

**Área Temática:** Empreendedorismo

**Comportamento Empreendedor de Micro e Pequenos Empresários de uma Capital do Nordeste Brasileiro**

**AUTORES**

**THIAGO CAVALCANTE NASCIMENTO**

Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR  
thiagocn1@hotmail.com

**ANDERSON DE BARROS DANTAS**

Universidade Federal de Alagoas - UFAL  
anderson.admead@gmail.com

**ANDRÉA TORRES BARROS BATINGA DE MENDONÇA**

Universidade Federal do Paraná - UFPR  
deatorres@gmail.com

**Resumo:**

O presente estudo teve por objetivo identificar os principais elementos que compõem o comportamento empreendedor de micro e pequenos empresários de uma capital na região Nordeste do Brasil. Argumenta que discussões sobre perfil empreendedor pode contribuir para uma compreensão em maior profundidade sobre as variáveis que afetam o comportamento destes indivíduos, bem como identificar características que podem ser levadas em consideração ao longo de processos de investimentos em pequenos empreendimentos inovadores, por parte de capitalistas de risco. O estudo é considerado quantitativo de natureza descritiva, no qual foram aplicados 385 formulários com micro e pequenos empresários segundo o critério de acessibilidade. Os resultados indicam a existência de cinco grupos heterogêneos em torno dos seis constructos teóricos utilizados para mensuração do comportamento empreendedor, que em conjunto de testes de comparações múltiplas permitem identificar as principais características de cada grupo. Conclusivamente, argumenta-se que uma série de elementos contribui para a diferenciação dos agrupamentos obtidos, corroborando a visão da literatura sobre a dificuldade de desenvolvimento de rótulos para classificação de empreendedores, tendo em vista os inúmeros fatores ambientais e psicológicos que o afetam.

**Palavras Chave:** Empreendedorismo. Comportamento Empreendedor. Micro e Pequenas Empresas.

**Abstract**

The present study aimed to identify the main elements that make up the entrepreneurial behavior of micro and small entrepreneurs in a capital of northeastern region on Brazil. Argues that discussions about entrepreneurial profile may contribute to an understanding in depth about the variables that affect the behavior of these individuals, as well as characteristics that can be taken into consideration throughout process of investments in small innovative enterprises, by capitalists. The study is considered a quantitative descriptive in nature, in which 385 forms were applied to micro and small business owners according to the criterion of accessibility. The results indicate the existence of five heterogeneous groups around the six theoretical constructs used for the measurement of entrepreneurial behavior, which set multiple comparison tests for identifying the main characteristics of each group. Conclusively, it is argued that a number of elements contributes to the differentiation of

clusters obtained, confirming the view of the literature on the difficulty of developing labels for classification of entrepreneurs, in view of the numerous environmental and psychological factors that affect it.

**Keywords:** Entrepreneurship. Entrepreneurial Behavior. Small Enterprises.

## 1. Introdução

A importância do empreendedor e seu papel no atual cenário econômico e social são inquestionáveis. O número de pesquisas abordando as complexidades que formam este ser e o impacto causado por ele crescem constantemente. Na mesma proporção seguem o número de estudos que buscam um padrão comportamental para os empreendedores investigando suas principais características comportamentais (KISTRIANSEN; INDARTI, 2004; NASCIMENTO JR, 2005). Em decorrência do papel desempenhado por estas pessoas o *Global Entrepreneurship Monitor – GEM* (2007) afirma que os países que proporcionam o desenvolvimento da atividade empreendedora apresentam níveis mais elevados de competitividade devido à inovação, aplicação de tecnologia e criação de novos mercados.

Nesta perspectiva, Drucker (1987) afirma que a inovação e o espírito empreendedor são necessários para a sociedade e a economia, enquanto Aiub (2002) aponta que as constantes mudanças nos cenários econômicos exigem, cada vez mais, novas estratégias para enfrentar a queda no número de postos de trabalho. Isto propicia uma maior discussão acerca do tema empreendedorismo, e a forma como o empreendedor pode vir a se tornar um agente propulsor no desenvolvimento econômico, como proposto por Schumpeter (1985).

No Brasil, a figura do empreendedor está normalmente atrelada ao desenvolvimento de micro e pequenas empresas que segundo o IBGE (2003) contribuem para o desenvolvimento econômico do país amortecendo o desemprego de uma grande parcela da população com níveis de qualificação menos elevados. Nessa perspectiva Mazzarol *et al* (1999) afirmam que os empreendedores têm criado milhares de novos negócios a cada ano e que enquanto grandes empresas têm instituído políticas de *downsizing*, a criação de empregos e o desenvolvimento econômico tem se tornado responsabilidade dos empreendedores.

Apesar de ter sua importância reconhecida no que diz respeito ao desenvolvimento de novos negócios, a atividade empreendedora no Brasil está, muitas vezes, direcionada a um meio de sobrevivência, ou seja, uma alternativa de geração de emprego e renda também conhecido como empreendedorismo por necessidade (GEM, 2007; ALMEIDA; BENEVIDES, 2005; CÂMARA *et al.*, 2005; NASCIMENTO JR.; DANTAS; SANTOS, 2005). Diante deste cenário verifica-se que a figura do empreendedor brasileiro é bastante divergente da proposta por McClelland (1961), onde a principal característica do empreendedor bem sucedido é sua autorealização.

As características empreendedoras e a vontade de abrir um negócio próprio não são suficientes para se tornar competitivo e se manter no mercado. Para Ferraz e Dornelas (2006) o processo empreendedor é constituído de quatro etapas, das quais apenas a primeira está relacionada com a intenção empreendedora.

A mensuração do potencial empreendedor é importante tanto para aqueles que acreditam no ensino do empreendedorismo quanto para os que postulam que as características empreendedoras são virtudes intrínsecas à personalidade do indivíduo. Para os primeiros, os resultados da pesquisa serviriam na avaliação do grau/nível empreendedor em que os indivíduos se encontram para, a partir daí, complementar os ensinamentos necessários. Para o segundo grupo, a avaliação torna-se imprescindível como indicador na escolha de projetos pelos *Venture Capital*. A grande questão que se coloca é o da confiabilidade de tais instrumentos de mensuração.

Sob esta perspectiva, o objetivo do presente trabalho é identificar os principais elementos que estruturam o comportamento empreendedor de micro e pequenos empresários de uma capital na região Nordeste do Brasil.

## 2. Referencial Teórico

Tendo em vista o intuito de situar o leitor nos principais temas de natureza teórica que contribuíram para o desenvolvimento deste estudo, faz-se, a seguir, uma síntese sobre a origem e evolução do empreendedorismo, tendo em vista a discussão comportamental central ao estudo. Em seção posterior, discute-se a relação do tema empreendedorismo com a abertura de micro e pequenas empresas.

## 2.1. Empreendedorismo e Comportamento Empreendedor

Apesar de ser considerado por muitos um fenômeno recente, o empreendedorismo vem sendo abordado com relevância pelas teorias de economistas, comportamentalistas e, mais recentemente, pelos pensadores da administração. Diante disto Dutra e Previdelli (2003) afirmam que manifestações empreendedoras remontam às práticas mercantis, como as dos fenícios e árabes, as quais proporcionaram o crescimento e desenvolvimento econômico da maioria dos continentes civilizados.

