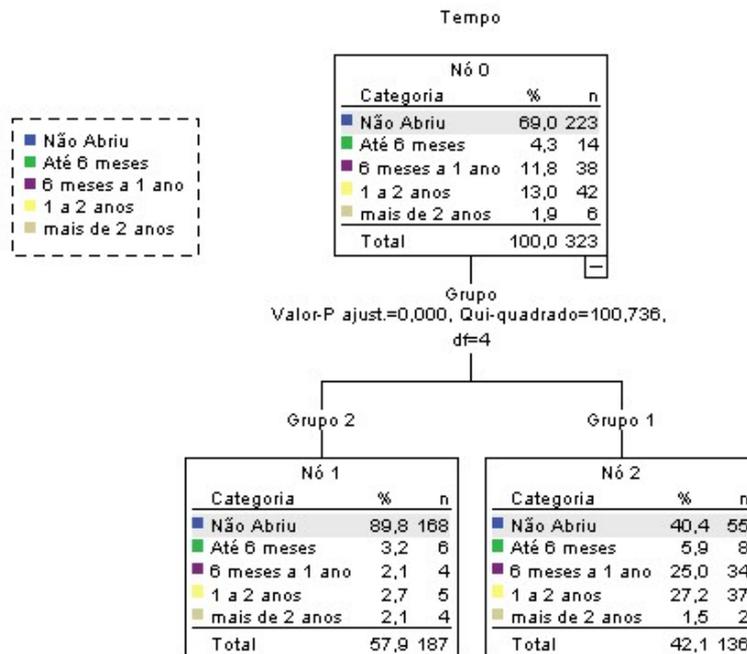
Fonte: Elaborado pelos autores, 2017.

FIGURA 2: DIAGRAMA CHAID PRINCIPAIS BARREIRAS POR GRUPO



Fonte: Elaborado pelos autores, 2017.

FIGURA 3: DIAGRAMA CHAID TEMPO NECESSÁRIO PARA CRIAR UMA ORGANIZAÇÃO POR GRUPO



Fonte: Elaborado pelos autores, 2017.

Concluída a apresentação dos resultados, procedemos à sua interpretação integrada.

## 5. Discussão e conclusões

O objetivo fundamental deste estudo foi avaliar o impacto das barreiras socioculturais na criação de novas organizações.

Na abordagem às temáticas centrais que nos permitiram desenvolver o modelo de investigação, começamos por estabelecer onexo causal intenção/ação. O rápido e crescente desenvolvimento da investigação científica na análise de fatores determinantes da intenção empreendedora teve como consequência a conceção de múltiplos modelos e abordagens (Brännback et al., 2007). Apesar dos mais recentes contributos, não se conseguiu, ainda, uma definição clara e consistente, um modelo único e consensual nem, tão pouco, uma forma fidedigna de a mensurar (Schlaegel & Koenig, 2014; Shook, Priem & McGee, 2003; Thompson, 2009). Todavia, de acordo com a literatura (Elfving et al., 2009; Krueger et al., 2000; Liñán & Fayolle, 2015), todos os modelos descritos assumem que, direta ou indiretamente, a intenção empreendedora determina a ação empreendedora.

Detalhado o processo de passagem da intenção empreendedora à ação empreendedora, foi possível desenvolver o estudo das barreiras, seguindo a classificação proposta por Martins et al. (2004), tendo o presente estudo se debruçado na definição e caracterização das barreiras socioculturais, das quais se destaca, o custo pessoal real da criação de uma organização (van Gelderen et al., 2015) e a ausência de promoção e desenvolvimento de uma cultura empreendedora (Gielnik et al., 2014).

