

Tipo Psicológico do Indivíduo Empreendedor: um Estudo do Tipo Psicológico Predominante nos Empreendedores, Segundo o Mbti - Versão Inspiira 1.0

Ricardo Brzozowski
wski@uol.com.br
FACCAMP/USJT

Cida Sanches
cidasanches@uol.com.br
FACCAMP

Resumo: O empreendedor sempre foi objeto de interesse devido à sua capacidade para criar novas oportunidades de negócios, provocando, com isso, mudanças no cenário econômico mundial. Essa constatação motivou a realização de uma pesquisa para identificar as características de personalidade de empresários, por meio do Myers Briggs Type Indicator (MBTI), instrumento criado originalmente por Myers e Briggs, a partir da teoria de Carl Gustav Jung. Os participantes foram selecionados, via internet, numa amostra de conveniência. Os dados coletados permitiram identificar entre os participantes a predominância do gênero masculino e nenhuma predominância em relação à faixa etária. A maioria gerencia empresas do ramo de serviços e pertence a um tipo psicológico predominante: o ESTJ - supervisor, temperamento denominado guardião e possui como funções psicológicas básicas: extroversão, sensação, pensamento e julgamento. Esse perfil também se verificou entre empresários bem sucedidos. As características desses indivíduos são: objetividade, eficiência e responsabilidade, praticidade, decisão e capacidade para pautar suas ações pela lógica, pela estruturação dos fatos e contingências das situações. São sistemáticos, organizados e cuidadosos no planejamento de ações, embora sejam impessoais nos relacionamentos. Verificou-se coerência entre os dados levantados pela pesquisa e aqueles apresentados pela literatura para caracterizar os indivíduos empreendedores.

Palavras Chave: Tipos psicológicos - Perfil psicológico - MBTI - Empreendedor - Gestão de Pessoas

1. INTRODUÇÃO

Uma das questões mais polêmicas na área do Empreendedorismo é identificar as características do indivíduo empreendedor, discriminando aqueles que, além de proprietários ou gestores de empresas, têm uma atitude empreendedora, uma vez que, como destaca Dornelas (2007, p. XVIII), “para ser empreendedor não é necessário ser empresário. E o contrário também deve ser ressaltado: nem todo o empresário pode ser considerado um empreendedor”.

Tendo em vista esse foco, o estudo realizado procurou-se responder à seguinte questão fundamentalmente: os empresários pesquisados possuem algum tipo psicológico predominante?

Para por em prática essa tarefa, primeiro definiu-se, a partir de um referencial teórico, a figura do empreendedor, a importância desse tipo de comportamento no ambiente organizacional e no contexto econômico e social na contemporaneidade e buscou-se um conhecimento mais qualificado sobre as possibilidades de avaliação de características de personalidade, de acordo com as ideias fundamentais da teoria da personalidade de Carl Gustav Jung e da Teoria do Temperamento de David Kersey, uma vez que o instrumento utilizado para avaliação do perfil psicológico dos empresários pesquisados segue as formulações dessa orientação teórica.

Encontrar formas eficientes para interferir na maneira como as pessoas se relacionam com a sua atividade produtiva sempre foi objeto de interesse, mas, como afirmam Griffin e Moorhead (2006), somente a partir do século XX, com o aparecimento da administração científica, técnica de administração da organização do trabalho que teve como expoente a figura de Taylor e Fayol, é que se instalaram formas mais efetivas de busca pela eficiência e produtividade dos trabalhadores.

As diversas discussões, realizadas por diferentes teóricos dedicados ao tema culminaram com a apresentação de um dos primeiros esquemas conceituais para compreensão do denominado Comportamento Organizacional (CO), esquema formulado por dois estudiosos ingleses, Payne e Pug, que, de acordo com a análise de Siqueira (2002) propuseram que o CO envolveria a análise de quatro níveis dentro de uma organização de trabalho: os indivíduos, as equipes ou grupos de trabalho, os setores que estruturam uma organização e a organização como um todo.

Embora ainda seja objeto de muita polêmica, os estudos realizados sobre essa área do conhecimento culminaram com uma definição que destaca o CO como “..um campo multidisciplinar que examina o comportamento de indivíduos dentro de ambientes organizacionais, como também a estrutura e o comportamento das próprias organizações” (STAW, 1984, p. 628). Segundo as constatações de Brown (2003), existe uma estreita ligação entre a maneira como as pessoas se comportam em qualquer ambiente e as suas manifestações emocionais, ligação que também se manifesta no comportamento organizacional e pode determinar atitudes que, no ambiente organizacional, favorecem ou comprometem as atividades desenvolvidas pelos indivíduos.

Essa afirmação também se mostra válida quando se considera um dos comportamentos mais interessantes apresentados pelos indivíduos em relação à realização produtiva: o comportamento empreendedor.

Na literatura científica sobre o tema, podem ser identificadas inúmeras definições para os termos: empreendedor e empreendedorismo, desde as clássicas formulações de Richard

Cantillon, que, como destaca Pastro (2001), já em 1700, empregou a palavra *entrepreneurs* para se referir aos indivíduos que se dispunham a enfrentar situações de risco em troca da realização de negócios mais lucrativos, até a análise mais inovadora sobre o impacto da atitude empreendedora no cenário socioeconômico atual, como a apresentada por Sela e cols. (2006), na qual os autores associam o empreendedorismo a uma revolução social silenciosa, que trará para o século XXI, impacto semelhante ao causado pela Revolução Industrial nas sociedades no século XX.

Concepções mais atuais, como as de Stevenson (2001), já apregoam que o empreendedor é alguém ambicioso, que busca oportunidades, ideia que vai de encontro às formulações de Schumpeter (1949), um dos autores de maior expressão nos estudos sobre o empreendedorismo, que destacou que o empreendedor é um indivíduo que destrói a ordem econômica de um determinado contexto, estabelecendo, por meio da criação de novos produtos e serviços, novas formas de organização.

Para Dolabela (2003) o empreendedor explora oportunidades, independentemente dos recursos que possui, de fato, no momento em que idealiza um novo negócio ou empreendimento, pois sabe como encontrar e gerenciar esses recursos. O empreendedorismo, de acordo com a perspectiva de Timmons (1999), envolve definição, criação e distribuição de valores e benefícios para indivíduos, grupos, organizações e para a sociedade.

