

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO E NEGÓCIOS
NÍVEL MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO E NEGÓCIOS**

ALESSANDRO VASCONCELOS MACHADO

**A RELAÇÃO ENTRE A ORIENTAÇÃO EMPREENDEDORA INDIVIDUAL E AS
CARACTERÍSTICAS DO PERFIL EMPREENDEDOR, E O SEU IMPACTO NA
INTENÇÃO DE EMPREENDER DOS INDIVÍDUOS**

Porto Alegre

2018

ALESSANDRO VASCONCELOS MACHADO

**A RELAÇÃO ENTRE A ORIENTAÇÃO EMPREENDEDORA INDIVIDUAL E AS
CARACTERÍSTICAS DO PERFIL EMPREENDEDOR, E O SEU IMPACTO NA
INTENÇÃO DE EMPREENDER DOS INDIVÍDUOS**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Gestão e Negócios, pelo Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

Orientador: Prof. Dr. Guilherme Trez

Porto Alegre

2018

M149r

Machado, Alessandro Vasconcelos

A relação entre a orientação empreendedora individual e as características do perfil empreendedor, e o seu impacto na intenção de empreender dos indivíduos / por Alessandro Vasconcelos Machado. – 2018.

83 f. : il. ; 30 cm.

Dissertação (Mestrado) — Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios, Porto Alegre, RS, 2018.

“Orientador: Dr. Guilherme Trez”.

1. Empreendedorismo. 2. Empretec. 3. Perfil empreendedor.
4. Orientação empreendedora individual. I. Título.

CDU: 658.012.4

ALESSANDRO VASCONCELOS MACHADO

**A RELAÇÃO ENTRE A ORIENTAÇÃO EMPREENDEDORA INDIVIDUAL E A
CARACTERÍSTICA DO PERFIL EMPREENDEDOR, E O SEU IMPACTO NA
INTENÇÃO DE EMPREENDER DOS INDIVÍDUOS**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Gestão e Negócios, pelo Programa de Pós-Graduação em Gestão e Negócios da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

Aprovado em

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Guilherme Trez

Profa. Dra. Lívia D'Ávila

Prof. Dr. Marcelo Fonseca

Prof. Dr. Cláudio Farias

Dedico este trabalho em memória do meu pai, **João de Deus Machado**, que me proporcionou os maiores ensinamentos, que esteve ao meu lado e me apoiou muito durante este mestrado, mas que hoje me acompanha ao lado de Deus.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos os empreendedores, que lutam diariamente para transformar este mundo em um lugar melhor para vivermos, em especial, aos 1.042 respondentes desta pesquisa, que dedicaram parte do seu valioso tempo para contribuir com o estudo.

Agradeço aos professores do Mestrado Profissional em Gestão e Negócios pela dedicação, apoio e compartilhamento de conhecimentos.

Agradeço ao Professor Guilherme Trez por todo o ensinamento, disponibilidade e pela orientação de como aplicar o conhecimento adquirido no mundo das organizações.

Agradeço aos Professores participantes da Banca de Qualificação, Livia D'Avila e Marcelo Fonseca, pelos ensinamentos que foram muito importantes para o aprimoramento deste trabalho.

Agradeço a todos os colegas do Mestrado, com quem aprendi muito e tenho orgulho de fazer parte de um grupo tão qualificado, unido e colaborativo.

Agradeço aos Professores Cláudio Farias, Duílio Miles, Cláudia Pinto, Felipe Nodari, Augusto Portugal e Naira Libermann, pelas conversas e ensinamentos sobre empreendedorismo.

Agradeço à Direção do SEBRAE-RS e demais colegas pela compreensão, incentivo e por todo apoio que foi fundamental para a realização deste trabalho.

Agradeço aos colegas integrantes da minha equipe, que sempre supriram minhas ausências na empresa e conduziram os projetos com excelência.

Agradeço, finalmente, à minha família e à Renata, pela grande compreensão, apoio e incentivo que recebi durante todo o período em que estive no mestrado.

RESUMO

O Empretec é uma metodologia para a capacitação ao empreendedorismo, desenvolvida pela ONU nos anos 1980, que se baseia nas pesquisas de McClelland (1972) sobre as características de comportamentos do empreendedor (CCE), com o pressuposto de que as habilidades relacionadas às atitudes empreendedoras podem ser desenvolvidas, formando um Perfil Empreendedor (PE). O conceito de Orientação Empreendedora foi desenvolvido por Miller (1983), com base em pesquisas sobre a correlação do desempenho de empresas orientadas para atuar de maneira empreendedora, explorando características como inovação, capacidade de assumir riscos e agressividade competitiva. Bolton e Lane (2012) avançaram e desenvolveram a Orientação Empreendedora Individual (OEI), que analisa construtos como: receptividade de assumir riscos, inovação e proatividade. Assim, esse trabalho objetiva analisar a relação entre a OEI e as características do Perfil Empreendedor, e seu impacto na intenção de empreender dos indivíduos bem como qual a relação que o Empretec tem para essas características e na intenção de empreender. A pesquisa é quantitativa, exploratória e descritiva, os dados foram coletados por uma *survey*. A amostra é do tipo não probabilística, intencional por conveniência, composta por clientes e interessados nas ações do SEBRAE no estado do Rio Grande do Sul, para a qual foi enviado um questionário auto administrado. O total de respondentes foi de 1.022 pessoas (405 realizaram o treinamento Empretec e 617 não). A análise dos dados foi realizada com tratamento estatístico e uso do software SPSS, sendo que a correlação de Pearson foi empregada para verificar a relação entre a OEI e as características do PE. Os resultados demonstraram que, a comparação entre as duas escalas que medem comportamentos e atitudes e que foram validadas com uma diferença aproximada de quarenta anos, há correlações moderadas entre os seus construtos. Características em destaque foram a receptividade de correr riscos e proatividade dos empreendedores. Mas as dimensões de inovação da escala de OEI não tiveram nenhuma correlação com a CCE. E, por fim, identificou-se que Empretec não apresentou influências no PE e na OEI.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empretec. Perfil Empreendedor. Orientação Empreendedora Individual.

ABSTRACT

Empretec is a methodology for entrepreneurship training, developed by the United Nations in the 1980s, based on McClelland's (1972) about on the characteristics of entrepreneur behavior (CEB), with the assumption that skills related to entrepreneurial attitudes can be developed, and are a part of an Entrepreneurial Profile (EP). The concept of Entrepreneurial Orientation was developed by Miller (1983), based on research about the correlation of the performance of companies oriented to act in an entrepreneurial way, exploring characteristics such as innovation, risk-taking and competitive aggressiveness. Bolton and Lane (2012) have gone further and developed Individual Entrepreneurial Orientation (IEO), which analyzes constructs such as willingness to take risks, innovation and proactivity. Thus, this study aims to analyze the relationship between the IEO and the characteristics of the EP, and its impact on the individuals' intention to undertaking, as well as the relation that Empretec has to these characteristics and the intention to undertaking. The research is quantitative, exploratory and descriptive, and the data were collected by a survey. The sample is non-probabilistic, intentional for convenience, based on clients and stakeholders of SEBRAE in the state of Rio Grande do Sul, for which a self-administered questionnaire was sent. The total number of respondents was 1,022 people (405 performed the Empretec training and 617 did not). Data analyses were statistical using SPSS software, and Pearson's correlation was used to verify the relationship between IEO and EP characteristics. Results showed that the comparison between the two scales that measure behaviors and attitudes and that were validated with a difference of approximately forty years, have presented moderate correlations between their constructs. Characteristics highlighted were the acceptance of risk taking and proactivity of the entrepreneurs. But the innovation dimensions of the IEO scale had no correlation with CEB. Finally, it was identified that the Empretec had no influence on EP and OEI.

Key-words: Entrepreneurship. Empretec. Entrepreneur Profile. Individual Entrepreneurial Orientation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Delineamento da pesquisa.....	39
--	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Definições de empreendedor	26
Quadro 2 – Considerações quanto ao termo empreendedor.	27
Quadro 3 – Características de Comportamentos Empreendedores (CCE).....	30
Quadro 4 – Classificação das CCE	31
Quadro 5 – Dimensões e questões da escala de OEI.....	35

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Gênero dos respondentes	44
Tabela 2 – Grau de instrução dos respondentes.....	455
Tabela 3 – Idade dos respondentes	46
Tabela 4 – Atividade principal dos respondentes	47
Tabela 5 – Quantidade de empresas abertas pelos respondentes	47
Tabela 6 – Fidedignidade dos fatores	49
Tabela 7 – Análise fatorial com todos os itens da OEI	50
Tabela 8 – Análise fatorial com os itens finais.....	51
Tabela 9 – Variância total explicada da OEI	51
Tabela 10 – Correlação entre OEI e as características do PE	53
Tabela 11 – Relação entre a intenção de empreender, OEI e o PE.....	57
Tabela 12 – Relação de significância entre a intenção de empreender, OEI e o PE	58
Tabela 13 – Teste t para a diferença de médias de quem fez e quem não fez o Empretec.....	59
Tabela 14 – Teste t para o número de empresas abertas por quem fez ou não o Empretec.....	60

LISTA DE SIGLAS

ADI	Agência Americana para o Desenvolvimento Internacional
BNDE	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico
CCE	Características de Comportamentos do Empreendedor
CSN	Companhia Siderúrgica Nacional
FGV	Fundação Getúlio Vargas
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
IBQP	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade
MEI	Microempreendedor Individual
MSI	<i>Management Systems International</i>
OE	Orientação Empreendedora
OEI	Orientação Empreendedora Individual
ONU	Organização das Nações Unidas
PE	Perfil Empreendedor
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SOFTEX	Sociedade Brasileira de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UNCTAD	Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (do inglês <i>United Nations Conference on Trade and Development</i>)

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 Problema de Pesquisa	15
1.2 Objetivos	16
1.2.1 Objetivo Geral	16
1.2.2 Objetivos Específicos	16
1.3 Justificativa	16
2 REFERENCIAL TEÓRICO	18
2.1 Empreendedorismo: Origem e Contexto Histórico	18
2.1.1 Empreendedorismo: a Busca de Delimitação de um Campo de Estudos	21
2.2 Empreendedor: Origem e Contexto Histórico	25
2.3 O Perfil Empreendedor	29
2.3.1 Características de Comportamentos Empreendedores.....	30
2.4 Orientação Empreendedora	33
2.4.1 Orientação Empreendedora Individual	34
3 METODOLOGIA DE PESQUISA	37
3.1 Caracterização da Pesquisa	37
3.2 Delineamento da Pesquisa	38
3.3 Definição da População e Amostra	41
4 RESULTADOS: ANÁLISES E DISCUSSÕES	43
4.1 Perfil dos Respondentes da Pesquisa	43
4.1.1 Gênero dos Respondentes.....	43
4.1.2 Grau de Instrução dos Respondentes	44
4.1.3 Idade dos Respondentes.....	45
4.1.4 Atividades Principais dos Respondentes.....	46
4.1.5 Quantidade de Empresas Abertas pelos Respondentes	47
4.2 Análises dos Resultados	48
4.3 Análises da Validade do Instrumento de Pesquisa	49
4.3.1 Análise da Confiabilidade para o PE e a OEI	49
4.3.2 Análise Fatorial Exploratória da OEI	50
4.4 Relação entre OEI e PE	52
4.4.1 Orientação Empreendedora Individual: Receptividade a Riscos	54
4.4.2 Orientação Empreendedora Individual: Proatividade	54

4.4.3 Orientação Empreendedora Individual: Inovação.....	55
4.5 Impacto da OEI e PE na Intenção de Empreender.....	56
4.6 Influência do Empretec com PE e OEI.....	58
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	61
5.1 Contribuições Teóricas.....	63
5.2 Contribuições Gerenciais.....	64
5.3 Limitações e Sugestões para Trabalhos Futuros.....	65
REFERÊNCIAS.....	66
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA.....	71
ANEXO A – QUESTIONÁRIO E CÁLCULO DO PE.....	82

1 INTRODUÇÃO

Diferentes estudiosos entendem o empreendedorismo como uma prática que se destaca pela inovação e pela capacidade em assumir riscos, embora existam divergências conceituais. David McClelland (1976), por exemplo, entendia que o empreendedorismo tinha como base a necessidade de realização do indivíduo, ou seja, seu desejo de fazer algo melhor. Já, Gartner (1988) defende que o empreendedorismo está relacionado à criação de empresas, ou seja, ao que o indivíduo faz.

A origem do termo empreendedorismo não é precisa, contudo, essa prática pode ser constatada desde os primórdios da humanidade. Menciona-se, por exemplo, a tentativa de rota comercial para o Oriente (entre 1.271 e 1.295) de Marco Polo como uma das primeiras iniciativas empreendedoras reconhecidas pela história (DORNELLAS, 2011).

A partir da década de 1990, principalmente devido ao intenso avanço tecnológico que compeliu a sociedade à necessidade de passar por transformações, o empreendedorismo passou a ser tema de discussões dentro do âmbito de políticas públicas e de estudos em instituições de ensino médio e superior (BUENO; LEITE; PILATTI, 2004).

Atualmente, em consequência das mudanças tecnológicas que tornaram o mercado globalizado e, portanto, mais competitivo e seletivo, as organizações depararam-se com o imperativo de revisarem sua atuação no mundo dos negócios, de maneira a se desenvolver da melhor forma possível e com a necessidade de se adaptarem às mudanças. Nesse contexto, o empreendedorismo se reveste de importância tornando-se um diferencial, uma vez que se passou a exigir gestores realizadores, mais criativos e responsáveis pelo seu desempenho (BUENO; LEITE; PILATTI, 2004).

Importante mencionar que não há uma “receita mágica” para incentivar o empreendedorismo, contudo, há formas para que tal comportamento seja incentivado.

Em uma sociedade, onde atitudes e comportamento empreendedor estão sendo privilegiados, como transformar esses gestores em empreendedores? Não existe uma receita mágica para essa transformação, mesmo porque

estamos tratando de seres humanos e, portanto, complexos. Mas existem valores que impulsionam para os resultados e para a realização de objetivos (BUENO; LEITE; PILATTI, 2004, p. 4751).

McClelland (1972) realizou uma pesquisa em 34 países, identificando as características de comportamentos do empreendedor (CCE), comuns às pessoas que alcançaram algum sucesso. Para ele, o desempenho empresarial não consiste apenas no desenvolvimento de habilidades específicas, mas em comportamentos empreendedores. Com o auxílio da *US Agency for International Development*, esse autor desenvolveu um trabalho definindo as dez características de comportamentos empreendedores encontrados nos empresários de sucesso e que, posteriormente, foram testadas em um programa piloto na Argentina.

Baseados nisso, a *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD), através do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), promoveram a disseminação da metodologia denominada Empretec (Empreendedores e Tecnologia), que atualmente, é aplicada em 39 países.

Em outra vertente teórica, Miller (1983) pesquisou a correlação do desempenho de empresas orientadas para atuar de maneira empreendedora e desenvolveu o conceito de orientação empreendedora (OE). Alguns estudiosos acreditam que a orientação empreendedora pode ser usada para medir e ajustar a competitividade de uma empresa com seu ambiente externo de forma a melhorar seus níveis de desempenho de tarefas (ROSENBUSCH; RAUCH; BAUSCH, 2013), assim como ajudar a desenvolver estratégias para influenciar o seu desempenho por meio de características como inovação, capacidade de assumir riscos e agressividade competitiva.

Vogelsang (2015) verificou que a maioria dos estudos se concentrava na orientação empreendedora em maior escala, mas não em nível individual. Para essa autora, a medição da orientação empreendedora individual (OEI) pode ajudar indivíduos, investidores, entidades de fomento, escolas e empresas a entender a orientação pessoal de um estudante ou funcionário em relação à disposição de assumir riscos, entre outras características que poderiam beneficiar uma empresa ou orientar alguém na abertura de seu próprio negócio.

Diante disso, a presente pesquisa entende que não há uma fórmula única ou fórmulas precisas e definitivas para se alcançar e/ou identificar comportamentos empreendedores.

No entanto, buscou-se adentrar no campo do empreendedorismo e investigar a relação da Orientação Empreendedora Individual com as características do Perfil Empreendedor, considerando, também, que até o momento, não foi realizada nenhuma pesquisa que relacione essas duas escalas.