Os resultados obtidos suportam as hipóteses formuladas, como de seguida se passa a explicar. Fazemos uma primeira chamada de atenção relativamente aos valores obtidos nos diagramas CHAID, consistentes com os valores obtidos pela análise descritiva e na maioria das situações idênticos, o que decorre de ajustamentos estatisticamente muito significativos (Magidson, 2005). Tais resultados, pelo teste de independência do Qui-Quadrado, apresentam evidência estatística suficiente, para que, com um nível de confiança de 99.9%, possamos afirmar que, o Grupo 1 é distinto do Grupo 2 para todas as variáveis do estudo, justificando-se portanto a partição amostral que realizámos. O impacto das barreiras que se interpõem entre a intenção e a ação empreendedora está estatisticamente expresso nos diagramas CHAID das Figuras 1 a 3. De acordo com os valores estatísticos obtidos ( $\chi^2 > 30$ ;  $p < 0,001$ ), podemos concluir, que 31.0% dos potenciais empreendedores com Intenção

Empreendedora expressa *Criaram* uma organização e 69.0% *Não Criaram*. Estes resultados são substancialmente diferentes por grupo. No Grupo 1, 40.4% *Criaram* uma organização e 59.6% *Não Criaram*. Já no Grupo 2, 10.2% *Criaram* uma organização e 89.8% *Não Criaram*, ou seja, o efeito das Barreiras é muito mais acentuado no Grupo 2.

Os resultados obtidos apresentam evidência estatística suficiente para suportar as hipóteses formuladas, permitindo concluir que 69.0% dos inquiridos não criaram qualquer tipo de organização. Destes, 12.6% não o fazem alegando barreiras socioculturais. A barreira associada às condições socioculturais condiciona a *Não Criação* em 8.7%, sendo possível suportar os indícios enunciados na H1, quanto maior o envolvimento, maior a probabilidade de criar uma nova organização (Fiet, 2001a,b; Frese, 2009; Gielnik et al., 2014; Neck & Greene, 2011), e suportar a H2, quanto mais desenvolvido estiver o projeto maior é a probabilidade de criar uma nova organização (Achtziger & Gollwitzer, 2007; Brandtstädter, 2009; Carter et al., 1996; Heckhausen, 2007; Lichtenstein et al., 2007; van Gelderen et al., 2015) uma vez que os resultados, estatisticamente validados, do Grupo 1 são superiores ao Grupo 2. Ou seja, a probabilidade de *Abrir* quando se pertence ao Grupo 1 é de 59.6%, contra 10.2% quando se pertence ao Grupo 2 (Figura 24). Do mesmo modo suporta-se a H3, em linha com van Gelderen et al. (2015).

Os resultados também demonstram (Figura 3), que existe uma relação temporal alargada entre a intenção empreendedora e a ação empreendedora, ou seja, tal como se referia em Heckhausen (2007) e Krueger (2000), a criação da nova organização não é uma tarefa imediata é um objetivo intencional que se concretiza a médio, longo prazo, com 41.9% das empresas do Grupo 1 a serem criadas entre 6 meses e 1 ano e 45.7% a serem criadas entre 1 e 2 anos após o fim do período de formação, e correlação de 92.8% significativa para  $p < 0,001$ .

De acordo com o trabalho desenvolvido é possível concluir que estas barreiras condicionam a ação empreendedora.

### **5.1. Implicações teóricas e práticas**

A principal e mais relevante implicação teórica deste estudo reside no contributo de empiricamente fundamentar as consequências socioculturais que obstaculizam a concretização de intenções empreendedoras válidas. Por outro lado, o estudo alerta os indivíduos que têm a intenção de empreender, de passar à ação, o porquê das barreiras socioculturais, no sentido de ajudar a identificar formas possíveis de as ultrapassar.

### **5.2. Limitações da investigação**

Uma das limitações que temos a destacar diz respeito à utilização de uma amostra por conveniência. A amostra estudada apenas diz respeito à base de dados da Associação Nacional de Jovens Empresários, excluindo outras entidades (e.g. Associação de Mulheres Empresárias, Sociedade Portuguesa de Inovação, Associação Empresarial de Portugal, etc.), que desenvolveram modelos idênticos de abordagem à promoção e desenvolvimento do empreendedorismo e criação de empresas.

### **5.3. Linhas futuras de investigação**

Alargar o presente estudo às restantes barreiras ao empreendedorismo: barreiras normativo-regulamentares e económico-financeiras.

