

# Identificação de Características Empreendedoras em Empreendedores Alagoanos

**Laura Torres Toledo**  
lauratorres.adm@gmail.com  
UFAL

**Rosana Cavalcante Lucena**  
rosanaluca41@gmail.com  
UFAL

**Paulo da Cruz Freire dos Santos**  
paulodacruzfreire@gmail.com  
UFAL

**Nicholas Joseph Tavares da Cruz**  
admnicholas@gmail.com  
UFAL

**Resumo:** As pessoas são os agentes primários da atividade empreendedora e embora muitos economistas reconheçam o significativo papel do empreendedorismo, as causas e os impactos desse fenômeno precisam ser melhor estudados. Por isso, a necessidade de se desenvolver e aprimorar instrumentos que identifiquem o grau de potencial empreendedor e que sirvam de referencial no sentido de serem encetadas ações que aprimorem o perfil empreendedor dos empresários e incentive a atividade empreendedora, dado o seu reconhecido papel como fator de desenvolvimento econômico e de geração de empregos. Nesse sentido, esta pesquisa buscou identificar o potencial empreendedor de empresários alagoanos. Os procedimentos metodológicos incluíram uma revisão da literatura e a aplicação de um questionário com uma escala de medição de potencial empreendedor em uma amostra de 100 empreendedores do município de Maceió-AL. Os resultados obtidos mostraram escores indicando alto potencial empreendedor, média de 8,5 pontos em uma escala de 0 a 10 e escores. Comparando-se esses escores com pesquisa semelhante realizada anteriormente verificou-se que são muito similares, ou seja os dois grupos que foram pesquisados possuem perfis muito parecidos.

**Palavras Chave:** Empreendedorismo - Perfil empreendedor - Potencial empreendedor - Empreendedor - Alagoano

## 1. INTRODUÇÃO

O estudo do empreendedorismo cresceu significativamente nos últimos tempos devido à importância do tema tanto no meio acadêmico como também no econômico e social. Assim, empreendedorismo tornou-se, segundo Cerizza & Vilpoux (2006, p. 1), “um ícone capaz de promover alternativas viáveis às mudanças de comportamento, formação de uma classe diferenciada, com visão sistêmica das situações econômicas, ambientais e sociais”.

Hisrich, Peters & Shepherd (2005) afirmam, que na opinião de um economista, um empreendedor é uma pessoa que traz recursos, trabalho, materiais e outros bens em combinações que fazem engrandecer seu valor, e também, alguém que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem.

Uma discussão que ocorre há muito tempo é sobre as características que possui uma pessoa empreendedora. Diversos estudos já foram realizados com o objetivo de identificá-las, mas ainda hoje existe controvérsias quanto a elas de fato existirem e serem corretas as que já foram apresentadas.

Na literatura sobre empreendedorismo é abundante o número de características empreendedoras apresentadas. Por conta disso, e apesar das controvérsias, vários pesquisadores continuam a investigar o papel e força que dessas características nos empreendedores. Para eles identificar características empreendedoras é um trabalho relevante pois, além de servir de referência em cursos de formação de novos empreendedores, através dessa identificação, criam-se bases para o início de ações que ajudem a incrementar o perfil empreendedor.

Vale salientar que quando se busca um protótipo de um empreendedor universal, os resultados não tem sido muito satisfatórios. É possível constatar, segundo Santos (2008) que na literatura a intensidade das correlações, quando existentes, entre as características de personalidade e outras variáveis, muda à medida que esses traços e variáveis são pesquisados em outros ambientes.

Em consonância com essa afirmação de Santos, Hisrich (2000) salienta também que quando forem realizadas pesquisas abordando traços de personalidade de empreendedores é necessário ser rigoroso na definição das variáveis que comporão o estudo e que elas devem estar adaptadas as situações pertinentes.

Nessa perspectiva Santos (2008) realizou um estudo com empreendedores alagoanos onde buscou identificar quais eram exatamente as características empreendedoras existentes neles e qual o seu potencial para empreender. Segundo Santos (2008, p. 30), “ter potencial é apresentar traços ou características de personalidade similares à de pessoas que obtiveram sucesso no tipo de atividade objeto do interesse”.

Para realizar seu estudo, com empreendedores alagoanos, Santos utilizou uma escala por ele desenvolvida e testada em vários estados da federação brasileira. Escalas para identificar potencial e intenções empreendedoras tem sido desenvolvidas e usadas por diversos pesquisadores, a exemplo de Kristiansen & Indarti (2004), Arribas & Vila (2004), Hermansen-Kobulnicky & Moss (2004), Veciana, Aponte & Urbano (2005) e Frazier & Niehm (2006).

Durante o desenvolvimento da escala foram pesquisados estudantes universitários de cursos da área de negócios, muitos deles já atuando profissionalmente em diversas atividades empresariais.

Na pesquisa com empreendedores alagoanos foram aplicados questionários em uma amostra de 100 pessoas distribuída em três municípios chave do estado de Alagoas: Maceió, Arapiraca e Delmiro Gouveia.

A investigação de Santos (2008) coletou dados com empreendedores de sucesso e empreendedores que fracassaram, sendo 50% da amostra para cada categoria. O ponto de corte para a classificação de alguém como empreendedor de sucesso foi a sobrevivência do negócio por pelo menos 5 anos.

Os resultados obtidos mostraram que os empreendedores de sucesso possuíam maior intensidade nas suas características empreendedoras, quando comparados com os que fracassaram.

