



Marzo 2019 - ISSN: 1696-8352

ANÁLISE DO PERFIL EMPREENDEDOR DOS EMPRESÁRIOS DOS MUNICÍPIOS DE PORTO FIRME-MG E VIÇOSA-MG

Leila Paes Ferreira

Bacharel em Ciências Contábeis pela Univiçosa
E-mail: leilapaes10@gmail.com

Evandro Rodrigues de Faria¹

Professor adjunto da Universidade Federal de Viçosa (UFV)
E-mail: evandrozd@hotmail.com

Juliana Maria de Araújo

Graduanda em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Viçosa (UFV)
E-mail: j.maraujo160313@gmail.com

Lusvanio Carlos Teixeira

Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Viçosa (UFV)
E-mail: lusvanio.t@gmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Leila Paes Ferreira, Evandro Rodrigues de Faria, Juliana Maria de Araújo y Lusvanio Carlos Teixeira (2019): "Análise do perfil empreendedor dos empresários dos municípios de Porto Firme-MG e Viçosa-MG", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (marzo 2019). En línea: <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/03/perfil-empendedor-empresarios.html>

RESUMO

O presente estudo teve como objetivo avaliar o perfil empreendedor dos empresários das cidades de Porto Firme e Viçosa (ambas de Minas Gerais), fazendo uma comparação em relação ao tempo de mercado. Foi realizada uma pesquisa quantitativa, de caráter descritivo, onde se analisou uma amostra de 77 empresários. Para a coleta dos dados foram utilizados questionários semiestruturados, compostos por oito características: "Autoconfiança"; "Necessidade de Realização"; "Liderança e trabalho em equipe"; "Busca de conhecimento"; "Assumir riscos calculados"; "Dedicação"; "Delegação de autoridade" e "Planejamento". Os resultados encontrados revelam que 53% dos entrevistados possuem uma predisposição ao empreendedorismo. Comparando os inferiores a cinco anos *versus* superiores a cinco anos, não foi encontrado em nenhum dos atributos um aumento significativo de médias. Conclui-se que o tempo de mercado não é responsável por desenvolver um perfil empreendedor.

Palavras-chave: empreendedorismo; perfil empreendedor; características empreendedoras.

ABSTRACT

The present study aimed to evaluate the entrepreneurial profile of entrepreneurs in the cities of Porto Firme and Viçosa – both in the state of Minas Gerais, setting up a comparison related to the time on the market. Quantitative descriptive research was carried out, in which a sample of 77 entrepreneurs was analyzed. For data collection it was used semi-structured quizzes, composed of eight factors:

¹ Doutor em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

'Self-reliance', 'Need of Achievement', 'Leadership and Teamwork', 'Search for Knowledge', 'Taking Calculated Risks', 'Dedication', 'Delegation of Authority', and 'Planning'. The results reveal that 53% of the respondents have proneness to entrepreneurship. Comparing the less than five years to the more than five years, there was not significant average increase in any of the factors. It can be concluded that the time on the market is not responsible for developing an entrepreneurial profile.

Keywords: entrepreneurship; entrepreneurial profile; entrepreneurial characteristics.

1. INTRODUÇÃO

Com o advento da globalização, o mercado está cada vez mais competitivo, impondo aos profissionais uma necessidade cada vez maior de manter-se atualizado, com o objetivo de acompanhar as mudanças e, assim, atender a população que está sempre procurando por novos produtos e serviços, bem como atendimento diferenciado.

Embora o empreendedorismo tenha se tornado foco de vários estudos a relativamente pouco tempo, o perfil empreendedor sempre esteve presente em nossa história e acabou por enraizar-se na sociedade moderna (GREATTI, 2005).

Atualmente, cada vez mais se torna necessário que as empresas sejam capazes de ser flexíveis e ter uma grande capacidade inovadora. Assim, aquele modelo de grandes empresas, com grande economia de escala, cada vez menos consegue absorver os anseios do mercado.

Portanto, incentivar o empreendedorismo é primordial para o desenvolvimento econômico de uma nação, pois os empreendedores fornecem empregos, inovam o mercado e incentivam o crescimento econômico. Ademais, os empreendedores são considerados fonte de energia, assumindo riscos em uma economia que está em constante transformação e crescimento.

Além disso, de acordo com Gomes (2011, p. 12),

o Brasil, como a grande maioria dos países, enfrenta problemas sociais crônicos, desemprego, má distribuição de renda, balança comercial deficitária, etc. O desenvolvimento regional pode ser a alternativa para a superação desses problemas. Uma região competitiva tem condições de aumentar as exportações e gerar empregos. Além disso, o vetor da regionalização pode atuar no eixo de atenuação das desigualdades.

Conforme destacado por Paulino e Rossi (2003) a existência de pessoas empreendedoras é condição necessária para o desenvolvimento de novos empreendimentos o que, por sua vez, é responsável pela criação de novas cadeias produtiva e atuam no desenvolvimento do universo empresarial.

Dentre os indivíduos com perfil empreendedor destaca-se a atuação dos que estão à frente dos micro e pequenos negócios. Apesar de serem grandes fontes de empregos, tais empresas são constantemente afetadas pela sua alta taxa de mortalidade. De acordo com informações do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2017a), a sobrevivência das empresas de menor porte está associada a vários fatores, tais como o perfil do empresário e a existência de políticas públicas que visem proporcionar maiores chances de permanência do negócio no mercado.

Ademais, ainda de acordo com dados do SEBRAE (2017b) as micro e pequenas empresas, que correspondem a mais de 99% do tal de empresas em 34 países, são responsáveis pela maioria de empregos gerados durante o crescimento da economia. Além disso, são as últimas a sofrerem os efeitos de uma economia retrógrada, realizando menos demissões se comparadas às demais empresas.

Com isso, um empresário que possui um perfil empreendedor estará colocando sua empresa à frente das demais, além de contribuir com o desenvolvimento econômico regional. Além disso, o mesmo deve estar sempre se atualizando com o propósito de administrar sua empresa com um espírito inovador.

Diante disso, avaliar se os empresários possuem um perfil empreendedor é necessário para direcionar políticas de incentivo à qualificação e melhoria dos produtos e serviços oferecidos à sociedade.

Sendo assim, este trabalho tem como objetivo avaliar as características empreendedoras dos empresários de Porto Firme-MG e Viçosa-MG e avaliar qual o impacto do tempo de atuação e qualificação na formação do perfil empreendedor.

Este artigo está estruturado da seguinte forma: primeiramente foi construído um referencial teórico abordando o conceito de empreendedorismo, com uma contextualização a respeito do perfil empreendedor, bem como suas características, do empreendedorismo no Brasil e de sua importância para o desenvolvimento econômico. A seguir, foi apresentada a metodologia, que consta de aplicação

de questionários e da utilização do Alfa de Cronbach e da Análise de Cluster. Por fim, são apresentados os resultados, as conclusões deste estudo e as referências bibliográficas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO

Em relação aos estudos sobre empreendedorismo, nota-se que há diversas opiniões a respeito da definição de um empreendedor. Assim, os autores o conceituam de acordo com suas percepções e também de acordo com as atitudes e perfis que eles consideram como típicos de empreendedores.

São inúmeras as definições para empreendedorismo. Contudo, “sua essência se resume em fazer diferente”, empregando os recursos disponíveis de forma criativa, assumindo riscos calculados, além de buscar oportunidades e inovar (DORNELAS, 2004, p.81). Ainda de acordo com o autor, o empreendedorismo “significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual” a fim de buscar novas oportunidades, “tendo como foco a inovação e a criação”.

O termo empreendedor – do francês *entrepreneur* – significa aquele que assume riscos e começa algo novo. O termo foi utilizado por volta de 1800 por Jean Baptiste Say, um economista francês, com a intenção de diferenciar o indivíduo que consegue transferir recursos econômicos de um setor com baixa produtividade para outro setor com produtividade elevada e com maiores rendimentos (DRUCKER, 1987).

Conforme Gomes (2011) existem duas correntes principais que definem o termo empreendedor: a dos psicólogos e a dos pioneiros do campo. Enquanto a primeira corrente associa o empreendedorismo aos aspectos relacionados ao comportamento, tais como ser criativo e intuitivo, a segunda corrente já relaciona o termo com a inovação propiciada pelo desenvolvimento dos negócios. Todavia, o perfil do empreendedor está também relacionado a aspectos culturais, como a região em que se vive, perfil familiar, etc.