## Bibliografia

- Abbott, A. (2001). *On the concept of turning point*. In A. Abbott (Ed.), *Time matters: On theory and method*. University of Chicago Press, Chicago. Cap.8, 240-260.
- Achtziger, A., & Gollwitzer, P.M. (2007). *Motivation and volition during the course of action*. In J. Heckhausen, & H. Heckhausen (Eds.), *Motivation and Action*. Cambridge University Press, New York, 1ª Ed. 202-226, 2007; 2ª Ed. 2008, 272-295.
- Bagozzi, R. (1992). The Self-Regulation of Attitudes, Intentions, and Behavior. *Social Psychology Quarterly*, 55(2), 178-204.
- Bagozzi, R.P., & Warshaw, P.R. (1990). Trying to consume. *Journal of Consumer Research*, 17(2), 127-140.
- Bagozzi, R.P., Baumgartner, J., & Yi, Y. (1989). An investigation into the role of intentions as mediators of the attitude-behavior relationship. *Journal of Economic Psychology*, 10(1), 35-62.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Bandura, A. (2006). Toward a psychology of human agency. *Perspectives on Psychological Science*, 1(2), 164-180.
- Barr, S.H., Baker, T.E., Markham, S.K., & Kingon, A.I. (2009). Bridging the valley of death: Lessons learned from 14 years of commercialization of technology education. *Academy of Management Learning & Education*, 8(3), 370-388.
- Bernard, H.R. (2011). *Research Methods in Anthropology: Qualitative and Quantitative Approaches* (5th Edition). Plymouth: AltaMira Press.
- Berg, B. (2009). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*. (7th ed.). Allyn & Bacon Publications, Pearson Education Company, Massachusetts.
- Brandstätter, H. (1997). Becoming an entrepreneur – a question of personality structure?. *Journal of Economic Psychology*, 18(2), 157-177.
- Brandtstädter, J. (2009). Goal pursuit and goal adjustment: Self-regulation and intentional self-development in changing developmental contexts. *Advances in Life Course Research*, 14(1), 52-62.

- Brännback, M., Carsrud, A., Kickul, J., Krueger, N., & Elfving, J. (2007). "Trying" to Be an Entrepreneur? A Goal-Specific Challenge to the Intentions Model," Babson College Entrepreneurship Research Conference, Madrid, Spain, June, 1-16.
- Bryman, A. & Cramer, D. (2005). *Quantitative Data Analysis with IBM SPSS 12 & 13: A Guide for Social, Scientists*. Routledge, Taylor & Francis Group, New York.
- Camphenoudt, L.V., & Quivy, R. (2008). *Manual de investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva Publicações.
- Carter, D. F., & Hurtado, S. (2007). Bridging key research dilemmas: Quantitative research using a critical eye. *New Directions for Institutional Research*, 2007(133), 25-35.
- Carter, N.M., Gartner, W.B., & Reynolds, P.D. (1996). Exploring start-up event sequences. *Journal of Business Venturing*, 11(3), 151-166.
- CEC (Commission of the European Communities) (2003). *Green Paper of Entrepreneurship in Europe 2003*. Commission of the European Communities, 27 final, Brussels.
- Creswell, J. (2009). *Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications, London, 3<sup>a</sup> Edition.
- Curtain, R. (2000). *Towards a Youth Employment Strategy*. Report to the United Nations on Youth Employment. New York.
- Denzin, N. K. (1978). *Sociological Methods: A Source Book* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- DL (Decreto-Lei 22/97, de 23 de janeiro, Diário da República n.º 19/1997, Série I-A de 1997-01-2) (1997). *Sistema de Incentivos a Jovens Empresários*. Lisboa: INCM.
- Edelman, L.F., Manolova, T.S., & Brush, C.G. (2008). Entrepreneurship education: Correspondence between practices of nascent entrepreneurs and textbook prescriptions for success. *Academy of Management Learning & Education*, 7(1), 56-70.
- Elfving, J. (2008). *Contextualizing entrepreneurial intentions: a multiple case study on entrepreneurial cognition and perception*. Åbo Akademi University Press, 2008.
- Elfving, J., Brännback, M., & Carsrud, A. (2009). *Toward a contextual model of entrepreneurial intentions*. In A. Carsrud & M. Brännback, (Eds.), *Understanding the Entrepreneurial Mind: Opening the Black Box*, Springer New York, 23-33.