Não se pode deixar de esclarecer que as diversas definições de empreendedor podem ter como foco de análise: a pessoa do empreendedor e suas características, o perfil do indivíduo empreendedor, ou então, o tipo de ação por ele realizada. Interessou, particularmente, quando da realização do estudo citado, compreender, o mais detalhadamente possível, o perfil do empreendedor, protagonista das atitudes empreendedoras, pois, como enfatiza Dolabela (2003), o empreendedorismo é uma forma de ser.

Esse interesse voltou-se, particularmente, para a situação do Brasil, onde, de acordo com a análise de Lemos (2005), tem se intensificado o número de indivíduos que criam suas próprias empresas, o que fez com que o país, de acordo com dados divulgados pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM - 2009), assumisse o sexto lugar como país mais empreendedor, com taxa de 15,3% de empreendedores entre a população geral.

Alguns estudos realizados no contexto nacional e internacional sobre o perfil do empreendedor identificaram algumas características que distinguem os indivíduos empreendedores, dentre eles podem ser citados o estudo de Cruz (2004) que identificou, no comportamento empreendedor, a predominância dos valores individuais sobre os valores coletivos.

Estudos realizados por Greattie (2003), com o mesmo propósito, identificaram diferenças entre as características do perfil de empreendedores de sucesso, da cidade de Maringá, PR, comparado ao perfil daqueles que não conseguem manter seus negócios, constatando que empreendedores de sucesso têm mais iniciativa e facilidade para buscar oportunidades, são mais persistentes e resistentes diante de situações de frustração. Apresentam ainda capacidade de se envolverem com seus negócios, de estarem atentos às tendências externas que possam interferir positiva ou negativamente nas suas atividades, conseguindo manter o foco em suas metas, por meio de uma excepcional habilidade para planejamento e sistematização de suas ações. Pesquisas realizadas por Nassif et al (2010), apontam também que os empreendedores são autoconfiantes, dedicados, perseverantes, criativos, corajoso, autônomos, flexíveis. Constata-se, então, pelas descobertas feitas pelos pesquisadores citados, existem relações entre as características do perfil psicológico do empreendedor e as características e condições presentes nos empreendimentos que conduzem. Seria possível, então, identificar, estas características com vistas a estimulá-las e,

consequentemente estimular o aparecimento de ações empreendedoras. Para isto, se faz necessária a realização de uma avaliação de aspectos psicológicos.

É fato conhecido que uma avaliação científica para traçar o perfil psicológico pode seguir procedimentos diferentes. Dentre as diferentes propostas disponíveis, o presente estudo se valeu do MBTI (*Myers Briggs Type Indicator*), versão inspiira 1.0., instrumento que se utiliza como fundamentação a teoria de personalidade de Carl Gustav Jung, para quem a personalidade total de um indivíduo é composta por vários sistemas diferenciados, que interagem entre si (HALL *et al*, 2000). Esses sistemas são: o ego, o inconsciente pessoal e seus complexos, e o inconsciente coletivo e seus arquétipos.

De interesse especial para a realização da presente pesquisa é a ideia apresentada por Jung de que o ego é orientado por duas importantes atitudes: a de introversão e extroversão, atitudes que, segundo Hall *et al* (2000), estariam presentes na personalidade, mas uma delas seria dominante sobre a outra e por algumas funções psicológicas: a sensação, a intuição, o pensamento e o sentimento.

Katherine Briggs e sua filha Isabel Briggs Myers, utilizando-se dessa informação disponível na apresentação teórica de Jung sobre a personalidade de Jung, criaram um sistema de avaliação da personalidade, ao qual acrescentaram uma quarta categoria de análise, as funções de julgamento e percepção: o *Myers Briggs Type Indicator* (GRIFFIN & MOOREHEAD, 2006).

Acrescentou-se a essas atitudes e funções, no MBTI, versão inspiira 1.0, as considerações oferecidas pelo trabalho de David Keirsey, que propôs, a partir da classificação proposta por Myers e Briggs, a identificação de quatro temperamentos: artesãos, guardiões, idealistas e racionais.

De acordo com a análise do MBTI, os indivíduos podem se diferenciar segundo quatro aspectos gerais, ou polaridades, como apresentam Griffin e Moorehead (2006).

Extroversão/introversão (E/I) - Atitudes que indicam a origem, direção e o foco da energia pessoal, cuja polaridade extroversão descreve uma atitude de conceber o mundo externo como cheio de energia, positivo e instigante, fazendo com que as pessoas classificadas como extrovertidas invistam grande parte de sua atenção no mundo exterior, e cuja polaridade introversão indica que o foco da energia e atenção volta-se para o mundo interno, traduzindo-se numa atitude de reserva diante da expressão de afetos e opiniões, e preferência pelo isolamento e pela concentração da energia no mundo interno, nas ideias e pensamentos.

Sensação/intuição (*iNtuition*) (S/N) – Funções psicológicas que se referem ao modo como as pessoas se informam sobre o que ocorre nos ambientes externo e interno e que pode indicar, no pólo sensação uma preferência pelas ideias concretas e objetivas, enquanto que no pólo intuição as referências são a ações e conceitos mais abstratos.

Pensamento (*thinking*)/sentimento (*feeling*) (T/F)– que indicam a predominância do pensamento e da orientação das ações pela razão, ou do sentimento que indicam que a pessoa se deixa levar, para conduzir suas ações e decisões pelas suas emoções.

E, por fim, pelas funções Julgamento(Análise)/percepção (J/P) – que identificam as pessoas pela sua preferência, no caso da predominância da função analítica, pela conclusão de atividades, ou então, por um interesse mais acentuado pelo processo de elaboração das atividades e não necessariamente pelo seu produto, caso dos perceptivos. No total, podem ser definidos dezesseis tipos psicológicos, de acordo com as combinações encontradas para cada uma das atitudes e funções identificadas pelo instrumento, que podem ser distribuídos entre quatro grupos que identificam o temperamento típico dos indivíduos (KEIRSEY, 1998). São eles: Artesãos - SP – Sensorial perceptivo, Guardiões - SJ – Sensorial julgador Idealistas - NF

– Intuitivo sentimental Racionais - NT – Intuitivo pensador, caracterizados, segundo Myers e Myers (1997), no quadro 1.