De acordo com Junior (2004) o empreendedorismo pode ser considerado como um processo dinâmico e complexo, que abrange diversos aspectos, tais como: os sociais (a mobilidade social, sociedade e cultura); os econômicos (incentivos de mercado, políticas públicas e capital de risco) e os psicológicos, os quais influenciam o ato de empreender.

Segundo Fillion (1999) definir um empreendedor é um desafio constante, pelo fato de ter uma variedade muito ampla de pontos de vista obtendo, assim, diversas definições com risco de discordância entre elas. O mesmo define o empreendedor como sendo uma pessoa criativa que deve estabelecer os objetivos que será capaz de atingir.

Dolabela (1999a), afirma que o empreendedorismo não é um tema novo ou um modismo, pelo contrário, sempre existiu. Porém, somente a partir de meados do século passado o empreendedorismo passou a ter significado e a ser reconhecido, passando a ser considerado essencial para a geração de riquezas dentro de um país, principalmente, por promover o crescimento econômico gerando, assim, emprego e renda, além de possibilitar melhores condições de vida para a sociedade em geral.

Um período de mudanças rápidas ocasiona, como consequência, um grande número de estabelecimentos obsoletos, ou então os meios pelos quais são dirigidos tornam-se ineficazes. Concomitantemente a esse período, criam-se oportunidades para novas tarefas, para experimentação e inovação (DRUCKER, 2011).

A vida e a sociedade têm se modificado com os avanços tecnológicos. Dessa forma, a economia e os meios de produção e serviço também evoluíram, fazendo com que o empreendedorismo surgisse mais como consequência da evolução tecnológica do que um simples modismo (BERNARDO; TADEUCCI; ARAUJO, 2013).

Para Fillion (1999) o empreendedor é criativo, estabelece e atinge seus objetivos, com grande consciência do ambiente em que vive, detectando, assim, oportunidades de negócios. Para continuar a desempenhar um papel empreendedor deve-se sempre aprender a respeito de possíveis oportunidades e tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação.

O envolvimento de pessoas e processos em conjunto leva a transformações de ideias e oportunidades. Assim, o empreendedorismo é a iniciativa que o indivíduo possui para a concretização de um ideal, criando e desenvolvendo planos e projetos e utilizando os recursos disponíveis (DORNELAS, 2001).

A inovação é uma peça chave para a garantia de competitividade das organizações, fazendo com que o conhecimento seja extremamente necessário para isso. Porém, deve haver a colaboração de entidades como universidades, empresas e do próprio governo (GANZERT; MARTINELLI, 2009).

Dentre o comportamento dos empreendedores para obter sucesso é preciso que eles possuam um elemento psicológico crítico denominado como “motivação para a realização” ou “impulso para melhorar”. Esse é um perfil comportamental típico dos empreendedores, que ao começar um empreendimento possuem certa facilidade de obter o sucesso (DALMORO, 2010, p.61).

2.2 PERFIL EMPREENDEDOR

Uma maneira de se compreender o empreendedorismo como um processo é analisar como se envolve um empreendedor em uma atividade, levando em consideração as condições econômicas, tecnológicas, sociais, o reconhecimento das oportunidades, as técnicas de negócios e estruturas jurídicas que eles usam para desenvolvê-las e os efeitos sociais e econômicos produzidos por tal desenvolvimento (BARON; SHANE, 2007).

Os empreendedores são pessoas que precisam continuar a aprender, não devendo focar somente em seu ambiente para que, assim, possam detectar as oportunidades e como agir, ajustando-se de acordo com a situação. Dessa forma, vive-se um processo de evolução constante, com foco principal na capacidade de detectar oportunidades que lhes permite continuar a desempenhar seu papel de empreendedor (FILION, 1999).

Para Chiavenato (2005) o empreendedor precisa conhecer seus clientes e suas necessidades, a fim de definir seu negócio, bem como sua missão e visão, formular objetivos, estabelecer estratégias para alcançá-los, criar e consolidar sua equipe, lidar com assuntos de produção, marketing e finanças, inovar e competir em um contexto repleto de ameaças e oportunidades.

Estudos sobre empreendedorismo mostram consenso sobre atitudes presentes no sujeito empreendedor. Existem variáveis de nível individual (técnicas, motivações e características); de nível grupal (ideias, informações, clientes, funcionários em potencial, eficácia nas interações com capitalistas de risco) e de nível social (políticas públicas, condições econômicas, tecnologia) compondo, assim, fases do processo empreendedor (BARON, SHANE, 2007).

O empreendedor não é um seguidor, mas um criador de caminhos. Dessa forma, ele deve estar sempre atento aos acontecimentos, para que possa traçar seus objetivos e corrigir o necessário a fim de que obtenha sucesso. (FILION; DOLABELA 2000).

Segundo Dornelas (2005) uma das características mais marcantes em empreendedores que optam por abrir seu próprio empreendimento e obtêm o sucesso, é a “paixão” pelo que fazem. Em seguida vem a motivação, o empenho, a doação de tempo e, por último, encontra-se a preocupação com o lucro que virá deste empreendimento. De uma forma geral, os empresários de sucesso acreditam que os lucros são a consequência de um trabalho bem realizado.

Acredita-se, atualmente, que uma pessoa pode aprender e compreender o processo empreendedor, onde o sucesso é decorrente de inúmeros fatores internos e externos ao negócio. Este perfil também pode estar relacionado à forma como se administra as adversidades que são encontradas no dia-a-dia. (BERNARDO; TADEUCCI; ARAUJO, 2013).

Para Filion (1999) não é possível avaliar uma pessoa para saber se ela será bem-sucedida ou não enquanto empreendedora. O que se avalia num estudo é se determinada pessoa tem certas características e aptidões mais comumente encontradas em empreendedores.

2.3 CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS

Várias são as características que podem ser utilizadas para qualificar um perfil empreendedor, baseadas nas várias definições que o termo passou a assumir ao longo do tempo. Conforme Cielo (2001), até mesmo o ambiente familiar e o convívio com amigos pode desenvolver características essenciais ao perfil empreendedor. A tabela 1 elenca algumas das características mais comuns apontadas pela literatura analisada.

Tabela 1: Características do empreendedor

Conhecimento do ramo	“Uma vez que conhecer o mercado e o ramo em que se pretende atuar é essencial para perceber as chances de sucessos e prevenir-se em relação aos imprevistos. Este conhecimento pode ser adquirido pela própria experiência do empreendedor no negócio, pelo contato com outros empreendedores do ramo, bem como por informações buscadas em revistas, informativos, associações, sindicatos, cursos, palestras, feiras, etc.” (GREATTI, 2005, p.72).
----------------------	--