1.1 Problema de Pesquisa

Segundo pesquisa realizada pelo SEBRAE, que mede as taxas de mortalidade e sobrevivência das empresas no Brasil, divulgada em 2016, 23,4% dos negócios fecham nos dois primeiros anos de atividade. Em 2008, essa taxa era de 45,8% (SEBRAE, 2016). Portanto, a taxa de mortalidade das empresas com até dois anos caiu de 45,8% para 23,4%, em oito anos. Essa mesma pesquisa mostra que nas empresas sobreviventes havia uma maior proporção de 69% de empresários que investiam na sua própria capacitação para melhorar a gestão da empresa (SEBRAE, 2016). Isso mostra que, apesar do ambiente para empreender no Brasil não ser o mais adequado, os empresários estão investindo mais na melhoria da gestão.

No entanto, para McClelland (1971), o sucesso de uma empresa não está alicerçado apenas no desenvolvimento de conhecimentos como produção, marketing e finanças, nem somente nos apoios fiscais e creditícios, mas também nos comportamentos empreendedores, através do aperfeiçoamento dessas características. Nesse sentido, este estudo busca aprofundar essa relação entre a capacitação, o perfil, a orientação e o resultado que isso possa gerar para o empreendedor.

Busca-se, também, compreender se há relação entre a característica comportamental e a orientação empreendedora para empreender. Bolton e Lane (2012) criaram uma forma de medir a dimensão que representa a propensão do indivíduo para empreender. Com essa escala é possível analisar que características ou comportamentos podem fazer parte de um perfil empreendedor.

Por fim, destaca-se que não foram localizados estudos que relacionam as duas mensurações e acredita-se que o estudo em conjunto possa contribuir para a validação de ambas. Portanto, esta pesquisa busca responder a seguinte questão:

Qual a relação entre a orientação empreendedora individual (OEI) e as características do perfil empreendedor (PE), e qual seu impacto na intenção de empreender dos indivíduos?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar a relação entre a Orientação Empreendedora Individual e as características do Perfil Empreendedor, e seu impacto na intenção de empreender dos indivíduos.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Analisar a relação entre OEI e as características do perfil empreendedor;
- b) Analisar o impacto da OEI e do perfil empreendedor na intenção de empreender;
- c) Analisar a influência do Empretec nas características do perfil empreendedor, na OEI e na intenção de empreender.

1.3 Justificativa

O tema empreendedorismo é muito pesquisado em todo mundo, despertando grande interesse nas pessoas pela sua relevância atual na sociedade. Esse trabalho traz a possibilidade de aprofundar o entendimento sobre as características de comportamentos empreendedores que são desenvolvidos ao longo da vida de um indivíduo. É importante analisar como uma metodologia desenvolvida pela ONU que culminou no desenvolvimento do Empretec, há mais de trinta anos, ainda consegue contribuir efetivamente com empreendedores de todo o mundo. No momento atual, o tema empreendedorismo torna-se cada vez mais relevante, em razão da velocidade

da tecnologia e inovação e da diversidade de soluções que surgem todo o dia, buscando respostas para os problemas atuais.

Outro fator importante para a realização desta pesquisa trata-se de que o montante investido na formação desses empreendedores é alto, e convém verificar se esta metodologia tem disseminado a cultura empreendedora. O SEBRAE, por exemplo, já investiu aproximadamente R\$ 440 milhões no Empretec, nos últimos vinte e cinco anos de aplicação do mesmo no Brasil.

Além disso, é importante propor o desenvolvimento de novas metodologias que contemplem, não só o diagnóstico de um perfil empreendedor, mas sim o caminho indicado para o desenvolvimento ou aperfeiçoamento de comportamentos empreendedores.

Justifica-se o trabalho, também, na sua contribuição que poderá ser gerada para a sociedade, em razão da necessidade do avanço da criação de um ambiente mais favorável para o empreendedorismo no Rio Grande do Sul. Nesse sentido, as entidades de apoio e fomento aos pequenos negócios precisam avançar mais nos estudos sobre os novos empreendedores, seus comportamentos e conhecimentos, pois o empreendedorismo por necessidade tem aumentado mais do que aquele por oportunidade, nos últimos anos. Em 2013 a taxa de empreendedores iniciais por necessidade era de 29% e, em 2016, subiu para 42% (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2017a).

Em suma, o desenvolvimento de uma região é possível através da geração de novas oportunidades para que os indivíduos possam produzir mais riquezas e, para isso, é de fundamental importância que se tenham ferramentas e metodologias que possibilitem a melhoria no desempenho dos empreendedores, através da exploração das suas características, comportamentos e orientação.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo: Origem e Contexto Histórico

As pesquisas sobre empreendedorismo não são tão recentes e se fortalecem, principalmente, após a década de 1970. Conforme será demonstrado, desde a sua origem, o empreendedorismo não teve claramente uma área específica para situá-lo enquanto campo teórico e acadêmico de análise. Atualmente, tal falta de consenso permanece entre os pesquisadores (CARLSSON et al, 2013).

Os primeiros registros da utilização do termo empreendedorismo são da época feudal, mais precisamente na França no século XII, onde o modelo de produção não propiciava bases ou condições para seu desenvolvimento e, de certa forma, para a inovação de modo geral. Contudo, no século XVIII, com a decadência do sistema feudal e a ascensão do mercantilismo, o empreendedorismo encontra bases para se desenvolver, pois passa a estar em um contexto onde as cidades europeias tornam-se terrenos férteis para a classe mercante (CARLSSON et al., 2013).

Cantillon, considerado o pioneiro em trazer uma definição clara e ampla das atribuições do empreendedorismo, contribui com seu ensaio "*Essai sur la Nature du Commerce en Général*" (publicado postumamente em 1755) por conceituar a função empreendedora e por discutir os princípios da economia de mercado. Ou seja, as primeiras publicações teóricas referentes ao empreendedorismo têm seu viés direcionado ao desenvolvimento econômico e, conseqüente, o empreendedor passa a ser o agente responsável por tal (LANDSTRÖM; HARIRCHI; ÅSTRÖM, 2012).

Jean-Baptiste Say, considerado por muitos autores da área como o pai do empreendedorismo, é responsável por dar continuidade às discussões iniciadas por Cantillon e por associar os empreendedores à inovação e à mudança. Para ele, o empreendedorismo gerava a criação de novos empreendimentos que, por sua vez, geravam o desenvolvimento econômico. O presente autor destaca-se, também, ao buscar edificar na França um corpo teórico com o intuito de dar base teórica para a chegada da Revolução Industrial no país (LANDSTRÖM; HARIRCHI; ÅSTRÖM, 2012).

No início do século XX, o economista Schumpeter destaca-se como o autor que introduz, de fato, o campo do empreendedorismo. De acordo com sua teoria, a

inovação é responsável pela instabilidade (desequilíbrio no mercado) e esta, repercute no crescimento econômico. Logo, não é a acumulação do capital que propicia o desenvolvimento, mas as mudanças e transformações geradas pelas inovações. O empreendedor, por sua vez, passa a ser o indivíduo que rompe o equilíbrio (FILION, 1999).

De acordo com a concepção de instabilidade defendida por Schumpeter, adentra-se em um conceito central de sua teoria, a chamada “destruição criativa”, que é vista como um meio para o desenvolvimento econômico pela criação de novas oportunidades. Tal conceito é apresentado em 1912 por meio da obra “*Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung*”. De acordo com Carlsson et al (2013, p. 917) “A destruição criativa é central na obra do autor, que a considera o fato essencial sobre o capitalismo. Nesse cenário, o empreendedor é o agente de mudança econômica por excelência”.

Nesse contexto, importante destacar a Escola Austríaca que, embora posicionada no interior da teoria econômica, contribui nas discussões a partir de análises do empreendedorismo e da atividade empreendedora na microeconomia. Contribui, principalmente, ao considerar o papel relevante que o conhecimento e a descoberta oriunda do ato de empreender têm ao impulsionar o desenvolvimento do mercado (KIRZNER, 1997). Já Knight (1916), em sua obra “*Risk, Uncertainty and Profit*” traz a relação do empreendedorismo com as incertezas. Para o autor, a capacidade empreendedora reside na habilidade do indivíduo ao lidar com as diversas incertezas que possam se apresentar (KNIGHT, 1916 apud LANDSTRÖM; HARIRCHI; ÅSTRÖM, 2012).

Em consequência da chegada da Segunda Guerra Mundial, as pesquisas sobre empreendedorismo sofreram mudanças. Contudo, embora a temática na época não tenha sido o objeto central da teoria econômica, ela não se estagnou. Um exemplo que os autores fazem uso para ratificar tal proposição é a criação, em 1947, do primeiro curso de empreendedorismo na *Harvard Business School* nos Estados Unidos da América (CARLSSON et al, 2013).

De acordo com a definição estrita de empreendedorismo, ele é sobre a identificação de oportunidades, desenvolvimento de negócios, auto emprego, criação e crescimento de empresas, ou seja, se tornar um *entrepreneur*. De acordo com a definição ampla de empreendedorismo, ele é sobre desenvolvimento pessoal, criatividade, autoconfiança, espírito de iniciativa,

orientação de ação, ou seja, tornar-se *empreeneurial*. (LACKÉUS, 2015, p. 9).

No que diz respeito ao empreendedorismo no Brasil, o marco inicial remete a chegada dos portugueses. Mais adiante, destaca-se Irineu Evangelista de Sousa, o Barão de Mauá, como um dos primeiros grandes empreendedores do país (PAIM, 2001).

No início na década de 1920 se desenvolveram mais de 4.000 indústrias nacionais. No ano de 1936, no governo do então presidente Getúlio Vargas, o incentivo ao empreendedorismo e a iniciativa privada são fortalecidos por meio da constituição da primeira estatal no Brasil, a Companhia Siderúrgica Nacional (CSN), pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE) e pela Petrobrás.

Um segundo momento marcante para o empreendedorismo no Brasil está relacionado à implantação da indústria automobilística no ABC paulista e o desenvolvimento da indústria naval no governo de Juscelino Kubitschek (1956-1960). Em 1972, por sua vez, foi criado o CEBRAE (Centro Brasileiro de Apoio à Pequena e Média Empresa) que, em outubro de 1990, passou a ser chamado de Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (PAIM, 2001).

Enfim, pelo demonstrado, percebe-se que os estudos com foco para o empreendedorismo, inicialmente, estavam inseridos na área econômica, entretanto, é importante mencionar que não tiveram papel central dentro do pensamento econômico. O empreendedorismo passa a ser tratado como um fenômeno empírico e ganha espaço na área da história econômica só a partir da década de 1940. Um fato marcante na época foi a iniciativa Arthur Cole, na Universidade de *Harvard*, com a criação do Centro de Pesquisa em História Empreendedora “*Research Center in Entrepreneurial History*” (LANDSTRÖM; HARIRCHI; ÅSTRÖM, 2012).

Não obstante, o empreendedorismo não se fortaleceu e/ou perpetuou-se na área da histórica econômica e, alguma década depois praticamente deixa de ser um objeto de estudo na área. Por outro lado, nessa mesma época, diferentes áreas passam a se interessar pelo tema, com destaque especial para a psicologia e a sociologia que, por sua vez, adentram em análises do empreendedorismo relacionado às características dos indivíduos (LANDSTRÖM; HARIRCHI; ÅSTRÖM, 2012).

Nas décadas de 1970 o campo de estudos sobre empreendedorismo desenvolve-se, mas é só a partir da década de 1980 que ele, efetivamente, torna-se uma área de estudos investigada por diferentes abordagens acadêmicas (CARLSSON

et al, 2013). Contudo, conforme já mencionado, esse tema tem sido objeto de pesquisas em diferentes áreas e há um “dilema” no que se refere à qual disciplina específica ele deve ser enquadrado. De acordo com Arruda; Burchart e Dutra (2016, p. 32):

Diante da pluralidade de abordagens e disciplinas que compõem o campo de estudos sobre empreendedorismo, é compreensível que tanto o conceito de empreendedorismo quanto o conceito de empreendedor sejam diversificados, de modo que cada perspectiva enfatiza diferentes aspectos. Tais conceitos se modificaram ao longo do tempo, e ainda são objeto de debate.

Portanto, é fato que não há um consenso sobre qual campo de análise o empreendedorismo faz parte. Também não há um consenso a respeito do grau de institucionalização atual ou quanto à forma como essa institucionalização deve ser perseguida (FILION, 1999). O item a seguir aprofunda-se nessa discussão.

2.1.1 Empreendedorismo: a Busca de Delimitação de um Campo de Estudos

Embora as divergências conceituais quanto ao enquadramento do empreendedorismo sob diferentes abordagens seja percebido como positivo por alguns autores, tais como Sorenson e Stuart (2008), a presente questão deve ser analisada com mais atenção, pois essa “luta” da academia pode restringir o desenvolvimento da compreensão de muitos fenômenos importantes e repercutir negativamente na falta de estrutura conceitual no campo, que, por sua vez, terá como consequência a escassez de bases teóricas de alicerce para as pesquisas na área (SHANE; VENKATARAMAN, 2000).

Para Landström; Harirchi; Åström (2012) há duas hipóteses que podem explicar o fato de o empreendedorismo não ter conseguido se institucionalizar no interior das disciplinas já existentes. Segundo os autores, essa temática não atraiu significativamente os pesquisadores na década de 1970 por ser um tema que, naquele momento, não era atrativo à sociedade de uma forma geral e pelas mudanças dentro das próprias disciplinas *mainstream*, como a economia, que ao se direcionarem para a matemática não mais objetivaram o tema.

Aldrich (2012) contribui nessa discussão ao entender que o “enquadramento teórico” do tema perpassa por influências externas e por um contexto mais amplo, uma vez que não depende, unicamente, da ação coletiva dos pesquisadores, mas também de condições favoráveis do ambiente. Na busca por uma elaboração mais sistemática do conhecimento sobre o tema, o autor dividiu em 3 fases as diferentes formas de se perceber o campo de estudos sobre empreendedorismo:

- a) Primeira fase - *Take-off* (1980): deteve-se a investigação dos traços e a personalidade dos indivíduos tidos como empreendedores. Por tal, aproximou-se das abordagens da psicologia. Nessa fase, as pesquisas dependiam basicamente de iniciativas individuais:
- b) Segunda fase - Crescimento (1990): momento no qual há uma busca por legitimidade e autonomia acadêmica diante de outros campos. Essa busca ocorreu oscilando entre os campos;
- c) Terceira fase - Maturidade (2000): conforme o nome sugere, foi a fase onde há um esforço de amadurecimento, contudo, surgem diversas tendências e tensionamentos que repercutem na criação de subgrupos de análise. Nesse contexto, conceitos das disciplinas *mainstream* (disciplinas estabelecidas e institucionalizadas anteriormente) são adaptados para a análise do empreendedorismo, assim como surgem conceitos próprios da temática.

Autores como Aldrich (2012) percebem o campo do empreendedorismo como bem delimitado e “maduro”. Contudo, as tentativas de conceituação tanto do empreendedor quanto do empreendedorismo, são fortalecidas, principalmente, na década de 1980 são ainda perseguidas nos dias de hoje. Sendo um campo predominantemente marcado por divergências de interpretação, algumas vão se destacar, servindo como referências para outros autores. As abordagens mais recentes convergem, no entanto, ao buscar compreender os diferentes fatores influenciam a atividade empreendedora assim como identificar os determinantes do comportamento empreendedor (ARRUDA; BURCHART; DUTRA, 2016).

Ou seja, o empreendedorismo, enquanto campo de estudo, relaciona-se com diferentes áreas, tais como a psicologia, a sociologia, a economia, a geografia e a estratégia. É, por isso, um campo fragmentado e, ao mesmo tempo, complexo para análises. Inicialmente, ele surgiu na área da economia e, em um segundo momento, posiciona-se mais para a estatística.

As disciplinas tais como a sociologia, a antropologia e a geografia, partem da investigação do empreendedor do ponto de vista do ambiente em que ele está inserido. Contudo, o empreendedorismo não encontra significativo espaço nessas áreas. Nesse momento, a psicologia investiga as características e os traços de personalidade dos indivíduos e adentra no campo de forma mais proeminente que a economia, por exemplo. Na década de 1980, por sua vez, há um declínio na área. Nas áreas de gestão, negócios e estratégia, por sua vez, a relevância dos estudos sobre o empreendedorismo torna-se mais saliente, quando serve como base para a criação de ferramentas para a gestão. Aqui, a atividade empreendedora busca ser fortalecida (ARRUDA; BURCHART; DUTRA, 2016).