No século XVIII surge a primeira definição de empreendedor, que segundo Pereira e Costa (2006), foi dada por Cantillon, referindo-se àqueles que compravam matéria prima e as vendiam a terceiros, identificavam uma oportunidade de negócios e, além de lidar com a inovação, investiam seus próprios recursos e corriam riscos. Nesta linha de raciocínio Cantillon foi pioneiro na defesa do empreendedor no cenário econômico, segmentando suas teorias em três classes: os empreendedores, os proprietários de terra e os trabalhadores, considerando os empreendedores os responsáveis pelas mudanças e pelo desenvolvimento do sistema produtivo (NASCIMENTO JR.; DANTAS; SANTOS, 2005).

De acordo com Drucker (1987) o economista francês Jean-Baptiste Say, por volta de 1800, considerava o empreendedor como aquele que transferia recursos de um setor de produtividade baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento. Guimarães (2004) diz que Say é considerado o pai do empreendedorismo e que juntamente com Cantillon considerava o empreendedor a pessoa que aproveitava oportunidades com o objetivo de obter lucro e assumir riscos, além de associar o empreendedor à inovação.

No entanto, o empreendedorismo realmente se difundiu através dos escritos do economista austríaco Joseph A. Schumpeter (GUIMARÃES, 2004; DUTRA; PREVIDELLI, 2003; PEREIRA; COSTA, 2006). Schumpeter foi o responsável por implantar o papel da inovação no processo empreendedor e a figura do empresário inovador como fenômeno fundamental para o desenvolvimento econômico, onde a destruição criativa ocorreria se as estruturas de mercado fossem destruídas pela entrada competitiva de novas combinações inovadoras que impulsionassem a evolução dinâmica da economia (CORDEIRO; MELLO, 2006).

Schumpeter também estava interessado no papel do empreendedor como motor do sistema econômico, detector de oportunidades, criador de empreendimentos, e como aquele que corre riscos (GUIMARÃES, 2004). A partir deste cenário, a figura do empreendedor começou a ganhar destaque em outras áreas do conhecimento, principalmente na escola dos comportamentalistas, que deram início aos estudos das características, ou seja, do perfil dos então chamados empreendedores.

Um dos estudos mais importantes sobre o perfil empreendedor surgiu na década de 1960, quando David C. McClelland identificou nos empreendedores bem-sucedidos um elemento psicológico crítico, denominado por ele de motivação da realização ou estímulo para melhorar. Pesquisas indicam que o empreendedorismo oferece graus elevados de realização pessoal, e as características empreendedoras fazem com que trabalho e prazer andem juntos (DOLABELA, 1999a). McClelland é citado por muitos pesquisadores, como Santos (2004), Longen (1997), Cielo (2001), entre outros, como o autor que deu o ponto de partida para avaliar as características psicológicas dos empreendedores.

O empreendedor é aquela pessoa capaz de criar uma visão, persuadir terceiros, atrair sócios, envolver colaboradores, convencer investidores, desenvolver pessoas com energia e perseverança. Além de tudo possui a paixão para construir algo do nada, ao acreditar que pode colocar a sorte a seu favor ao assumir esta mesma sorte como decorrência do trabalho árduo, entendendo que ela faz parte do trabalho duro (DOLABELA, 1999b).

Ao avançar em tal perspectiva, Fillion e Dolabela (2000) afirmam que o empreendedor se configura como um sujeito atento aos acontecimentos com o intuito de traçar diretrizes, corrigir rumos e, desta forma, atingir os espaços por ele almejados. Em suma, o empreendedor se mantém permanentemente alerta aos mínimos sinais de mudanças face à consciência do grande impacto que elas podem vir a assumir tanto em seus negócios quanto em suas vidas. Os autores assumem que o comportamento empreendedor faz parte de um processo que comporta várias dimensões da vida e admite diferentes escolhas.

Fillion e Dolabela (2000, p.25) ainda definem empreendedor como “uma pessoa que empenha toda a sua energia na inovação e no crescimento, manifestando-se de duas maneiras: criando uma empresa ou desenvolvendo alguma coisa completamente nova em uma empresa preexistente”. Dornelas (2001, p.19) complementa esta definição, afirmando que “os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado.”

Neste caminho, surgem alguns conflitos em relação aos “pré-requisitos” definidos para o empreendedor, ou seja, em relação às características que formam o potencial empreendedor.

O estudo de McClelland (1961), o precursor desse tipo de análise, é considerado um dos mais relevantes, no que diz respeito à determinação das características empreendedoras. Em seu trabalho o pesquisador considerou que as principais variáveis relacionadas ao comportamento empreendedor dizem respeito à busca por oportunidades, busca por informação, comprometimento, persistência, capacidade de planejamento, autoconfiança, assumir riscos calculados e poder de persuasão.

Em relação ao contexto brasileiro, Paiva Jr., Leão e Mello (2003) realizaram um estudo onde as competências associadas aos comportamentos de dirigentes de perfil empreendedor encontradas foram: competências de oportunidade, relacionamento, conceituais, administrativas, estratégicas, comprometimento e competências de equilíbrio trabalho/vida pessoal.

Em estudo realizado por Nascimento Jr. (2005) foi considerado que as características que formam o potencial empreendedor são: iniciativa, tenacidade, capacidade de planejamento, autoconfiança, capacidade de decisão e criatividade.

Como pode ser visto, ainda não foi possível estabelecer uma convergência científica que determine perfil ideal de um empreendedor. Segundo Pereira e Costa (2006) isto ocorre devido a inúmeros fatores que podem estar relacionados ao nível de escolaridade, a religião, a cultura familiar, a experiência profissional, entre outros.

Mesmo sem conotações determinísticas, estas características contribuem para a identificação e a compreensão de comportamentos que podem levar o empreendedor ao sucesso (DOLABELA, 1999a).

O desenvolvimento de métodos de avaliação que busquem uma maior clareza e objetividade ao caracterizar o perfil empreendedor pode ser útil para os diversos atores envolvidos nos processos de inovação organizacional, crescentemente requeridos pela sociedade.

## **2.2. Micro e Pequenas Empresas**

Para uma série de autores como Dornelas (2001), Nascimento, Dantas e Milito (2008), Dutra e Previdelli (2003) e Dolabela (1999b), a atividade empreendedora possui relação direta

com a abertura de micro e pequenas empresas de diferentes setores, que podem ser de base tecnológica ou não.

De acordo com Dolabela (1999b), a atividade empreendedora com base na aberta de micro e pequenas empresas foi inicialmente investigada na Inglaterra através de grupos de pesquisa formados para estudar a importância da pequena empresa na economia britânica após a Primeira Guerra Mundial.

A percepção de estudiosos de diferentes áreas sobre a importância econômica e social deste tipo de negócio tem aumentado ao longo dos últimos anos e, autores como Dutra e Previdelli (2003) chegam a afirmar que negócios destes portes contribuem para a preservação da economia de mercado, dificultando o surgimento de cartéis, monopólios e oligopólios.