Autoconfiança	<p>“A reflexão e análise de suas realizações fazem com que o empreendedor aumente sua autoconfiança e suas habilidades. Isso coloca a insegurança do empreendedor na perspectiva adequada, fornecendo os subsídios necessários para aprimorar o empreendimento” (CIELO, 2001, p. 33).</p>
Necessidade de realização	<p>“O empreendedor deseja conquistar uma alta posição na sociedade, ser respeitado pelos amigos, aumentar o status e o prestígio da família, conquistar algo e ser reconhecido por isso. [...] Assim, pode se dizer que o empreendedor tem necessidade de ser aprovado pelos seus conhecimentos, de obter a aprovação dos demais, vendo na empresa a maneira de mostrar que é capaz.” (CIELO, 2001, p.31).</p> <p>“O empreendedor visualiza a empresa como um local onde suas capacidades podem ser aperfeiçoadas e utilizadas e, em consequência obtém a realização pessoal” (LEZANA e TONIELLI, 1998, apud CIELO, 2001, p.32).</p>
Liderança e trabalho em equipe	<p>Os empreendedores “sabem como liderar uma organização e dar-lhe impulso e, por isso, representam a força motriz da economia, a riqueza de uma nação e seu potencial para gerar empregos” (GREATTI, 2005, p.69).</p> <p>Os empreendedores reconhecem que o relacionamento interpessoal é importante e procuram agir tendo isso em mente (MARKMAN; BARON, 2003 apud SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).</p>
Busca de conhecimento	<p>“Os empreendedores têm ainda uma forte necessidade de autodesenvolvimento, precisando ser inovador, estando na vanguarda do desenvolvimento tecnológico, transformando idéias em produtos e estando em constante aperfeiçoamento, com capacidade para aproveitar as oportunidades” (CIELO, 2001, p.32).</p>
Assume riscos calculados	<p>É impossível que indivíduos que não possuam capacidade de arriscar sejam bons empreendedores (DRUCKER, 1986 apud SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).</p> <p>Ademais, é necessário que o empreendedor assuma riscos de forma calculada, agindo de maneira eficiente e rápida para adaptar-se às contínuas mudanças na economia (KAUFMAN, 1991 apud SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).</p> <p>“Os especialistas em finanças tendem a concordar que os empreendedores são capazes de calcular e medir riscos” (GOMES, 2004, p. 214).</p>
Delegação de autoridade	<p>“O empreendedor deve ser capaz de confiar na capacidade do outro e de delegar responsabilidades aos membros de sua equipe, evitando trazer responsabilidade de qualquer trabalho individual para si, sobrecarregando-se de pequenas coisas e não tendo tempo e disponibilidade para o que é realmente necessário. Delegar não significa abdicar, mas transferir decisões e ações a pessoas capacitadas a desenvolvê-las, motivando-as a alcançarem os resultados esperados” (GREATTI, 2005, p.72).</p>
Busca de oportunidades	<p>“Identificar oportunidades é fundamental para quem deseja ser empreendedor e consiste em aproveitar todo e qualquer ensejo para observar negócios” (GREATTI, 2005, p.70).</p>
Persistência	<p>O empreendedor “tem a capacidade de suportar situações de não satisfação de necessidades pessoais ou profissionais, sem se comportar de maneira derrotista, negativa ou confusa. Tem capacidade de rápida superação e consegue achar maneiras de reagir e combater o stress” (GREATTI, 2005, p.70).</p>
Planejamento	<p>Os empreendedores imaginam situação que podem ser alcançadas, imaginando</p>

	<p>todos os passos através dos quais almejarão a situação pretendida (FILION, 2000 apud SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).</p> <p>“O empreendedor é alguém com capacidade de observação, de planejamento e de mapear o meio ambiente, analisando recursos e condições existentes, buscando estruturar uma visão de longo prazo dos rumos a serem seguidos para se atingir os objetivos. O empreendedor faz um planejamento através da elaboração do plano de negócios do seu empreendimento e com esse documento consegue avaliar o negócio, monitorar através de um acompanhamento sistemático e comparativo, e consegue atrair investidores para o seu projeto, ou seja, buscar recursos financeiros” (GREATTI, 2005, p.71).</p>
Persuasão e rede de contatos	<p>“O empreendedor busca ampliar sua rede de relações e manter contato constante com todos os membros, pois nunca se sabe quando irá precisar deles. Vê nas pessoas uma das suas mais importantes fontes de aprendizagem, e não se prende somente a fontes reconhecidas, como autores da literatura, cursos, profissionais especialistas etc. Busca tirar das pessoas informações, aconselhamentos, experiências já vividas (para não cometer os mesmos erros), obter parcerias, influências etc. O empreendedor é capaz de aprender através da assimilação de experiências de pessoas comuns como ele” (GREATTI, 2005, p.71).</p>
Necessidade de independência	<p>“Outra necessidade latente nos indivíduos considerados empreendedores é a independência, sendo de suma importância impor seu ponto de vista no trabalho e obter flexibilidade, tanto em âmbito profissional quanto familiar, tendo condições de controlar seu próprio tempo” (CIELO, 2001, p.31).</p>
Comprometimento	<p>“Consiste em assumir responsabilidades com o empreendimento, dedicando-se quase que exclusivamente a ele” (GREATTI, 2005, p. 70).</p>
Habilidade empresarial	<p>“O empreendedor, além de ter imaginação para conceber idéias, criatividade para transformá-las em uma oportunidade, capacidade iniciativa para montar um negócio, motivação para conduzi-lo, capacidade para perceber a mudança como uma oportunidade e flexibilidade para se adaptar a elas, deve possuir experiências que possibilitem o bom funcionamento do seu empreendimento, tornando-o lucrativo” (GREATTI, 2005, p.72).</p>
Desejo de inovar	<p>Os empresários geralmente são dotados de um desejo de inovar, o que pode estar associado à produção de um novo produto, ao oferecimento de um novo serviço a um novo método de produção ou até mesmo à aplicação de algo já conhecido em um ambiente novo (Gomes, 2011).</p> <p>“Os empresários são essencialmente inovadores, com capacidade para conviver com riscos e incertezas envolvidas nas decisões” (GOMES, 2011, p.213).</p> <p>Além disso, “os empreendedores são a força motriz do crescimento econômico, ao introduzir no mercado inovações que tornam obsoletos os produtos e as tecnologias existentes” (SCHUMPETER, 1911, apud BARROS; PEREIRA, 2008, p. 977).</p> <p>“A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, é o meio pelo qual eles exploram a mudança como oportunidade de negócio diferente” (DRUCKER, 1986 apud PEDROSO; MASSUKADO-NAKATANI; MUSSI, 2009).</p>

Fonte: Elaborado pelos autores.

Apesar das características acima apontadas serem amplamente difundidas pela literatura como as mais comuns entre os empreendedores, é válido destacar que isto não pode ser considerado uma verdade imutável.

Conforme Greatti (2005), apesar dos comportamentalistas focarem nas características mais presentes entre os indivíduos com perfil empreendedor, existem vários outros tipos de perfis, tendo

em vista que os empreendedores não são uma classe dotada de homogeneidade. Ademais, o perfil do empreendedor pode variar de acordo com o tempo de mercado, da região em que está inserido, do seu nível de escolaridade, etc. (GOMES, 2011).

2.4 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O empreendedorismo ganhou força no Brasil a partir de década de 1990, na qual houve a abertura da economia que propiciou a criação do SEBRAE. Isso não significa dizer que não existiram empreendedores antes dessa época, e sim que o termo empreendedor era desconhecido e a criação de empresas era bastante limitada (DORNELAS, 2001).

Desde a década de 1990 até os dias atuais, a história brasileira vivencia a crescente busca pelo autoemprego, fazendo com que a prática do empreendedorismo fique cada vez mais frequente, com empreendedores involuntários representados, principalmente, por recém-formados, por trabalhadores demitidos de suas empresas e também por cidadãos à margem da sociedade, excluídos socioeconomicamente (HENRIQUE, CUNHA, 2008).

Os desafios enfrentados pela realidade brasileira atual para se ajustar ao novo cenário econômico mundial são bem conhecidos, onde a inovação é a chave para o crescimento. Essas dificuldades são evidenciadas, por exemplo, em uma comparação do país tanto com economias altamente industrializadas quanto na comparação com os chamados países emergentes (ERBER, 2010).

Morais (2008) afirma que desde o final dos anos 1990 o país tem o objetivo de promover a transferência de conhecimento científico e tecnológico, objetivando o desenvolvimento da capacidade tecnológica inovadora nas empresas. Um exemplo são as políticas como a dos Fundos Setoriais de Ciência e Tecnologia, que visam o desenvolvimento da pesquisa nos setores público e privado, incluindo parcerias entre universidades ou instituições de pesquisa e o setor produtivo, com apoio à inovação nas micro e pequenas empresas, bem como a criação de incubadoras e parques tecnológicos.

Por representar um importante caminho para o empreendedorismo e a inovação, a evolução do Triple Helix (cooperação entre governo-universidade-indústria) passa a ser trabalhado com veemência na América do Sul, sobretudo no Brasil. Nosso país ainda enfrenta uma série de paradigmas neste sentido e precisa, o quanto antes, começar a inovar tornando inevitável o papel das universidades, visto que a grande maioria das pesquisas é desenvolvida nestes ambientes (ETZKOWITZ; MELLO; ALMEIDA, 2005).

Ernst (2005) ressalta a importância da iniciativa pública para as incubadoras no Brasil, que poderia, inclusive, receber mais incentivos se houvesse maior participação da iniciativa privada. O processo de incubação nas universidades enfrenta uma imensa resistência, pois alguns acreditam que as universidades devem focar apenas na formação de recursos humanos, algo que pode ser absolutamente questionado.