- Fiet, J.O. (2001a). The pedagogical side of entrepreneurship theory. *Journal of Business Venturing*, 16(2), 101-117.
- Fiet, J.O. (2001b). The theoretical side of teaching entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 1-24.
- Fink, A. (1995). *The survey kit*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Frese, M. (2009). *Toward a psychology of entrepreneurship: An action theory perspective*. Now Publishers Inc., Delft.
- Frese, M., Bausch, A., Schmidt, P., Rauch, A., & Kabst, R. (2012). Evidence-based entrepreneurship: Cumulative science, action principles, and bridging the gap between science and practice. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 8(1), 1-62.
- Friedrich, C., Glaub, M., Gramberg, K., & Frese, M. (2006). Does training improve the business performance of small-scale entrepreneurs? An evaluative study. *Industry and Higher Education*, 20(2), 75-84.
- Gartner, W.B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Gartner, W.B. (1989). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(4), 47-68.
- GEM (2004). *Projecto GEM Portugal 2004*. Nova Forum & Sociedade Portuguesa de Inovação.
- GEM (2007). *Projecto GEM Portugal 2007*. Sociedade Portuguesa de Inovação, Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação, Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento & Banco Espírito Santo.
- GEM (2012). *Estudo sobre o Empreendedorismo*. ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa & Sociedade Portuguesa de Inovação Ventures.
- GEM (2013). *2004-2013: Uma Década de Empreendedorismo em Portugal*. Sociedade Portuguesa de Inovação, ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa, Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação & Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento.
- Gielnik, M. M., Barabas, S., Frese, M., Namatovu-Dawa, R., Scholz, F., Metzger, J., & Walter, T. (2014). A temporal analysis of how entrepreneurial goal intentions,

- positive fantasies, and action planning affect starting a new venture and when the effects wear off. *Journal of Business Venturing*, 29(6), 755-772.
- Gielnik, M.M., Frese, M., Kahara-Kawuki, A., Katono, I.W., Kyejjusa, S., Munene, J., Ngoma, M., Namatovu-Dawa, R., Nansubuga, F., Orobia, L., Oyugi, J., Sejjaaka, S., Sserwanga, A., Walter, T., Bischoff, K.M., & Dlugosch, T.J. (2015). Action and Action-Regulation in Entrepreneurship: Evaluating a Student Training for Promoting Entrepreneurship. *Academy of Management Learning & Education*, 14(1), 69-94.
- Heckhausen, H., & Gollwitzer, P.M. (1987). Thought contents and cognitive functioning in motivational and volitional states of mind. *Motivation and Emotion*, 11(2), 101-120.
- Heckhausen, J. (2007). The motivation-volition divide and its resolution in action-phase models of developmental regulation. *Research in Human Development*, 4(3-4), 163-180.
- Honig, B., & Karlsson, T. (2004). Institutional forces and the written business plan. *Journal of Management*, 30(1), 29-48.
- Janesick, V. J. (1994). The dance of qualitative research design: metaphor, methodolatry, and meaning. In N., K., Denzin, & Y., S. Lincoln, (Ed.). *Handbook of Qualitative Research*. Thousands Oaks, CA: Sage Publications.
- Kew, J., Herrington, M., Litovsky, Y., & Gale, H. (2013). Generation entrepreneur? The state of global youth entrepreneurship. *Youth Business International and Global Entrepreneurship Monitor, Newcastle*.
- Karlsson, T., & Honig, B. (2009). Judging a business by its cover: An institutional perspective on new ventures and the business plan. *Journal of Business Venturing*, 24, 27-45
- Kessler, A., & Frank, H. (2009). Nascent entrepreneurship in a longitudinal perspective. The impact of person, environment, resources and the founding process on the decision to start business activities. *International Small Business Journal*, 27(6), 720-742.
- Klapper, L., Laeven, L., & Rajan, R. (2006). Entry regulation as a barrier to entrepreneurship. *Journal of Financial Economics*, 82(3), 591-629.