De acordo com o IBGE (2003), as micro e pequenas empresas têm, entre as suas principais funções, absorver mão de obra com qualificação que muitas vezes não atende aos requisitos estipulados por empresas de grande porte. Segundo o instituto, as MPEs podem ser consideradas uma alternativa para uma parcela da população que possui condições para abrir um negócio próprio, gerando emprego e renda para uma significativa parcela da população.

As empresas enquadradas nesta classificação são regulamentadas pela Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. De forma sintética, esta lei busca estabelecer diretrizes relacionadas à apuração e recolhimento dos impostos e contribuições mediante regime único de arrecadação, cumprimento de obrigações trabalhistas e previdenciárias e acesso a crédito e mercado.

Apesar de sua importância no contexto empresarial moderno, as micro e pequenas empresas são vítimas de altos índices de mortalidade, isto ocorre como consequência de fatores como a conjuntura econômica, políticas públicas que desfavorecem o micro e pequeno empresário, falta de logística operacional e falhas gerenciais (SEBRAE, 2004).

O SEBRAE (2004) constatou que cerca de 470 mil novas empresas são abertas por ano no Brasil, mas cerca de 60% não conseguem ultrapassar o quarto ano de vida, graças a quatro fatores determinantes: falhas gerenciais (falta de capital de giro, problemas financeiros, local inadequado e falta de conhecimentos gerenciais); causas econômicas conjunturais (falta de clientes, maus pagadores e recessão econômica no país); logística operacional (instalações inadequadas e falta de mão-de-obra qualificada) e políticas públicas e arcabouço local (falta de crédito bancário, problemas com a fiscalização, carga tributária elevada e outras razões). Este estudo ainda indica que entre as características que se relacionam às falhas gerenciais na condução dos negócios, razões como descontrole do fluxo de caixa, situações de alto endividamento e falhas no planejamento inicial são fatores cruciais para o fracasso dessas micro e pequenas empresas.

Diante de cenários como este Almeida e Benevides (2005) afirmam que existe a errada cultura de que para ser um empreendedor de sucesso não é necessário possuir muitas habilidades e conhecimentos, esquecendo que as complexidades das organizações atuais exigem treinamento e desenvolvimento de habilidades específicas, o que faz com que estas empresas sejam levadas, muitas vezes, ao fracasso de forma muito rápida.

### **3. Procedimentos Metodológicos**

Para a consecução do objetivo do estudo de identificar os principais elementos que estruturam o comportamento empreendedor de micro e pequenos empresários de uma capital na região Nordeste do Brasil, adotou-se postura de investigação científica segundo orientações hipotético-dedutivas. O estudo pode ser considerado quantitativo com abordagem descritiva, no qual foram utilizadas escalas numéricas ao longo do instrumento de coleta de dados, que culminaram na observação, registro e correlação de variáveis de acordo com pressupostos estatísticos (MALHOTRA, 2006; CERVO; BERVIAN, 2002).

O instrumento de coleta utilizado foi composto de duas partes distintas. A primeira delas contemplou uma série de questões relacionadas à formação de um perfil sócio demográfico dos empresários, como gênero, escolaridade, faixa etária, ramos de atuação e outras questões relacionadas ao fenômeno em observação. A segunda parte do instrumento se estruturou com base na escala desenvolvida por Nascimento Jr. (2005), contemplando os elementos listados no quadro 01, a seguir:

|                            |     |  |
|----------------------------|-----|--|
| Capacidade de Decisão      | CD1 | Faço as coisas que devem ser feitas sem que os outros tenham que me medir.   |
|                            | CD2 | Tomo decisões sem perda de tempo.  |
|                            | CD3 | Se necessário, posso me decidir rapidamente. Em geral minha decisão mostra-se correta.   |
|                            | CD4 | Se for necessário decidir, eu decido e não me arrependo depois.  |
| Capacidade de Planejamento | CP1 | Quando começo uma tarefa ou um projeto, colete todas as informações que vou necessitar dispor.   |
|                            | CP2 | Planejo um projeto grande dividindo-o em tarefas mais simples.   |
|                            | CP3 | Considero cuidadosamente as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de realizar uma tarefa.                                  |
|                            | CP4 | Planejo dividindo tarefas de grande porte em sub-áreas e com prazos definidos.   |
| Tenacidade                 | TE1 | Esforço-me para realizar as coisas que devem ser feitas.   |
|                            | TE2 | Se algo se interpõe entre o que estou tentando fazer, persisto em minha tarefa.  |
|                            | TE3 | Insisto várias vezes até conseguir que as pessoas façam o que desejo.  |
|                            | TE4 | Se determinado método para resolver um problema não der certo, recorro a outro.  |
|                            | TE5 | Empenho-me até atingir minhas metas e objetivos.   |
| Criatividade               | CR1 | Sempre encontro maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápidas ou mais barato.   |
|                            | CR2 | Gosto de imaginar maneiras criativas e inovadoras de fazer as coisas.  |
|                            | CR3 | Sempre procuro imaginar e criar uma vantagem a mais no meu serviço ou produto.   |
|                            | CR4 | Na minha empresa procuro sempre criar produtos ou serviços a partir do que já existe.  |
| Iniciativa                 | IN1 | Faço coisas antes de ser solicitado ou ser forçado pelas circunstâncias.   |
|                            | IN2 | Aproveito oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência. |
|                            | IN3 | Caso veja um empresário que eu gostaria de conhecer, dirijo-me a ele e estabeleço contato.   |
|                            | IN4 | Sempre atuo para expandir meu negócio para novas áreas produtos ou serviços.   |
| Autoconfiança              | AC1 | Mesmo quanto estou executando algo difícil e desafiador, tenho confiança.  |
|                            | AC2 | Acredito que posso ser bem sucedido em qualquer atividade que me proponha a executar.  |
|                            | AC3 | Tenho certeza que posso conseguir que pessoas com firmes convicções e opiniões mudem seu modo de pensar.                                       |
|                            | AC4 | Mantenho-me firme em minhas opiniões, mesmo quando outras pessoas a elas se opõem energicamente.   |
|                            | AC5 | Sempre acredito na minha capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.  |

QUADRO 01 – Constructos e Variáveis do Sobre Características Comportamentais

Fonte: Elaborado a partir de Nascimento Jr. (2005)

No instrumento original, desenvolvido por Nascimento Jr. (2005), cada um dos indicadores foi mensurado com base em uma escala do tipo *Likert* de cinco pontos, no qual o primeiro ponto representava discordância total com a afirmação em evidência e o último indicava concordância total com a mesma. Neste trabalho, adotou-se o mesmo padrão, mas em uma escala de onze pontos (0 a 10).

A coleta de dados ocorreu por meio de procedimento de amostragem por quotas, no qual os indivíduos foram selecionados de acordo com o critério de conveniência (MALHOTRA, 2006). De acordo com o procedimento de cálculo para amostras infinitas foi estabelecido o valor de 385 questionários a serem aplicados, tendo em vista 5% de erro amostral para 95% de confiança. Com base nestes valores, a cotas foram representadas da seguinte forma: Comércio 48,83%, Serviços 38,70% e Indústria 12,47%.