Considerando que a amostra utilizada por Santos foi reduzida e que essa amostra poderia ser ampliada, gerando como resultado uma base de dados a ser adicionada a primeira, buscou-se realizar uma nova pesquisa utilizando o instrumento de coleta de dados desenvolvido por Santos (2008) para identificar características empreendedoras e o potencial empreendedor, denominada por ele de “Escala de potencial empreendedor”.

Esse novo estudo, aqui relatado, ampliou a amostra de empresários alagoanos e permitiu comparar resultados com os da pesquisa anterior realizada por Santos (2008).

Os objetivos da pesquisa relatada neste artigo foram, portanto, ampliar a base de dados da pesquisa de Santos, comparar os novos dados com aqueles já existentes e verificar na nova base de dados se havia diferenças entre empreendedores bem-sucedidos e malsucedidos.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

Para Kristiansen & Indarti (2004), o desenvolvimento econômico é decorrente ou depende de inovações produzidas por pessoas que atuam com postura empreendedora.

Hoje o acelerado processo de globalização e as constantes transformações sofridas pela economia mundial tornam ainda mais importante o papel dessas pessoas. Elas são responsáveis pela criação de “uma atividade [...] que tem o potencial e a missão de suprir suas necessidades de sobrevivência e ainda agregar valor à economia e à sociedade, inovando, gerando empregos e o desenvolvimento das nações” (PASSOS, FELIX, GRECO, BASTOS JR., SILVESTRE, & MACHADO, 2007, p. 7).

O debate em torno desse tema é amplo e uma questão bastante discutida refere-se à existência, ou não, de características que diferenciem uma pessoa classificada como empreendedora de uma não empreendedora. Lezana, Pedro, Ventura & Camilotti (2001a, p. 2), afirmam que “estudos na área comportamental têm mostrado a dificuldade em estabelecer um perfil para o empreendedor de sucesso, no entanto, têm evidenciado cada vez mais a existência de algumas características comuns entre essas pessoas”.

### **2.1. O EMPREENDEDORISMO E A PESSOA DO EMPREENDEDOR**

Embora seja atribuída aos economistas a autoria dos primeiros trabalhos sobre empreendedores, Filion (1999a) defende a ideia de que eles não estavam interessados somente na economia, mas, também, nos aspectos gerenciais das empresas, no desenvolvimento e na gestão de negócios. Os pesquisadores desta área concordam que foi Cantillon quem primeiro associou o conceito de empreendedorismo com o risco. Daí que muitos autores, dentre eles Filion (1999a), atribuem a ele o uso do termo empreendedor para designar alguém que assume riscos. A característica associada ao empreendedor na ótica de Cantillon, portanto era a de capacidade de assumir riscos (CANTILLON, 1755).

Outro economista que abordou o empreendedorismo foi Say, chamado por Filion (2000) de “Pai do Empreendedorismo”. No início do século XIX, Say definiu como empreendedor “aquele que transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento” (SAY, 1986 *apud* VILPOUX & CERIZZA, 2006, p. 3).

Na sequência de economistas que trataram desse tema, vem Schumpeter. Para Filion (2000, p. 4), deve-se creditar a ele “a consolidação do conceito dessa disciplina” pois “associou muito claramente o empreendedorismo à inovação, ao fato de se criar coisas novas e diferentes”. As ideias de Schumpeter, apesar de terem sido apresentadas há mais de três quartos de século, são continuamente lembradas e continuam atuais, sendo objeto de discussões (SANTOS, 2008). Entretanto, não somente Schumpeter associou os empreendedores com a inovação, mas com seu trabalho mostrou a importância dos empreendedores na explicação do desenvolvimento econômico (FILION, 1999a). Para Schumpeter (1961), portanto, a característica de alguém empreendedor era ser inovador.

A partir dos anos 70 até meados dos anos 80, no entanto, foram os behavioristas (cientistas do comportamento) que dominaram a área do empreendedorismo. Essa hegemonia, que coincidiu com o progresso das ciências do comportamento, resultou, em parte, dos trabalhos de McClelland (FILION, 2000). Um ponto marcante na obra de McClelland é que ele não ficou só na teoria, pois realizou estudos empíricos (FILION, 2000; SANTOS, 2008). Embora devido a sua simplicidade e abrangência limitada e por deter-se apenas na necessidade de realização, surgiram críticas a obra de McClelland. No entanto, pode-se aceitar a ideia de que ele realmente mostrou que o ser humano é um produto social que tende a imitar seus modelos (FILION, 2000). McClelland (1961, 1970) acrescentou ao empreendedor a característica de ser alguém que está sempre a procura de realizar algo.

Não são poucos os trabalhos realizados em torno do perfil do empreendedor. Depois desses estudos iniciais, muitos outros foram realizados, mas de acordo com Filion (1999a), foi a partir de 1980 que o campo do empreendedorismo transpôs fronteiras e foi explorado por quase todas as disciplinas da área de ciências humanas. As diversas linhas de estudo sobre essa área de conhecimento geraram uma diversificação de conceitos em torno do empreendedorismo e dos indivíduos empreendedores:

Para um economista, um empreendedor é uma pessoa que traz recursos, trabalho, materiais e outros bens em combinações que fazem engrandecer seu valor, e também, alguém que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem. Para um psicólogo, tal pessoa é tipicamente levada por certas forças de necessidades de obter ou atingir algo, de experimentar, de realizar, ou talvez de escapar da autoridade de outros. Para um homem de negócios, um empreendedor parece uma ameaça, um competidor agressivo, enquanto para outro homem de negócios, um empreendedor pode ser um aliado, uma fonte de material, um cliente, ou alguém que cria riqueza para outros, assim como achar melhores maneiras de utilizar os recursos, reduzir o desperdício e produzir empregos que outros estão felizes em conseguir (HISRIC, PETERS & SHEPHERD., 2005, p. 1).