ISTJ Factuais Meticulosos Sistemáticos Confiáveis Constantes Práticos Organizados Realistas Fiéis ao dever Sensatos Cuidadosos	ISFJ Detalhistas Meticulosos Tradicionalistas Leais Pacientes Práticos Organizados Voltados para o serviço Devotados Protetores Responsáveis cuidadosos	INFJ Compromissados Leais Tem grande compaixão Criativos Intensos Profundos Determinados Conceituais Sensíveis Reservados Globais Idealistas	INTJ Independentes Lógicos Críticos Originais Voltados p/ os sistemas Firmes Visionários Teóricos Exigentes Reservados Globais Autônomos
ISTP Lógicos Apropriados Práticos Realistas Factuals Analíticos Aplicados Independentes Aventurosos Espontâneos Adaptáveis Determinados	ISFP Atenciosos Gentis Modestos Adaptáveis Sensíveis Observadores Cooperativos Leais De confiança Espontâneos Compreensivos Harmoniosos	INFP Tem grande compaixão Gentis Virtuoso Adaptáveis Compromissados Curiosos Criativos Leais Devotados Profundos Reservados Enfáticos	INTP Lógicos Céticos Cognitivos Reservados Teóricos Críticos Precisos Independentes Especulativos Originais Autônomos Determinados
ESTP Orientados para Atividades Adaptáveis Gostam de se divertir Versáteis Energéticos Alertas Espontâneos Pragmáticos Despreocupados Persuasivos Amigáveis Rápidos	ESFP Entusiasmados Adaptáveis Divertidos Amigáveis Alegres Sociáveis Comunicativos Cooperativos Despreocupados Tolerantes agradáveis	ENFP Criativos Curiosos Entusiasmados Versáteis Espontâneos Expressivos Independentes Amigáveis Perceptivos Energéticos Imaginativos incansáveis	ENTP Empreendedores Independentes Sinceros Estratégicos Criativos Adaptáveis Desafiadores Analíticos Inteligentes Engenhosos Questionadores Teóricos
ESTJ Lógicos Decididos Sistemáticos Objetivos Eficientes Diretos Práticos Organizados Impessoais Responsáveis Estruturados Cuidadosos	ESFJ Cuidadosos Leais Sociáveis Agradáveis Responsáveis Harmoniosos Cooperativos Diplomáticos Meticulosos Prestativos Complacentes Tradicionais	ENFJ Leais Idealistas Agradáveis Verbais Responsáveis Expressivos Entusiasmados Energéticos Diplomáticos Preocupados Prestativos Amigáveis	ENTJ Lógicos Decisivos Planejadores Duros Estratégicos Críticos Controladores Desafiadores Diretos Objetivos Justos Teóricos

Quadro 1. Tipos psicológicos de Jung e suas principais características
 Fonte: Myers e Myers (1997).

2.METODOLOGIA

Para a realização da presente investigação optou-se por uma pesquisa exploratória descritiva que fez uso, predominantemente, de dados qualitativos nominativos, decorrentes das opiniões e atitudes dos empresários de MPE pesquisados. Tais dados basicamente referem-se às análises quanto ao tipo psicológico e temperamento, segundo o inventário MBTI, versão *inspiira* 1.0.

AMOSTRA. A amostra foi constituída por conveniência, e reuniu um total de 220 participantes, selecionados via *internet*, entre empresários de MPEs, de diversas regiões do território nacional a partir de listas disponíveis *on-line*, em *sites* dedicados à troca de informações e experiências entre empreendedores, em *sites* para divulgação de eventos da categoria, assim como em *sites* das próprias empresas dos empresários. Solicitou-se também, dos próprios participantes da pesquisa, indicação de novos empresários para integrarem a amostra. O único critério adotado para inclusão dos empresários na amostra foi o fato de serem proprietários ou sócios de empresas e aceitarem participar da pesquisa realizada.

PROCEDIMENTO. Inicialmente, foi encaminhado um *e-mail* convite, para o endereço eletrônico de todos os empresários cujos *e-mails*, pessoais ou empresariais, constavam de listas disponíveis *on-line*, em *sites* dedicados à troca de informações e experiências entre empreendedores, em *sites* para divulgação de eventos da categoria, assim como em *sites* das próprias empresas dos empresários contatados.

O *e-mail* convite apresentou os objetivos da pesquisa, as referências sobre o pesquisador responsável pela elaboração e execução da pesquisa, assim como as instruções detalhadas para participação na coleta de dados. Imediatamente após o convite, encontrava-se uma apresentação mais detalhada sobre a justificativa para realização da pesquisa, seguida do instrumento para coleta de dados sociodemográficos do participante, assim como o MBTI versão *inspiira*, 1.0. Ao final do *e-mail* convite, foram apresentados os agradecimentos aos empresários, a fonte na qual o instrumento para identificação do tipo psicológico foi obtida e informações sobre as etapas seguintes da pesquisa.

Os empresários que aceitaram participar da pesquisa responderam às informações sobre seus dados pessoais e de sua empresa e a uma série de quarenta e nove perguntas, com duas alternativas de respostas para cada uma delas que foram, a seguir, encaminhadas ao pesquisador responsável que, por sua vez, transportou as respostas oferecidas por cada um dos participantes para o instrumento disponível no *site* www.inspiira para obtenção do tipo psicológico de cada um dos participantes.

O sistema produziu, então, um relatório com a especificação do tipo psicológico de acordo com o inventário MBT, versão *inspiira*, 1.0.que foi encaminhado a cada um dos participantes da pesquisa que, a seguir, encaminhavam um e-mail ao pesquisador indicando, por meio de porcentagem, o grau de concordância que acreditavam existir entre os dados oferecidos pela tipologia encaminhada e a sua percepção pessoal sobre as suas características de personalidade. Todos os dados foram tabulados numa planilha *excel*, o que permitiu o seu controle e sistematização para análise de resultados.