Empreender em uma incubadora tende a aumentar as oportunidades de crescimento e sobrevivência de uma empresa. No Brasil, as empresas incubadas possuem taxas de sobrevivência superiores às das empresas independentes. A taxa de mortalidade dos empreendimentos de empresas incubadas corresponde a aproximadamente 20% do total, contra cerca de 80% das empresas independentes (ANPROTEC, 2003).

Embora algumas crises afetem todo o planeta, concomitantemente elas permitem que as economias emergentes possam se expandir e o caminho para este progresso é o empreendedorismo e a inovação, algo que só pode ser conseguido através de altos investimentos em educação (COSTA, BARBOSA, SILVA, 2011).

A Lei nº 11.196, de novembro de 2005, a chamada Lei do Bem, instituiu incentivo fiscal às empresas que desenvolvem pesquisa tecnológica e contratam pesquisadores. Outros programas e mecanismos de crédito e de subvenções têm sido criados recentemente como, por exemplo, a capitalização de fundos de investimento em empresas inovadoras. Em maio de 2008, foi instituída a Política de Desenvolvimento Produtivo que privilegia áreas estratégicas do país (BRASIL, 2009).

2.5 IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

Uma das formas de se reconhecer a importância do empreendedorismo no desenvolvimento das economias está relacionada ao aumento da investigação sobre o tema (GASPAR, 2003).

Em relação à sua importância George e Zahra (2002) afirmam que o tema empreendedorismo tem adquirido espaço nos últimos anos. Este fato é confirmado tanto no meio acadêmico (com a elaboração de trabalhos relacionados ao tema), como nas discussões econômicas. Ademais, o

empreendedorismo passou a ser avaliado como fator de extrema importância para a formulação de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento dos países.

O empreendedor impulsiona a economia através da inovação, tornando-se um dos responsáveis pelo crescimento econômico e pelo desenvolvimento social. Além disso, o empreendedorismo é considerado a melhor arma contra o desemprego (DOLABELA, 1999a).

Ganzert e Martinelli (2009) ressaltam a importância do empreendedorismo, que deve ser enxergado como um método prático de difusão do conhecimento em diversos níveis. Quando há no mercado novos produtos ou processos surgem, como consequência, informações relacionadas criando, assim, motivações, inclusive dos competidores que não estão apoiados em tais processos inovadores. Estas informações também passam a ser absorvidas por universidades, governos e empresas.

De acordo com Schumpeter (1982) o empresário inovador é um componente fundamental para o processo de desenvolvimento econômico. Juntamente com o crédito bancário e as inovações tecnológicas, o empreendedor se torna chave importante para o desenvolvimento econômico.

Dolabela (1999) afirma que o empreendedor cria e aloca valores para os indivíduos e para a sociedade. Assim, o empreendedorismo contribui para o crescimento e desenvolvimento econômico com a produção de bens, serviços, emprego e renda movimentando, assim, a economia. O autor acredita também que o empreendedorismo conduz o desenvolvimento econômico gerando e distribuindo riquezas para a sociedade. Dessa forma, percebe-se que o empreendedor é a pessoa criativa que reage a mudanças, melhorando o que já está sendo feito, otimizando recursos e possibilitando o desenvolvimento econômico.

3. METODOLOGIA

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Foi realizada uma pesquisa aplicada para que fossem gerados conhecimentos práticos dirigidos à solução dos questionamentos em questão, envolvendo verdades e interesses locais.

Para isso, o presente estudo caracteriza-se por ser uma pesquisa descritiva, onde o objetivo consiste em avaliar como o tempo de experiência e a qualificação dos empresários influenciam em seu perfil empreendedor. Para isso, será realizada uma pesquisa para analisar o perfil empreendedor dos empresários das cidades de Porto Firme-MG e Viçosa-MG.

De acordo com Gil (1999), uma pesquisa descritiva tem o objetivo principal de descrever características de determinada população ou fenômeno, ou então de estabelecer as relações entre as variáveis. Uma de suas características mais significativas é a utilização de técnicas padronizadas de coletas de dados.

Ademais, esta é uma pesquisa quantitativa que, de acordo com Beuren et al. (2004), se caracteriza pelo uso de instrumentos estatísticos, tornando-se relevante a utilização dessa tipologia de pesquisa à medida que se utiliza desses instrumentos, desde a coleta até a análise e o tratamento de dados.

3.2 METODOLOGIA E FERRAMENTAS UTILIZADAS

Inicialmente, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, feita através de documentos já publicados. Segundo Cervo e Bervia (1983) esse tipo de pesquisa utiliza referenciais teóricos de materiais já publicados para explicar um problema.

Para a coleta dos dados da presente pesquisa foi aplicado um questionário composto por questões de múltipla escolha, com o objetivo de avaliar as características empreendedoras dos empresários entrevistados.

Os questionários foram aplicados nas cidades de Porto Firme-MG e Viçosa-MG. A cidade de Porto Firme possui 200 empresas, das quais 48 foram analisadas. Já a cidade de Viçosa possui 3.000 empresas, das quais 29 foram analisadas. Em ambos os casos não foi possível saber com exatidão o número correto de empresas atuantes no mercado, devido ao fato de que algumas empresas deixaram de funcionar, mas ainda permaneciam com seu CNPJ ativo.

Dessa forma, o questionário a ser utilizado foi composto por questões correspondentes às características empreendedoras tendo os empresários as seguintes opções de respostas:

1 - Discordo Totalmente (DT)

- 2 - Discordo Bastante (DB)
- 3 - Discordo Parcialmente (DP)
- 4 - Concordo Totalmente (CT)
- 5 - Concordo Bastante (CB)
- 6 - Concordo Parcialmente (CP)

3.2.1 ALFA DE CRONBACH

O Alfa de Cronbrach é uma medida de validação de *constructo*, que toma como referência a média do comportamento da variabilidade conjunta dos itens considerados.

Acredita-se que se um conjunto descreve com fidelidade um conceito, as variáveis ou itens que o compõe são fortemente correlacionados.

Para isso, temos a análise da confiabilidade dos dados que permite analisar as escalas de mensuração, onde é calculado um número de mensurações de confiabilidade de escalas geralmente usadas fornecendo, também, informações sobre as relações entre os itens individuais em uma determinada escala. Obtém-se, assim, a extensão em que os itens estão relacionados com os demais (PEREIRA, 2004).

O cálculo do Alfa de Cronbach segue a seguinte fórmula:

$$\alpha = \frac{n(\text{cov ar/var})}{1 + (n - 1)(\text{cov/var})}$$

onde,

Covar: Média de covariância entre os pares de itens;

Var: Média de variância entre os pares de itens;

n: número de itens (variáveis).

Na literatura existem várias sugestões de corte para a validação do *constructo* pelo Alfa de Cronbach, sendo 0,60 o valor mínimo recomendado. Contudo, o pesquisador deve ter sensibilidade para perceber o corte mais apropriado ao seu conceito (HAIR, 2005).

De acordo com Pereira (2004) uma das formas de se interpretar o Alfa de Cronbach seria considerá-lo como um coeficiente de correlação ao quadrado. Por exemplo, quando o resultado do alfa for igual a 0,75 estaríamos medindo 75% do impacto real das variáveis.

3.2.2 ANÁLISE DE CLUSTER

A Análise de Cluster foi utilizada para realizar o agrupamento dos respondentes do questionário em dois grupos: os que apresentaram um perfil empreendedor e que não apresentaram tal perfil.

Conforme Everitt (1993) apud Faria, Ferreira e Gonçalves (2013, p.218):

A análise de cluster é uma técnica estatística que objetiva agrupar os indivíduos (casos) que possuem características semelhantes em função de um conjunto de variáveis selecionadas. Assim, a análise de cluster classifica os indivíduos (casos) em grupos homogêneos, denominados clusters ou conglomerados. Entende-se, portanto, que os grupos criados pela análise de cluster são semelhantes entre si (dentro do cluster a variância é mínima) e diferentes de outros clusters (entre clusters a variância é máxima).

De acordo com Valli (2012), a análise de cluster permite a busca de agrupamentos de indivíduos de forma natural, de forma que indivíduos semelhantes permaneçam o mais próximo possível. De forma concomitante, os indivíduos de grupos diferentes são dissimilares entre si.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A seguir serão apresentados os resultados da pesquisa, considerando-se os constructos apresentados e a divisão dos respondentes do questionário em grupos, considerando-se os que apresentaram ou não um perfil empreendedor.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

A amostra deste estudo abrangeu os empresários das cidades de Porto Firme-MG e Viçosa-MG. De forma aleatória, foi aplicado um questionário a empresários que estão iniciando no mercado e a empresários que já possuem uma maior experiência e tempo de mercado. Na tabela 1 estão separadas as amostras de acordo com as cidades.