Como já foi dito, um dos aspectos que mais produz essa diversidade, no entanto, diz respeito às características do empreendedor. “Definições do empreendedor geralmente referem-se àquele que organiza, gerencia e assume os riscos de um negócio ou empreendimento. [...] Inovação, riscos, iniciativa e independência são encontrados na maioria das definições” (LUCHSINGER & BAGBY, 1987, p. 1).

De acordo com Frese & Rauch (2002), certos traços psicológicos dos empreendedores estão diretamente relacionados à abertura de novas organizações e também ao sucesso. Lezana, Pedro, Ventura & Camilotti (2001a) afirmam que o sucesso ou o insucesso do empreendedor está estreitamente ligado ao desenvolvimento das características típicas do

mesmo, pois a personalidade tem um grande peso sobre a estrutura da organização. Ainda segundo Lezana, Pedro, Ventura & Camilotti (2001b, p.7), “empreendedores de sucesso possuem necessidades e motivações como qualquer outro indivíduo, porém há uma ênfase nas necessidades de independência, autonomia, liberdade, *status* e prestígio da família, de ser reconhecido, de ser aprovado pelos seus conhecimentos”. No entanto, não se deve omitir as oscilações de mercado e o desenvolvimento econômico da localidade em que a empresa está inserida, pois são fatores que também determinam o sucesso do empreendimento.

O empreendedorismo é o processo dinâmico de criar algo novo com valor, ou seja, de gerar riqueza. Todavia, essa riqueza é criada por indivíduos com características aparentemente diferentes das demais pessoas e que assumem maiores riscos, comprometem seu tempo ou atividades para acrescentar valor a um produto ou serviço, recebendo por conta disso recompensas que podem ser monetárias de cunho pessoal e independência para a realização de suas ações (HISRICH, PETERS & SHEPHERD, 2005).

Essa definição de Hisrich, Peters & Shepherd (2005) abrange quatro aspectos básicos do empreendedorismo:

- a. Criação – geração de algo com valor para o criador e para o consumidor.
- b. Dedicção de tempo e de esforço – o empreendedor precisará alocar seu tempo e dedicar-se para produzir algo novo e torná-lo viável em termos de mercado.
- c. Aceitação de riscos – uma característica importante para quem está mundo dos negócios.
- d. Obtenção de recompensas – nem sempre na forma monetária apenas, mas incluindo aí uma vida independente, satisfação pessoal em realizar coisas, etc.

Outras definições enfatizam diferenças e coincidências em torno da atividade empreendedora e das características dos seus agentes:

- a. Para Lezana & Tonelli (1998, p. 39), os empreendedores são indivíduos que inovam, identificam ou mesmo criam oportunidades, coordenam arranjos de recursos para extrair os melhores resultados de suas inovações em um ambiente incerto.
- b. Hines, (2004), afirma que todo capitalista de risco concorda que empreendedores de sucesso devem ser honestos, inteligentes, habilidosos e conhecedores de suas respectivas áreas (não necessariamente como resultado de educação formal). Existiram muitos poucos, se algum, negócio de longa vida e de sucesso guiados por um homem deficiente em alguma dessas quatro qualidades essenciais.
- c. Frese & Rauch (2001), mencionam que as características mais observadas em empreendedores de sucesso são: necessidade de realização, *locus* de controle interno e assumir riscos e que o sucesso depende de fatores como personalidade, objetivos, capital humano, estratégias, ambiente entre outros.
- d. No contexto do empreendedorismo social, o empreendedor é tanto responsável pelo seu próprio destino como pelas ações que iram desenvolver sua comunidade, praticando solidariedade, parceria e cooperação. Ele busca criar, agregar valor e dar sua contribuição ao desenvolvimento da sociedade a que pertence (CERIZZA & VILPOUX, 2006).

Diante do exposto, verifica-se que os “pesquisadores têm investido uma grande parcela de tempo e esforço nas últimas décadas tentando revelar a verdadeira face da ‘personalidade empreendedora’” (ZIMMERER & SCARBOROUGH, 2005, p. 3), Contudo, apesar de muitas

características terem sido identificadas, ainda não se tem uma opinião unânime de quais traços são necessários para determinar um empreendedor de sucesso.

Além dos traços ou características empreendedoras, hoje também se dá muita atenção as razões que levam alguns empreendedores ao sucesso e outros ao fracasso. Alguns empresários abrem seus negócios por oportunidade, enquanto outros o fazem por necessidade. Todos, porém passaram por obstáculos e aprendem através dos erros. Ser empreendedor de sucesso demanda tempo, pois o mercado é acirrado e para conquistá-lo tem que ser persistente e atento. Segundo Dolabela (2008) o empreendedor de sucesso não é um aventureiro, ele assume riscos moderados, principalmente o risco da inovação. Aqueles que atingem o sucesso estão sempre buscando a inovação.