Especialmente em relação às respostas dos participantes para caracterizar o ramo de atividade de suas empresas, foram estabelecidas as seguintes categorias: prestação de serviços, comércio, indústria, classificação utilizada classicamente neste tipo de investigação. Além disso, num momento posterior, foram destacadas, do total de empresas pesquisadas, aquelas dedicadas à área de tecnologia. O pesquisador optou por acrescentar a análise dessa categoria, baseado no fato de que essa área de atividade revela expansão no cenário socioeconômico atual, fato que tem merecido destaque na literatura científica. Para os testes de hipóteses foi utilizado o teste Qui-quadrado e foram feitas também estatísticas descritivas.

3.RESULTADOS

A partir dos dados coletados e do tratamento estatístico ao qual foram submetidos foi possível, inicialmente, identificar o perfil dos participantes em relação aos seus dados pessoais. Em relação ao gênero, como ilustra a tabela 1, identificou-se para os participantes da pesquisa o predomínio do gênero masculino. Dado que pode ser uma referência para comparação com dados obtidos por outras pesquisas sobre o tema.

Tabela 1. Distribuição dos participantes em relação ao gênero.

Gênero	fa	fr (%)
Feminino	57	25,9
Masculino	163	74,1
Total	220	100

Considerando-se a distribuição dos empresários investigados em relação à faixa etária, encontram-se os seguintes dados disponíveis na tabela 2.

Tabela 2. Distribuição dos participantes em relação à faixa etária.

Faixas etárias	fa	fr (%)
Até 30 anos	46	20,9
31 a 40 anos	61	27,7
41 a 50 anos	63	28,6
51 a 60 anos	42	19,1
61 a 70 anos	8	3,6
Total	220	100

A tabela demonstra que a porcentagem de empresários na faixa etária entre 41 até 50 anos é discretamente maior, 28,6%, em relação às porcentagens obtidas para as outras faixas etárias. Em relação à porcentagem identificada para a faixa etária que compreende os empresários entre 31 a 40 anos, que conta com 27,7%, a diferença é irrelevante.

As outras faixas etárias consideradas: menos de 30 anos e 51 a 60 anos, aparecem representadas, respectivamente, pelos percentuais 20,9% e 19,1%, que não podem ser considerados significativamente menores do que os percentuais observados nas outras faixas etárias consideradas, com exceção do percentual obtido para a faixa etária entre 61 e 70 anos que foi de apenas 3,6%. Pode-se afirmar que o dado obtido para a faixa etária entre 61 e 70 anos pode ser explicado pelo fato que, nesse momento de vida, a maioria dos indivíduos já pode ter se desligado das suas atividades produtivas. Em relação aos dados oferecidos pelos participantes para caracterizar as suas empresas, como ilustra a tabela 3.

Analisando os dados disponíveis na tabela 3. identifica-se que 72,3% dos empresários pesquisados dedicam-se a empresas caracterizadas como ME (micro empresa), considerando-se as porcentagens obtidas para os três ramos de atividade. Isto é: 159 empresários em 200.

Considerando-se somente as ME, um total de 64,2 % dedicam-se ao setor de serviços, isto : 102 empresários em 159, o que expressa uma porcentagem muito significativa e indica a grande tendência para o estabelecimento de negócios no cenário nacional. Identifica-se que

22,0% dedicam-se ao ramo do comércio isto é: 35 empresários em 159, e 13,8% à indústria, o que corresponde, em números absolutos a 22 empresários em 159.

Já a porcentagem de PE (Pequenas empresas) que compuseram a amostra foi de 24,1%, isto representa 53 em 220, enquanto que as empresas de médio porte correspondem somente a 2,7%, ou seja, 6 em 220 empresas da amostra.

Tabela 3. Distribuição do número de funcionários em relação ao ramo de atividade e porte das empresas.

Número de empregados	Serviço	Comércio	Indústria	fa	fr (%)
0	22	3	1	26	11.8
1 a 9	80	32	11	123	55.9
10 a 19	23	4	10	37	16.8
20 a 49	11	6	6	23	10.5
50 a 99	3	0	3	6	2.7
100 a 500	1	0	3	4	1.8
acima de 500	1	0	0	1	0.5
Total	141	45	34	220	100

Legenda

Micro empresa	
Pequena empresa	
Média empresa	
Grande empresa	

Analisando a distribuição das pequenas empresas em relação ao ramo de atividade, do total, 64,1%, o que corresponde a 141 em 220 empresários, dedicam-se ao setor de serviços, 20,5%, 45 em 220 ao setor de comércio e 15,4%, isto: 34 em 220, à indústria, dado que revelou que, nessa categoria, a tendência observada para as ME se repetiu.

Destaque-se também, que fizeram parte da amostra, embora esse não tenha sido o foco da pesquisa, empresários que são responsáveis pelo gerenciamento de grandes empresas nos ramos de serviços, embora esse percentual tenha sido de apenas 0,9%, o que corresponde a um total de 2 empresários em 220.

A identificação da variação no número de funcionários no período analisado, (2005 a 2011), permitiu identificar as empresas consideradas de sucesso. No entanto, é importante considerar, além do aumento no número de funcionários, que o fato da empresa se manter no cenário por mais de cinco anos já é, por si só, um indicador de um relativo sucesso para a empresa, como destacam levantamentos realizados sistematicamente pelo SEBRAE sobre a mortalidade das empresas.

A tabela 4. indica que 140 das 220 empresas pesquisadas, ou seja, 63,6% delas obtiveram sucesso de acordo com o critério adotado pelo pesquisador. Analisando-se os dados apresentados nesta tabela em relação o tipo psicológico dos empresários dessas empresas, verificou-se que 28,6% pertencem ao tipo psicológico ESTJ – supervisor. Isto significa, em relação às atitudes e funções psicológicas básicas, o predomínio da extroversão, sensação, pensamento e julgamento, e, segundo a classificação proposta por David Keirse, um temperamento denominado guardião. Essa porcentagem revela-se extremamente significativa considerando-se que a distribuição contempla dezesseis categorias de análise.

O tipo psicológico predominante para os empresários de sucesso: o ESTJ – supervisor se caracteriza por seu realismo, sensatez e colaboração com figuras de autoridade. Tomam

decisões com base na lógica e são sistemáticos, objetivos, organizados e eficientes na realização de suas ações. Demonstram ainda grande habilidade para organização e muita responsabilidade. A análise dos dados, no que trata da distribuição de todos os empresários pesquisados em relação aos tipos psicológicos do MBTI, inspira 1.0, independentemente do sucesso de sua empresa, revelou os dados apresentados na tabela 5.