Enfim, conforme demonstrado, o campo do empreendedorismo enfrentou e ainda enfrenta um momento de definição. Nesse contexto, se desperta grande interesse por parte dos pesquisadores em debatê-lo e refletir sobre suas especificidades. Assim, grandes correntes debruçam-se sobre o tema e buscam compreender, principalmente, quem é o empreendedor, como ele age e toma decisões. Para essa análise, se optará pela divisão em três grandes correntes: Corrente Econômica; Corrente Comportamental e Corrente da Praticagem. (ARRUDA; BURCHART; DUTRA, 2016).

Para a Corrente Econômica o empreendedor é o indivíduo que percebe falhas no mercado e tem o potencial para mobilizar recursos e transformá-los em oportunidades. (CARLSSON et al, 2013). Schumpeter influenciou outros pesquisadores com suas obras: “A Teoria do Desenvolvimento Econômico” (1984) e “Capitalismo, Socialismo e Democracia” (1982). Para Kirzner (1997) o empreendedor é o indivíduo que está atento às imperfeições do mercado, encontrando-se apto para investir os recursos de uma forma mais eficaz, a partir das informações levantadas por ele (LANDSTRÖM; HARIRCHI; ÅSTRÖM, 2012).

A Corrente Comportamentalista surge por volta de 1960, com reflexões na área da psicologia, sociologia e antropologia. David McClelland (1976) se consolidou como o principal autor dessa corrente. Para ele, o empreendedor é o indivíduo que tem grande necessidade de realização pessoal nos negócios e, desta forma, tem oportunidade de assumir riscos e ter sucesso, em razão dos seus comportamentos. Em suas pesquisas iniciais, constatou padrões semelhantes nos empreendedores, tais como: autoconfiança, preferência pela realização de tarefas desafiadoras, busca por um sentido de realização, responsabilidade pessoal pelos resultados, persistência

e capacidade de planejamento. Gartner (1988) opõe-se a corrente comportamentalista por não mais analisar o empreendedorismo sob a ótica da personalidade do empreendedor e propõe que o empreendedor seja analisado a partir do papel desempenhado por ele nas organizações.

A Corrente da Praticagem é uma abordagem mais atual, baseada na ação realizada pelo empreendedor. É voltada para a investigação do modo de fazer (*modus operandi*) e das ações do empreendedor. Relaciona-se “ao fazer acontecer através da aplicação de combinações dos recursos disponíveis a novos problemas e oportunidades” (BAKER; NELSON, 2005, p. 333). A forma de se tomar uma decisão no processo empreendedor, ou seja, o modo de fazer é tido como um processo criativo que não objetiva prever o futuro, mas sim, controlar os aspectos desse futuro imprevisível, com destaque para os trabalhos de Sarasvathy (2001) e Baker e Nelson (2005). Aqui, três elementos são tidos como fundamentais. A saber:

- a) Recursos disponíveis (para o empreendedor agir a partir do que tem a seu dispor, tais como materiais e contatos sociais);
- b) Recombinação (necessária para o empreendedor adaptar recursos existentes com o intuito de solucionar problemas e atribuir significados às coisas);
- c) Fazer acontecer (o empreendedor se compromete na busca de uma solução sem intimidar-se com as limitações percebidas).

As informações acima demonstram que, embora divergentes, as três correntes possuem um ponto em comum: a busca da identificação e aprofundamento na análise de quem é o indivíduo empreendedor e, por conseguinte, do empreendedorismo. Conforme já mencionado, não há um campo ou uma abordagem teórica tida como certa (ou “a melhor”) para a análise e estudos dessa temática. Contudo, tal fato pode ser positivo quando se considera as diversas contribuições que diferentes campos e disciplinas podem agregar às pesquisas na área. De acordo com Arruda; Burchart e Dutra (2016, p. 52):

[...] desenvolvimentos recentes apontam para o futuro da pesquisa em empreendedorismo, concedendo-nos pistas a respeito das prováveis direções a serem tomadas pelos pesquisadores desse campo. É interessante observar, ainda, que a investigação do processo empreendedor em um contexto escasso pode auxiliar a compreensão e a busca por soluções para problemas enfrentados no Brasil, de modo a superar obstáculos e potencializar a esfera empreendedora nacional.

2.2 Empreendedor: Origem e Contexto Histórico

Existem diferentes interpretações para a definição de empreendedor. Para Drucker (1987) o empreendedor é aquele que sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade. Filion (1991), por sua vez, caracteriza o empreendedor como um indivíduo criativo que busca o alcance de metas objetivamente. Ainda, caracteriza como aquele com a capacidade apurada de percepção do ambiente para detectar oportunidades.

O mesmo autor contribui, também, ao perceber que, dependendo do campo, o empreendedor pode ser percebido diferentemente. Por exemplo, para a economia o termo é associado a um agente responsável pela inovação. Já a sociologia e a psicologia relacionam o termo ao comportamento humano e, por isso, concentram-se em aspectos criativos e intuitivos dos indivíduos (FILION, 1999).

Lima (2001) pontua quanto à importância do empreendedor na discussão sobre os problemas dos pequenos negócios que, muitas vezes, não são considerados nas teorias econômicas com a devida atenção. Alerta, ainda, para a distinção conceitual entre empresário e empreendedor, lembrando que nem todo o empresário é um empreendedor.

Já para Longen (1997), indivíduos empreendedores trazem a inovação e, por isso, são pré-requisitos para o surgimento de novos empreendimentos. Por meio de sua atuação, eles propiciam o desenvolvimento tanto econômico quanto social. Gartner (1998) vincula o empreendedor como um pioneiro, aquele que inicia algo onde não havia nenhum similar. Logo, a atividade criativa, a capacidade de aproveitar oportunidades e de desenvolver nichos, tornam-se características fundamentais do empreendedor.

A palavra “Empreendedor”, originalmente, relacionava-se com a propensão a assumir riscos e ser pioneiro. O economista francês Jean Baptist Say utilizou o termo pela primeira vez com o propósito de diferenciar aquele que possuía a habilidade de transferir recursos econômicos de um setor com baixa produtividade para um setor com produtividade considerada e, conseqüentemente, com maiores rendimentos (DRUCKER, 1987).

Nesse sentido, Schumpeter (1984), relaciona o papel do empreendedor com impactos sobre a economia. Para o autor, ao empreendedor cabe a atribuição de

transformar uma ideia nova em uma inovação bem-sucedida, ou seja, relaciona-se ao empreendedor a possibilidade de modificar a economia por meio de novos produtos ou serviços.

Embora com diferentes abordagens, grande parte dos autores converge ao entender o indivíduo empreendedor como aquele com a tarefa de gestar um negócio de maneira positiva e ter papel decisivo no atual contexto econômico. Por consequência, o empreendedor torna-se a pessoa que busca o aprender, o autoconhecimento, a inovação, a criatividade, a atualização em relação ao meio em que atua, enfim, adquire características que o diferenciam (BUENO; LEITE; PILATTI, 2004). De acordo com Carvalho (1996, p. 79-82),

[...] os empreendedores são indivíduos que têm a capacidade de criar algo novo, assumindo responsabilidades em função de um sonho, o de obter sucesso em seu negócio, estas pessoas são ousadas, aprendem com os erros e encaram seu negócio como um desafio a ser superado; têm facilidade para resolverem problemas que podem influenciar em seu empreendimento, e mais, identificam oportunidades que possibilitam melhores resultados; são pessoas incansáveis na procura de informações interessadas em melhorias para o seu setor ou ramo de atividade, elevando ao máximo sua gestão.

O termo empreendedor origina-se do francês e significa “aquele que está entre” ou “estar entre” (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009). O quadro a seguir apresenta a definição de empreendedor baseada em diferentes autores e contextos históricos.

Quadro 1 – Definições de empreendedor

Autor/Época	Definição
Século XVII	Pessoa que assumia riscos de lucro (ou prejuízo) em um contrato de valor fixo com o governo.
Richard Cantillon (1725)	A pessoa que assume riscos é diferente da que fornece capital.
Jean Baptiste Say (1803)	Lucros do empreendedor separado dos lucros de capital.
Francis Walker (1876)	Distingue entre os que forneciam fundos e recebiam juros, e aqueles que obtinham lucro com habilidades administrativas.

Joseph Schumpeter (1934)	O empreendedor é um inovador e desenvolve tecnologia que ainda não foi testada.
David McClelland (1961)	O empreendedor é alguém dinâmico que corre riscos moderados.
Peter Drucker (1964)	O empreendedor maximiza oportunidades.
Albert Shapero (1975)	O empreendedor toma iniciativa, organiza alguns mecanismos sociais, econômicos e aceita riscos de fracasso.
Karl Vésper (1980)	O papel do empreendedor pode ser delineado de diversas formas e tende a apresentar-se diferente sob diversas perspectivas.
Gofford Pinchot (1983)	O intraempreendedor é um indivíduo que atua dentro de uma organização já estabelecida.
Robert Hisrich (1985)	O empreendedorismo é um processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e os esforços necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.

Fonte: adaptado de Hisrich; Peters; Shepherd (2009).

O quadro dois, a seguir, apresenta outras características para o empreendedor, com base em ampla pesquisa bibliográfica sobre empreendedorismo e educação empreendedora realizada por Arruda, Burchart e Dutra (2016).

Quadro 2 – Considerações quanto ao termo empreendedor.

Autor/Época	Considerações
Gartner (1988)	O Empreendedor não se relaciona a uma característica do indivíduo, ou seja, ao o que ele é, mas sim, as suas atitudes, “o que ele faz”.
Kirzner (1997)	Relevância do papel do empreendedor para o equilíbrio do mercado, uma vez que ele é o agente responsável pela descoberta de oportunidades.
Shane & Venkataraman (2000)	Vincula o empreendedor com a descoberta e com a exploração de possibilidades e oportunidades lucrativas.

Saravasthy (2001)	Empreendedores fazem escolhas e se comportam de uma maneira singular, denominada lógica de <i>effectuation</i> , em um ambiente de elevada incerteza.
Baker & Nelson (2005)	Teoria da bricolagem: o empreendedor atua em um ambiente com recursos escassos.
Audretsch & Belitski (2013)	Novos conhecimentos possibilitam aos empreendedores sua comercialização (Teoria do conhecimento excedente)

Fonte: elaborado pelo autor com base em Arruda; Burchart; Dutra (2016).

A partir da análise dos quadros um e dois pode-se chegar a algumas constatações: o empreendedor, desde o século XVII até o atual contexto, relaciona-se com o indivíduo que possui propensão ao risco (assume racionalmente riscos e desafios), e como alguém com a possibilidade de fazer o diferencial. Ainda, há uma estreita relação do empreendedor com questões econômicas (influência do empreender para a economia), com a possibilidade de criação, inovação e, conseqüentemente, maximização de recursos.

Importante pontuar que Schumpeter (1982), de acordo com a Teoria do Desenvolvimento Econômico percebe o empreendedor como o agente capaz de introduzir transformações para o sistema econômico. Já quanto a McClelland (1976), o “ser empreendedor” relaciona-se diretamente com as características psicológicas do indivíduo e sua necessidade de realização. Portanto, embora com alguns pontos de divergência, o empreendedor sempre é entendido como um indivíduo de suma relevância para a sociedade como um todo.

Pode-se perceber, portanto, que o conceito do empreendedor evoluiu em alguns aspectos, principalmente, da sua habilidade para correr riscos, para aquele que consegue realizar mais com seus conhecimentos adquiridos e, também, como ele produz em um ambiente muitas vezes desfavorável para empreender. Essas definições mostram que o empreendedor, atualmente, precisa ser criativo, apresentar soluções para os problemas identificados, utilizar recursos escassos e assumir riscos em um ambiente, muitas vezes hostil.

De acordo com Rê (2000), as contribuições dos empreendedores são fundamentais para o desenvolvimento de países e regiões, e, num contexto de recessão econômica global, tal importância foi acentuada, uma vez que eles têm papel mobilizador nas bases de recursos, para inovar tecnologicamente e, conseqüentemente, tornarem-se geradores de riqueza e emprego.

2.3 O Perfil Empreendedor

McClelland (1972) relacionou o conceito de empreendedor à necessidade de reconhecimento, sucesso, poder e controle. Para o autor, as pessoas com grande necessidade de realização, procuram mudanças em suas vidas, planejam suas ações e tornam-se altamente competitivas. E, na busca dessa realização, desenvolvem comportamentos que as levam ao sucesso. Segundo sua teoria, uma pessoa empreendedora é aquela que utiliza com frequência e intensidade, as características comportamentais empreendedoras, que são: iniciativa na busca de oportunidades, capacidade de correr riscos calculados, persistência, comprometimento, estabelecimento de metas, capacidade para buscar as informações, persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança, exigência na qualidade e eficiência.

McClelland (1972) ao buscar investigar as grandes civilizações, percebe que determinadas características de certos indivíduos os tornam heróis e que, conseqüentemente, servem de modelos para o resto da sociedade. Assim, constata que os “heróis” que superam os obstáculos e servem de modelo social são, de certa forma, os empreendedores. De acordo com Arruda; Burchart; Dutra (2016, p. 29).

[...] com a polarização política do mundo, McClelland resolve investigar a existência das grandes civilizações. Dentre os elementos encontrados, ateu-se a um deles: a presença de heróis na literatura, que servem de modelos de comportamento. Para ele, uma sociedade que percebe o herói como alguém que supera os obstáculos desenvolve uma grande necessidade de realização. Essa necessidade é associada aos empreendedores [...]. Sendo assim, o empreendedor, nessa visão, é também um herói.

A teoria de McClelland (1972) é tida como base para estudos na área do empreendedorismo até meados de 1980, quando uma nova abordagem trazida por Gartner (1989) opõe-se a relevância dos traços de personalidade enfatizados por McClelland (1972). Para Gartner (1989), os estudos direcionados aos empreendedores devem se ater a atuação destes indivíduos no processo de criação de novas organizações. Sendo assim, o empreendedor é analisado a partir do papel que ele desempenha e não mais características de sua personalidade ou comportamento.

2.3.1 Características de Comportamentos Empreendedores

Após o término da segunda guerra mundial e a consequente estruturação dos países desenvolvidos, a Organização das Nações Unidas – ONU buscava uma alternativa para os países em desenvolvimento, através de um projeto de incentivo ao empreendedorismo na pequena empresa, nesses países (SEBRAE, 2011).

McClelland (1971) realizou vários estudos relacionados ao comportamento dos empreendedores de sucesso, que foram patrocinados pela Agência Americana para o Desenvolvimento Internacional (ADI). E, através da parceria entre a empresa *McBer & Company* e a *Management Systems International* (MSI) foi desenvolvida a metodologia Empretec, baseada nas características de comportamentos dos empreendedores (SEBRAE, 2011).

O treinamento Empretec foi elaborado com o enfoque nas CCE, determinadas a partir de uma pesquisa realizada pela *McBer and Company*, na Índia, no Equador e no Malawi (SEBRAE, 2011). Essa análise gerou uma lista inicial de 23 características, que são as seguintes: iniciativa; procura de oportunidade; persistência; procura de informações; preocupação com a alta qualidade do trabalho; compromisso com o contrato de trabalho; orientação pela eficiência; planejamento sistemático; resolução de problemas; autoconfiança; perícia; reconhecimento das próprias limitações; persuasão; uso de estratégias de influência; decisão; monitoramento; credibilidade, honestidade e sinceridade; preocupação com o bem-estar dos empregados; treinamento dado aos empregados; reconhecer a importância de relações empresariais; fixação de metas; tomada de risco moderado; independência.

Posteriormente, essa lista de 23 passou para 15 e, finalmente, chegou a 10 características de comportamento empreendedor, como é utilizada na metodologia até hoje, de acordo com o quadro 3.