## 2.2. EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDORES EM ALAGOAS

Dada a sua já destacada importância econômica e social, a atividade empreendedora tem despertado também o interesse de administradores públicos. Sobre isso, Passos, Felix, Greco, Bastos Jr., Silvestre & Machado (2007, p. 7), salientam que empreendedorismo é:

Um tema que tem crescido em interesse e importância para as economias regionais e para os governos preocupados em desenvolverem políticas públicas capazes de fomentar a iniciativa e o empenho de milhões de indivíduos que optam de forma crescente pelo caminho do empreendedorismo.

Em Alagoas, entretanto, o desenvolvimento nessa área, ainda deixa a desejar. O número de políticas públicas de fomento ao empreendedorismo é insuficiente, embora o estado tenha um dos piores IDHs do país e uma economia subdesenvolvida, com grande parcela da população vivendo do trabalho informal. Faltam empreendedores e empresas. Ademais, o índice de pesquisas acadêmicas sobre empreendedorismo e empreendedores que possam auxiliar no estabelecimento de um maior número de políticas públicas, ainda é pequeno.

Diante dessa realidade, buscou-se ampliar o grau de conhecimento sobre o potencial empreendedor de empresários alagoanos, coletando dados que aumentem a base de dados existente e dessa formar, poder gerar informações e contribuir com sugestões que auxiliem políticas de fomento ao empreendedorismo no estado, bem como em programas de capacitação para que esses empresários possam ampliar sua capacidade empreendedora.

## 3. METODOLOGIA

A área de estudo foi o município de Maceió – Al e a população foi o conjunto de pequenos e médios empreendedores do município. A amostra foi do tipo por acessibilidade, combinada com bola de neve. Nesse modelo cada empreendedor pesquisado foi solicitado a indicar outros empresários, do seu segmento, para possível entrevista.

Para a coleta de dados foram ouvidos 100 empreendedores dentro das categorias pequeno e médio e bem-sucedido e mal sucedido. Os empreendedores bem-sucedidos e mal sucedidos foram segmentados em grupos de 50 pessoas cada.

A cada pesquisado foi apresentado o questionário contendo a escala de potencial empreendedor. A escala era composta de 49 afirmativas para que o pesquisado se posicionasse em termos de concordância ou discordância em uma sequência numérica de 0 (discordo totalmente) a 10 (concordo totalmente). Além da escala propriamente dita o questionário continha informações sobre a confidencialidade dos dados, e vários diálogos apresentados sob a forma de vinhetas, além da solicitação de alguns dados demográficos como sexo e idade.

As afirmativas existentes na escala estavam distribuídas em 9 construtos a saber: oportunidade, persistência, eficiência, informação, metas, planejamento, controle, persuasão e rede de relações. Embora cada construto contivesse várias afirmativas as mesmas não estavam

identificadas relacionando-as a algum construto específico. Também evitou-se fazer qualquer referência a construtos. O objetivo foi não gerar induções e evitar o direcionamento das respostas.

Após as devidas explicações sobre como responder as questões o formulário era entregue ao pesquisado para que ele procedesse o seu preenchimento.

Com a coleta dos dados de toda a amostra concluída procedeu-se a tabulação dos mesmos utilizando-se o *software* estatístico SPSS. O processamento dos dados gerou resultados que forneceram informações sobre a amostra pesquisada e permitiu a comparação com as informações da pesquisa original de Santos (2008). Esta parte constituiu a última etapa do processo.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dão-se a seguir os resultados da pesquisa de campo, seguidas das respectivas análises e comentários.

##### 4.1. CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DA AMOSTRA

A estratificação da amostra por faixa etária e sexo está apresentada na Tabela 1 conjuntamente com suas respectivas frequências.

TABELA 1: Características demográficas dos empreendedores

<b>Características</b>	<b>Frequência</b>
<b>Faixa Etária</b>	
Mais de 20 a 30 anos	3
Mais de 30 a 40 anos	32
Mais de 40 a 50 anos	29
Mais de 50 a 60 anos	21
Mais de 60 a 70 anos	13
Mais de 70 anos	2
<b>Sexo</b>	
Masculino	57
Feminino	43

Fonte: Dados da pesquisa.

A maioria dos entrevistados (61%) declarou idade entre 31 e 50 anos e destes, 57% são do sexo masculino, mostrando a predominância de pessoas dessas faixas etárias entre os pesquisados.

##### 4.2. COMPARAÇÃO COM A PESQUISA DE SANTOS

Ao se comparar os resultados apresentados pelos empreendedores pesquisados por Santos (2008) com os da pesquisa atual vê-se que os resultados são muito semelhantes. Isto mostra que os escores médios dos respondentes, por construto, não diferiram substancialmente na aplicação do mesmo questionário em outra amostra (Tabela 2). O potencial empreendedor é praticamente o mesmo. A diferença entre as médias não é significativa.

Para melhor visualização dos resultados de ambas as pesquisas, os dados foram também plotados em um gráfico polar (Gráfico 1) onde se pode ver que os resultados estão praticamente justapostos em alguns construtos.

Pela análise dos dados observa-se que apesar de não haver grandes alterações nos resultados, quando comparados aos da pesquisa de Santos (2008), há uma leve discrepância no construto planejamento que se destacou por uma leve queda. Esse fato pode ser decorrente de estar associado a uma característica de alguns dos entrevistados.