Tabela 4. Distribuição de tipos psicológicos, segundo o MBTI, versão inspira, 1.0, para os empresários considerados de sucesso.

TIPO	Total	DE
ESFP	5	3
ESTP	7	5
ISFP	2	1
ISTP	3	3
ESFJ	28	19
ESTJ	75	40
ISFJ	6	5
ISTJ	25	19
ENFJ	16	11
ENFP	10	6
INFJ	0	0
INFP	3	1
ENTJ	27	18
ENTP	2	2
INTJ	11	7
INTP	0	0
Total	220	140

De acordo com os dados nela apresentados, predominou entre os empresários que participaram do estudo, o mesmo tipo psicológico identificado para os empresários considerados de sucesso, ou seja, o tipo psicológico ESTJ – supervisor. Neste grupo esse tipo psicológico representa 34,1% dos empresários pesquisados, ou seja, mais que o dobro da frequência da segunda categoria de tipo psicológico encontrada entre estes empresários.

Segundo a categorização apresentada por Keirsey (1984), o tipo psicológico ESTJ – supervisor, faz parte do grupo dos guardiões. As características desse temperamento são objetividade, eficiência e responsabilidade. São indivíduos práticos, decididos e diretos, que pautam suas ações pela lógica e estruturação dos fatos e contingências das situações. Costumam ser muito sistemáticos, organizados e muito cuidadosos no planejamento de suas ações. Por todas essas características, podem demonstrar-se muito impessoais nos relacionamentos.

Três tipos psicológicos, dentre os disponíveis na classificação utilizada, aparecem com frequências semelhantes na amostra pesquisada no que se refere ao grupo total de empresários. São eles: ESFJ – provedor (guardião), cujas funções principais são: extroversão, sensação, sentimento e julgamento, com 12,7% do total de empresários pesquisados; ENTJ – marechal de campo (racional), que têm como atitudes básicas a extroversão, intuição, pensamento e julgamento, que representam 12,3% dos empresários; e, ISTJ – inspetor (guardião), que apresentam uma composição, no seu perfil, das atitudes de introversão, sensação, pensamento e julgamento, com frequência de 11,4%.

Dos três tipos psicológicos, os dois que fazem parte do grupo dos guardiões têm como características comuns serem: cuidadosos e meticulosos. Revelam-se leais, confiáveis e fiéis ao dever. Isso os torna capazes de trazer harmonia e constância aos ambientes. São ainda muito

responsáveis, com tendência a serem muito práticos no planejamento de suas ações. São indivíduos que valorizam as tradições.

Tabela 5. Distribuição dos empresários pesquisados de acordo com os tipos psicológicos do MBTI, versão *inspiira* 1.0.

TIPOS	fa	fr(%)
ESFP	5	2.3
ESTP	7	3.2
ISFP	2	0.9
ISTP	3	1.4
ESFJ	28	12.7
ESTJ	75	34.1
ISFJ	6	2.7
ISTJ	25	11.4
ENFJ	16	7.3
ENFP	10	4.5
INFJ	0	0.0
INFP	3	1.4
ENTJ	27	12.3
ENTP	2	0.9
INTJ	11	5.0
INTP	0	0.0
Total	220	100

A principal diferença identificada entre esses dois tipos refere-se à polaridade extroversão/introversão, o que faz com que o tipo ESFJ – provedor seja mais sociável e mesmo diplomático. Para melhor visualização da distribuição dos tipos psicológicos, no total de empresários pesquisados, apresenta-se a figura 1.

Este gráfico destaca o tipo psicológico predominante na amostra pesquisada e destaca ainda outros dados relevantes. Por exemplo: os tipos INFJ – conselheiro (idealista), cujas funções principais são: introversão, intuição, sentimento e julgamento, e que são considerados muito sonhadores e românticos; e ainda os INTP – arquiteto/engenheiro (racional), que têm como funções de destaque: introversão, intuição, pensamento e percepção, considerados extremamente pragmáticos e interessados pela estrutura de sistemas complexos, não foram identificados na amostra de empresários pesquisados. Talvez suas características não sejam favoráveis para levarem à frente uma empresa. No caso do tipo INFJ – conselheiro, seja extremamente sonhador e romântico, características que não favorecem a condução de uma empresa. Já os INTP – arquiteto/engenheiro têm facilidade para executar projetos já elaborados, o que não acontece quando da condução de uma empresa, na qual a imprevisibilidade é fato. Identificando-se os tipos psicológicos predominantes para cada ramo de atividade, encontram-se os dados apresentados na figura 2.

A figura revela que o tipo psicológico predominante para os empresários que se dedicam a empresas do ramo de serviços é o ESTJ – supervisor (guardião) com 35,7% do total de empresários desse ramo de atividade, dado que também se verificou para o grupo total de empresários, que revelou a porcentagem de 34,1% para o mesmo tipo psicológico e cujas principais características já foram apresentadas.

Para os empresários dedicados ao ramo de comércio, os dados revelaram, como destaca a figura 2., a predominância do tipo psicológico ESTJ – supervisor (guardião), 24,4%,

seguido do tipo ESFJ – provedor (guardião), com frequência quase semelhante, 22,2%. Esses dados reproduzem os resultados obtidos para a população total de empresários investigados, com uma única diferença, o percentual do tipo psicológico ESTJ – supervisor apareceu com frequência mais acentuada, 34,1%, e a porcentagem identificada no grupo de empresários do ramo de comércio para o tipo ESFJ – provedor foi menor, 12,7%. Isto pode não ser relevante face ao tamanho da amostra.



Figura 1. Distribuição dos tipos psicológicos MBTI, inspiira 1.0 entre os empresários.