Tabela 2: Composição da amostra de acordo com as cidades e de acordo com a escolaridade

Cidade	Tempo de Mercado	Quantidade de Empresas (%)	Masculino (%)	Feminino (%)	Ensino Superior (%)	Ensino Médio (%)
Porto Firme	Inferior a 5 anos	45,8%	14,6%	18,7%	10,4%	20,9%
	Superior a 5 anos	54,2%	39,6%	27,1%	16,7%	52,0%
	Subtotal	100%	54,2%	45,8%	27,1%	72,9%
Viçosa	Inferior a 5 anos	48,3%	41,4%	6,9%	34,5%	13,8%
	Superior a 5 anos	51,7%	34,5%	17,2%	31,0%	20,7%
	Subtotal	100%	75,9%	24,1%	65,5%	34,5%

Fonte: Dados da pesquisa

Podemos observar na tabela 1 que em ambas as cidades a maioria dos empresários são do sexo masculino, independente do tempo de mercado, exceto no caso dos empresários com tempo inferior a cinco anos de mercado da cidade de Porto firme, que possui uma maioria feminina. Verifica-se, também, que com uma pequena diferença o número de entrevistados que possuem o tempo de mercado superior a cinco anos é superior em relação aos que possuem um tempo inferior.

A tabela 1 também contém a composição de amostra de acordo a escolaridade dos empresários entrevistados. Podemos observar que na cidade de Porto Firme a maioria dos empresários entrevistados concluiu seus estudos ate o ensino médio, completo ou não. Já na cidade de Viçosa-MG, o resultado encontrado difere, onde a maioria dos empresários possui o ensino superior completo.

4.2 APRESENTAÇÃO DOS *CONSTRUCTOS* DA PESQUISA

Para a análise da confiabilidade dos *constructos* utilizados nesta pesquisa calculou-se o Alfa de Cronbach de cada característica empreendedora. De acordo com Hair et al. (2005), o teste é capaz de revelar o grau em que os itens de um instrumento são homogêneos e refletem um determinado *constructo* implícito. O coeficiente Alfa de Cronbach varia entre 0,00 e 1,00, sendo os valores de 0,50 a 0,60 considerados o limite inferior de aceitabilidade.

Após a análise dos resultados verifica-se, de acordo com a Tabela 3, que os valores estão acima do limite inferior de aceitabilidade para as categorias de liderança e trabalho de equipe, de busca de conhecimentos e de assumir riscos calculados; evidenciando a existência de confiabilidade na mensuração dos princípios estabelecidos. Para as características de autoconfiança, necessidade de realização, delegação de autoridade e planejamento, o valor encontrado no teste foi inferior a 0,60. Entretanto, em pesquisas nas ciências sociais aplicadas, valores acima de 0,5 ainda podem ser utilizados se contribuírem para os resultados da pesquisa (HAIR, 2005).

Tabela 3: Teste do Alfa de Cronbach por categorias consideradas na pesquisa

Categoria	Grupo de Perguntas	Alfa de Cronbach
Autoconfiança	1-5	0,599
Necessidade de realização	6-9	0,579
Liderança e trabalho em equipe	10-13	0,673
Busca de conhecimento	14-18	0,756
Assumir riscos calculados	19-24	0,701
Delegação de autoridade	29-32	0,597
Planejamento	33-36	0,578

Fonte: Dados da pesquisa

A seguir, serão demonstrados os resultados obtidos durante a análise de cada um dos *constructos* utilizados no estudo.

4.2.1 Autoconfiança e Necessidade de Realização

Em relação à característica “autoconfiança” dos empreendedores (Tabela 4), verifica-se que a confiança em ser bem-sucedido em qualquer atividade é de 92,3%, já aqueles que acreditam que podem possuir uma situação financeira superior à atual correspondem a 58,5%. Além disso, 61,1% dos empresários entrevistados acreditam que seu rendimento no trabalho é melhor em relação aos demais, 98,7% possuem confiança em seu sucesso e 87,1% acreditam na excelência do seu trabalho.

Um empreendedor autoconfiante, encontrado nas afirmações positivas desse *constructo*, é aquele que possui confiança no seu trabalho, ao mesmo tempo em que não se sente superior aos demais dentro de sua empresa. Isso proporciona que o ambiente de trabalho seja o melhor possível para que todos se sintam confiantes e motivados.

Tabela 4: Percepção das características de Autoconfiança e Necessidade de Realização

Preposições	DT	DB	DP	CP	CB	CT
<u>Autoconfiança</u>						
Tenho confiança que posso ser bem-sucedido em qualquer atividade que me proponha executar.	0%	1,3%	6,5%	28,6%	27,3%	36,4%
Acredito que minha situação financeira atual está abaixo de minha capacidade como empresário	5,2%	15,6%	20,8%	31,2%	13,0%	14,3%
Meu rendimento no trabalho é melhor do que o das outras pessoas com quem trabalho.	7,8%	6,5%	24,7%	23,4%	13,0%	24,7%
Quando estou executando algo difícil e desafiador, tenho confiança em meu sucesso.	0%	0%	2,6%	15,6%	31,2%	50,6%
O trabalho que realizo é excelente.	0%	0%	1,3%	15,6%	51,9%	31,2%
<u>Necessidade de Realização</u>						
Aborreço-me quando não consigo o que quero.	2,6%	1,3%	9,1%	16,9%	26,0%	44,2%
Gosto de desafios e novas oportunidades.	0%	1,3%	3,9%	14,3%	22,1%	58,4%
Gosto de fazer parcerias com outras empresas para ganhar experiência e crescer no ramo de atuação.	6,5%	6,5%	9,1%	26,0%	24,7%	27,3%
Continuar estudando é essencial para que consiga o meu maior objetivo: uma grande remuneração.	5,2%	7,8%	13,0%	15,6%	15,6%	42,9%

Fonte: Dados da Pesquisa.

Segundo Chiavenato (2005), um empresário autoconfiante é aquele que possui a confiança de enfrentar os desafios que aparecem em seu empreendimento, tendo o domínio sobre os problemas enfrentados. Dessa forma, são pessoas dotadas de capacidade de enxergar os problemas inerentes a um novo negócio, desenvolvendo e acreditando em habilidades para a sua resolução.

De acordo com a tabela 3, a respeito da “necessidade de realização”, 87,1% dos empreendedores afirmaram que se aborrecem quando não conseguem o que desejam, 94,8% gostam de desafios e novas oportunidades, 78,0% gostam de fazer parcerias e ganhar experiências e 74,1% acreditam que continuar estudando é essencial para alcançar um maior objetivo.

Os resultados encontrados nesse *constructo* são positivos constatando, assim, que os empreendedores entrevistados possuem uma necessidade de realização, de estarem com sua empresa em constante crescimento.

As pessoas que são motivadas pela necessidade de realização são as que têm a necessidade de pôr à prova seus limites, de fazer um excelente trabalho obtendo, assim, sua realização pessoal. São também as pessoas que procuram mudanças em sua vida, estabelecem metas e se colocam em situações competitivas. Esta característica é considerada como sendo a primeira identificada entre empreendedores bem sucedidos (MCCLELLAND; BURHAM, 1987).

4.2.2 Liderança e Trabalho em Equipe

Em relação à “liderança e trabalho em equipe” (tabela 5) a primeira questão demonstra que 93,6% dos empreendedores são abordados por outras pessoas a respeito de sua opinião sobre assuntos de trabalho, 93,6% possuem um relacionamento de igualdade com seus colaboradores, 80,6% influenciam opiniões de outras pessoas a respeito de determinados assuntos e 66,3% mudariam de opinião se alguém apresentasse uma ideia melhor.

A grande maioria dos entrevistados concorda com esse *constructo*, tornando-o positivo. Assim, isto demonstra que os empreendedores possuem uma boa liderança, juntamente com um bom trabalho realizado em equipe.