Quadro 3 – Características de Comportamentos Empreendedores (CCE)

CCE	Realização
Busca de oportunidades e iniciativa	Age com proatividade, antecipando-se às situações. Busca a possibilidade de expandir seus negócios. Aproveita oportunidades incomuns para progredir.
Persistência	Não desiste diante de obstáculos. Reavalia e insiste ou muda seus planos para superar objetivos.

	Esforça-se além da média para atingir seus objetivos.
Correr riscos calculados	Procura e avalia alternativas para tomar decisões. Busca reduzir as chances de erro. Aceita desafios moderados, com boas chances de sucesso.
Exigência de qualidade e eficiência	Melhora continuamente seu negócio ou seus produtos. Satisfaz e excede as expectativas dos clientes. Cria procedimentos para cumprir prazos e padrões de qualidade.
Comprometimento	Traz para si mesmo as responsabilidades sobre sucesso e fracasso. Atua em conjunto com a sua equipe para atingir os resultados. Coloca o relacionamento com os clientes acima das necessidades de curto prazo.
Busca de informações	Envolve-se pessoalmente na avaliação do seu mercado. Investiga sempre como oferecer novos produtos e serviços. Busca a orientação de especialistas para decidir.
Estabelecimento de metas	Persegue objetivos desafiantes e importantes para si mesmo. Tem clara visão de longo prazo. Cria objetivos mensuráveis, com indicadores de resultado.
Planejamento e monitoramento sistemáticos	Enfrenta grandes desafios, agindo por etapas. Adequa rapidamente seus planos às mudanças e variáveis de mercado. Acompanha os indicadores financeiros e os leva em consideração no momento de tomada de decisão.
Persuasão e rede de contatos	Cria estratégias para conseguir apoio para seus projetos. Obtém apoio de pessoas chave para seus objetivos. Desenvolve redes de contatos e constrói bons relacionamentos comerciais.
Independência e autoconfiança	Confia em suas próprias opiniões mais do que nas dos outros. É otimista e determinado, mesmo diante da oposição. Transmite confiança na sua própria capacidade.

Fonte: SEBRAE (2011).

Por fim, a classificação das características do comportamento empreendedor foi agrupada em três conjuntos, de acordo com o quadro a seguir.

Quadro 4 – Classificação das CCE

Conjunto de Realização	Conjunto de Planejamento	Conjunto de Poder
Busca de oportunidades e iniciativa Persistência Comprometimento Exigência de qualidade e eficiência Correr riscos calculados	Estabelecimento de metas Busca de informação Planejamento e monitoramento sistemático	Persuasão e rede de contatos Independência e autoconfiança

Fonte: SEBRAE (2011).

Em uma avaliação inicial do programa Empretec, conclui-se que há possibilidade de ter um impacto significativo do treinamento no comportamento do indivíduo e no desempenho econômico. Em uma análise realizada em grupos em Malawi, Índia e Equador, identificou-se um crescimento no faturamento e emprego das empresas desse grupo. Porém, foi salientado que os resultados precisavam ser interpretados com cuidado, pois não ficou evidenciado que as mudanças de comportamento estavam somente relacionadas ao treinamento, sendo que as pesquisas deveriam aprofundar mais (SEBRAE, 2011).

Segundo McClelland (1986), todos nós temos características de cada um dos grupos, mas existe sempre um nível dominante que nos caracteriza. Para McClelland (1986), um empreendedor é alguém que exerce controle sobre uma produção que não seja só para o seu consumo pessoal. Ele define também o empreendedor como um indivíduo que faz as coisas sempre de maneira inovadora e melhor e toma decisões diante das incertezas, analisando alternativas previamente.

Conforme já demonstrado, diversos autores e em diferentes contextos buscam definir o empreendedor sob perspectivas variadas. Algumas abordagens relacionam os empreendedores diretamente à inovação. Enquanto Schumpeter (1982) afirma que o empreendedor é o agente responsável pela introdução de novos produtos e serviços, ou seja, o responsável pela essência da inovação e, conseqüentemente, do desenvolvimento econômico, na abordagem comportamentalista, o empreendedor é analisado por suas características de comportamento, tais como a intuição.

McClelland (1972) destaca-se nesse grupo de autores e enfatiza que a motivação ou impulso para realizar é um dos traços mais importantes do empreendedor. Já para Child (1972), o conceito alicerçava-se mais em perspectiva de escolha estratégica. Enquanto nos estudos de Miller e Friesen (1982) e Covin e Slevin (1989, 1990) o conceito de orientação empreendedora perpassa as intenções e ações de atores-chave atuando em um processo dinâmico voltado para a (re)criação de um negócio. O item a seguir trata deste tema.

2.4 Orientação Empreendedora

É fato que a Orientação Empreendedora, cada vez mais, torna-se um fator de diferenciação e competitividade e se apresenta como uma ferramenta para a inovação. Nesse sentido, a OE pode promover um ambiente adequado para estimular as iniciativas empreendedoras dos colaboradores. (FRANÇA; SARAIVA; HASHIMOTO, 2012).

Portanto, a busca por um caminho para se determinar quais fatores podem afetar na medição do grau de empreendedorismo é fundamental para se obter resultados confiáveis e aceitos nos mais diversos ambientes corporativos. Nessa busca, destacam-se diversos autores que convergem ao defender que há correlação positiva entre a orientação empreendedora e o desempenho das organizações de uma forma geral.

A formulação de um modelo de medição da OE teve destaque com os seguintes pesquisadores: Miller (1983); Covin e Slevin (1989); Lumpkin e Dess (1996). O conceito originário de Miller (1983) descreve a OE tomando por base três dimensões que, embora independentes quanto a sua variação, agem com força e efeito sobre o desempenho organizacional e são comumente utilizadas para medir o grau de empreendedorismo. São elas: receptividade a riscos, inovação e proatividade. (FRANÇA; SARAIVA; HASHIMOTO, 2012).

A receptividade a riscos é definida como se aventurar em território desconhecido ou circunstâncias sem saber quais serão os resultados (COVIN; SLEVIN, 1989). Já, a inovação reflete a unidade para lidar com atividades que resultem em novas ideias e com experimentos que podem levar a novos processos, produtos e serviços (LYON; LUMPKIN; DESS, 2000). E, por fim, a proatividade é o processo de agir em antecipação de necessidades futuras, mudanças e desafios que podem levar a novas oportunidades (LUMPKIN; DESS, 1996).

Lumpkin e Dess (1996) ainda destacam que as três dimensões são fundamentais na compreensão do processo empreendedor, para as quais as combinações dependem do tipo de oportunidade empreendedora que a empresa procura e acrescentam mais duas dimensões, a autonomia e a agressividade competitiva.

A autonomia está relacionada às ações independentes dos líderes da empresa e a agressividade é a intensidade do esforço de uma empresa superar os rivais, caracterizando-se por uma postura ofensiva às ameaças competitivas (MORRIS; ALLEN; SCHINDEHUTTE; AVILA, 2006, apud FRANÇA; SARAIVA; HASHIMOTO, 2012).

Uma vez que analisar a relação entre a OE e os resultados do empreendedorismo nas diferentes organizações é algo um tanto quanto complexo e vai além de uma simples análise de efeitos diretos, torna-se necessário investigar demais fatores e aspectos que interagem e possam vir a ser influentes. Assim, será possível uma compreensão mais apropriada dessa relação (WIKLUND; SHEPHERD, 2005).

A Orientação Empreendedora está diretamente relacionada à definição das estratégias das empresas, auxiliando assim na tomada de decisões que buscam um destaque na sua competitividade. O interesse acadêmico no empreendedorismo está aumentando nos últimos anos. Controvérsias e resultados conflitantes sobre como a OE refere-se ao desempenho e a dimensionalidade da construção dificulta o desenvolvimento. Esta situação de controvérsia, resultados diferentes, falta de pesquisa sobre moderadores, conceituais e imprecisão e um número substancial de estudos empíricos sugerem um caminho promissor em novas pesquisas (RAUCH et al, 2009).

Nesse sentido, enquanto esses autores correlacionam a Orientação Empreendedora ao desempenho empresarial, Bolton e Lane (2012) avançam na pesquisa sobre a Orientação Empreendedora Individual, avaliam o indivíduo, através das suas atitudes, conforme será tratado a seguir.

2.4.1 Orientação Empreendedora Individual

Bolton e Lane (2012) desenvolveram e validaram uma escala de medida de Orientação Empreendedora Individual realizando uma pesquisa com estudantes, mas recomendando que fossem realizadas pesquisas futuras incluindo amostras diferentes de estudantes.

O trabalho de Bolton e Lane (2012) pesquisou uma amostra de estudantes de uma universidade americana com itens gerados a partir de cinco variáveis da

Orientação Empreendedora de Lumpkin e Dess (1996): inovação, disposição para assumir riscos, proatividade, competitividade, agressividade e autonomia.

Bolton e Lane (2012) analisaram seus dados com análise de fator de componente principal. Três fatores distintos resultaram e representaram 60% da variância total: inovação, tomada de riscos e proatividade. Suas recomendações para pesquisa futura incluíam testar o instrumento em amostras não estudiantis. Uma melhor compreensão da orientação empresarial a nível individual poderia ser valiosa para potenciais investidores e para aqueles que determinam alocações de recursos empresariais.

No entanto, na análise final, foram validadas as medidas para as três dimensões: inovação, receptividade a riscos e proatividade (ver quadro 5). Neste trabalho, é utilizado esse mesmo método de medição da Orientação Empreendedora Individual, pois será de grande importância nas ações focadas na educação para o empreendedorismo, assim como na avaliação dos investimentos focados nesses treinamentos, pois é relevante pesquisar essas dimensões para indivíduos e não, somente, para organizações.

A Orientação Empreendedora Individual poderá auxiliar os investidores que procuram ideias de negócios rentáveis, assim como entidades que apoiam *startups* e demais negócios inovadores. O processo de elaboração da estratégia de uma empresa pode ser construído com a análise da Orientação Empreendedora (RAUCH et al, 2009).

Quadro 5 – Dimensões e questões da escala de OEI

Dimensões	Questões
Riscos	RISK-1: Eu gosto de realizar ações arrojadas, me aventurando no desconhecido.
	RISK-2: Estou disposto a investir muito tempo e/ou dinheiro em algo que pode me dar um grande retorno.
	RISK-3: Eu tendo a agir corajosamente em situações em que o risco está envolvido.

Inovação	INNOV-4: Muitas vezes eu gosto de experimentar atividades novas e incomuns que não são necessariamente arriscadas.
	INNOV-5: Em geral, eu prefiro trabalhar em projetos exclusivos e únicos, em vez de atuar em outros já realizados em outras oportunidades.
	INNOV-6: Eu prefiro tentar minha própria maneira de fazer e aprender coisas novas, ao invés de fazer como todo mundo faz.
	INNOV-7: Eu prefiro experimentar novas soluções para os problemas, ao invés de usar métodos que outros geralmente usam.
Proatividade	PROACT-8: Eu geralmente ajo com antecipação a futuros problemas, necessidades ou mudanças.
	PROACT-9: Eu tendo a planejar com antecedência os projetos.
	PROACT-10: Eu prefiro dar um passo em frente e iniciar um projeto, ao invés de sentar e esperar que outra pessoa faça isso.

Fonte: elaborado pelo autor com base em Bolton (2012).

Bolton e Lane (2012) concluíram em seus estudos que os fatores inovação, risco e proatividade demonstraram confiabilidade e validade na escala da Orientação Empreendedora Individual e que essas variáveis são as mesmas utilizadas na Orientação Empreendedora, utilizadas pela literatura predominante. Os fatores como autonomia e agressividade competitiva não foram validados.

Esses mesmos autores colocam como limitantes o fato da pesquisa ter sido realizada com estudantes de uma região dos Estados Unidos da América e sugerem que o instrumento seja testado em indivíduos que não são estudantes, afirmando que essa pode ser uma ferramenta valiosa para avaliar o potencial de empresários e para aqueles que procuram apoio em centros de desenvolvimento de pequenas empresas. E, por fim, concluem que a Orientação Empreendedora Individual pode ser valiosa para potenciais investidores que estão considerando apoiar ideias de negócios.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Neste capítulo é apresentada a metodologia de pesquisa do trabalho, com o detalhamento da abordagem e do delineamento da pesquisa, com a descrição dos procedimentos metodológicos aplicados para a sua realização, especificando as técnicas para a coleta e para a análise dos dados.

3.1 Caracterização da Pesquisa

A pesquisa se caracteriza como de abordagem quantitativa e do tipo exploratória e descritiva. Para Creswell (2010, p. 27) a abordagem quantitativa “é um meio para testar teorias objetivas, examinando a relação entre as variáveis”, que podem ser medidas por instrumentos, de forma que os dados numéricos possam ser analisados usando-se procedimentos estatísticos.

A pesquisa quantitativa é uma abordagem centrada na objetividade e influenciada pelo positivismo (FONSECA, 2002). Seus resultados podem ser quantificados, pois se trata de pesquisa que recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno ou as relações entre variáveis. Nessa abordagem “a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros” (FONSECA, 2002, p. 20). Trata-se de pesquisa com estilo dedutivo, e “[...] criação de proteções contra vieses, sobre o controle de explicações alternativas e sobre sua capacidade para generalizar e para replicar os achados” (CRESWELL, 2010, p. 27).

Com relação aos objetivos, a pesquisa é caracterizada como do tipo exploratória e descritiva. De acordo com Gil (2002, p. 41-42) as pesquisas exploratórias objetivam “proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses” enquanto “as pesquisas descritivas têm objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

A pesquisa exploratória ocorreu na fase de levantamento de teorias e formulação do problema e hipóteses e descritiva porque objetivou analisar a relação

entre a Orientação Empreendedora Individual e as características do Perfil Empreendedor, e seu impacto na intenção de empreender dos indivíduos. Portanto, busca estabelecer relações entre variáveis, bem como descrever e analisar as características de uma população determinada, ou seja, de pessoas que receberam a capacitação para empreendedorismo do Empretec ou de pessoas interessadas em empreender.

3.2 Delineamento da Pesquisa

O delineamento de uma pesquisa expõe os procedimentos metodológicos gerais para o desenvolvimento da mesma, com a seleção dos procedimentos técnicos de coleta e de análise dos dados (GIL, 2002). O delineamento compõe o planejamento de cada uma das etapas da pesquisa, formando um modelo ou plano geral para executar a pesquisa, com destaque sobre a fase de coleta de dados, pois segundo Gil (2002, p. 43) “O elemento mais importante para a identificação de um delineamento é o procedimento adotado para a coleta de dados”.

Os dados podem ser primários, secundários ou ambos. Os dados primários são coletados ou produzidos pelo pesquisador objetivando atender as necessidades específicas da pesquisa (GIL, 2002), sendo primordiais nas pesquisas empíricas ou de campo (CRESWELL, 2010). Os dados secundários são fáceis de encontrar, pois já foram coletados ou produzidos com objetivos diferentes aos do problema da pesquisa, e são, geralmente, o primeiro passo para realizar qualquer tipo de investigação. Possuem custo baixo e, muitas vezes, podem estar disponíveis gratuitamente. Os dados primários não devem ser coletados até que os dados secundários disponíveis tenham sido coletados e analisados (MALHOTRA, 2011).

Apesar das divergências entre os autores sobre as nomenclaturas e tipos de estratégias ou métodos de coleta e de análise de dados, eles convergem em apontar que nas pesquisas quantitativas a coleta deve ser realizada por levantamentos (também chamados de *surveys*) ou por experimentos (GIL, 2002; CRESWELL, 2010; MALHOTRA, 2011).

Assim, a coleta de dados neste trabalho iniciou a partir das pesquisas bibliográfica e documental. As fontes de pesquisa bibliográfica são compostas por livros e artigos científicos, enquanto as fontes de pesquisa documental são quaisquer

documentos consultados como “cartas pessoais, diários, fotografias, gravações, memorandos, regulamentos, ofícios, boletins etc. [...] relatórios de pesquisa, relatórios de empresas, tabelas estatísticas etc.” (GIL, 2002, p. 46), encontradas tanto em órgãos públicos como em instituições privadas.

Os dados primários neste trabalho foram coletados por meio de um levantamento (*survey*) com o envio de um questionário auto administrado, cujo universo de pesquisa compreendeu dois grupos de respondentes, conforme detalhado na seção 3.3 com a definição da população e amostra.