É importante salientar que a determinação da participação percentual de cada setor nas quotas amostrais se deu com base em informações disponibilizadas pela Junta Comercial do Estado, nas quais foi possível identificar o número de cadastros ativos por segmento.

Os procedimentos de tabulação e análise se deram por meio do *software Statistical Package for the Social Sciences* – SPSS 19. Seguindo a proposição taxonômica de classificação de técnicas estatísticas apresentada por Rodrigues e Paulo (2007), é possível afirmar que este estudo utilizou estatísticas univariadas, bivariadas e multivariadas. Sinteticamente foram utilizadas técnicas de tendência central, diferenças de médias e análise de agrupamentos.

A análise de agrupamentos foi utilizada tendo em vista a obtenção de padrões de percepção homogêneos entre empresários, possibilitando uma melhor compreensão acerca dos principais elementos em torno do comportamento empreendedor dos mesmos. Desta forma, é possível obter grupos de elevada homogeneidade interna e heterogeneidade externa, ou seja, com empresários listados em outros grupos (POHLMANN, 2007; HAIR *et al*, 2005).

#### 4. Apresentação e Análise dos Resultados

Tendo em vista a consecução do objetivo do estudo, inicialmente foi realizada uma breve caracterização dos empresários participantes do estudo. Esta etapa introdutória possibilitou constatar que 46,2% da são do gênero feminino, o que pode vir a indicar uma elevada participação de mulheres com negócios próprios na região, corroborando o cenário de crescimento do público feminino na abertura de novos negócios apontado pelo GEM (2010).

No que diz respeito à faixa etária, constatou-se que 77,7% dos empresários participantes do estudo têm entre 25 e 51 anos de idade, que 72,7% possuem pelo menos o ensino médio completo. Há de se destacar que apenas 1,3% dos respondentes indicou possuir algum tipo de pós-graduação, o que pode ser decorrente do fato de apenas 21,8% dos empresários participantes do estudo possuir nível superior completo.

Questionados sobre o fator determinante para a abertura de seu negócio, observou-se que em primeiro lugar, os empresários buscavam independência (29,9%), no sentido de se tornarem os principais responsáveis por seu crescimento, sem depender de questões corporativas inerentes ao trabalho assalariado em organizações privadas ou públicas. Em segundo lugar se destacou a categoria “Desemprego” (24,4%), indicando que a abertura do negócio se deu como uma forma de conseguir se inserir novamente no mercado, mas desta vez como empresário.

Há de se destacar que apesar de significativa parte dos empresários afirmarem ter aberto o negócio buscando uma solução para a situação de desemprego enfrentada, foi possível verificar que a inserção dos mesmos no ramo de atuação em que se encontravam no momento da pesquisa se deu, em primeiro lugar, por experiência detida em atuações anteriores no setor (43,9%) e, em segundo lugar, em decorrência da visualização de uma oportunidade (33,2%).

A partir do Quadro 02, é possível verificar o posicionamento médio dos empresários em relação à escala desenvolvida por Nascimento Jr. (2005) para identificação do comportamento empreendedor.

| Constructo            | Cód. | Sentença   | Média |
|-----------------------|------|--|-------|
| Capacidade de Decisão | CD1  | Faço as coisas que devem ser feitas sem que os outros tenham que me medir.             | 7,68  |
|                       | CD2  | Tomo decisões sem perda de tempo.  | 7,42  |
|                       | CD3  | Se necessário, posso me decidir rapidamente. Em geral minha decisão mostra-se correta. | 7,31  |
|                       | CD4  | Se for necessário decidir, eu decido e não me arrependo depois.                        | 7,26  |
| Capacidade de         | CPI  | Quando começo uma tarefa ou um projeto, coletei todas as informações que               | 8,57  |

|               |     |  |      |
|---------------|-----|--|------|
| Planejamento  |     | vou necessitar dispor.   |      |
|               | CP2 | Planejo um projeto grande dividindo-o em tarefas mais simples.   | 7,83 |
|               | CP3 | Considero cuidadosamente as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de realizar uma tarefa.                                  | 8,63 |
|               | CP4 | Planejo dividindo tarefas de grande porte em sub-áreas e com prazos definidos.   | 7,62 |
| Tenacidade    | TE1 | Esforço-me para realizar as coisas que devem ser feitas.   | 9,24 |
|               | TE2 | Se algo se interpõe entre o que estou tentando fazer, persisto em minha tarefa.  | 8,62 |
|               | TE3 | Insisto várias vezes até conseguir que as pessoas façam o que desejo.  | 7,24 |
|               | TE4 | Se determinado método para resolver um problema não der certo, recorro a outro.  | 9,05 |
|               | TE5 | Empenho-me até atingir minhas metas e objetivos.   | 9,26 |
| Criatividade  | CR1 | Sempre encontro maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápidas ou mais barato.   | 8,98 |
|               | CR2 | Gosto de imaginar maneiras criativas e inovadoras de fazer as coisas.  | 8,84 |
|               | CR3 | Sempre procuro imaginar e criar uma vantagem a mais no meu serviço ou produto.   | 8,86 |
|               | CR4 | Na minha empresa procuro sempre criar produtos ou serviços a partir do que já existe.  | 8,25 |
| Iniciativa    | IN1 | Faço coisas antes de ser solicitado ou ser forçado pelas circunstâncias.   | 7,63 |
|               | IN2 | Aproveito oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência. | 6,42 |
|               | IN3 | Caso veja um empresário que eu gostaria de conhecer, dirijo-me a ele e estabeleço contato.   | 6,80 |
|               | IN4 | Sempre atuo para expandir meu negócio para novas áreas produtos ou serviços.   | 8,02 |
| Autoconfiança | AC1 | Mesmo quanto estou executando algo difícil e desafiador, tenho confiança.  | 8,83 |
|               | AC2 | Acredito que posso ser bem sucedido em qualquer atividade que me proponha a executar.  | 8,43 |
|               | AC3 | Tenho certeza que posso conseguir que pessoas com firmes convicções e opiniões mudem seu modo de pensar.                                       | 7,16 |
|               | AC4 | Mantenho-me firme em minhas opiniões, mesmo quando outras pessoas a elas se opõem energicamente.   | 8,20 |
|               | AC5 | Sempre acredito na minha capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.  | 9,32 |

QUADRO 02 – Posicionamento Médio do Comportamento Empreendedor  
 Fonte: Dados da Pesquisa

A análise individual dos indicadores utilizados para mensuração dos constructos teóricos do modelo sinaliza que nenhum deles obteve posicionamento médio inferior ao ponto central da escala utilizada, indicando, na maior parte dos indicadores, elevado grau de concordância por parte dos pesquisadores. Tendo em vista o interesse obter a visão geral dos empresários em torno dos constructos, operacionalizou-se a média dos constructos, conforme é possível verificar na Tabela 01, a seguir:

Tabela 01 – Posicionamento Médio do Comportamento Empreendedor por Setor de Atuação

| Área      | Capacidade de Decisão | Capacidade de Planejamento | Tenacidade | Criatividade | Iniciativa | Auto Confiança |
|-----------|-----------------------|----------------------------|------------|--------------|------------|----------------|
| Serviços  | 7,27                  | 8,20                       | 8,61       | 8,73         | 7,63       | 8,47           |
| Comércio  | 7,39                  | 8,11                       | 8,73       | 8,69         | 6,87       | 8,22           |
| Indústria | 7,97                  | 8,24                       | 8,71       | 8,93         | 7,28       | 8,76           |
| Total     | 7,42                  | 8,16                       | 8,68       | 8,73         | 7,22       | 8,39           |

Fonte: Dados da Pesquisa

Tomando por base os dados apresentados na Tabela 01, é possível observar que o posicionamento médio dos constructos varia de forma pouco acentuada entre os segmentos de atuação dos empresários, indicado que independentemente da área de atuação dos empresários, os constructos teóricos utilizados apresentam padrões semelhantes. Apesar disto, ainda é possível verificar algumas diferenças pontuais no posicionamento médio por segmento, identificados por meio do procedimento *One-Way ANOVA* juntamente com um teste posto-hoc, no caso o teste LSD (*Least Square Difference*).