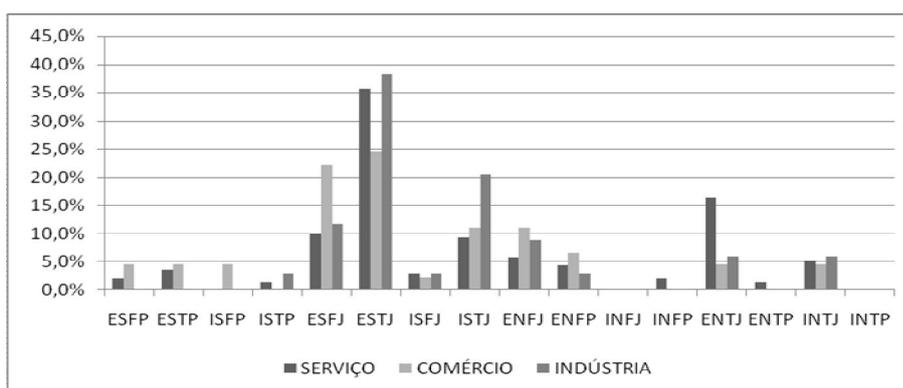


Figura 2. Comparação entre a distribuição de tipos psicológicos (MBTI, versão inspiira 1.0), para os três ramos de atividade analisados.

Para os empresários dedicados ao ramo da indústria os dados revelam que o tipo psicológico predominante é o ESTJ – supervisor (guardião), com porcentagem de 38,2%, semelhante à porcentagem observada para o grupo total de empresários. Em segundo lugar, para os empresários do ramo da indústria foi identificado o tipo ISTJ – inspetor (guardião), com frequência de 20,6%. Observou-se que este tipo psicológico, não apareceu entre os três tipos psicológicos mais identificados para o grupo total de empresários.

A figura 2. também indica que, para os ramos da indústria e de prestação de serviços, existe uma predominância clara de um dos tipos psicológicos, que se destaca dos demais. Já para o ramo de atividade de comércio, existe uma distribuição mais uniforme entre os tipos psicológicos mais frequentemente apresentados.

A análise do tipo psicológico predominante numa área específica de negócios, a área de tecnologia revelou a predominância de dois tipos psicológicos: o ESTJ – supervisor (guardião), e o ENTJ – marechal de campo (racional). Os dois tipos também são categorias

dominantes no grupo total de empresários, no entanto, a distribuição se apresenta diferente, mais diluída entre os tipos mais frequentes, como demonstra a tabela 6.

Tabela 6. Distribuição dos tipos psicológicos e temperamentos, segundo o MBTI, inspiira versão 1.0, em relação ao ramo de tecnologia.

Tipo	Temperamentos					fr(%)
	Artesões	Guardiões	Idealistas	Racionais	fa	
<i>ESFP</i>	0				0	0.0
<i>ESTP</i>	1				1	2.9
<i>ISFP</i>	1				1	2.9
<i>ISTP</i>	1				1	2.9
<i>ESFJ</i>		1			1	2.9
<i>ESTJ</i>		6			6	17.1
<i>ISFJ</i>		1			1	2.9
<i>ISTJ</i>		4			4	11.4
<i>ENFJ</i>			3		3	8.6
<i>ENFP</i>			5		5	14.3
<i>INFJ</i>			0		0	0.0
<i>INFP</i>			1		1	2.9
<i>ENTJ</i>				6	6	17.1
<i>ENTP</i>				1	1	2.9
<i>INTJ</i>				4	4	11.4
<i>INTP</i>				0	0	0.0
Total	3	12	9	11	35	100.0

O estudo revelou como características dos empresários dedicados a esse ramo de atividade: tendência à diplomacia, entusiasmo, e muita energia para desenvolver ideias. Revelam-se também muito leais, agradáveis, amigáveis, prestativos e responsáveis. São expressivos e apresentam capacidade de cooperar com a realização de ações comuns. Um dado importante a comentar é que entre os tipos psicológicos predominantes para os empresários do ramo de tecnologia, destaca-se o ENTJ – marechal de campo (racional). Esse tipo psicológico é considerado raro na população, somente 7% na população mundial, como destacam Calegari e Gemignani (2006), e apresenta como característica uma tendência ao utilitarismo, ou seja, dedicar sua atenção a teorias e invenções que visam à aplicação no mundo empírico. Chama a atenção que, para este grupo de empresários, esse tipo psicológico apareça com uma porcentagem tão expressiva, 17,1%, comparada à porcentagem verificada na população mundial.

Outro dado relevante trata da porcentagem de indivíduos pertencentes ao temperamento racional para este grupo de empresários. Enquanto que entre os empresários dos ramos de serviços, comércio e indústria essa porcentagem nunca ultrapassou 15%, para os empresários dedicados à área de tecnologia ela comparece com 31,7%, quase se igualando à porcentagem de empresários pertencentes ao grupo dos guardiões, 34,3%, categoria predominante entre o grupo total de empresários e entre os empresários analisados separadamente em relação ao ramo de atividade por eles desenvolvido.

Uma possível explicação para este fato pode estar relacionada com as características atribuídas aos indivíduos com esse tipo de temperamento. Segundo Calegari e Gemignani

(2006), os indivíduos com temperamento classificado como racional gostam de trabalhos que envolvam sistemas e se interessam especialmente por invenções e tecnologia. Mostram também um notável desempenho na área de informática, pois têm muita facilidade para executar ações que envolvem lógica e estratégia.

Quanto ao temperamento dos empresários no ramo de tecnologia também é muito relevante a participação dos racionais, com praticamente a mesma porcentagem dos guardiões, pois verifica-se para o temperamento denominado racional uma porcentagem de 31,74%, isto é: 11 em 35 empresários e para o temperamento chamado guardião a porcentagem de 34,3%, ou seja, 12 em 35 dos empresários pesquisados dedicados a essa área.

Os indivíduos que pertencem a essa categoria costumam ser estrategistas natos e, naturalmente, interessam-se por trabalhos que envolvam sistemas e pela área de tecnologia. São também visionários. Por fim, torna-se importante apresentar os dados sobre a concordância identificada entre os empresários investigados em relação às informações que lhes foram encaminhadas por intermédio do relatório sobre o seu tipo psicológico.