- Krueger, N.F. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5-21.
- Krueger, N.F. (2000). The cognitive infrastructure of opportunity emergence. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 24(3), 5-23.
- Krueger, N.F. (2009). *Entrepreneurial Intentions are Dead: Long Live Entrepreneurial Intentions*. In Carsrud, A., & Brännback, M. (Eds.), *Understanding the Entrepreneurial Mind: Opening the Black Box*. Springer New York, 51-72.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D., & Carsrud, A.L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411-432.
- Lichtenstein, B.B., Carter, N.M., Dooley, K.J., & Gartner, W.B. (2007). Complexity dynamics of nascent entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 22(2), 236-261.
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933.
- Magidson, J. (2005). *SI-CHAID 4.0 User's Guide*. Belmont, Massachusetts: Statistical Innovations Inc.
- Magidson, J., Vermunt, J. (2005). *An Extension of the CHAID Tree-based Segmentation Algorithm to Multiple Dependent Variables*. In C. Weils & W. Gaul, (Eds.), *Classification – The Ubiquitous Challenge*, Springer Berlin, 176-183.
- Marôco, J. (2007). *Análise Estatística*. Edições Sílabo, Lisboa, 3ª Edição.
- Marôco, J., & Garcia-Marques, T. (2006). Qual a fiabilidade do alfa de Cronbach? Questões antigas e soluções modernas?. *Laboratório de Psicologia*, 4(1), 65-90.
- Martins, S., Couchi, C., Parat, L., Federico, C., Doneddu, R., & Salmon, M. (2004). *Barriers entrepreneurship and business creation*. European Entrepreneurship Cooperation, Project nº EEC/Act04/02, European Social Fund.
- Monteiro, A.P. (2013). *Orientação empreendedora: a influência dos recursos e capacidades empresariais no desempenho das exportações*. Doutoramento em Marketing e Estratégia. Braga: Universidade do Minho.

- Neck, H.M., & Greene, P.G. (2011). Entrepreneurship education: known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55-70.
- OECD (Organization for Economic Co-operation and Development) (2001). *Putting the Young in Business: Policy Challenges for Youth Entrepreneurship*. The LEED Programme, Territorial Development Division, Paris.
- Perreault, W., & Barksdale, H. (1980). A Model-Free Approach for Analysis of Complex Contingency Data in Survey Research. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 503-515.
- Pestana, M., & Gageiro, J. (2008). *Análise de Dados para Ciências Sociais. A complementaridade do SPSS*. Edições Sílabo, Lisboa. 5ª Edição Revista e Aumentada.
- Raabe, B., Frese, M., & Beehr, T. A. (2007). Action regulation theory and career self-management. *Journal of Vocational Behavior*, 70(2), 297-311.
- Rasmussen, E.A., & Sørheim, R. (2006). Action-based entrepreneurship education. *Technovation*, 26(2), 185-194.
- Robertson, M., Collins, A., Medeira, N., & Slater, J. (2003). Barriers to start-up and their effect on aspirant entrepreneurs. *Education+ Training*, 45(6), 308-316.
- Rotefoss, B., & Kolvereid, L. (2005). Aspiring, nascent and fledgling entrepreneurs: an investigation of the business start-up process. *Entrepreneurship & Regional Development*, 17(2), 109-127.
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332.
- Schoof, U. (2006). *Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and incentives to enterprise start-ups by young people* (No. 388157). International Labour Organization.
- Shook, C.L., Priem, R.L., & McGee, J.E. (2003). Venture creation and the enterprising individual: a review and synthesis. *Journal of Management*, 29(3), 379-399.
- Sousa, C. M. P., Martínez-López, F. J., & Coelho, F. (2008). The determinants of export performance: a review of the research in the literatures between 1998 and 2005. *International Journal of Management Reviews*, 10(4), 343-374.

- Thompson, E.R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694.
- Turcan, R.V. (2013). The philosophy of turning points: A case of de-internationalization. *Advances in International Management*, 26, 219-235.
- van Gelderen, M., Kautonen, T., & Fink, M. (2015). From entrepreneurial intentions to actions: Self-control and action-related doubt, fear, and aversion. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 655-673.
- Zhao, H., Hills, G.E., & Siebert, S.E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272.

**How to cite this article:**

Oliveira, A., & Rua, O.L. (2018). Criação de novas organizações: impacto das barreiras socioculturais. *Portuguese Journal of Finance, Management and Accounting*. 4 (7), 92-116. Disponível em <http://u3isjournal.isvoug.pt/index.php/PJFMA>