A ANOVA identificou que apenas no que diz respeito aos constructos “Iniciativa” e “Autoconfiança” existiam diferenças que poderiam ser consideradas significativas entre os setores. Com base nos resultados indicados pelo teste LSD foi possível observar que no constructo “Iniciativa” a diferença está na percepção dos empresários da área de serviços em comparação com dos empresários oriundos de atividades na área comercial. Desta forma, é possível afirmar que os empreendedores que atuam na área de serviços possuem maior iniciativa do que os respondentes da área comercial e que nenhum dos dois setores apresentam posicionamento médio superior aos empresários do segmento industrial.

A outra diferença estatisticamente significante verificada indica que os empresários do segmento industrial apresentam posicionamento médio mais elevado em torno da “Autoconfiança” do que os empresários do segmento comercial. Destaca-se que ambas as diferenças encontradas se deram a um nível de significância  $\alpha = 0,05$ , ou seja, os testes apontaram valor  $p < 0,05$ .

Após esta caracterização inicial do perfil empreendedor dos empresários, utilizou-se as variáveis que representam as médias dos constructos para a análise de aglomerados, tendo em vista o objetivo do estudo.

O procedimento de análise de cluster se deu por meio da técnica de cluster hierárquico, com o método de Ward através da distância euclidiana quadrática. O método de Ward foi selecionado por se apresentar como um dos mais consistentes para escalas intervalares e a distância euclidiana quadrática por possuir a vantagem de não extrair a raiz quadrada dos dados sendo indicada para ser utilização em conjunto com o método *Ward* ou Centróide (POHLMANN, 2007; HAIR *et al*, 2005). A determinação do número de agrupamentos se deu por meio da regra de parada, totalizando cinco clusters criados. Por fim, os dados foram padronizados segundo a distribuição Z para evitar distorções geradas pelas escalas das variáveis inseridas no processo de análise (POHLMANN, 2007; HAIR *et al*, 2005).

A análise inicial dos agrupamentos obtidos por meio da análise de *clusters* se deu por meio do procedimento de médias, com o intuito de traçar um perfil inicial do posicionamento de cada um dos grupos em torno da escala utilizada. Este procedimento também possibilitou que cada um dos agrupamentos recebesse uma nomenclatura inicial decorrente de seu posicionamento ao longo dos constructos, conforme pode ser visualizado na Tabela 02.

Tabela 02 – Posicionamento Médio dos *Clusters*

| Perfil do Empreendedor    | Capacidade de Decisão | Capacidade de Planejamento | Tenacidade    | Criatividade  | Iniciativa    | Autoconfiança |
|---------------------------|-----------------------|----------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Empresários               | 9,1993                | 9,1115                     | 9,4176        | 9,3497        | 8,5929        | 9,2095        |
| Burocratas                | 4,1824                | 7,6047                     | 7,7162        | 8,0439        | 5,5980        | 7,2973        |
| Empreendedores sem gestão | 6,1798                | 8,4430                     | 8,4982        | 9,2281        | 8,8289        | 8,7544        |
| Acomodados                | 7,8070                | 7,8576                     | 8,5038        | 8,4462        | 4,9810        | 7,7392        |
| Insistentes               | 7,9815                | 4,8056                     | 8,1926        | 7,0463        | 7,2500        | 7,9778        |
| <b>Total</b>              | <b>7,4169</b>         | <b>8,1636</b>              | <b>8,6810</b> | <b>8,7338</b> | <b>7,2169</b> | <b>8,3865</b> |

Fonte: Dados da Pesquisa

De acordo com os dados apresentados na Tabela 02, o primeiro agrupamento recebeu o nome de “Empresários”, tendo em vista o elevado posicionamento em torno das dimensões “Capacidade de Decisão”, “Capacidade de Planejamento”, “Tenacidade”, “Criatividade”, “Iniciativa” e “Autoconfiança”. Destaca-se que apenas o constructo “Iniciativa” não apresenta o posicionamento médio mais elevado em comparação com os outros grupos. O posicionamento apresentado por estes indivíduos indica que os mesmos apresentam um possível alinhamento entre a capacidade de empreender e a capacidade de gerenciar, tendo em vista o elevado posicionamento médio em todos os constructos.

O segundo grupo foi denominado “Burocratas” tendo em vista a percepção de que o conjunto dos elementos que compõem o padrão comportamental destes indivíduos apresenta padrões relativamente baixos em detrimentos de outros grupos, indicando que os elementos que compuseram este grupo apresentam maior aptidão ao recebimento de ordens do que à atividade empreendedora. Uma análise *a priori* pode sugerir que este grupo apresenta posicionamento elevado em alguns constructos, mas analisando-os em conjunto com os demais, é possível identificar que o agrupamento apresenta o coeficiente médio mais baixo de capacidade de decisão, o segundo posicionamento médio mais baixo de capacidade de planejamento, o menor valor para tenacidade, o segundo menor para criatividade e o menor para autoconfiança.

O terceiro grupo apresentou valores mais aproximados do grupo denominado “Empresários”. Segundo os dados apresentados na Tabela 02, apenas a capacidade de decisão dos elementos deste grupo apresenta média relativamente baixa, comparada com os demais grupos. Este grupo foi o responsável pelo maior posicionamento médio em torno de iniciativa, além de apresentar elevada criatividade, autoconfiança, tenacidade e capacidade de planejamento. Tendo em vista a percepção de que grande parte da atividade gerencial se apóia no processo de tomada de decisões, optou-se por chamar os indivíduos que compuseram este grupo de “Empreendedores sem Gestão”.

O quarto grupo apresenta coeficientes médios equilibrados com os demais grupos, no entanto, se caracteriza por apresentar valores razoavelmente elevados para capacidade de decisão, capacidade de planejamento, tenacidade, criatividade e autoconfiança e um valor significativamente baixo para a iniciativa. Desta forma, os elementos que compuseram este grupo apresentam características comportamentais que poderiam sugerir elevado comprometimento para a realização de atividades, no entanto, o valor significativamente baixo obtido no constructo referente a iniciativa, indica que apesar de possuírem competências elevadas em alguns quesitos, os empresários deste grupo não tendem a fazê-lo. Em decorrência desta percepção, o agrupamento recebeu o nome de “Acomodados”.