Uma observação deve ser feita em relação a esse dado. Verificou-se que, somente 54,5% dos empresários ofereceram esse dado, o que trouxe uma limitação para análise, uma vez que não foi possível contar com os dados de todos os participantes. Dentre aqueles que enviaram o grau de concordância entre o relatório encaminhado sobre o seu tipo psicológico e sua impressão pessoal sobre as características de sua personalidade, obteve-se como média 86,6% de concordância. Dado positivo quanto à assertividade do instrumento utilizado.

4. CONCLUSÕES

A realização da presente pesquisa reforçou a importância de se compreender mais profundamente o fenômeno do empreendedorismo e de seu agente: o empreendedor. Apesar da distância no tempo e da extrema diferença entre os recursos e tecnologias disponíveis nos contextos passado e presente, verificam-se, no cenário atual, condições que remetem aos relatos sobre os primeiros empreendedores: os pioneiros e os desbravadores de territórios desconhecidos e descobridores de novas possibilidades para intervenção no ambiente.

De uma forma simbólica, o levantamento realizado pela presente pesquisa, revelou que o contexto atual para a realização da atividade produtiva, tornou-se extremamente competitivo, ágil, diversificado, o que pode ser interpretado como uma ameaça para alguns, pois a estabilidade não é mais a regra no cenário, ou como um desafio para aqueles indivíduos que, possuidores de características particulares, conseguem enxergar num cenário com essas características, oportunidades para criarem e superarem as suas limitações e as dificuldades com as quais se deparam, ou seja, para atuarem como desbravadores.

Essa constatação reforçou a importância de se identificar as características que transformam alguns indivíduos em pioneiros enquanto outros se paralisam. A revisão bibliográfica também permitiu compreender que essas características, como destacam os estudos realizados na área do Comportamento Organizacional, referem-se, especialmente às características de personalidade dos indivíduos, ou seja, à sua habilidade ou perícia demonstrada nos relacionamentos pessoais que os tornam distintos em relação aos outros e, conseqüentemente, capazes de executar ações criativas e inovadoras, modificando com isso, as contingências presentes nos ambientes nos quais estão inseridos.

Retomando essa perspectiva no sentido de ampliar os conhecimentos sobre o perfil dos empreendedores, particularmente no cenário brasileiro, os dados da presente pesquisa revelaram que:

Os empresários brasileiros são predominantemente do gênero masculino, embora venha se identificando um aumento da presença feminina na realização de atividades empreendedoras.

Isto pode sugerir que, para os indivíduos do gênero masculino, devido a uma série de condições culturais e sociais, ainda parece ser mais fácil assumir o papel de protagonista no mundo dos negócios e arriscar-se em empreendimentos inovadores, sem garantias prévias de sucesso.

Não se identificou, entre os empresários estudados, predominância de uma faixa etária. O levantamento sugeriu uma discreta predominância de empresários na faixa compreendida entre 41 até 50 anos, mas, no geral, entre 30 e 60 anos a porcentagem de empresários mantém-se quase uniforme.

Considerando-se o ramo de atividades, a maioria dos empresários de micro-empresas, pequenas-empresas, médias e grandes empresas, dedicam-se à atividade de prestação de serviços, diferença muito acentuada em relação às atividades de comércio e indústria. Uma explicação para o fato pode ser o montante de capital necessário para a instalação de um comércio ou uma pequena indústria, fato que pode contribuir para que a maioria dos interessados em montarem seus próprios negócios dedique-se ao setor de serviços.

Os dados sobre o tipo psicológico e temperamento dos empresários pesquisados revelaram que tipo psicológico predominante foi: o ESTJ - supervisor (extroversão, sensação, pensamento e julgamento), ou seja, indivíduos que têm como atitude básica a extroversão e que concentram sua orientação pelo objeto e pelo dado objetivo, de modo que suas decisões e ações mais frequentes e principais são condicionadas por uma avaliação subjetiva de circunstâncias objetivas. Também apresentam como funções psíquicas predominantes a sensação, o pensamento e o julgamento. O fato de serem sensitivos aponta uma preferência pelas informações provenientes dos sentidos, pela ação ao invés da reflexão, voltando sua atenção prioritariamente para os fatos e detalhes das situações. A predominância da função pensamento determina a preferência pelo raciocínio lógico para orientar a análise dos fatos e a tomada de decisões, enquanto que a ênfase na função julgamento indica um interesse pelo produto das atividades desempenhadas e pelas situações estruturadas e controladas, o que pressupõe um comportamento disciplinado.

As características que identificam este tipo psicológico são objetividade, eficiência e responsabilidade. São indivíduos práticos, decididos e diretos, que pautam suas ações levando em conta a lógica, a estruturação dos fatos e as contingências das situações. Costumam ser muito sistemáticos, organizados e muito cuidadosos no planejamento de suas ações. Por todas essas características, podem demonstrar-se muito impessoais nos relacionamentos.

Também foi possível identificar que existe predominância de um temperamento para os empresários pesquisados: o temperamento denominado como Guardiã. Os indivíduos classificados com esse temperamento são realistas e sensatos. Apresentam extrema capacidade para tomar decisões com base na lógica e se mostram sistemáticos, objetivos e eficientes na realização de suas ações. Demonstam ainda grande habilidade para organização e muita responsabilidade. Destacam-se por serem lógicos, decididos, eficientes, diretos, práticos, impessoais, estruturados e cuidadosos.

Em relação ao tipo psicológico dos empresários considerados bem sucedidos, de acordo com o critério adotado pela presente pesquisa, foi também possível identificar a predominância de um tipo psicológico. Para os empresários considerados bem sucedidos foram identificados o tipo psicológico ESTJ – supervisor (extroversão, sensação, pensamento e julgamento), e o temperamento denominado como Guardiã. Verificou-se, portanto, a mesma predominância identificada para todos os empresários pesquisados, conseqüentemente, as mesmas características de personalidade identificam esses empresários.

Esses dados corroboram os dados levantados a partir da revisão da literatura, utilizada para subsidiar a presente pesquisa, e que apresentam como características associadas à imagem

do empreendedor a capacidade de tomar a iniciativa nas situações e de fazê-lo com responsabilidade, demonstrando habilidade para planejamento e execução de ideias.

Um fato a se salientar é a concordância de 86,6%, identificada pelos participantes, entre os dados sobre as características de personalidade associadas pelo instrumento utilizado ao seu tipo psicológico, e encaminhadas aos empresários por meio de um relatório, e as características que eles próprios identificam com sua personalidade.