Tabela 5: Percepção da característica de Liderança e Trabalho em Equipe

Preposições	DT	DB	DP	CP	CB	CT
Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho.	0%	0%	6,5%	23,4%	31,2%	39,0%
Tenho um relacionamento de igualdade com meus colaboradores, sei admitir meus erros e peço desculpas quando é devido.	2,6%	1,3%	2,6%	9,1%	35,1%	49,4%
No trabalho, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto.	5,2%	5,2%	9,1%	24,7%	28,6%	27,3%
Mudo a maneira de pensar se alguém aparentemente tem uma ideia melhor que a minha.	14,3%	9,1%	10,4%	19,5%	10,4%	36,4%

Fonte: Dados da Pesquisa

Segundo Dornelas (2008), os empreendedores possuem um senso de liderança incomum. Eles são respeitados por seus funcionários, pelo fato de saber respeitar, estimular, e recompensar formando, assim, um time em torno de si. Além disso, sabem que para obter o sucesso precisam de uma equipe de profissionais competentes, recrutando os melhores e associando-os aos campos em que possuem maior conhecimento.

4.2.3 Busca de Conhecimentos e Assumir Riscos Calculados

A “busca por conhecimentos” está exemplificada na tabela 6 onde 94,9% dos empresários entrevistados sempre escutam atentamente todas as pessoas, 58,5% viajam em busca de informações e inovações para seu empreendimento, 80,6% procuram informações relacionadas ao seu ramo de atuação através da leitura, 87,1% procuram conselhos de especialistas e 53,3% fazem cursos relacionados ao seu negócio.

Para Dornelas (2008), os empreendedores são sedentos pelo saber e aprendem continuamente, pois sabem que quanto mais obtém informações e domínios sobre o negócio maior é a possibilidade de êxito. O conhecimento vem da prática, de informações obtidas em cursos ou até mesmo de pessoas que possuem empreendimentos semelhantes.

Assim, podemos considerar que o resultado encontrado nesse *constructo* é positivo, os empreendedores estão sempre em busca de novos conhecimentos referentes ao seu empreendimento.

Tabela 6: Percepção das características da Busca de Conhecimentos e Assumir Riscos Calculados

Preposições	DT	DB	DP	CP	CB	CT
<u>Busca de Conhecimentos</u>						
Não importa com quem fale, sempre escuto atentamente.	0%	0%	5,2%	22,1%	24,7%	48,1%
Viajo muito para buscar informações sobre inovações e tecnologias em empresas maiores e mais experientes.	14,3%	14,3%	13,0%	27,3%	14,3%	16,9%
Sempre procuro ler assuntos relacionados a gestão e ao meu ramo de atuação.	3,9%	5,2%	10,4%	26,0%	20,8%	33,8%
Procuro conselhos das pessoas que são especialistas no ramo em que estou atuando.	1,3%	6,5%	5,2%	24,7%	26,0%	36,4%
Faço vários cursos relacionados aos meus negócios.	19,5%	10,4%	16,9%	28,6%	11,7%	13,0%
<u>Assumir Riscos Calculados</u>						
Tomo decisões que envolvem menores riscos, mesmo que o retorno seja baixo.	3,9%	9,1%	9,1%	27,3%	28,6%	22,1%
Altos retornos não me atraem, quando seus riscos são altos.	7,8%	11,7%	9,1%	18,2%	28,6%	24,7%
Estaria disposto a abrir mão de minha empresa caso conseguisse um emprego que me trouxesse segurança.	44,2%	13,0%	13,0%	13,0%	7,8%	9,1%
Prefiro situações em que posso controlar ao máximo o resultado final.	2,6%	3,9%	0%	13,0%	35,1%	45,5%
Eu assumiria uma dívida de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.	18,2%	9,1%	9,1%	24,7%	13,0%	26,0%
Prefiro executar tarefas que domino perfeitamente e em que me sinto seguro.	2,6%	3,9%	2,6%	11,7%	36,4%	42,9%

Fonte: Dados da Pesquisa.

A tabela 6 também se refere a “assumir riscos calculados”, característica que se torna contrária às demais, ou seja, concordar com as frases significa não assumir riscos. Quando perguntado se o empresário estaria disposto a abrir mão da empresa caso conseguisse um emprego que o trouxesse segurança 29,9% discordam da afirmação. Em relação às demais perguntas, os percentuais que concordam com a afirmação foram, respectivamente, 78,0%, 71,5%, 93,6%, 63,7% e 91,0%. Portanto, conclui-se que os empreendedores da pesquisa não assumiriam riscos.

Nesse *constructo*, a maioria dos empreendedores entrevistados prefere a comodidade ao invés de arriscar em relação ao seu empreendimento. De acordo com Dornelas (2005), o empreendedorismo está diretamente relacionado com o ato de assumir riscos, desde que os mesmos sejam calculados, bem como avaliadas as reais chances de sucesso.

4.2.4 Delegação de Autoridade e Planejamento

No que diz respeito à “delegação de autoridade” (tabela 7) 58,5% dos empresários entrevistados, ao se ausentarem, delegam autoridade a seus funcionários para que eles tomem decisões em seu lugar, 36,4% não pedem opinião aos seus colaboradores, 71,5% tomam todas as decisões dentro da empresa e 89,7% sempre revisam o trabalho de seus colaboradores.

Em relação a esse *constructo* o resultado encontrado foi intermediário, visto que apesar dos empreendedores pedirem opiniões e delegar autoridade em sua ausência eles também assumem tomar a maioria das decisões, além de revisar o trabalho de seus colaboradores.

Tabela 7: Percepção da característica de Delegação de Autoridade e Planejamento

Preposições	DT	DB	DP	CP	CB	CT
<u>Delegação de Autoridade</u>						
Quando me ausento, delego autoridade aos funcionários deixando-os à vontade para tomar decisões.	13,0%	11,7%	16,9%	35,1%	15,6%	7,8%
Não peço opinião de meus colaboradores para tomar decisões.	28,6%	18,2%	16,9%	18,2%	14,3%	3,9%
Todas as decisões são tomadas por mim na organização.	11,7%	5,2%	11,7%	28,6%	28,6%	14,3%
Sempre reviso o trabalho de meus colaboradores, para ver se não contém erros.	1,3%	1,3%	7,8%	28,6%	27,3%	33,8%
<u>Planejamento</u>						
Enfrento os problemas na medida em que surgem, em vez de perder tempo antecipando-os.	20,8%	14,3%	6,5%	18,2%	18,2%	22,1%
Incomoda-me muito ser pego de surpresa por fatos que eu poderia ter previsto.	2,6%	0%	0%	14,3%	23,4%	59,7%
Considero minhas possibilidades de êxito ou fracasso antes de começar a atuar.	7,8%	1,3%	3,9%	28,6%	24,7%	33,8%
Quando começo uma tarefa ou projeto novo, coletei todas as informações possíveis antes de dar prosseguimento a ele.	0%	0%	1,3%	19,5%	23,4%	55,8%

Fonte: Dados da Pesquisa.

É de fundamental importância para o empreendedor a delegação de autoridade a seus funcionários. Normalmente, esse é um dos pontos frágeis em pequenas empresas, onde o empresário tem dificuldades de abrir mão de sua autoridade e permitir que outros tomem decisões em seu lugar. A delegação de autoridade é importante para o funcionamento satisfatório de uma pequena empresa, sendo considerado também como um pré-requisito para o crescimento (LONGENECKER, et al., 1997).

Em relação ao *constructo* “planejamento” realizado pelos empreendedores (tabela 6), 58,5% enfrentam os problemas à medida que surgem ao invés de antecipá-los, sendo que ao concordar com essa afirmação são considerados como aqueles que não planejam suas atividades. Ademais, 97,4% dos empresários entrevistados se incomodam ao ser pegos de surpresa com fatos que poderiam ter sido antecipados, 87,1% consideram suas possibilidades de êxito ou fracasso antes de começar a atuar e 98,7% coletam todas as informações possíveis antes de começar uma nova tarefa ou projeto.

Apesar de a maioria declarar que enfrenta os problemas à medida que surgem, sendo considerado como um resultado negativo, as demais afirmativas apresentam um resultado positivo.

Diante disso, Dornelas (2005) acredita que essa característica está totalmente ligada ao desenvolvimento econômico, onde o empreendedor determina um objetivo e faz um planejamento prévio tendo em vista o crescimento que almeja para seu empreendimento.