Por fim, o último grupo a passar por esta análise inicial de posicionamento médio foi nomeado como “Insistentes”, uma vez que os indivíduos que foram agrupados neste *cluster* apresentam posicionamentos acima de sete para os constructos capacidade de decisão, criatividade, iniciativa, autoconfiança e tenacidade, com destaque para este último, que apresentou a maior média no grupo. O posicionamento elevado da tenacidade em comparação com os demais constructos indica que os respondentes que formaram este grupo se esforçam em conseguir executar algo que almejam e, em decorrência disto, receberam a nomenclatura em questão como rótulo de análise ao longo deste trabalho.

Tendo em vista o objetivo de identificar diferentes padrões comportamentais dos empresários participantes da pesquisa, iniciou-se o procedimento ANOVA para verificar a existência de diferenças médias de percepção em torno dos constructos utilizados para mensuração do comportamento empreendedor. Tais resultados podem ser visualizados no Quadro 3, a seguir:

| Constructos                | Categorias     | Sum of Squares | df  | Mean Square | F       | Sig.  |
|----------------------------|----------------|----------------|-----|-------------|---------|-------|
| Capacidade de Decisão      | Between Groups | 1352,229       | 4   | 338,057     | 237,459 | 0,000 |
|                            | Within Groups  | 540,986        | 380 | 1,424       |         |       |
|                            | Total          | 1893,215       | 384 |             |         |       |
| Capacidade de Planejamento | Between Groups | 472,400        | 4   | 118,100     | 64,119  | 0,000 |
|                            | Within Groups  | 699,916        | 380 | 1,842       |         |       |
|                            | Total          | 1172,316       | 384 |             |         |       |
| Tenacidade                 | Between Groups | 160,000        | 4   | 40,000      | 38,134  | 0,000 |
|                            | Within Groups  | 398,592        | 380 | 1,049       |         |       |
|                            | Total          | 558,592        | 384 |             |         |       |
| Criatividade               | Between Groups | 188,700        | 4   | 47,175      | 33,951  | 0,000 |
|                            | Within Groups  | 528,011        | 380 | 1,390       |         |       |
|                            | Total          | 716,711        | 384 |             |         |       |
| Iniciativa                 | Between Groups | 1017,262       | 4   | 254,315     | 137,516 | 0,000 |
|                            | Within Groups  | 702,754        | 380 | 1,849       |         |       |
|                            | Total          | 1720,015       | 384 |             |         |       |
| Autoconfiança              | Between Groups | 233,347        | 4   | 58,337      | 40,844  | 0,000 |
|                            | Within Groups  | 542,743        | 380 | 1,428       |         |       |
|                            | Total          | 776,090        | 384 |             |         |       |

QUADRO 03 – ANOVA dos *Clusters*

Fonte: Dados da Pesquisa

De acordo com os dados apresentados no Quadro 03, foram identificadas diferenças estatisticamente significantes em todos os constructos utilizados na pesquisa, o que evidencia a qualidade do procedimento de análise de *clusters*, tendo em vista a formação de agrupamentos com percepções heterogêneas um dos outros. Nesse sentido, é possível afirmar que os *clusters* obtidos realmente apresentam percepções diferenciadas dos empresários em torno dos constructos comportamentais utilizados nesta pesquisa. Ainda é possível observar que as diferenças encontradas se deram a um nível  $p < 0,01$ , conforme última coluna do quadro em questão.

Tendo em vista a impossibilidade de identificar os locais de diferenças entre os grupos analisados, utilizou-se o teste de comparações múltiplas LSD para identificar em quais constructos foram identificadas as diferenças apresentadas na ANOVA. Em decorrência de problemas de espaço, apresenta-se, no Quadro 04, a seguir, uma síntese dos elementos que não apresentaram diferenças estatisticamente significantes. Optou-se por apresentar os dados desta forma em decorrência dos elevados número de diferenças encontradas, o que tornaria muito extensão a apresentação do material.

| Constructos               | (I) Perfil do Empreendedor | (J) Perfil do Empreendedor | Mean Difference (I-J) | Std. Error | Sig.  |
|---------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------|------------|-------|
| Capacidade de Decisão     | Acomodados                 | Insistentes                | -,17452               | ,26599     | 0,512 |
| Capacidade de Planeamento | Burocratas                 | Acomodados                 | -,25287               | ,21956     | 0,250 |
| Tenacidade                | Empreendedores sem gestão  | Acomodados                 | -,00555               | ,17799     | 0,975 |
|                           |                            | Insistentes                | ,30565                | ,23927     | 0,202 |
|                           | Acomodados                 | Insistentes                | ,31120                | ,22831     | 0,174 |
| Criatividade              | Empresários                | Empreendedores sem gestão  | ,12159                | ,18375     | 0,509 |
| Iniciativa                | Empresários                | Empreendedores sem gestão  | -,23604               | ,21199     | 0,266 |
| Autoconfiança             | Acomodados                 | Insistentes                | -,23854               | ,26642     | 0,371 |

QUADRO 04 – Diferenças Não Significantes

Fonte: Dados da Pesquisa

De acordo com os dados apresentados no Quadro 04, é possível verificar que nos seis constructos comportamentais utilizados nesta pesquisa foram identificados posicionamentos semelhantes entre alguns grupos. No entanto estas diferenças ocorreram em apenas 6 das 30 comparações possíveis, o que sugere que a categorização proposta consegue identificar grupos que apresentam comportamentos diferentes entre si.

No que se refere à capacidade de decisão, foi possível observar que não existem diferenças estatisticamente significantes entre os elementos que formam o grupo “Acomodados” e os elementos do grupo “Insistentes”. Tendo em vista os dados apresentados no Quadro 04, é possível observar que as médias destes grupos são, respectivamente: 7,8070 e 7,9815. Estes resultados evidenciam a proximidade dos dois grupos, que apresentaram resultados inferiores ao grupo dos empresários e superiores ao grupo dos burocratas e o grupo dos empreendedores sem gestão.

Quando a capacidade de planeamento é analisada, novamente se constata que em apenas uma situação não é possível identificar uma diferença estatisticamente significativa. Neste caso, é possível observar que o posicionamento médio dos burocratas é similar ao dos acomodados. Ainda é possível observar que os empresários e os empreendedores sem gestão apresentam um posicionamento médio mais elevado, enquanto os insistentes apresentam um posicionamento significativamente mais baixo.

O constructo referente à mensuração da tenacidade dos indivíduos apresentou o maior número de médias sem diferenças estatisticamente significantes. De acordo com os dados apresentados no Quadro 04, os empreendedores sem gestão possuem médias similares aos acomodados e aos insistentes neste quesito. Tendo em vista os dados apresentados na Tabela 03, é possível afirmar que estes grupos apresentam posicionamento inferior ao do grupo dos empresários e superior ao do grupo dos burocratas. A análise do Quadro 04 ainda evidencia que também não existem diferenças significativas entre o grupo dos acomodados e o grupo dos insistentes, no que se refere à tenacidade.