**TABELA 2:** Comparação entre dados pesquisados por Santos e dados desta pesquisa

<b>Características</b>	<b>Santos</b>	<b>Pesquisa</b>
Oportunidade	8,1	8,2
Persistência	8,9	8,9
Eficiência	9,1	9,2
Informações	9,0	9,0
Planejamento	8,2	7,8
Metas	8,5	8,3
Controle	8,3	7,8
Persuasão	8,4	8,3
Rede de relações	8,6	8,7
Potencial empreendedor	8,6	8,5

Fonte: SANTOS, 2008 e dados da pesquisa.

As diferenças nas médias obtidas tanto por Santos (2008) como por esta pesquisa em relação ao construto oportunidade não mostram-se significantes, portanto, não pode-se afirmar que os empreendedores desta nova pesquisa estão mais atentos ao que acontece no mercado, possuindo mais senso de oportunidade.

As médias do construto persistência, nas duas pesquisas, a de Santos (2008) e a atual mostram resultados iguais indicando similaridade nos dois grupos pesquisados.

Em relação ao construto eficiência os dados da pesquisa, comparados com os de Santos (2008) mostraram uma pequena diferença a mais, no entanto, essa diferença não é significantes e não pode-se afirmar que um grupo é superior ou inferior ou outro quanto a esse traço de personalidade.

O valor médio idêntico ao do grupo pesquisado por Santos (2008) no construto informação demonstra o quanto os empresários dos dois grupos compartilham o mesmo grau de interesse pela obtenção de informações que os auxiliem no dia a dia de seus negócios.

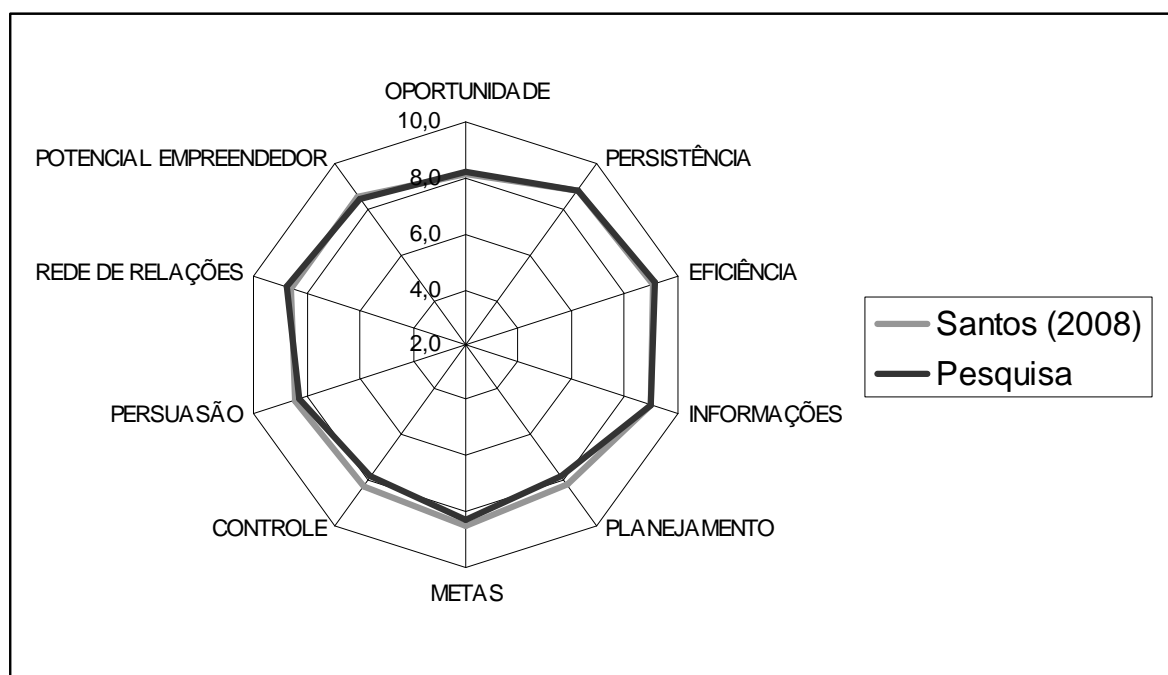
Alguns dos pesquisados informaram verbalmente aos pesquisadores que não dão ao planejamento a merecida importância. Eles não se mostram muito dispostos a planejar suas atividades definindo objetivos ou não aparentam possuir a capacidade e o conhecimento necessário para planejar detalhando tarefas. Seus escores podem ter diminuído a média do grupo. A relação planejamento/controle/meta é muito estreita, porém nota-se uma queda, de menor intensidade, também nos fatores controle e metas. Assim, ficaram abaixo dos resultados da pesquisa de Santos (2008) as médias da amostra da atual pesquisada quanto a capacidade de traçar metas mensuráveis, acompanhar a execução dos planos elaborados, manter registros e utilizá-los no processo decisório.

O valor dado ao construto persuasão apresentou uma alteração pouco significativa. A diferença na nova pesquisa é insuficiente para demonstrar que existe nesses empreendedores menos habilidade para influenciar pessoas a executar tarefas ou ações que permitam o alcance de metas e objetivo. As médias estão muito próximas. Essa pequena diferença não diminui a



capacidade desses empresários de liderar uma equipe. As habilidades de liderança nos dois grupos são basicamente as mesmas.

O pequeno aumento na característica rede de relações, em relação à pesquisa de Santos (2008), também é insuficiente para indicar que existe uma maior facilidade dos empreendedores pesquisados em manter contato com pessoas do ciclo de negócios ou de amizades em relação as pessoas pesquisadas por Santos (2008).