A figura a seguir apresenta de forma esquemática todas as etapas da pesquisa empreendida nesse trabalho.

Figura 1 – Delineamento da pesquisa



Fonte: elaborado pelo autor.

Assim, como demonstra a figura 1, a pesquisa iniciou pela busca das bibliografias e documentos relevantes para a revisão de literatura. As fontes de pesquisa bibliográfica deste trabalho foram livros, artigos científicos indexados às bases de dados Google Acadêmico, além de dissertações ou teses relacionadas aos

temas empreendedorismo em geral, perfil empreendedor e capacidades e características empreendedoras.

Enquanto as fontes de pesquisa documental foram outros tipos de documentos não acadêmicos, como matérias na imprensa online, filmes, entrevistas, estatísticas, páginas de internet, relatórios de pesquisa publicados tanto por organizações públicas como privadas (GIL, 2002), e publicações e relatórios do SEBRAE sobre o programa Empretec.

A escolha do método, segunda etapa da pesquisa, teve como objetivo, além de identificar as principais teorias e conceitos para o trabalho, identificar e selecionar autores que já tivessem pesquisas publicadas sobre capacidades e características empreendedoras e perfil empreendedor, além da orientação empreendedora. Com base nisso, foram elencadas as referências que serviram de base para o desenvolvimento do instrumento de coleta de dados, sendo selecionadas as pesquisas anteriores realizadas por McClelland (1982), Bolton e Lane (2012) e Bolton (2012). Para o cálculo do perfil empreendedor, o questionário teve como base 55 perguntas que fazem parte da auto avaliação das características de comportamentos empreendedores, constantes no material do Empretec, conforme apresentado no Anexo B “Questionário Padrão e Folha de Avaliação do Questionário Padrão”.

A terceira etapa constituiu-se da elaboração do instrumento de coleta de dados, composto pelo questionário auto administrado, sucedido pelo pré-teste do questionário, que foi realizado por meio de entrevistas com especialistas. Ao todo foram nove entrevistados: dois professores da área de administração e sete profissionais de outras áreas, sendo que alguns já haviam tido contato com empreendedorismo. Destaca-se que dentre os respondentes houve a participação de um consultor sênior do Empretec, responsável pela aplicação do mesmo no Brasil e em países parceiros.

As principais sugestões de alteração do questionário foram referentes à disposição das questões, assim como solicitações de esclarecimento sobre as perguntas relacionadas ao faturamento das empresas, ficando inalteradas as questões que compõem as escalas.

Após os comentários recebidos pelas entrevistas do pré-teste, foram feitos os ajustes ao questionário que foi inserido na plataforma *SurveyMonkey*.

A quarta etapa correspondeu à coleta de dados que foi realizada por meio de um levantamento (*survey*). O questionário foi enviado por e-mail para a população

contendo a apresentação da pesquisa e o convite para respondê-la por meio do link que direcionava ao questionário na plataforma *SurveyMonkey*.

A quinta e última etapa constituiu-se da análise dos dados, e, para sua realização, os dados foram tratados estatisticamente com o emprego do software SPSS.

3.3 Definição da População e Amostra

A amostragem dessa pesquisa é do tipo não probabilística intencional por conveniência, já que foi escolhida devido ao pesquisador ter fácil acesso aos bancos de dados do SEBRAE e fazer parte do quadro de pessoal da empresa. A escolha da amostra também aconteceu devido às características do grupo em estudo, ou seja, pessoas que em algum momento manifestaram interesse sobre assuntos relacionados ao empreendedorismo, já que tiveram algum tipo de interação com o SEBRAE.

Assim, para realizar a coleta de dados primários foram considerados como população os sujeitos de pesquisa, clientes do SEBRAE, divididos em dois grupos:

- ✓ Grupo 1: banco de dados com 19.852 clientes que realizaram o treinamento Empretec entre os anos de 1995 a 2017. Além desses, mais 23.431 clientes que participaram das palestras de sensibilização, mas não realizaram o treinamento. Com isso, o total foi de 43.283 cadastros desse grupo, sendo 25.734 pessoas físicas e 17.549 pessoas jurídicas.
- ✓ Grupo 2: banco de dados com 10.108 clientes que participaram de ações do SEBRAE no ano de 2017, sendo 9.771 Pessoas Jurídicas e 337 Produtores Rurais.

Portanto, a população da pesquisa consistiu em 53.391 pessoas cadastradas no SEBRAE. A coleta dos dados ocorreu do dia 7 a 14 de novembro de 2017.

Dos 53.391 questionários enviados, 2.064 foram iniciados, mas 1.042 questionários foram descartados da amostra porque não foram finalizados. Assim sendo, para esta pesquisa a amostra foi composta por 1.022 questionários respondidos em sua totalidade, cuja taxa de resposta corresponde a 1,91%. Desses, 405 realizaram o treinamento Empretec e 617 não.

Em seguida foram realizados os procedimentos para a análise dos dados, conforme descritos no próximo capítulo.

4 RESULTADOS: ANÁLISES E DISCUSSÕES

4.1 Perfil dos Respondentes da Pesquisa

Na análise sobre o perfil dos respondentes dessa pesquisa, em alguns casos, será utilizada como referência de comparação a pesquisa GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*, pois é o principal estudo de empreendedorismo do mundo com pesquisas realizadas em mais de 100 países. O projeto iniciou devido a uma parceria entre a *Babson College* (EUA) e a *London Business School* (ING), em 1999. O estudo tem como objetivos medir o nível de atividades empreendedoras em diversas regiões, identificar os fatores que caracterizam a atividade empreendedora e subsidiar a formulação de políticas públicas para o apoio ao empreendedorismo (GEM, 2017a).

No Brasil, a pesquisa é realizada desde o ano 2000 pelo IBQP – Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade, e conta com o apoio técnico e financeiro do SEBRAE. Em 2016, pela primeira vez, foi realizada uma pesquisa específica com os empreendedores do Rio Grande do Sul, a exemplo do que tinha sido realizado nos estados de São Paulo e Minas Gerais. Foram entrevistados dois mil empreendedores gaúchos entre 18 a 64 anos (GEM, 2017b). Assim, essa pesquisa constitui-se de uma referência recente e abrangente sobre o tema empreendedorismo e se destaca por coletar os dados diretamente com os empreendedores ao invés de utilizar dados compilados de outros órgãos sobre empresas constituídas, o que justifica sua utilização.

4.1.1 Gênero dos Respondentes

Há um equilíbrio relativo entre homens e mulheres na amostra, sendo que 55,19% das pessoas se declararam do gênero masculino e 44,81% do gênero feminino, conforme a tabela 1.

No Brasil, de acordo com a GEM (2017a), a taxa de empreendedorismo inicial, ou seja, nos negócios estabelecidos há até 3,5 anos, é de 51,5% entre as mulheres e

48,5% entre os homens. Enquanto no Rio Grande do Sul 54,4% dos empreendedores iniciais são homens e 44,6% são mulheres (GEM, 2017b).

Entretanto, ao serem analisados os empreendedores estabelecidos, ou seja, cuja empresa tem mais de 3,5 anos de existência, aumenta a quantidade de empresários, já que os homens representam 57,3%. De acordo com os analistas da GEM, os motivos dessa diferença entre empreendedores iniciais e estabelecidos e a diminuição de mulheres empreendendo, estão associados às dificuldades relatadas pelas empreendedoras como maiores entraves para conseguir financiamentos, preconceito no ambiente de negócios e dificuldades de conciliar as atividades do negócio, com as familiares (GEM, 2017a).

Tabela 1 – Gênero dos respondentes

Gênero	Frequência	%	% Acumulado
Masculino	564	55,19	55,19
Feminino	458	44,81	100,00
Total	1.022	100	

Fonte: dados da pesquisa.

4.1.2 Grau de Instrução dos Respondentes

Com relação ao grau de instrução dos respondentes, conforme apresentado na tabela 2, foi constatado que 78,7% possuem curso superior completo ou alguma pós-graduação (especialização, mestrado e doutorado). Ao comparar os dados da amostra (tabela 2) com os resultados da pesquisa GEM (2017b), realizada no Rio Grande do Sul, verifica-se que esta não corresponde à realidade dos empreendedores gaúchos, já que apenas 10% dos empreendedores estabelecidos possuem nível superior ou acima. Somente 21,4% dos respondentes não possui formação superior (tabela 2), enquanto na pesquisa GEM (2017b) 40% dos empreendedores estabelecidos não possui educação formal ou tem apenas o ensino fundamental incompleto.

Diante desses dados, constata-se que há uma diferença muito grande entre o grau de instrução da amostra desta pesquisa, em comparação com outros dados de empreendedores do estado do Rio Grande do Sul. Isso se deve ao fato que, na

pesquisa GEM são entrevistados empreendedores entre 18 a 64 que compõem uma amostra representativa da população. Enquanto a base de dados dessa pesquisa é composta por pessoas que realizaram ou demonstraram interesse em participar do Empretec e clientes do SEBRAE, os quais procuram os mais diversos serviços da entidade, muitos deles com foco em treinamento e capacitação.

Tabela 2 – Grau de instrução dos respondentes

Grau de Instrução	Frequência	%	% Acumulado
Ensino fundamental	15	1,5	1,5
Ensino médio	203	19,9	21,3
Ensino superior	386	37,8	59,1
Pós-graduação / Especialização	308	30,1	89,2
Mestrado / Doutorado	110	10,8	100,0
Total	1.022	100	

Fonte: dados da pesquisa.

4.1.3 Idade dos Respondentes

No que diz respeito à idade dos respondentes, 35,3% da amostra possui entre 19 a 34 anos, enquanto na pesquisa GEM (2017b) essa mesma faixa etária corresponde a 21,6% dos empreendedores estabelecidos. A faixa etária entre 45 a 64 anos corresponde a 29,9% da amostra, diferentemente da pesquisa GEM (2017b) que teve 56,7%. Os demais dados sobre a idade dos respondentes estão apresentados na tabela 3.

Os dados demonstram o que vem ocorrendo atualmente em relação ao aumento do interesse dos jovens nas atividades empreendedoras.

Tabela 3 – Idade dos respondentes

Idade (anos)	Frequência	%	% Acumulado
19 - 24	33	3,2	3,2
25 - 29	138	13,5	16,7
30 - 34	190	18,6	35,3
35 - 39	188	18,4	53,7
40 - 44	154	15,1	68,8
45 - 49	114	11,2	79,9
50 - 54	105	10,3	90,2
55 - 59	58	5,7	95,9
60 - 64	29	2,8	98,7
65 - 70	13	1,3	100,0
Total	1.022	100	

Fonte: dados da pesquisa.

4.1.4 Atividades Principais dos Respondentes

Com relação às atividades desenvolvidas pelos respondentes, conforme dados apresentados na tabela 4, constata-se que a maioria da amostra é de empresários (50,1%). Em segundo estão funcionários de empresas privadas (17,6%), seguidos de profissionais liberais (16,2%). Uma característica que se destaca nesta pesquisa é a quantidade de pessoas que provavelmente estão inativas, como aposentados (1,9%), estudantes (1,3%) e desempregados (3,8%), que correspondem a apenas 7% dos respondentes.

Com o surgimento da figura do Microempreendedor Individual (MEI), aquele empresário que fatura até R\$ 81 mil por ano, muitos profissionais liberais, que antes desenvolviam suas atividades como pessoas físicas, hoje fazem parte dos 6,5 milhões de brasileiros que optaram por essa natureza jurídica.

Tabela 4 – Atividade principal dos respondentes

Principal Atividade	Frequência	%	% Acumulado
Funcionário de Empresa Privada	180	17,6	17,6
Servidor Público	55	5,4	23,0
Aposentado	19	1,9	24,9
Profissional Liberal	166	16,2	41,1
Empresário	512	50,1	91,2
Estudante	13	1,3	92,5
Desempregado	39	3,8	96,3
Outros	38	3,7	100,0
Total	1.022	100	

Fonte: dados da pesquisa.

4.1.5 Quantidade de Empresas Abertas pelos Respondentes

Mesmo sabendo que ser empreendedor não significa necessariamente abrir a própria empresa, já que não devem ser desconsiderados os intraempreendedores, destaca-se que 80% dos respondentes já abriram uma ou mais empresas, ou seja, boa parte da amostra optou por empreender, conforme dados da tabela 5.

Complementarmente, 4,8% dos respondentes já abriram quatro empresas ou mais, enquanto apenas 20% nunca abriu seu próprio negócio. Isso reforça que o risco não é um fator impeditivo na decisão de abrir o próprio negócio, mas uma característica cada vez mais presente nos novos empreendedores.

Tabela 5 – Quantidade de empresas abertas pelos respondentes

Quantas empresas abriu?	Frequência	%	% Acumulado
1	472	46,2	46,2
2	214	20,9	67,1
3	83	8,1	75,2
4 ou mais	49	4,8	80,0
Nenhuma	204	20,0	100,0
Total	1.022	100	

Fonte: dados da pesquisa.

4.2 Análises dos Resultados

Todos os dados foram analisados quanto aos princípios da normalidade, linearidade, multicolinearidade, e homocedasticidade, necessários para a utilização das técnicas de análise multivariadas (HAIR JR. et al, 2009).

Em razão de a pesquisa ter sido realizada em um formulário eletrônico com validação *online* de itens não respondidos, não foram localizados dados omissos.

Com relação à verificação da normalidade, os itens com índice de assimetria superior a 3 ou inferior a -3, e itens com curtose superior a 10 ou inferior a -10 devem ser eliminados (KLINE, 1998). Quanto ao índice de assimetria, os itens apresentaram valores entre -1,530 e 1,410. Quanto à curtose, os itens apresentaram valores entre -0,614 e 2,647.

Com relação à multicolinearidade, os itens com correlação acima de 0,85 e com coeficiente de correlação múltipla (R^2) superior a 0,90 representam redundância nos itens (KLINE, 1998). Nenhum dos itens estudados apresentou valores acima dos limites. Uma segunda verificação foi realizada através do fator de inflação da variância (VIF). A presença de itens com VIF superior a 10 indica multicolinearidade (HAIR JR. et al, 2009). E, neste estudo, não foram observados valores superiores a 2,5.

A verificação da linearidade foi realizada através da inspeção dos gráficos de *scatterplots* (KLINE, 1998), e todas as dimensões apresentaram relações lineares. Por fim, a homocedasticidade foi verificada através da verificação do gráfico dos resíduos padronizados e valores previstos das variáveis (HAIR JR. et al. 2009). Após a inspeção, foi verificado que os itens atendem ao princípio da homocedasticidade.

Os resultados desses testes são considerados normais, pois apresentam relações lineares e não apresentam multicolinearidade ou homocedasticidade. Portanto, a amostra é adequada para as técnicas de análise estatísticas selecionadas.

4.3 Análises da Validade do Instrumento de Pesquisa

4.3.1 Análise da Confiabilidade para o PE e a OEI

O teste de fidedignidade do instrumento utilizado no estudo completo e de seus fatores foi efetuado através do coeficiente Alfa de Cronbach, medindo a consistência interna. Foi obtido o coeficiente de 0,887 para o instrumento, acima do valor mínimo de 0,5 recomendado para estudos exploratórios (HAIR JR. et al, 2005), que é o caso deste trabalho.

Também foi testada a confiabilidade com o Alfa de Cronbach para as dimensões da OEI e para o PE, utilizando as variáveis calculadas, para acessar a confiabilidade interna de cada um deles, conforme dados apresentados na tabela 6.

Tabela 6 – Fidedignidade dos fatores

Constructo	Alfa de Cronbach
Receptividade a riscos	0,679
Inovação	0,663
Proatividade	0,942
Perfil Empreendedor	0,963
Instrumento	0,887

Fonte: dados da pesquisa.

Os resultados apontam que, quanto à confiabilidade, os dados são adequados para os procedimentos estatísticos, apresentando evidências de validade e de confiabilidade, (HAIR JR. et al, 2009).

Após a análise de confiabilidade do instrumento, foi realizada a análise fatorial exploratória, com o objetivo de acessar a validade discriminante da escala de OEI, de acordo com Bolton (2012), apresentado a seguir.