No que diz respeito à criatividade, novamente é possível verificar que apenas dois grupos apresentam posicionamento médio similares, sendo eles o grupo dos empresários e dos empreendedores sem gestão. Ainda é possível destacar que quando o constructo iniciativa é posto à luz de investigação, também não é possível identificar diferenças entre os grupos. Neste sentido, os empresários e os empreendedores sem gestão possuem percepção

semelhante em torno da criatividade e da iniciativa. Em ambos os constructos, o posicionamento médio destes grupos foi significativamente mais elevado do que os demais.

O último constructo em análise se relacionava à mensuração da autoconfiança dos empresários participantes do estudo e, neste quesito foi possível observar que os acomodados e os insistentes apresentam percepções semelhantes em relação ao constructo. Relacionando esta informação aos dados apresentados na Tabela 02, constata-se que estes grupos possuem um posicionamento médio superior ao do grupo dos burocratas e inferior ao do grupo dos empresários e dos empreendedores sem gestão.

Após a caracterização do comportamento empreendedor de cada um dos agrupamentos identificados no estudo, deu-se início à análise do perfil sócio demográfico dos mesmos, tendo como base o procedimento de tabulação cruzada.

Por meio de uma distribuição de frequência simples, foi possível identificar o número de elementos de cada um dos agrupamentos obtidos, conforme exposto na Tabela 03.

Tabela 03 – Representatividade dos Agrupamentos

| <b>Agrupamentos</b>       | <b>Freq.</b> | <b>Porcentagem</b> |
|---------------------------|--------------|--------------------|
| Empresários               | 148          | 38,44%             |
| Burocratas                | 74           | 19,22%             |
| Empreendedores sem gestão | 57           | 14,81%             |
| Acomodados                | 79           | 20,52%             |
| Insistentes               | 27           | 7,01%              |
| <b>Total</b>              | <b>385</b>   | <b>100,00%</b>     |

Fonte: Dados da Pesquisa

Conforme dados da Tabela 03, o grupo referente aos Empresários tem a maior participação, dentre os respondentes da pesquisa, com 38,44% dos elementos da amostra. Com base nestes dados, é possível afirmar que a maior parte dos micro e pequenos empresários entrevistados possui elevado posicionamento médio em torno dos constructos comportamentais utilizados.

O segundo quesito investigado foi a distribuição dos elementos dos agrupamentos por área de atuação. Proporcionalmente foi possível identificar que os empresários, os burocratas, os acomodados e os insistentes atuam, predominantemente, no setor comercial. Apenas o grupo referente aos empreendedores apresenta um número proporcionalmente maior de indivíduos na atividade de serviços.

Quando a questão do gênero é posta em evidência, foi possível verificar uma distribuição homogênea em praticamente todos os agrupamentos obtidos, com exceção para o grupo dos insistentes que apresentou, dentre os elementos que compuseram o agrupamento, 70,37% são do gênero masculino. Há de se destacar que apesar de em todos os agrupamentos a predominância ser masculina, a maior diferença após o grupo dos insistentes se deu no grupo dos burocratas com 55,41% de elementos do gênero masculino e a menor diferença se deu no grupo dos empresários 50,68% do grupo masculino.

A faixa etária dos respondentes também foi submetida à análise cruzada, tendo em vista a possibilidade de encontrar diferentes concentrações dos agrupamentos tendo em vista a questão da idade. O que se verificou é que dentre os empresários, burocratas e acomodados, a faixa etária predominante varia de 34 a 42 anos. No que diz respeito aos empreendedores sem gestão, identificou-se maior concentração na faixa etária de 43 a 51 anos e, por fim, verificou-se que a maior parte dos insistentes tem entre 25 e 33 anos.

O nível de escolaridade foi outro elemento investigado para cada um dos agrupamentos obtidos neste estudo e, de acordo com os resultados encontrados, é possível

afirmar que o nível de escolaridade predominante em todos os agrupamentos é o de indivíduos com o ensino médio completo. Quando são analisados apenas os indivíduos com nível superior completo, verifica-se que pouco mais de um quarto dos burocratas e dos empreendedores sem gestão se encontram neste nível de escolaridade. No caso dos empreendedores sem gestão, este resultado indica que apesar do nível superior de um quarto dos elementos do grupo, não é possível verificar a contribuição da formação em nível superior para o desenvolvimento de habilidades gerenciais.

Outro elemento amplamente discutido no bojo das teorias comportamentais sobre o empreendedorismo, trata do fator determinante para a abertura do negócio, principalmente após a constatação de McClelland (1961) de que o fator de destaque entre os empreendedores de sucesso era a auto realização. Tendo isto em vista, buscou-se analisar o fator determinante para a abertura do negócio para cada um dos agrupamentos obtidos no estudo. Por meio deste processo de investigação, foi possível observar que para os empresários, os burocratas e os acomodados, o fator de maior destaque foi a busca por independência, o que pode estar diretamente relacionado com perfil empreendedor destes grupos, principalmente no que diz respeito ao agrupamento dos empresários. No que diz respeito aos empreendedores sem gestão e os insistentes, foi possível constatar que o fator de destaque para a abertura do negócio se relacionava a possibilidade de se reinserir no mercado de trabalho, ou seja, a abertura do negócio se deu como uma alternativa a situação de desemprego enfrentada pela maioria dos elementos que formaram estes grupos.

O fator determinante para o ingresso dos respondentes no setor atual também foi alvo da análise cruzada e, os resultados evidenciaram que a experiência obtida ao longo de trabalhos anteriores foi o fator de maior representatividade para os empresários, burocratas, empreendedores em gestão e insistentes. O grupo dos acomodados apresentou maior representatividade no quesito relacionado a identificação de uma oportunidade.

Tendo em vista a finalização da caracterização do perfil, analisou-se o tempo de existência do negócio e a forma pela qual foi obtido capital para a abertura da empresa. No que diz respeito ao primeiro quesito, foi possível identificar que a categoria de maior destaque em todos os agrupamentos indicava a existência do negócio há mais de cinco anos, indicando que as empresas já se encontram em situação de estabilidade temporal, tendo em vista os dados do SEBRAE (2004). No que se refere a origem do capital, foi possível observar que para todos os agrupamentos, a principal fonte de recursos foi a poupança própria.

## 5. Considerações Finais

O presente estudo teve por objetivo identificar os principais elementos que estruturam o comportamento empreendedor de micro e pequenos empresários de uma capital da região Nordeste do Brasil. Para isso, fez uso de estatísticas descritivas e inferenciais, no qual as técnicas de análise de agrupamentos, ANOVA e o *Least Square Difference* exerceram papel de destaque.

Os resultados evidenciam a existência de cinco agrupamentos distintos, formados por meio dos constructos capacidade de decisão, capacidade de planejamento, tenacidade, criatividade, iniciativa e autoconfiança. A existência destes agrupamentos foi evidenciada por meio dos testes de diferenças de média que contribuíram para a identificação dos principais elementos em torno de cada um dos agrupamentos obtidos.