4.3 CLASSIFICAÇÃO DOS GRUPOS

Através da análise de cluster, foi possível dividir a amostra em dois grupos: os empreendedores e os não empreendedores. Na tabela 8 identificamos as características descritivas de ambos os grupos e suas diferenças.

Tabela 8: Estatística descritiva dos grupos

		N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio padrão
Não empreendedores	Autoconfiança	31	18	27	22,19	2,522
	Necessidade de realização	31	8	23	17,19	3,497
	Liderança	31	11	22	16,45	2,953
	Busca de conhecimento	31	10	22	16,74	3,759
	Assumir riscos	31	19	34	25,71	3,653
	Delegar autoridade	31	11	22	15,61	2,404
	Planejamento	31	14	22	18,16	2,051
	N válido (de lista)	31				
Empreendedores	Autoconfiança	46	16	29	23,70	3,372
	Necessidade de realização	46	15	24	20,59	2,325
	Liderança	46	15	24	20,43	2,647
	Busca de conhecimento	46	20	30	24,76	2,774
	Assumir riscos	46	14	32	24,65	4,963
	Delegar autoridade	46	8	21	14,85	2,959
	Planejamento	46	12	24	19,50	2,873
	N válido (de lista)	46				

Fonte: Dados da pesquisa.

Os empresários considerados como empreendedores são aqueles que possuem as respostas com as maiores médias de pontuação para cada *constructo*. De acordo com essa afirmação, verificamos que o *constructo* “assumir riscos” dos empreendedores apresentou uma maior média em relação aos demais. Apesar desse resultado, não se pode considerar esta característica como a principal, pelo fato de que para ser considerado um empreendedor não basta possuir apenas uma característica e sim o conjunto delas.

Ao mesmo tempo o *constructo* “planejamento” dos não empreendedores apresentou uma média inferior às demais e, pelo mesmo motivo apresentado anteriormente, não se pode considerar tal característica como não sendo empreendedora.

Dentro do espectro da amostra, observa-se que 59,75% dos empresários estudados foram classificados como empreendedores e 40,25% como não empreendedores. Os resultados são favoráveis, uma vez que a literatura afirma que este é um perfil raro.

A tabela 9 apresenta seus dados de acordo com o tempo de atuação no mercado, concluindo-se que os empresários que possuem um tempo de mercado superior a cinco anos possuem um perfil mais empreendedor. Porém, essa diferença entre ambos não é muito significativa, o que nos impede de confirmar a influência do tempo de mercado no perfil dos empresários.

Ao analisar a tabela 8, fazendo uma comparação entre os inferiores a cinco anos *versus* superiores a cinco anos pode-se concluir que o tempo de mercado não contribui para o aumento do perfil empreendedor de um empresário, visto que a média de empresários empreendedores foi muito próxima, independente do tempo de atuação.

Tabela 9: Estatística descritiva dos grupos

Cidade	Total de Empresas	Tempo de Mercado	Numero de Empresas	Empreendedores (nº)	Empreendedores (%)
Porto Firme	48	Inferior a 5 anos	17	9	52,9%

		Superior a 5 anos	31	18	58,1%
Viçosa	29	Inferior a 5 anos	14	7	50,0%
		Superior a 5 anos	15	8	53,3%

Fonte: Dados da pesquisa

Analisando de uma forma ampla verifica-se que a cidade de Porto Firme-MG obteve um percentual de 56,25% dos entrevistados com seu perfil considerado como empreendedor. Já na cidade de Viçosa o percentual encontrado foi de 51,72%. Constatamos através destes que a cidade de Porto Firme apresentou um maior número de empreendedores.

De acordo com a tabela 10, comparando os inferiores a cinco anos *versus* superiores a cinco anos, os empreendedores com tempo de mercado superior a cinco anos possuem uma média inferior em relação aos que possuem um tempo inferior a cinco anos de mercado, com exceção do *constructo* “assumir riscos calculados”. Essa diferença pode ser considerada insignificante, visto que a diferença de médias é mínima. Concluimos, assim, que o tempo de mercado não influencia no perfil empreendedor.

Tabela 10: Teste de Médias dos Inferiores a 5 anos x Superiores a 5 anos e Teste de Médias dos graduados x não graduados

<i>Constructo</i>	Média dos Inferiores a 5 anos	Média dos Superiores a 5 anos	Significância do Teste T	Não Graduados	Graduados	Significância do Teste T
Autoconfiança	23,75	22,51	,082	22,78	23,53	,301
Necessidade de realização	20,06	18,49	,033	18,40	20,38	,005*
Liderança e trabalho em equipe	19,14	18,56	,465	18,09	19,88	,015*
Busca de conhecimentos	22,14	21,00	,330	19,58	24,28	,000*
Assumir riscos calculados	25,06	25,10	,968	25,62	24,31	,209
Delegação de autoridade	15,19	15,12	,909	15,07	15,28	,730
Planejamento	19,22	18,73	,420	18,93	19,00	,914

Fonte: Dados da pesquisa

Outra análise importante é a influência do curso de graduação na formação do perfil empreendedor. Foi realizado um teste T, para amostras independentes, objetivando avaliar se aqueles empresários que possuem curso de graduação possuem maior disponibilidade ao perfil empreendedor se comparados àqueles que possuem apenas ensino médio ou fundamental. Os resultados também podem ser vistos na tabela 10.

Analisando os resultados, observa-se que apenas nas características “necessidade de realização”, “busca de conhecimentos” e “liderança e trabalho em equipe” houve diferença significativa de médias, o que não permite afirmar que os cursos de graduação possibilitaram, de maneira geral, maior formação empreendedora. Isto demonstra que o perfil empreendedor é uma característica que nasce com o indivíduo, não sendo adquirido com maior experiência ou com melhor formação.

Outra forma de se entender como uma pessoa possui tais características empreendedoras é uma análise do seu perfil pessoal, visto que essas características independem do tempo de atuação e da atividade desempenhada e sim de quem as realiza. Contudo, essa hipótese ainda necessita de estudos com uma maior profundidade, configurando, assim, uma ótima oportunidade de pesquisa.

5. CONCLUSÃO

A presente pesquisa analisou o perfil empreendedor dos empresários das cidades de Porto Firme-MG e Viçosa-MG.

Após a análise dos dados colhidos constatou-se, através do teste Alfa de Cronbach, a validade de todas as características analisadas, com apenas a exceção da “dedicação”.

Em relação aos *constructos*, a maioria dos empreendedores concorda com as afirmativas (aproximadamente 70%) demonstrando, com isso, que possuem uma tendência empreendedora. Analisando o grupo de empreendedores e de não empreendedores constata-se que o primeiro grupo possui uma maior média de pontuação em relação ao segundo.

Também foi observado que na cidade de Porto Firme a maioria das empresas com menos de 5 anos de existência são administradas por mulheres, o que suscita a investigação de quais fatores vêm incentivando o empreendedorismo feminino no referido município.

Ademais, constatou-se também que a grande maioria dos empresários analisados apresentou altos índices de confiança, o que pode influenciar positivamente na excelência do seu trabalho e, conseqüentemente, no desempenho da empresa.

A capacidade de liderança e confiança no trabalho em equipe apresentada pela grande maioria dos empresários também se mostrou importante para o desenvolvimento e manutenção do empreendimento, tendo em vista que o líder é capaz de influenciar seus funcionários de forma positiva, fazendo com que estes acreditem na empresa e no que ela propõe a oferecer.

Todavia, uma pequena parte dos empresários afirmou ser capaz de delegar autoridade aos funcionários, deixando com que os próprios tomem decisões acerca do negócio. Esse resultado é deveras preocupante, mas é justificável em empresas de pequeno porte, tendo em vista a maior facilidade que o administrador possui em estar a par de tudo o que ocorre na empresa. Entretanto, na medida em que a empresa vai crescendo e se desenvolvendo, a delegação de autoridade torna-se imprescindível para que os objetivos da empresa sejam concluídos de forma eficiente.

Ao realizar o teste T com quem possui um tempo de mercado inferior a cinco anos em relação aos que possuem um tempo superior, conclui-se que o tempo de mercado não tem influência no perfil empreendedor, visto que a diferença encontrada entre ambas não obteve um resultado significativo. Isso demonstra que ambos os empresários possuem um mesmo estágio de características empreendedoras.