**Gráfico 1:** Comparação dos resultados de Santos com os obtidos na pesquisa.

Fonte: SANTOS, 2008 e dados da pesquisa.

#### 4.3. CRUZAMENTO DOS DADOS DA PESQUISA

No cruzamento do potencial empreendedor, obtido pela média geral dos escores dos construtos, de cada entrevistado, com o sexo do empresário (Tabela 3), nota-se que apesar da representatividade do sexo feminino e masculino na amostra não ser a mesma, a maioria (76,7%) das empreendedoras (33 pessoas), situou-se entre 8 e 9,9. A maioria (70%) dos empreendedores masculinos (40 pessoas), obteve potencial empreendedor entre 8 e 9,9.

**Tabela 3:** Comparação do potencial empreendedor com o sexo do empresário

Potencial empreendedor	5 a 5,9	6 a 6,9	7 a 7,9	8 a 8,9	9 a 9,9	Total
Feminino	1	1	8	15	18	43
Masculino	2	2	13	25	15	57
Total	3	3	21	40	33	100

Fonte: SANTOS, 2008 e dados da pesquisa.

O grupo que obteve o maior potencial empreendedor foi a de 50 a 60 anos (Tabela 4), agregando 17 empresários, dentre os 21, que tiveram notas entre 8 e 9,9. Esse fato pode ser decorrente, pois suas empresas são na maioria das vezes as mais antigas e, portanto, os empresários possuem mais experiência.

**Tabela 4:** Comparação do potencial empreendedor com a faixa etária do empresário

Potencial empreendedor	5 a 5,9	6 a 6,9	7 a 7,9	8 a 8,9	9 a 9,9	Total
Até 20 anos	0	0	0	0	0	0
Mais de 20 a 30 anos	0	0	1	1	1	3
Mais de 30 a 40 anos	0	1	6	12	13	32
Mais de 40 a 50 anos	2	1	7	12	7	29
Mais de 50 a 60 anos	0	0	4	9	8	21
Mais de 60 a 70 anos	1	1	2	6	3	13
Mais de 70 anos	0	0	1	0	1	2
Total	3	3	21	40	33	100

Fonte: SANTOS, 2008 e dados da pesquisa.

#### 4.4. EMPREENDEDORES DE SUCESSO VS EMPREENDEDORES QUE FRACASSARAM

Geralmente se espera que empreendedores de sucesso apresentem características diferentes das daqueles que foram malsucedidos, Dado o objetivo de comparar os escores dos empreendedores bem-sucedidos com os malsucedidos obteve-se as médias e desvios padrões dos escores dos dois grupos em cada característica empreendedora e no seu potencial empreendedor.

**Tabela 5:** Estatísticas da pesquisa atual

Características	Grupos <sup>1</sup>	n	Média <sup>2</sup>	Desvio padrão
Oportunidade	1	50	<b>8,3360</b>	,95933
	2	50	8,1640	1,56737
Persistência	1	50	8,9500	1,09187
	2	50	<b>9,0333</b>	,95935
Eficiência	1	50	9,1233	,96704
	2	50	<b>9,3733</b>	1,07832
Informação	1	50	8,8412	,95026
	2	50	<b>9,3260</b>	,98867
Planejamento	1	50	7,5125	1,64077
	2	50	<b>8,1750</b>	1,48397
Metas	1	50	8,2771	1,03315
	2	50	<b>8,3686</b>	1,30559
Controle	1	50	7,7900	1,39331
	2	50	<b>7,8160</b>	2,02014
Persuasão	1	50	8,1833	1,21895
	2	50	<b>8,3867</b>	1,61701
Relações	1	50	<b>8,8225</b>	1,00955
	2	50	8,5325	2,06585
Potencial	1	50	8,4262	,77274
	2	50	<b>8,5750</b>	1,11890

Fonte: Dados da pesquisa.

<sup>1</sup> Grupo 1 – Empresários bem-sucedidos; Grupo 2 – Empresários malsucedidos.

<sup>2</sup> Valores em negrito indicam que o grupo obteve maior escore na característica.

Os resultados da pesquisa indicaram várias características onde os malsucedidos obtiveram melhores médias.

Na Tabela 5 pode-se observar que o Grupo 2 (Empresários malsucedidos) apresentou melhores resultados, nas médias, para 80% das características, sendo elas: Persistência, Eficiência, Informação, Planejamento, Metas, Controle, Persuasão e Potencial. Enquanto isso o Grupo 1 (Empresários bem-sucedidos) apenas obteve maiores médias nas 20% restantes, no caso, para as características Oportunidade e Relações.

Em relação aos desvios padrões o Grupo 2 apresentou maior dispersão nas autoavaliações dos empreendedores do que o Grupo 1, na maioria das características. O Grupo 1 mostrou-se mais consistente, ou maior coerência nas suas autoavaliações. Isso significa que esse grupo é mais homogêneo em termos do posicionamento de suas características na escala utilizada. Em algumas características inclusive o Grupo 2, em termos de dispersão de escores, ficou muito distanciado do Grupo 1.

Dado a existência de diferenças nas médias dos dois grupos, com maiores escores na maioria das características sendo apresentados no Grupo 2 realizou-se o teste *t* de igualdade de médias para se verificar se esses resultados não poderiam ser imputados a erros amostrais. Antes aplicou-se o teste de Levene de homogeneidade de variâncias para se verificar a adequação do teste *t*. Algumas características não mostraram-se adequadas para a aplicação do teste *t* ( $p < 0,05$ ).