De acordo com o levantamento realizado, os indivíduos com o temperamento denominado guardião, destacam-se não só por serem predominantes na quantidade, mas também por terem melhor desempenho. A identificação do tipo psicológico dos empresários, considerando-se o fato de dedicarem-se a ramos de atividade diferentes, não revelou diferenças em relação ao tipo psicológico e ao temperamento predominantes entre o grupo total de empresários pesquisados.

Entre os empresários dedicados a empresas do ramo de serviços identificou-se como principal tipo psicológico e temperamento o ESTJ – supervisor (guardião), representando 35,7% do total de empresários desse ramo de atividade, dado que também se verificou para o grupo total de empresários, que revelou a porcentagem de 34,1% para o mesmo tipo psicológico e cujas principais características já foram apresentadas.

Para os empresários dedicados ao ramo de comércio, os dados também revelaram a mesma tendência, ou seja, o tipo psicológico ESTJ – supervisor (guardião) foi o principal tipo identificado, representando 24,4% do total de empresários dedicados a este ramo de atividade, dado reproduz os resultados obtidos para a população total de empresários investigados.

Também para o grupo de empresários do ramo da indústria o tipo identificado foi ESTJ – supervisor (guardião), com porcentagem de 38,2%, semelhante à porcentagem observada para o grupo total de empresários.

Em relação à segunda categoria de tipo psicológico identificada para os empresários, considerando-se os diferentes ramos de atividade, existem discretas diferenças, talvez indicando particularidades de cada uma das áreas de atuação.

Um dado importante trata do temperamento predominante para os empresários do ramo de tecnologia, para o qual se destacaram as classificações: racionais e guardiões, com porcentagens de 31,4% e 34,2%, respectivamente.

O tipo psicológico ENTJ – marechal de campo (racional) é considerado raro na população, somente 7% na população mundial, e, como destacam Calegari e Gemignani (2006), revela como características: tendência ao utilitarismo e interesse pela realização de trabalhos que envolvam na área tecnológica, especialmente na de informática. Esse dado se revelou particularmente interessante, pois demonstra uma tendência diferente em relação a tudo o que foi observado para o grupo total de empresários e também se revelou como um possível foco para realização de novas pesquisas, uma vez que a área de desenvolvimento tecnológico, especialmente no que se refere à tecnologia de informação, está em expansão no cenário mundial e, conseqüentemente, no cenário nacional.

Pode-se, portanto, afirmar que existe um temperamento ao qual se pode atribuir um desempenho significativamente diferente. Destacou-se, entre os empresários de sucesso, novamente o temperamento guardião.

A conclusão geral que pode ser apresentada a partir de todo o levantamento realizado por intermédio da presente pesquisa é a de que parece ser possível afirmar que os empresários pesquisados caracterizam-se por serem predominantemente de um tipo psicológico específico, segundo o MBTI, versão inspiira, 1.0. Esse tipo psicológico é o ESTJ – Supervisor, e que o

temperamento predominante, segundo indicação do mesmo instrumento, é o temperamento denominado guardião que apresenta como atitude básica para orientar sua ação a extroversão, e como funções psicológicas básicas: a sensação, o pensamento e a capacidade de julgamento. Isto significa dizer que esses indivíduos são lógicos e sistemáticos, objetivos e eficientes quando planejam as suas ações. Costumam ser diretos, organizados e práticos. Demonstram muita responsabilidade na realização de suas metas e são muito decididos. Para agirem, tendem a estruturar suas ações previamente e também com extremo cuidado. Por todas essas características podem ser interpretados como indivíduos impessoais nos relacionamentos.

6.REFERÊNCIAS

- BROWN, R.** Emotions and behavior. *Journal of Management Education*. v.27, n.1, p. 122-134, 2003.
- CALEGARI, M. L. & GEMIGNANI, O.H.** *Temperamento e carreira: desvendando o enigma do sucesso*. São Paulo: Summus, 2006.
- CRUZ, R.** Os valores motivacionais dos empreendedores de pequenas empresas de software do Rio Grande do Sul. *Anais do XXVIII EnANPAD*, 2004.
- DOLABELA, F.** *Pedagogia empreendedora*. São Paulo: Cultura, 2003.
- DORNELAS, J.C. A.** *Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- GREATTIE, L.** Perfis empreendedores: análise comparativa das trajetórias de sucesso e do fracasso empresarial no município de Maringá. Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Maringá e Universidade Estadual de Londrina (consorciadas), Programa de Pós-graduação em Administração, 2003.
- GRIFFIN, R.W. & MOOREHEAD, G.** *Fundamentos do comportamento organizacional*. São Paulo: Ática, 2006.
- GEM** (*Global Entrepreneurship Monitor*), *Empreendedorismo no Brasil*, Relatório Global, 2009.
- HALL, C.S.; LINDZEY, G. & CAMPBELL, J.B.** *Teorias da personalidade*. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 2000.
- KEIRSEY, D. & BATES, M.** *Please understand me II*. Del Mar: Prometheus Nemesis Book, 1998.
- LEMOS, A.H.C.** Empreendedorismo no Brasil: uma atividade sem “Espírito”? *Anais do XXIX EnANPAD*, 2005.
- NASSIF, V.M. J.; AMARAL, D.J.; CERRETTO, C. & RUBIM, M. T.** Empreendedores são estrategistas? Um estudo exploratório da ação de empreendedores no setor alimentício da cidade de São Paulo. *RGO – Revista Gestão Organizacional*, 2010, v.3, n. 2, p. 182-196.
- PASTRO, I.** *Entrepreneur: habilidade de criar e inovar*. Anais do II EGEPE, Londrina/PR, nov, 2001, 128-141.
- SCHUMPETER, J.** *The theory of economic development*. Harvard University Press, 1949.
- SILVEIRA, E. G. F.** Gestão do conhecimento nas organizações: perfil motivacional e tipos psicológicos junguianos: um estudo de caso em uma organização de saúde. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, 2006.
- TIMMONS, J. A.** *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21^o Century*. New York: Irwin, 1999.
- WOOLDRIDGE, J. M.** *Introdução à econometria: uma abordagem moderna*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.