4.3.2 Análise Fatorial Exploratória da OEI

Para a análise fatorial exploratória do instrumento do estudo completo e para confirmar a formação dos fatores, foi utilizada a Análise de Componentes Principais (ACP), com aplicação do método de rotação ortogonal *Varimax* (HAIR JR. et al, 2009). Para o teste Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) foi obtido o resultado de 0,780, próximo ao valor recomendado de 0,8, e significância de 0,000 no teste de esfericidade (HAIR JR. et al, 2009).

A análise demonstrou a existência dos três fatores, da mesma forma que Bolton (2012). O item “Muitas vezes eu gosto de experimentar atividades novas e incomuns que não são necessariamente arriscadas” foi retirado por apresentar carga fatorial em mais de um componente, corroborando os resultados de Bolton (2012), conforme apresentado nas tabelas 7 e 8.

Tabela 7 – Análise fatorial com todos os itens da OEI

Item	Componente		
	1 Receptividade a riscos	2 Inovação	3 Proatividade
Eu gosto de realizar ações arrojadas, me aventurando no desconhecido.	0,74	0,22	-0,07
Estou disposto a investir muito tempo e /ou dinheiro em algo que pode me dar um grande retorno.	0,77	0,01	0,14
Eu tendo a agir corajosamente em situações em que o risco está envolvido.	0,72	0,20	0,16
Muitas vezes eu gosto de experimentar atividades novas e incomuns que não são necessariamente arriscadas.	0,44	0,45	0,02
Em geral, eu prefiro trabalhar em projetos exclusivos e únicos, em vez de atuar em outros já realizados em outras oportunidades.	0,16	0,66	0,01
Eu prefiro tentar minha própria maneira de fazer e aprender coisas novas, ao invés de fazer como todo mundo faz.	0,14	0,80	0,10
Eu prefiro experimentar novas soluções para os problemas, ao invés de usar métodos que outros geralmente usam.	0,08	0,72	0,33
Eu geralmente ajo com antecipação a futuros problemas, necessidades ou mudanças.	0,02	0,21	0,80
Eu tendo a planejar com antecedência os projetos.	-0,03	0,01	0,86
Eu prefiro dar um passo em frente e iniciar um projeto, ao invés de sentar e esperar que outra pessoa faça isso.	0,34	0,12	0,60

Fonte: dados da pesquisa.

Tabela 8 – Análise fatorial com os itens finais

Item	Componente		
	1 Receptividade a riscos	2 Inovação	3 Proatividade
Eu gosto de realizar ações arrojadas, me aventurando no desconhecido.	0,74	-0,07	0,21
Estou disposto a investir muito tempo e /ou dinheiro em algo que pode me dar um grande retorno.	0,79	0,12	0,03
Eu tendo a agir corajosamente em situações em que o risco está envolvido.	0,73	0,15	0,22
Em geral, eu prefiro trabalhar em projetos exclusivos e únicos, em vez de atuar em outros já realizados em outras oportunidades.	0,17	0,00	0,67
Eu prefiro tentar minha própria maneira de fazer e aprender coisas novas, ao invés de fazer como todo mundo faz.	0,16	0,08	0,82
Eu prefiro experimentar novas soluções para os problemas, ao invés de usar métodos que outros geralmente usam.	0,09	0,31	0,73
Eu geralmente ajo com antecipação a futuros problemas, necessidades ou mudanças.	0,02	0,80	0,22
Eu tendo a planejar com antecedência os projetos.	-0,03	0,86	0,00
Eu prefiro dar um passo em frente e iniciar um projeto, ao invés de sentar e esperar que outra pessoa faça isso.	0,34	0,60	0,12

Fonte: dados da pesquisa.

A tabela a seguir exhibe a variância explicada para cada componente resultante da análise fatorial exploratória. A variância explicada pelos fatores encontrados na análise corresponde a 61,9% da variância do instrumento, acima do valor recomendado de 60%, e todos componentes apresentaram autovalor acima de 1 (HAIR JR. et al, 2009).

Tabela 9 – Variância total explicada da OEI

Componente	Carga Fatorial	% da Variância	% Acumulado
1	2,959	32,875	32,875
2	1,510	16,782	49,657
3	1,102	12,242	61,899

Fonte: dados da pesquisa.

4.4 Relação entre OEI e PE

Para que fosse atingido o primeiro objetivo específico desta pesquisa foi analisada a relação entre OEI e as características do perfil empreendedor. Para tanto, o cálculo da correlação de Pearson entre as dimensões da OEI e do PE foram feitas, conforme apresentado na tabela 10 (próxima página devido ao tamanho).

Tabela 10 – Correlação entre OEI e as características do PE

Correlações	Busca de OI	Persis-tência	Compro-metimento	Exigên-cia de QE	Correr riscos calculado s	Estabeleci-mento de metas	Busca de informa-ções	Planejam. e monitorament o sistemático	Persuasão e rede de contatos	Indep.e autocon-fiança	OEI - Receptividad e a riscos	OEI - Proatividade e	OEI - Inovação
Busca de oportunidades e iniciativa		,456**	,350**	,318**	,087**	,308**	,353**	,305**	,391**	,504**	,443**	,360**	,382**
Persistência			,359**	,392**	309**	,349**	,378**	,345**	,378**	,477**	,244**	,282**	,269**
Comprometimento				,320**	,289**	,268**	,353**	,310**	,273**	,395**	,100**	,227**	,090**
Exigência de qualidade e eficiência (QE)					,342**	,255**	,234**	,256**	,275**	,325**	,187**	,229**	,263**
Correr riscos calculados						,339**	,342**	,369**	,180**	,233**	-,058	,252**	,076*
Estabelecimento de metas							,451**	,436**	,396**	,386**	,162**	,467**	,110**
Busca de informações								,607**	,404**	,341**	,103**	,442**	,148**
Planejamento e monitoramento sistemático									,363**	,279**	,068*	,509**	,146**
Persuasão e rede de contatos										,427**	,250**	,289**	,218**
Independência e autoconfiança											,301**	,339**	,295**
OEI - Receptividade a riscos												,191**	,366**
OEI - Proatividade													,300**
OEI - Inovação													

*** p < 0,001 ** p < 0,01

Nos itens 4.4.1 a 4.4.3 serão descritas as correlações entre as dimensões da Orientação Empreendedora Individual com as características do comportamento empreendedor, que definem o Perfil do Empreendedor.

As correlações destacadas são moderadas, com coeficiente de correlação ente 0,4 e 0,59, o que significa que há elementos que apresentam relação, mas não medem as mesmas coisas, pois as relações não são muito elevadas.

4.4.1 Orientação Empreendedora Individual: Receptividade a Riscos

O empreendedor com orientação para assumir riscos é aquele que realiza ações ousadas e está disposto a arriscar muito em busca de algum tipo de retorno para o seu investimento. Ao assumir uma ação ousada, ou se aventurar no desconhecido, investe seus recursos disponíveis numa situação ainda incerta (BOLTON e LANE, 2012).

A dimensão da OEI “Receptividade a riscos” teve uma correlação positiva de 0,443” com o Comportamento Empreendedor “Busca de oportunidades e Iniciativa”, que representa o indivíduo que age antes de ser solicitado ou de ser forçado pelas circunstâncias. Ele trabalha com o propósito de expandir o negócio, através da sua atuação em novas áreas, produtos ou serviços e, além disso, aproveita mais as oportunidades, buscando outras alternativas como financiamentos, equipamentos e novos mercados (MCCLELLAND, 1972). Portanto, há relação entre essas dimensões, que podem ser complementares, mas não medem as mesmas coisas.

Esse empreendedor, que toma iniciativa e busca novas oportunidades, acaba se expondo mais ao risco, pois se antecipa às situações antes de outros, muitas vezes sem realizar o planejamento adequado.

4.4.2 Orientação Empreendedora Individual: Proatividade

O empreendedor com “Orientação de Proatividade” costuma agir antecipadamente aos problemas futuros e às necessidades e mudanças. Além disso,

costuma planejar com antecedência os projetos e prefere agir antes de esperar que alguém o faça (BOLTON e LANE, 2012).

A dimensão da OEI “Proatividade” teve uma correlação positiva de 0,509” com o CCE “Planejamento e Monitoramento Sistemático” e de 0,467” com o CCE “Estabelecimento de Metas” e de 0,442” com a CCE “Busca de Informações”.

O perfil do empreendedor voltado para planejamento e monitoramento sistemático é aquele que busca planejar dividindo tarefas de grande porte e definindo os prazos para sua execução. Além disso, revisa constantemente seus planos, levando em conta seus resultados obtidos até o momento. É organizado com seus registros utilizados para tomar suas decisões.

O PE voltado para o estabelecimento de metas é aquele que tem visão de longo prazo e estabelece objetivos que são desafiantes e têm um significado especial.

Enquanto o PE com a característica de comportamento “Busca de Informações” é aquele em que o empreendedor dedica-se pessoalmente para obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes. Além disso, investiga, pessoalmente, dados necessários para desenvolver um produto ou serviço.

McClelland (1972) agrupou esses três comportamentos em um único conjunto denominado Planejamento. Os resultados da pesquisa corroboram essa classificação do autor, conforme mostrado no quadro 4 do referencial teórico.

Para ser proativo e se antecipar ao problema é de fundamental importância planejar, estabelecer metas e monitorar. Ao mesmo tempo em que planejar e não ter a proatividade para agir, pode levar à falta de ação.

4.4.3 Orientação Empreendedora Individual: Inovação

O empreendedor com orientação para inovar está em busca de novas atividades, que não são necessariamente arriscadas, mas que apresentam uma maneira de atuar de forma mais original, utilizando abordagens experimentais para resolver os problemas (BOLTON e LANE, 2012).

Conforme os dados da tabela 10 não há nenhuma correlação moderada da Orientação Empreendedora Individual com as Características de Comportamento Empreendedor.

Em uma análise geral, identifica-se a relação entre a “OEI receptividade a riscos” com o comportamento “Busca de Oportunidades e Iniciativa”. Além da “OEI Proatividade” com os três comportamentos do conjunto “Planejamento”. E, por fim, a dimensão “OEI Inovação” não teve correlação moderada com nenhuma característica de comportamento empreendedor.

As duas dimensões da OEI que apresentam relação com os comportamentos empreendedores são àquelas que têm mais relação com a intenção de empreender, ou seja, com aqueles indivíduos que se consideram empreendedores e tem planos de empreender ou continuar empreendendo, conforme demonstra o próximo item.

4.5 Impacto da OEI e PE na Intenção de Empreender

Para atingir o segundo objetivo da pesquisa, foi analisado o impacto da OEI e do PE na intenção de empreender. Nesta análise consideramos como intenção de empreender o conjunto das seguintes afirmações do questionário:

“Eu me considero um empreendedor”.

“Eu tenho planos de empreender ou continuar empreendendo”.

Para isso, a técnica utilizada foi a regressão hierárquica (HAIR JR. et al, 2009), na qual são retiradas, uma a uma, em ordem decrescente de significância, as variáveis independentes não significativas. A seguir está indicado o resultado final para as duas questões. O resultado inicial da análise de regressão linear pode ser visualizado pela tabela 11, a seguir.

Tabela 11 – Relação entre a intenção de empreender, OEI e o PE

Variáveis Explicativas	Eu me considero um empreendedor	Eu tenho planos de empreender ou continuar empreendendo
OEI RISCOS	0,247***	0,235***
OEI PROATIVIDADE	0,166***	0,094**
OEI INOVACAO	-0,07*	0,001
Busca de oportunidades/ iniciativa	0,045	0,070
Persistência	0,03	0,053
Comprometimento	-0,068*	-0,065
Exigência qualidade/eficiência	0,043	-0,037
Busca de Informações	-0,016	-0,009
Correr riscos calculados	-0,071*	-0,005
Estabelecimento de metas	0,086*	0,079*
Planejamento e monitoramento	-0,065	-0,043
Persuasão e rede de contatos	0,126***	0,105**
Independência e autoconfiança	0,134***	0,097**
R ² Ajustado	0,225	0,182
F	23,816***	18,464***

* p < 0,05 **p < 0,01 *** p < 0,01

Fonte: dados da pesquisa.

A seguir, foram realizados os procedimentos necessários para a regressão hierárquica, em que as variáveis independentes (explicativas) que não apresentaram significância estatística foram retiradas, uma a uma, da menos significativa para a mais significativa.

O resultado, após a retirada de todas as variáveis não significativas, pode ser visualizado na tabela 12, a seguir.

Tabela 12 – Relação de significância entre a intenção de empreender, OEI e o PE

Variáveis Explicativas	Eu me considero Empreendedor	Eu tenho planos de Empreender
OEI - Receptividade a riscos	,249***	,264*
Independência e autoconfiança	,132***	,117**
OEI – Proatividade	,155***	,117**
Persuasão e rede de contatos	,128***	,105*
Correr riscos calculados	-,072*	
Estabelecimento de Metas	,095**	
Planejamento e monitoramento sistemático	-,069*	
R ² ajustado	0,222	0,176
F	42,522***	55,635*

* p <0,05 **p<0,01 *** p<0,01

Fonte: dados da pesquisa.

“De acordo com os dados apresentados na tabela 12, os itens com maior significância são a “OEI – Receptividade a riscos”, “Independência e autoconfiança”, OEI – Proatividade”, “Persuasão e Rede de Contatos”. Portanto, quem se considera empreendedor ou tem planos de empreender ou continuar empreendendo tem relação com essas dimensões. Observa-se que, as dimensões da OEI de riscos e proatividade, são as mesmas com correlação com as características de comportamento empreendedor.

Já, “Correr riscos calculados” e “Planejamento e monitoramento sistemático” obtiveram beta negativo, portanto impactam negativamente sobre a intenção de empreender.

4.6 Influência do Empretec com PE e OEI

Para que fosse atingido o terceiro objetivo específico desta pesquisa foi realizado o Teste t para a diferença de médias, conforme a tabela 13, sendo que nenhuma foi significativa entre os grupos de “quem fez e não fez o Empretec” (HAIR JR. et al, 2009). Assim, não foi possível rejeitar a Hipótese nula de que “não existe diferença nas dimensões de OEI e do Perfil Empreendedor entre quem fez ou não o

Empretec”. Em resumo, pode-se dizer que o Empretec não apresentou influências no PE e na OEI.

Tabela 13 – Teste t para a diferença de médias de quem fez e quem não fez o Empretec

Teste t para Igualdade de Médias	t	Sig.
Busca de oportunidades e iniciativa	1,448	,148
Persistência	,253	,800
Comprometimento	,499	,618
Exigência de qualidade e eficiência	1,573	,116
Correr riscos calculados	-1,751	,080
Estabelecimento de metas	-,571	,568
Busca de informações	-,157	,876
Planejamento e monitoramento sistemático	,354	,723
Persuasão e rede de contatos	1,790	,074
Independência e autoconfiança	-1,095	,274
OEI - Receptividade a riscos	1,348	,178
OEI - Proatividade	-,393	,694
OEI - Inovação	,395	,693

Fonte: dados da pesquisa.

De acordo com o resultado da tabela 13, o fato do indivíduo ter feito ou não o Empretec, não significa diferenças em comportamento e/ou orientação empreendedora. Isso não significa que o treinamento perde a sua função, mas sim que é importante para que o empreendedor conheça bem quais são seus comportamentos considerados como pontos fortes e o que precisa desenvolver para melhorar seu desempenho como empresário. Diante disso, abre-se uma oportunidade para que o indivíduo trabalhe com ações específicas no desenvolvimento dos seus comportamentos.

Também foi realizado o Teste t para a diferença de médias para o número de empresas abertas, conforme a tabela 14 apresentada na próxima página, sendo que o resultado foi significativo.

Tabela 14 – Teste t para o número de empresas abertas por quem fez ou não o Empretec

	Fez Empretec?	N	Média	Desvio padrão	Erro padrão da média
Quantas empresas você já abriu?	sim	405	1,452	1,1239	0,0558
	não	617	1,227	0,9588	0,0386
Valor t			3,314		
Sig.			0,001		

Fonte: dados da pesquisa.

De acordo com os resultados do teste t apresentado da tabela 14 é possível identificar que os indivíduos que fizeram o Empretec apresentam uma média maior de abertura de empresas daqueles que não fizeram o treinamento. Porém, é importante destacar que não há como afirmar que a abertura da empresa esteja relacionada com a realização do treinamento, pois falta a informação do período da abertura da empresa.