Conforme apresentado na Tabela 6 as características: Oportunidade, Controle, Relações e Potencial, foram as que sinalizaram não ter variâncias homogêneas ( $p < 0,05$ ), o que indicou a existência de diferenças significativas entre as duas amostras. Nessas características utilizou-se um procedimento estatístico do SPSS que não leva em consideração essa exigência.

**Tabela 6:** Teste de amostras independentes

Características	Teste de Levene de Homogeneidade de Variâncias		Teste <i>t</i> de Igualdade de Médias				
	<i>F</i>	Sig.	<i>t</i>	<i>gl</i>	Sig. Bilateral	Diferença das Médias	Erro Padrão da Diferença
Oportunidade	10,838	,001*	-,662	81	,510	-,17200	,25988
Persistência	,305	,582	,405	98	,686	,08333	,20555
Eficiência	,101	,751	1,220	98	,225	,25000	,20484
Informação	,000	,994	2,500	98	,014*	,48480	,19393
Planejamento	,000	,998	2,118	98	,037*	,66250	,31287
Metas	2,973	,088	,388	98	,699	,09143	,23546
Controle	10,611	,002*	,075	87	,940	,02600	,34705
Persuasão	3,370	,069	,710	98	,479	,20333	,28638
Relações	5,403	,022*	-,892	71	,375	-,29000	,32517
Potencial	7,050	,009*	,774	87	,441	,14882	,19231

Fonte: SANTOS, 2008 e dados da pesquisa.

Nota: \*  $p < 0,05$ .

O teste *t* mostrou diferenças nos dois grupos apenas nas características Informação e Planejamento. As maiores médias dos escores nessas duas características foram para o grupo de empreendedores malsucedidos. Esperava-se o contrário, empreendedores bem-sucedidos deveriam buscar mais informações e planejar melhor seus negócios.

Quais as razões que podem ter levado a este resultado? Elas podem ser várias. Egos inflados dos empreendedores que foram malsucedidos, impedindo-os de reconhecer em si próprios determinadas deficiências, falha da aplicação do instrumento de aferição de potencial empreendedor, impossibilidade do instrumento de fazer essa aferição, existência de outros fatores, em vez dos pesquisados, interferindo para desencadear o fracasso daqueles onde tal fato ocorreu e interferências do ambiente (escassez de crédito, impossibilidade de captação de recursos externos, políticas governamentais, localização inadequada do negócio, concorrência acirrada, mudança de hábitos e interesses dos consumidores, etc.).

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com os dados coletados foram alcançados os objetivos estabelecidos, ou seja, ampliar a base da dados da pesquisa de Santos (2008), comparar os novos dados com aqueles já existentes e verificar na nova base de dados se havia diferenças entre os grupos de empreendedores.

A comparação das características dos dois grupos de empreendedores pesquisados (pesquisa de Santos e pesquisa atual) mostrou que elas são semelhantes. No entanto na comparação dos grupos bem-sucedidos e mal sucedidos houve uma surpresa com o segundo grupo obtendo melhores escores em alguns construtos, conforme visto no tópico anterior. Esses resultados levam a um novo desafio; ampliar a base de dados através de novas pesquisas onde se refinem os tamanhos amostrais e a metodologia de acesso aos empreendedores, Além disso deve-se introduzir uma forma de identificar se o empreendedor pesquisado está ou não inflando a sua autoavaliação. Só assim será possível detectar possíveis falhas do instrumento, da aplicação dos questionários e mesmo da amostra.

Através desta pesquisa foi possível observar, pelos escores obtidos pelos pesquisados que apesar de todas as dificuldades enfrentadas e da insuficiência de políticas públicas de fomento ao empreendedorismo, os empreendedores pesquisados mostram-se persistentes. Observou-se que os respondentes da pesquisa possuem perfil empreendedor, buscam ser eficientes, usam o poder de persuasão para influenciar pessoas e liderar na execução de tarefas e se for necessário, demonstram disponibilidade para estar sempre aprendendo ou buscar ajuda de terceiros.

Apesar de alguns terem dito verbalmente aos pesquisadores, da pesquisa atual, que tem dificuldade de planejamento, de definir claramente suas metas e de controle suas atividades, a média dos escores obtidos pelo grupo mostra que seus componentes, aparentemente a maioria tem preocupações com esse tópico.

A dificuldade de planejamento, de definição clara das metas a serem alcançadas e de controle das atividades, relatadas por alguns, pode ter sido um fator de fracasso para esses empresários da amostra. Saliente-se, no entanto, que não se pode garantir que apenas possuindo as características de um empreendedor se alcançará o êxito no empreendimento. Existem outros elementos que também influenciam o processo de sucesso ou fracasso, pois, “se por um lado é possível encontrar um grande volume de pesquisas sobre características de seu comportamento, o mesmo não ocorre com evidências empíricas, que correlacionem tais características a empreendedores bem-sucedidos ou fracassados no Brasil” (DUTRA, 2002).

Ressalte-se, mais uma vez, ser necessário outras pesquisas que venham a ampliar o conhecimento sobre o empreendedorismo e estudar as causas do sucesso ou do insucesso de alguns.