Foi possível identificar que o agrupamento denominado “Empresários” seria o que mais se aproximaria do empreendedor Schumpeteriano, tão amplamente discutido na literatura de empreendedorismo. Este grupo foi responsável pela obtenção dos maiores posicionamentos médio para todos os constructos do modelo teórico utilizado, com exceção para a dimensão relacionada à iniciativa. Há de se destacar que apesar de este constructo não haver se destaca como o de maior representatividade dentre os demais agrupamentos, não foi

possível identificar diferenças estatisticamente significantes para o agrupamento que obteve o maior posicionamento médio para esta dimensão.

Os resultados também evidenciam que dentre os agrupamentos com maiores posicionamentos médios nas dimensões relacionadas à investigação do comportamento empreendedor, praticamente não existem diferenças entre o número de homens e de mulheres. Este resultado foi destacado por meio da investigação de gênero no agrupamento relacionado aos empresários, no qual as mulheres representam 49,32% dos representantes do grupo.

Ao longo da análise do perfil comportamental e das características sócio demográficos foi possível identificar que inúmeras questões contribuem para a diferenciação dos micro e pequenos empresários nos agrupamentos obtidos nesta pesquisa, o que corrobora com a visão de complexidade que envolve o rótulo de características empreendedoras.

A principal limitação deste estudo recai no fato de o mesmo ser transversal simples, impossibilitando uma comparação temporal dos resultados pesquisados, de forma a verificar se o comportamento empreendedor dos micro e pequenos empresários participantes do estudo sofreram ou não alterações ao longo do tempo.

Como proposição para a realização de novos estudos, propõe-se investigações que visem identificar possíveis relações entre as características comportamentais de empreendedores e a utilização de ferramentas administrativas. Outra possibilidade seria investigar se empreendedores há mais de cinco anos de mercado utilizam mais ferramentas de gestão do que empreendedores em estágios iniciais.

## Referências

- A L M E I D A , D . R . ; B E N E V I D E S , T . M . *Perfil do micro e pequeno empresário que busca desenvolver a cultura empreendedora – o caso de um município baiano. Anais do XXIX ENANPAD, Brasília, 2005.*
- C Â M A R A , S . F . ; F R E I T A S , A . A . F . ; T I M B Ó , D . B . P . ; R O D R I G U E S , P . M . ; A L B U Q U E R Q U E , M . M . B . O L I V E I R A J R . , J . B . A . C . *Os empreendedores e as atividades organizacionais: analisando o processo cognitivo e as práticas administrativas em pequenos negócios. Anais do XXIX ENANPAD, Brasília, 2005.*
- C E R V O , A . L . ; B E R V I A N , P . A . *Metodologia científica. 5 ed. Prentice Hall: São Paulo, 2002.*
- C I E L O , I . D . *Perfil do pequeno empreendedor: Uma investigação das características empreendedoras nas empresas de pequena dimensão. Dissertação de Mestrado em Engenharia de Produção (UFSC). Florianópolis, 2001.*
- C O R D E I R O , A . T . ; M E L L O , S . C . B . *Rupturas, Permanências e Ressignificações na Estrutura Discursiva do Empreendedorismo. Anais do XXX ENANPAD, Salvador, 2006.*
- D O L A B E L A , F . *Oficina do Empreendedor. 2. ed. São Paulo: Ed. De Cultura, 1999b.*
- \_\_\_\_\_. *O segredo de Luísa. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999a.*
- D O R N E L A S , J . C . *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.*

- DRUCKER, P. F. *Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios*. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1987.
- DUTRA, I. S.; PREVIDELLI, J. J. *Perfil do empreendedor versus mortalidade de empresas: Estudo de caso do perfil do micro e pequeno empreendedor*. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 27., 2003, Atibaia. *Anais...* Atibaia: ANPAD, 2003.
- FERRAZ JR, C. C. P.; DORNELAS, J. *Comportamento do empreendedor brasileiro: mitos e fatos*. Anais do XVI Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresa. Salvador, 2006
- FILION, L. J.; DOLABELA, F.; e seus colaboradores. *Boa idéia! E agora: plano de negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.
- GEM – Global Entrepreneurship Monitor. *Empreendedorismo no Brasil*. 2006– Curitiba 2007.
- \_\_\_\_\_. *Empreendedorismo no Brasil: 2010*. Curitiba: IBQP, 2010.
- GUIMARÃES, T. B. C. *Análise Epistemológica do Campo do Empreendedorismo*. Anais do XXVIII ENANPAD, Curitiba, 2004.
- HAIR, J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. C. *Análise multivariada de dados*. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *As micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil 2001*. Rio de Janeiro, 2003. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/microempresa/microempresa2001.pdf>>
- Acesso em: 05/04/2012.
- KRISTIANSEN, S.; INDARTI, N. Entrepreneurial intention among Indonesia and Norwegian students. *Journal of Enterprising Culture*. v. 12, n. 1, p. 55-78, march, 2004.
- LONGEN, M. T. *Um modelo comportamental para o estudo do perfil do empreendedor*. Dissertação de Mestrado em Engenharia da Produção. Florianópolis, 1997.
- MALHOTRA, N. *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- MAZZAROL, T.; VOLERY, T.; DOSS, N.; THEIN, V. Factors influencing small business start-ups: a comparison with previous research. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. v. 5. n. 2. 1999.
- MCCLELLAND, D. *The Achieving Society*, Princeton, New Jersey: Nostrand, 1961.
- NASCIMENTO JR., O. R.. *Potencial empreendedor do empresário alagoano: proposição e validação de um instrumento*. Dissertação de Mestrado. Mestrado de Administração. Maceió, março de 2005.
- NASCIMENTO, T. C.; DANTAS, A. B.; MILITO, C. M. *Empreendedorismo e gestão de negócios: análise de uma possível convergência*. In: ENCONTRO NACIONAL DA

ASSOCIAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 32., 2008, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.

PAIVA JR., F. G.; LEÃO, A. L. M.; MELLO, S. C. B. *Competências Empreendedoras em Comportamentos de Dirigentes de Êxito Socialmente Reconhecido*. Anais do XXVII ENAMPAD, Atibaia, 2003.

PEREIRA, C. E. C., COSTA, A. C. S. *Potencial empreendedor dos alunos do ensino médio em escolas públicas e privadas de Maceió*. Anais do XXVI Encontro Nacional de Engenharia de Produção – ENEGEP. Fortaleza, 2006.

POHLMANN, M. C. Análise de conglomerados. In.: CORRAR, L. J.; PAULO, E.; DIAS FILHO, J. M. (coord.) *Análise multivariada: para os cursos de administração, ciências contábeis e economia*. São Paulo: Atlas, 2007.

RODRIGUES, A.; PAULO, E. Introdução à análise multivariada. In.: CORRAR, L. J.; PAULO, E.; DIAS FILHO, J. M. (coord.) *Análise multivariada: para os cursos de administração, ciências contábeis e economia*. São Paulo: Atlas, 2007.

SANTOS, P. C. F. *Potencial empreendedor: comparação prática das metodologias MSI/MCBER e de Grande em alunos de escolas superiores de Maceió*. Monografia para Ascensão Professor Adjunto pela Universidade Federal de Alagoas. Maceió, 2004.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil*. Brasília: Sebrae 2004.

SCHUMPETER, J. *A teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Nova Cultural, 1985.