Não houve indícios de que um maior tempo de formação escolar dos empresários possibilitou o desenvolvimento do perfil empreendedor, o que pode ser um indício de que o empreendedorismo é uma característica inata dos indivíduos. Entretanto, tal resultado pode estar associado, também, ao contexto em que essas empresas são criadas e gerenciadas, tendo em vista que uma maior escolaridade geralmente afeta de forma positiva o desempenho da administração. Dessa forma, mais estudos são necessários de forma a analisar de forma mais abrangente tal aspecto.

Como limitação da pesquisa destaca-se o reduzido número de empreendedores encontrados, visto que a sua permanência e crescimento no mercado depende de suas atitudes destacando, assim, a importância de se possuir um perfil empreendedor.

Portanto, sugere-se a elaboração de mais trabalhos relacionados ao tema, para que seja possível determinar com maior precisão os motivos para que tais características sejam adquiridas pelas pessoas.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANPROTEC. Panorama 2003. **Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas**. Brasília, 2003.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Inovar e investir para sustentar o crescimento**. 2009. Disponível em: <http://www.desenvolvimento.gov.br/pdp/arquivos/destswf1224095287.ppt#461,1> > Acesso em: Março. 2014.

BARROS, A. A.; PEREIRA, C. M. M. de A.. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, v. 12, n. 4, 2008.

BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BERNARDO, N. R. R.; TADEUCCI, M. S. R.; ARAUJO, E. A. S. **A importância da instituição pública de ensino superior tecnológico para o ensino do empreendedorismo: análise do curso superior de tecnologia em gestão empresarial, na cidade de Guaratinguetá**: Janus, 2013.

BEUREN, I. M.; LONGARAY, A. A.; RAUPP, F. M.; SOUSA, M. A. B.; COLAUTO, R. D.; PORTON, R. A. B. **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade**. Ed. 2 – São Paulo: Atlas, 2004.

CIELO, I. D. **Perfil do empreendedor**: Uma investigação das características empreendedoras nas empresas de pequena dimensão. 2001. 127 f. Dissertação (mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis-SC, 2001.

CERVO, A. L.; BERVIA, P. A. **Metodologia Científica: para uso dos estudantes universitários**. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva 2005.

COSTA, D. M.; BARBOSA, F. V.; SILVA, C. H. P. Empreendedorismo e inovação o papel da educação superior nas economias mundiais. *In: XI Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária na América do Sul*. 2011, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis, 2011, p.1-17.

DALMORO, M. **Empreendedorismo Internacional: Convergência entre o Processo de Internacionalização da empresa e a atividade empreendedora**. FACEF Pesquisa-Desenvolvimento e Gestão, 2010.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Editora Cultura, 1999.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**. 14 ed. São Paulo: Cultura, 1999a.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo - Transformando Ideias em Negócio**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo Conceitos e aplicações**. Revista de negócios, 2004.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. Elsevier Brasil, 2008.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

DRUCKER, P. **Inovação e Espírito Empreendedor - Práticas e Princípios**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

ERBER, F. S. **Inovação tecnológica na indústria brasileira no passado recente: uma resenha da literatura econômica**. Textos para Discussão CEPAL/IPEA, Brasília, 2010.

ERNST, D. **Pathways to innovation in Asia's leading electronics-exporting countries– a framework for exploring drivers and policy implications**. *Int. J. Technology Management*. Vol. 29, Nos. 1/2, p.6–20. 2005.

ETZKOWITZ, H.; MELLO, J. M. C.; ALMEIDA, M. C. **Towards meta innovation in Brazil: The evolution of the incubator and the emergence of a triple helix**. *Research Policy*, amsterdam, v. 34, n. 4, p. 411-424, 2005.

FARIA, E. R. De; FERREIRA, M. A. M.; GONÇALVES, M. A.. Avaliação dos riscos do pregão eletrônico: uma abordagem pela teoria da nova economia institucional. **Revista de Ciências da Administração**. v. 1, n. 1, p. 211–227, 2013.

EVERITT, B. S. **Cluster analysis**. London: Hodder & Stoughton, 1993. 170 p.

FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. Revista de Administração da Universidade de São Paulo, 1999.

FILION, L. J.; DOLABELA, F. **Boa Ideia! E agora**. São Paulo: Cultura, 2000.

GANZERT, C. C.; MARTINELLI, D. P. **Transferência de Conhecimento em Sistemas Regionais de Inovação: a Perspectiva do Caso do Vale do Silício Californiano**. Interações (UCDB), v. 10, p. 149-158, 2009.

GASPAR, F. **O Estudo do Empreendedorismo e a Relevância do Capital de Risco**. Publicado nas Actas das XIII Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica, 2003.

GREATTI, Ligia. Perfis Empreendedores: Análise Comparativa das Trajetórias de Sucesso e do Fracasso Empresarial no Município de Maringá-PR. **FACEF Pesquisa-Desenvolvimento e Gestão**, v. 8, n. 1, 2005.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. ed. 5. São Paulo: Atlas, 1999.

GEORGE, G.; ZAHRA, S. **Culture and its consequences for entrepreneurship**. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26, 5-8. 2002.

GOMES, A. F. O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local. **REA-Revista Eletrônica de Administração**, v. 4, n. 2, 2011.

GOMES, A. F. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista-BA. **Revista Alcance**, v. 11, n. 2 (Mai-Ago), p. 207-226, 2004.

HAIR, J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. C.; **Análise multivariada de dados**. 5 ed. Porto Alegre: Bookmam, 2005.

HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. **Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais**. Revista de Administração Mackenzie, p.12-136. 2008.

JUNIOR, E. I., GIMENEZ, F.A.P. Potencial Empreendedor: Um Instrumento para mensuração. **Revista de Negócios**, Blumenau, v. 9, n. 2, p. 107-116, abril/junho 2004.

LONGENECKER, J. G. et.al. **Administração de Pequenas Empresas**. São Paulo: Makron Books, 1997.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para Empreendedores - fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MCCLELLAND, D.C.; BURHAM, D.H. **O poder é o grande motivador**. São Paulo: Nova Cultural, 1987.

MORAIS, J. M. **Uma avaliação de programas de apoio financeiro à inovação tecnológica com base nos fundos setoriais e na lei de inovação**. In: DE NEGRI, J. A.; KUBOTA, L. C. (Org.) **Políticas de incentivo à inovação tecnológica no Brasil**. Brasília: IPEA, 2008.

PAULINO, A. D.; ROSSI, S. M. M. Um estudo de caso sobre Perfil Empreendedor – Características e traços de personalidade empreendedora. In: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 2003, Brasília. **Anais...** Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003, p. 205-220.

PEDROSO, J. P. P.; MASSUKADO-NAKATANI, M. S.; MUSSI, F. B. A relação entre o jeitinho brasileiro e o perfil empreendedor: possíveis interfaces no contexto da atividade empreendedora no Brasil. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 10, n. 4, 2009.

SALIM, C. S.; NASAJON, C.; SALIM, H.; MARIANO, S. **Administração Empreendedora: teoria e prática usando estudos de casos**. Rio de Janeiro: Ed. Campus: Elsevier, 2004.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, v. 13, n. 3, 2009.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Relatório Especial**: O Empreendedorismo e o mercado de trabalho. Julho, 2017a. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/70d1237672d36de1ba87890e4cb251cc/\\$File/7737.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/70d1237672d36de1ba87890e4cb251cc/$File/7737.pdf)>. Acesso em: 10/05/2018.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Estudo especial**: O Empreendedorismo e o mercado de trabalho. Julho, 2017b. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/6fd4a23105470a8c7fdf65fbafd21f9a/\\$File/7738.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/6fd4a23105470a8c7fdf65fbafd21f9a/$File/7738.pdf)>. Acesso em: 10/05/2018.

UEM/UEL/UnB, 2003, p. 205-220. PEREIRA, J. C. R. **Análise de dados qualitativos: estratégias metodológicas para as ciências da saúde, humanas e sociais**. 3. Ed. São Paulo: EDUSP, 2004.

VALLI, Márcio. Análise de Cluster. **Augusto Guzzo Revista Acadêmica**, São Paulo, n. 4, p. 77-87, aug. 2012. Disponível em: <http://www.fics.edu.br/index.php/augusto_guzzo/article/view/107>. Acesso em: 10/05/2018.