## 6. REFERÊNCIAS

- ARRIBAS, I. & VILA, J.** La actitud emprendedora del universitario valenciano. In: ROIG, Salvador et al (Ed.). El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I. Valencia: PUV, 2004. p. 201-212.
- CANTILLON, R.** Essai sur la nature du commerce en général. Londres: Chez Fletcher Gyles dans Holborn, 1755.
- CERIZZA, A. & VILPOUX, O.** Empreendedorismo e empreendedores: uma revisão bibliográfica. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 13, 2006, Bauru. Anais... Bauru: Unesp, 2006. 1 CD-ROM.
- DOLABELA, F.** Oficina do empreendedor. São Paulo: Cultura, 1999.
- DOLABELA, F.** O segredo de Luiza. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DUTRA, I. S.** O perfil do empreendedor e a mortalidade de micro e pequenas empresas londrinenses. 2002. 125f. Dissertação (Mestrado) Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Estadual de Londrina e da Universidade Estadual de Maringá, Londrina, 2002
- FILION, L. J.** From entrepreneurship to entreprenology. In: ICSB WORLD CONFERENCE, 42., 1997, San Francisco. Proceedings... San Francisco: ICSB, 1997. Disponível em: <<http://www.sbaer.uca.edu/research/icsb/1997/pdf/06.pdf>>. Acesso em: 06 nov. 2009.
- FILION, L. J.** Empreendedorismo: empreendedores e proprietários/gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração, v. 34, n. 2, p. 05-28, 1999.
- FILION, L. J.** O empreendedorismo como tema em estudos superiores. In: BROCKHAUS, R.H. et al. Empreendedorismo, ciência, técnica e arte. Brasília: CNI/IEL, 2000, p. 13-42.
- FRESE, M. & RAUCH, A.** The psychology of entrepreneurship. In: BALTES, P. B.; SMELSER, N. J. (Ed.). International encyclopedia of the social and behavioral sciences. Oxford: Elsevier Science, 2002. p. 4552-4556.
- HERMANSEN-KOBULNICKY, C. & MOSS, C.** Pharmacy student entrepreneurial orientation: a measure to identify potential pharmacist entrepreneurs. American Journal of Pharmaceutical Education, v. 68, n. 5, p. 1-10, 2004.
- HISRICH, R. D.** Can psychological approaches be used effectively: an overview. European Journal of Work and Organization Psychology, v.9, n.1, p. 93-96, 2000
- HISRICH, R. D., PETERS, M. P. & SHEPHERD, D. A.** Entrepreneurship. New York: McGraw-Hill/Irwin, 2005.
- KRISTIENSEN, S. & INDARTI, N.** Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. Journal of Enterprising Culture, v. 12, n. 1, p. 55-78, 2004.
- LEZANA, Á. G. R. & TONELLI, A.** O comportamento do empreendedor. In: DE MORI, F. (Org.). Empreender: identificando, avaliando e planejando um novo negócio. Florianópolis: ENE, 1998.
- LEZANA, A. G. R.; PEDRO, A. M.; VENTURA, G. F. & CAMILOTTI, L.** Liderança: uma habilidade necessária no empreendedor de sucesso. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ENSINO DE ENGENHARIA, 29., 2001, Porto Alegre. Anais... Porto Alegre: Associação Brasileira de Ensino de Engenharia, 2001a. Disponível em: <[www.pp.ufu.br/Cobenge2001/trabalhos/EMP015.pdf](http://www.pp.ufu.br/Cobenge2001/trabalhos/EMP015.pdf)>. Acesso em: 06 nov. 2009.
- LEZANA, A. G. R.; PEDRO, A. M.; VENTURA, G. F. & CAMILOTTI, L.** Necessidades dos empreendedores de sucesso. In: ENCONTRO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO, 2001, Florianópolis. Anais eletrônicos... Florianópolis: ENE, 2001b. Disponível em: <[http://www.lemp.ufsc.br/Arquivos/Necessidades\\_ENEMPRE\\_2001.pdf](http://www.lemp.ufsc.br/Arquivos/Necessidades_ENEMPRE_2001.pdf)>. Acesso em: 06 nov. 2009.
- McCLELLAND, D. C.** The achieving society. Princeton: D. Van Nostrand, 1961.
- McCLELLAND, D. C. & WINTER, D. G.** Cómo se motiva el éxito económico. México: Uthea, 1970.
- PASSOS, C. A. K.; FELIX, J. C.; GRECO, S. M. DE S. S.; BASTOS JR., P. A.; SILVESTRE, R. G. M. & MACHADO, J. P.** Empreendedorismo no Brasil: 2007. Curitiba: IBQP, 2008.

**SANTOS, P. C. F. dos** Uma escala para identificar potencial empreendedor. Orientador: Álvaro Guillermo Rojas Lezana. 2008. 364 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Centro de Tecnologia, Universidade Federal de Santa Catarina, 2008.

**SAY, J.** Tratado de economia política. São Paulo. Nova Cultural, 1986.

**SCHLEMM, M. M. & GRECCO, S.** Empreendedorismo no Brasil. Curitiba: IBQP, 2003.

**SCHUMPETER, J. A.** The theory of economic development. New York: Oxford University Press, 1961.

**VECIANA, J. M., APONTE, M. & URBANO, D.** University students' attitudes towards entrepreneurship: a two countries comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, v.1, n. 2, p. 165-182, 2005.

**ZIMMERER, T. & SCARBOROUGH, N.** Essentials of entrepreneurship and small business management. Prentice Hall, 2005.