Em suma, com os testes realizados, os objetivos propostos na pesquisa foram cumpridos. Foi identificado que duas dimensões da OEI têm correlação moderada com quatro características do comportamento empreendedor. Já, a “OEI Inovação” não teve nenhuma correlação com as CCE.

Com relação à “Intenção de Empreender”, também as mesmas duas dimensões apresentaram maior significância, assim como três comportamentos do Perfil Empreendedor. Porém, “Correr riscos calculados” e “Planejamento e monitoramento sistemático” impactaram negativamente sobre a intenção de empreender.

Na terceira etapa, verificou-se que o Empretec não apresentou influências no PE e na OEI, ou seja, o fato do indivíduo ter feito ou não o Empretec não significa diferenças em comportamento ou orientação empreendedora.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste capítulo serão apresentadas as considerações finais desta pesquisa, assim como os resultados encontrados que demonstram o alcance dos objetivos propostos. E, na sequência, serão apresentadas as contribuições e limitações do referido trabalho.

Com relação ao objetivo geral, que foi a proposta de analisar a relação entre a Orientação Empreendedora Individual e as Características do Perfil Empreendedor, e seu impacto na intenção de empreender dos indivíduos, foi possível identificar que, apesar da comparação de duas escalas que medem comportamentos e atitudes e que foram validadas com uma diferença aproximada de quarenta anos, há correlações moderadas entre os seus construtos.

Quanto ao primeiro objetivo específico, que está embasado na análise da relação entre a Orientação Empreendedora Individual e as Características do Perfil Empreendedor, foram destacadas na pesquisa todas aquelas com correlações médias, conforme apresentado na tabela 10.

O indivíduo com uma OEI “Receptividade a riscos” tem uma correlação positiva com a CCE “Busca de Oportunidades e Iniciativa”. Isto quer dizer que aquele empreendedor que é proativo, que está sempre observando uma oportunidade para realizar um negócio, que tende a agir de forma mais rápida e, muitas vezes, de forma compulsiva, geralmente está mais exposto ao risco ou com receptividade a ele. Esse perfil está bem presente nos novos modelos de negócios, nos quais o planejamento não é parte fundamental do plano de negócios. Assim, torna-se importante para os novos investidores identificarem esse tipo de perfil.

Na análise da segunda dimensão denominada OEI “Proatividade”, percebe-se um fator muito interessante, que é a sua correlação com todas as Características de Comportamento Empreendedor do conjunto definido por McClelland (1972) como Planejamento. Esse agrupamento é formado pelas CCE: “Busca de Informações”, “Estabelecimento de Metas” e “Planejamento e monitoramento sistemático”.

Já, Bolton e Lane (2012) inserem o planejamento em uma das afirmativas do seu questionário: “PROACT-9: Eu tendo a planejar com antecedência os projetos”, significando, para eles que o empreendedor que planeja, busca informações, estabelece as metas e faz o monitoramento sistemático, obterá dados suficientes para

tomar as suas decisões de forma antecipada. Portanto, diferente da primeira análise, neste caso é possível identificar um perfil de empreendedores dedicados na busca de dados e informações, com visão de longo prazo, análise sistemática, mas com ações proativas.

Enquanto isso, na análise da terceira dimensão denominada OEI “Inovação”, não foi encontrada nenhuma correlação moderada com as características de comportamentos que compõem o Perfil Empreendedor.

McClelland (1972) quando definiu as CCE associadas ao desempenho de empreendedores bem-sucedidos, dividiu os dez comportamentos em três conjuntos: “Realização, Planejamento e Poder”, não prevendo a inclusão de comportamentos relacionadas à inovação, pois talvez nessa época essa característica não fosse tão essencial quanto nos dias atuais. Porém, Schumpeter (1982) já havia abordado a inovação como uma causa dinamizadora da atividade econômica e do empreendedorismo, desde suas pesquisas do início do século XX em seus primeiros trabalhos sobre o tema.

Atualmente, a visão schumpeteriana de que a inovação apresenta repercussões para o crescimento econômico está ainda mais evidente, pois não há como questionar a importância da inovação em qualquer tipo de empreendimento e isso deve estar presente nas organizações que promovem políticas públicas de apoio ao empreendedorismo. Christensen, Raynor McDonald (2015) abordam que a inovação disruptiva é o processo pelo qual uma pequena empresa com menos recursos é capaz de desafiar com sucesso as empresas estabelecidas. Porém, isso não explica tudo sobre o sucesso nos negócios. Novos estudos devem perseguir esse objetivo. Em face desses resultados, percebe-se a necessidade de atualização das metodologias relacionadas à capacitação dos empreendedores.

Quanto ao objetivo de analisar o impacto da OEI e do Perfil Empreendedor na intenção de empreender; foi constatado que tanto os indivíduos que se consideram empreendedores, quanto àqueles que têm planos de empreender ou continuar empreendendo têm uma Orientação Empreendedora Individual com receptividade a riscos. Diante disso, destaca-se que o risco está presente nas duas escalas utilizadas nesta pesquisa. Ambos os autores consideraram que o risco é uma atitude presente para os empreendedores.

Bolton e Lane (2012) definiram que os empreendedores que agem com coragem em situações de incertezas e que estão dispostos a investir tempo e dinheiro

em um negócio que possa produzir um alto retorno, têm uma orientação voltada para o risco. Enquanto McClelland (1972) classifica o empreendedor como aquele que está apto para assumir riscos, desde que eles sejam calculados. Nesse caso, o indivíduo age, mas antes avalia as alternativas e coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados.

Essa diferença aparece no teste, uma vez que as características de comportamento “Correr riscos calculados” e “Planejamento e monitoramento sistemático” impactam negativamente na intenção de empreender. A necessidade de obter mais informações antes de agir, acaba influenciando de forma inversa aqueles que têm a intenção de empreender.

Quanto ao terceiro objetivo, foi realizada a análise e verificou-se que o Empretec não apresentou influências significativas nas Características do Perfil Empreendedor, na OEI e na intenção de empreender.

O Empretec é um seminário intensivo destinado a aumentar o potencial empreendedor dos participantes. Nessa capacitação o indivíduo poderá identificar o seu potencial empreendedor, desenvolver suas características de comportamento empreendedor e identificar novas oportunidades de negócios. Porém, de acordo com a pesquisa realizada, não há diferença significativa entre quem fez e quem não fez o Empretec. O resultado apresentado na tabela 14 demonstra que os participantes do Empretec têm uma média maior de abertura de empresas do que aqueles que não realizaram o treinamento.

No entanto, mostra que o Empretec auxilia no diagnóstico de um Perfil Empreendedor, baseado nas suas características de comportamentos. Porém, não mostra um resultado efetivo para o desenvolvimento dessas características. Com isso, pode-se afirmar que, com base nos resultados desta amostra, o treinamento diagnostica, mas não desenvolve.

5.1 Contribuições Teóricas

Entende-se que a pesquisa contribui para o avanço dos estudos relacionados ao comportamento dos empreendedores. Anteriormente, os mesmos construtos de Bolton e Lane (2012) foram pesquisados numa amostra de estudantes de uma região

dos Estados Unidos da América. Esses autores inseriram nas limitações da sua pesquisa que a escala da OEI poderia ser aplicada para medir o potencial de empresários e indivíduos que procuram assistência de centros de desenvolvimento de pequenas empresas.

Nesse sentido, a pesquisa aqui realizada apresenta dados relacionados com empreendedores, utilizando como base uma amostra de 1.022 questionários respondidos. Com isso, pode-se corroborar com os estudos realizados pelos autores em relação ao construto, consolidando a compreensão da sua adequação e aplicabilidade em outras amostras. Além disso, estes resultados poderão auxiliar na continuidade de estudos que buscam identificar pontos fortes a serem desenvolvidos pelos empreendedores na busca de um melhor desempenho na gestão empresarial.

Com relação às características de comportamentos empreendedores, este estudo poderá auxiliar em futuras pesquisas que buscam identificar novos comportamentos para os empreendedores atuais, inclusive, considerando a capacidade de inovação como ponto importante.

5.2 Contribuições Gerenciais

A compreensão sobre o comportamento dos empreendedores é muito valiosa para os potenciais investidores, para recrutadores de mão de obra, aceleradoras, para entidades que apoiam ou estimulam o empreendedorismo e para instituições de ensino que trabalham com educação empreendedora.

No caso do SEBRAE, como credenciado pela ONU para executar o Empretec no Brasil, há uma boa possibilidade em trabalhar com ações relacionadas ao desenvolvimento de comportamentos empreendedores específicos, os quais foram destacados no Perfil Empreendedor. Potencializar atitudes e comportamentos do indivíduo pode mudar o perfil dos empreendedores de uma determinada região. É importante estudar a possibilidade de atualização de metodologias voltadas para os novos empreendedores. Trabalhar com produtos específicos que atendam empreendedores mais voltados ao risco e busca de oportunidades e para aqueles que estão mais focados na construção de um planejamento mais sólido.

O estudo sobre o empreendedorismo existe há bastante tempo, mas devido as grandes mudanças no mundo dos negócios é fundamental que novas pesquisas sejam realizadas e novos conteúdos sejam disponibilizados, para preparar uma nova geração de empreendedores que ocupará grande parte do mercado, antes destinado aos colaboradores das empresas.

5.3 Limitações e Sugestões para Trabalhos Futuros

Com relação às limitações da pesquisa, primeiramente o fato de ter ocorrido com um grupo específico de respondentes que fazem parte do cadastro de clientes do SEBRAE/RS. Diante disso, os resultados dessa pesquisa são específicos para pessoas do estado do Rio Grande do Sul e não podem ser generalizados para a população em geral.

A pesquisa foi realizada somente por e-mail com o envio do questionário auto administrado, o que pode limitar o entendimento do respondente em algumas questões. Além disso, destaca-se a quantidade insuficiente de respostas sobre o desempenho da empresa nos últimos anos, relacionadas ao faturamento e quantidade de funcionários. Ainda em relação à amostra, apesar da grande quantidade de pessoas cadastradas no banco de dados utilizado para a pesquisa, havia cadastros muito antigos, de clientes que realizaram o Empretec há mais de vinte anos.

Portanto, sugere-se a realização da pesquisa com outros empreendedores, que tenham menos acesso à formação e conhecimentos, para que se possa comparar o perfil e a orientação com públicos diferenciados. Complementarmente, a mesma pesquisa pode ser aplicada para amostras de outras unidades do SEBRAE, nos demais estados da federação.

Sugere-se, também, que sejam realizadas novas pesquisas medindo a correlação de outras escalas que medem o perfil dos empreendedores, podendo diferenciar os empreendedores pelo modelo de negócios.

Por fim, sugere-se também o desenvolvimento de trabalhos longitudinais, para que seja possível analisar as variações das características do comportamento empreendedor ao longo dos anos.

REFERÊNCIAS

- ALDRICH, H. E. The emergence of entrepreneurship as an academic field: a personal essay on institutional entrepreneurship. **Research Policy**, v. 41, n. 7, p. 1240-1248, 2012.
- ARRUDA, C; BURCHART, A.; DUTRA, M. SEBRAE – Estudos teóricos referenciais sobre educação empreendedora, **Relatório da Pesquisa Bibliográfica sobre Empreendedorismo e Educação Empreendedora**. Minas Gerais: SEBRAE, 2016.
- BAKER, T.; NELSON, R. E. Creating something from nothing: resource construction through entrepreneurial bricolage. **Administrative Science Quarterly**, v. 50, n. 3, p. 329-366, 2005.
- BOLTON, D. L. Individual entrepreneurial orientation: further investigation of a measurement instrument. **Academy of Entrepreneurship Journal**, v. 18, n. 1, p. 91-98, 2012.
- BOLTON, D. L.; LANE, M. D. Individual entrepreneurial orientation: development of a measurement instrument. **Education + Training**, v. 54, n. 2/3, p. 219-233, 2012.
- BUENO, A. M.; LEITE, M. L. G.; PILATTI, L. A. Empreendedorismo e comportamento empreendedor: como transformar gestores em profissionais empreendedores. In: XXIV Encontro Nacional de Engenharia da Produção. **Anais...** p. 4748-4753,. Florianópolis, SC, Brasil: ABEPRO, ENEGEP 2004.
- CARLSSON, B., BRAUNERHJELM, P., MCKELVEY, M., OLOFSSON, C., PERSSON, L., YLINENPÄÄ, H. The evolving domain of entrepreneurship research. **Small Business Economics**, v. 41, n. 4, p. 913-930, 2013.
- CARVALHO, A. P. **Os empreendedores da nova era**. São Paulo: APC Consultores Associados, 1996.
- CHILD, J. Organization structure, environment, and performance: the role of strategic choice. **Sociology**, v. 6, n. 1, p. 1-22, 1972.
- CHRISTENSEN, C. M.; RAYNOR, M.; MCDONALD, R. What is disruptive innovation? **Harvard Business Review**, v. 93, n. 12, p. 44-53, 2015.
- COVIN, J. G.; SLEVIN, D. P. Strategic management of small firms in hostile and benign environments. **Strategic Management Journal**, v. 10, n. 1, p. 75-87, 1989.
- COVIN, J. G.; SLEVIN, D. P. New venture strategic posture, structure and performance: an industry life cycle analysis. **Journal of Business Venturing**, v. 5, n. 2, p. 123-135, 1990.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

DORNELLAS, J. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2011.

DRUCKER, P.F. **Inovação e Espírito Empreendedor - Entrepreneurship**. São Paulo: Editora Pioneira, 1987.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, abr./jun. 1999.

FILION, L. J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 63-71, set. 1991.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UECE, 2002.

FRANÇA, A. B.; SARAIVA, J.; HASHIMOTO, M. Orientação empreendedora como indicador do grau de empreendedorismo corporativo: fatores que caracterizam os intraempreendedores e influenciam sua percepção. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 1, n. 3, p. 78-103, 2012.

GARTNER, W. B. 'Who Is an Entrepreneur?' Is the Wrong Question. **American Journal of Small Business**, v. 12, n. 4, p. 11-32, 1988.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil: 2016**. GRECO, S. M. S. S. (coord.). Curitiba: IBQP, 2017a.

GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Rio Grande do Sul: 2016**. GRECO, S. M. S. S. (coord.). Curitiba: IBQP, 2017b.

HAIR Jr., J. F.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HAIR Jr., J. F.; BABIN, B.; MONEY, A.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

KIRZNER, I. Entrepreneurial discovery and the competitive market process: an austrian approach. **Journal of Economic Literature**, v. 35, n. 1, p. 60-85, Mar. 1997.

KLINE, R. B. **Principles and Practice of Structural Equation Modelig**. New York: Guilford, 1998.

LACKÉUS, M. Entrepreneurship in Education: What, Why, When, How. Entrepreneurship 360 – Background Paper. **European Comission**, 2015.

LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ÅSTRÖM, F. Entrepreneurship: exploring the knowledge base. **Research Policy**, v. 41, n. 7, p. 1154-1181, 2012.

LIMA, A. A. T. de F. **Meta-Modelo de Diagnóstico para Pequenas Empresas. Florianópolis**. 2001. 236f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

LONGEN, M. T. **Um modelo comportamental para o estudo do perfil do empreendedor**. 1997. 116f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1997.

LUMPKIN, G. T.; DESS, G. G. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. **Academy of Management Review**, v. 21, n. 1, p. 135-172, jan. 1996.

LYON, D. W.; LUMPKIN, G. T.; DESS, G. G.. Enhancing entrepreneurial orientation research: operationalizing and measuring a key strategic decision-making process. **Journal of Management**, v. 26, n. 5, p. 1055–1085, 2000.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

MCCLELLAND, D. C. **Entrepreneurship and achievement motivation: approaches in the science of socio-economic development**. In: LENGYEL, P. (ed.) Paris, UNESCO, 1971.

MCCLELLAND, D. C. **Sociedade competitiva: realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MCCLELLAND, D. C. **The Achieving Society**. New York: Irvington Publishers, 1976.

MCCLELLAND, D. C.; BOYATZIS, R. E. Leadership motive pattern and long-term success in management. **Journal of Applied Psychology**, v. 67, n. 6, p. 737-743, 1982.

MCCLELLAND, D. C. Characteristics of Successful Entrepreneurs. **The Journal of Creative Behavior**, v. 21, n. 3, p. 219-233, 1986.

MILLER, D. The correlates of entrepreneurship in three types of firms, **Management Science**, v. 29, n. 7, p. 770-791, jul. 1983.

MILLER, D., FRIESEN, P. H. Innovation in conservative and entrepreneurial firms: two models of strategic momentum. **Strategic Management Journal**, v. 3, n. 1, p. 1-25, jan./mar. 1982.

PAIM, L. R. C. **Estratégias metodológicas na formação de empreendedores em cursos de graduação: cultura empreendedora**. 2001. 101f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

RAUCH, A.; WIKLUND, J.; LUMPKIN, G. T.; FRESE, M. entrepreneurial orientation and business performance: an assessment of past research and suggestions for the future. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 33, n. 3, p. 761-787, 2009.

ROSENBUSCH, N.; RAUCH, A.; BAUSCH, A. The mediating role of entrepreneurial orientation in the task environment–performance relationship. **Journal of Management**, v. 39, n. 3, p. 633-659, 2013.

SARASVATHY, S. D. Causation and effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. **Academy of Management Review**, v. 26, n. 2, p. 243-263, 2001.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril cultural, 1982.

SCHUMPETER, A. J. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Trad. Sergio Góes de Paula. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1984.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Empretec, Referencial Teórico**. Brasília: SEBRAE, 2011.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Sobrevivência das Empresas no Brasil**. Série Ambiente dos Pequenos Negócios. 2016. Disponível em: <<http://datasebrae.com.br/sobrevivencia-das-empresas/#relatorios>>. Acesso em: 30 abr. 2017.

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

SORENSEN, O.; STUART, T. Entrepreneurship: A field of dreams? **The Academy of Management Annals**, v. 2, n. 1, p. 517-543, 2008.

VOGELSANG, L. **Individual Entrepreneurial Orientation: An Assessment of Students**. 2015. A Project Presented to The Faculty of Humboldt State University In Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Business.

WIKLUND, J.; SHEPERD, D. A. Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. **Journal of Business Venturing**, v. 20, n. 1, p. 71-91, 2005.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA

Pesquisa Empreendedorismo RS

Inicialmente, perguntamos alguns dados de perfil dos participantes da pesquisa.

1) Gênero:

- Masculino
- Feminino

2) Grau de Instrução completo:

- Ensino Fundamental
- Ensino Médio
- Ensino Superior
- Pós-Graduação/especialização
- Mestrado/doutorado

3) Idade: _____

4) Qual sua principal atividade?

- Funcionário de empresa privada Empresário
- Servidor Público Estudante
- Aposentado Estou desempregado
- Profissional Liberal Outra

5) Você tem uma segunda atividade? Qual?

- Funcionário de empresa privada Empresário
- Servidor Público Estudante
- Aposentado Outra
- Profissional Liberal Não tenho

6) Quantas empresas você já abriu?

- 1 4 ou mais
 2 Nenhuma
 3

Algumas informações a respeito da ÚLTIMA empresa que você abriu (a mais recente):

7) Em que ano você abriu a sua última empresa? _____

8) Qual o setor de atividade principal da empresa?

- Agronegócio Indústria
 Comércio Atacadista Construção Civil
 Comércio Varejista Prestação de Serviços

9) Quantos funcionários possui? _____

10)A Empresa permanece funcionando?

- Sim Não

11)A empresa foi fechada ou vendida?

- Sim. Em que ano? _____
 Não

12)Qual o percentual de crescimento do faturamento da empresa nos últimos 3 anos? (coloque o valor negativo se houve redução)

2014 _____%

2015 _____%

2016 _____%

13)Qual o número de funcionários da empresa nos últimos 3 anos?

2014 _____

2015 _____

2016 _____

Algumas informações a respeito da TERCEIRA empresa que você abriu:

14) Em que ano você abriu a sua última empresa? _____

15) Qual o setor de atividade principal da empresa?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Agronegócio | <input type="checkbox"/> Indústria |
| <input type="checkbox"/> Comércio Atacadista | <input type="checkbox"/> Construção Civil |
| <input type="checkbox"/> Comércio Varejista | <input type="checkbox"/> Prestação de Serviços |

16) Quantos funcionários possui? _____

17) A Empresa permanece funcionando?

- Sim Não

18) A empresa foi fechada ou vendida?

- Sim. Em que ano? _____
 Não

19) Qual o percentual de crescimento do faturamento da empresa nos últimos 3 anos? (coloque o valor negativo se houve redução)

2014 _____%

2015 _____%

2016 _____%

20) Qual o número de funcionários da empresa nos últimos 3 anos?

2014 _____

2015 _____

2016 _____

Algumas informações a respeito da SEGUNDA empresa que você abriu:

21) Em que ano você abriu a sua última empresa? _____

22) Qual o setor de atividade principal da empresa?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Agronegócio | <input type="checkbox"/> Indústria |
| <input type="checkbox"/> Comércio Atacadista | <input type="checkbox"/> Construção Civil |
| <input type="checkbox"/> Comércio Varejista | <input type="checkbox"/> Prestação de Serviços |

23) Quantos funcionários possui? _____

24) A Empresa permanece funcionando?

- Sim Não

25) A empresa foi fechada ou vendida?

- Sim. Em que ano? _____
 Não

26) Qual o percentual de crescimento do faturamento da empresa nos últimos 3 anos? (coloque o valor negativo se houve redução)

2014 _____%

2015 _____%

2016 _____%

27) Qual o número de funcionários da empresa nos últimos 3 anos?

2014 _____

2015 _____

2016 _____

Algumas informações a respeito da PRIMEIRA empresa que você abriu:

28) Em que ano você abriu a sua última empresa? _____

29) Qual o setor de atividade principal da empresa?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Agronegócio | <input type="checkbox"/> Indústria |
| <input type="checkbox"/> Comércio Atacadista | <input type="checkbox"/> Construção Civil |
| <input type="checkbox"/> Comércio Varejista | <input type="checkbox"/> Prestação de Serviços |

30) Quantos funcionários possui? _____

31) A Empresa permanece funcionando?

() Sim () Não

32) A empresa foi fechada ou vendida?

() Sim. Em que ano? _____

() Não

33) Qual o percentual de crescimento do faturamento da empresa nos últimos 3 anos? (coloque o valor negativo se houve redução)

2014 _____%

2015 _____%

2016 _____%

34) Qual o número de funcionários da empresa nos últimos 3 anos?

2014 _____

2015 _____

2016 _____

Orientação Empreendedora Individual

Os itens abaixo medem as dimensões de inovação, tomada de risco e proatividade. Selecione a opção que melhor descreve você em cada situação.

1 - Nunca

2 - Raramente

3 - Algumas vezes

4 - Frequentemente

5 – Sempre

	Nunca	Raramente	Algumas vezes	Frequentemente	Sempre
1) Eu gosto de realizar ações arrojadas, me aventurando no desconhecido.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2) Estou disposto a investir muito tempo e /ou dinheiro em algo que pode me dar um grande retorno.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3) Eu tendo a agir corajosamente em situações em que o risco está envolvido.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4) Muitas vezes eu gosto de experimentar atividades novas e incomuns que não são necessariamente arriscadas.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5) Em geral, eu prefiro trabalhar em projetos exclusivos e únicos, em vez de atuar em outros já realizados em outras oportunidades.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6) Eu prefiro tentar minha própria maneira de fazer e aprender coisas novas, ao invés de fazer como todo mundo faz.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7) Eu prefiro experimentar novas soluções para os problemas, ao invés de usar métodos que outros geralmente usam.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8) Eu geralmente ajo com antecipação a futuros problemas, necessidades ou mudanças.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9) Eu tendo a planejar com antecedência os projetos.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10) Eu prefiro dar um passo em frente e iniciar um projeto, ao invés de sentar e esperar que outra pessoa faça isso.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Perfil Empreendedor

Esta avaliação das características comportamentais empreendedoras é realizada com base no estudo desenvolvido por David McClelland, pesquisador de Harvard, que se especializou em comportamento empreendedor.

1 - Leia cuidadosamente cada afirmação e decida qual melhor se aplica a você (considere como você é hoje, e não como gostaria de ser).

2 - Algumas afirmações podem ser parecidas, mas nenhuma é exatamente igual.

3 - Leia atentamente todas as questões.

4 - Se responder todas as questões dessa pesquisa você receberá o relatório com o seu perfil empreendedor em seu e-mail.

	Nunca	Raramente	Algumas vezes	Frequentemente	Sempre
1) Esforço-me para realizar as coisas que devem ser feitas.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2) Quando me deparo com um problema difícil, levo muito tempo para encontrar a solução.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3) Termino meu trabalho no prazo.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4) Aborreço-me quando as coisas não são feitas devidamente.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5) Prefiro situações em que posso controlar ao máximo o resultado final.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6) Gosto de pensar no futuro.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7) Quando começo uma tarefa ou projeto novo, coleto todas as informações possíveis antes de dar prosseguimento a ele.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8) Planejo um projeto grande dividindo-o em tarefas mais simples.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9) Consigo que os outros apoiem minhas recomendações.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

10) Tenho confiança de que posso ser bem-sucedido em qualquer atividade que me proponha a executar.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11) Não importa com quem falo, escuto atentamente.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12) Faço as coisas que devem ser feitas sem que os outros tenham que me pedir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13) Insisto para conseguir que as outras pessoas façam o que desejo.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14) Sou comprometido com as promessas que faço.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15) Meu rendimento no trabalho é melhor do que o das outras pessoas com quem trabalho.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16) Envolve-me com algo novo somente depois de concluir com êxito o trabalho anterior.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
17) Considero perda de tempo preocupar-me com o que farei da minha vida.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18) Procuo conselhos das pessoas que são especialistas no ramo em que estou atuando.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19) Considero cuidadosamente as vantagens e as desvantagens de diferentes alternativas antes de realizar uma tarefa.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
20) Não perco muito tempo pensando em como posso influenciar as outras pessoas.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21) Mudo a maneira de pensar se outros discordam energeticamente dos meus pontos de vista.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
22) Aborreço-me quando não consigo o que quero.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23) Gosto de desafios e novas oportunidades.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
24) Quando algo se interpõe ao que estou tentando fazer, persisto em minha tarefa.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
25) Se necessário, não me importo de fazer o trabalho dos outros para cumprir um prazo de entrega.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
26) Aborreço-me quando perco tempo.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
27) Considero minhas possibilidades de êxito ou fracasso antes de começar a atuar.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
28) Acredito que quanto mais específicas forem minhas expectativas em relação ao que quero obter, maiores serão minhas possibilidades de êxito.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

29) Não perco tempo buscando informações para tomar decisões.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
30) Procuo levar em conta todos os problemas que podem se apresentar e antecipo o que fazer caso ocorram.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
31) Conto com pessoas influentes para alcançar minhas metas.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
32) Quando estou executando algo difícil e desafiador, tenho confiança no meu sucesso.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
33) Tive fracassos no passado.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
34) Prefiro executar tarefas que domino perfeitamente e em que me sinto seguro.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
35) Quando me deparo com sérias dificuldades, rapidamente passo para outras atividades.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
36) Quando estou fazendo um trabalho para outra pessoa, me esforço de forma especial para que ela fique satisfeita com o resultado.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
37) Não fico totalmente satisfeito com a forma como as coisas são feitas – considero que há uma maneira melhor de fazê-las.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
38) Executo tarefas arriscadas.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
39) Conto com um plano claro de vida.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
40) Quando executo um projeto para alguém, faço muitas perguntas para me assegurar de que entendi o que a pessoa quer.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
41) Enfrento os problemas à medida que surgem em vez de perder tempo antecipando-os.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
42) Para alcançar minhas metas, procuro soluções que beneficiem todas as pessoas envolvidas em um problema.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
43) O trabalho que realizo é excelente.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
44) Já obtive ajuda de outras pessoas.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
45) Aventuro-me a fazer coisas novas e diferentes do que fiz no passado.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
46) Tenho diferentes maneiras de superar obstáculos que se apresentam para a obtenção das minhas metas.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

47) Minha família e minha vida pessoal são mais importantes para mim do que as datas de entrega de trabalhos determinadas por mim mesmo.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
48) Encontro a maneira mais rápida de terminar minhas atividades, tanto em casa quanto no trabalho.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
49) Faço coisas que outras pessoas consideram arriscadas.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
50) Preocupo-me tanto em alcançar minhas metas semanais, quanto minhas metas anuais.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
51) Conto com várias fontes de informação ao procurar ajuda para a execução de tarefas e projetos.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
52) Se determinado método para enfrentar um problema não der certo, recorro a outro.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
53) Posso conseguir que pessoas com firmes convicções e opiniões mudem o seu modo de pensar.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
54) Mantenho-me firme em minhas decisões, mesmo quando outras pessoas se opõem energicamente.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
55) Quando desconheço algo, não tenho medo de admitir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Indique seu grau de concordância com as afirmações abaixo:

	Discordo Totalmente	Discordo	Não concordo, nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
1) Eu me considero preparado para gerenciar minha empresa, sem precisar de algum órgão de apoio.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2) Eu me considero um empreendedor.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3) Eu tenho planos de empreender ou continuar empreendendo.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Você fez o curso Empretec?

() Sim () Não

Em que ano você concluiu o curso? _____

Por fim, algumas informações adicionais a seu respeito e sobre o Empretec.

	Discordo Totalmente	Discordo	Não concordo, nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
4) Consegui aplicar muitos dos conhecimentos do Empretec na minha empresa ou na minha vida.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5) Tive um significativo aumento de renda após o Empretec.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6) O Empretec influenciou muito na minha decisão de empreender.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7) O Empretec teve um grande impacto na minha carreira profissional.	1)	(2)	(3)	(4)	(5)

E-mail (opcional) para o recebimento da Avaliação do seu perfil empreendedor e da Pesquisa GEM-RS 2017:

ANEXO A – QUESTIONÁRIO E CÁLCULO DO PE

Tabulação do questionário do Perfil Empreendedor:

Avaliação das Informações	Pontuação	CCE
$\underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} - \underline{\quad} + \underline{\quad}$ (01) (12) (23) (34) (45)	+ 6 =	_____ Busca de oportunidade e iniciativa
$\underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} - \underline{\quad} + \underline{\quad}$ (02) (13) (24) (35) (46)	+ 6 =	_____ Persistência
$\underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} - \underline{\quad}$ (03) (14) (25) (36) (47)	+ 6 =	_____ Comprometimento
$\underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad}$ (04) (15) (26) (37) (48)	+ 0 =	_____ Exigência de qualidade e eficiência
$\underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} - \underline{\quad} + \underline{\quad}$ (05) (16) (27) (38) (49)	+ 6 =	_____ Correr riscos calculados
$\underline{\quad} - \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad}$ (06) (17) (28) (39) (50)	+ 6 =	_____ Estabelecimento de metas
$\underline{\quad} + \underline{\quad} - \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad}$ (07) (18) (29) (40) (51)	+ 6 =	_____ Busca de informações
$\underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} - \underline{\quad} + \underline{\quad}$ (08) (19) (30) (41) (52)	+ 6 =	_____ Planejamento e monitoramento sistemático
$\underline{\quad} - \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad}$ (09) (20) (31) (42) (53)	+ 6 =	_____ Persuasão e rede de contatos
$\underline{\quad} - \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad} + \underline{\quad}$ (10) (21) (32) (43) (54)	+ 6 =	_____ Independência e autoconfiança
$\underline{\quad} - \underline{\quad} - \underline{\quad} - \underline{\quad} + \underline{\quad}$ (11) (22) (33) (44) (55)	+ 18 =	_____ Fator de correção

Fator de Correção: Corresponde à tabulação das respostas 11, 22, 33, 44 e 55. É utilizado para evitar que o respondente, inconscientemente, no preenchimento, apresente uma autoimagem excessivamente favorável.

Se o fator de correção for igual ou superior a 20, deve-se diminuir o número da pontuação de cada CCE, conforme a tabela abaixo:

Se o total de pontos do fator de correção for:	Diminua o número abaixo da pontuação de cada uma das CCE
24 ou 25	7
22 ou 23	5
20 ou 21	3
19 ou menos	0