SIMPÓSIO DE TECNOLOGIA AMBIENTAL, BIOCOMBUSTÍVEIS E MARKETING
Fatec Jaboticabal Nilo De Stéfani
EDIÇÃO 2020 – RESUMO EXPANDIDO – TRABALHO CIENTÍFICO

SERÁ QUE SOMOS EMPREENDEDORES?
um estudo de caso sobre a importância de se conhecer os comportamentos empreendedores

ARE WE ENTREPRENEURS?
A case study about the importance to know the entrepreneurial behaviors

Adriano Cesar Buzoli[I]
Fabiola Iunck[II]

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo principal apresentar uma abordagem geral sobre os conceitos de empreendedorismo, retratando as principais características do comportamento empreendedor e, através de pesquisa, questionar os participantes sobre qual é o seu grau de entendimento antes de receberem orientações sobre como um empreendedor deve se comportar e, após o conhecimento adquirido, se ele acredita que teria mais chances de começar um novo negócio. Foram utilizadas citações de diversos autores e apresentados os estudos do professor David McClelland sobre as características do comportamento empreendedor para possibilitar que eles se sentissem mais confiantes e assertivos na tomada de decisões.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedor. Comportamentos. Negócios. Perfil Empreendedor

ABSTRACT

The main objective of this article is to present a general approach about the concepts of entrepreneurship, portraying the main characteristics of entrepreneurial behavior and to ask all participants about their level of understanding before and after receiving guidelines on how an entrepreneur should behave and whether he believes he would have a better chance of starting a new business with the knowledge acquired later. Quotes from different authors were used and the studies of professor David McClelland about the characteristics of entrepreneurial behavior were presented to enable them to feel more confident and assertive in decision making.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneur. Behaviors. Business. Entrepreneur profile.

Área do resumo: Gestão empresarial
Data de submissão: 08/10/2020
Data de aprovação: 28/10/2020.

[I] Professor Especialista do Curso de Gestão de Negócios Inovadores Faculdade de Tecnologia (FATEC) de Ribeirão Preto–SP –Brasil. E-mail: adriano.buzoli@fatec.sp.gov.br
[II] Formada em Jornalismo. E-mail: fabiolaiunck@gmail.com

SIMPÓSIO DE TECNOLOGIA AMBIENTAL, BIOCOMBUSTÍVEIS E MARKETING
Fatec Jaboticabal Nilo De Stéfani
EDIÇÃO 2020 – RESUMO EXPANDIDO – TRABALHO CIENTÍFICO

1 INTRODUÇÃO

O atual cenário econômico tem demandado um desenvolvimento cada vez maior dos indivíduos nos atributos gerenciais e profissionais, fazendo com que esses candidatos a empresários indaguem se realmente possuem as competências necessárias para serem empreendedores de sucesso.

Ao serem questionados se realmente acreditam que são empreendedores e que se comportam como tal, geralmente a resposta que prevalece é negativa. “Não sou empreendedor, não nasci empreendedor”. Mas será mesmo que não somos empreendedores? Será que não nascemos com as mesmas oportunidades para empreender?

Durante muito tempo, havia a crença de que ou você nascia empreendedor ou não tinha como se desenvolver como um empreendedor. Essa tese caiu por terra quando estudiosos começaram a mapear comportamentos empreendedores e identificaram que era possível sim desenvolver uma atitude empreendedora.

Ao começarem a perceber que precisam entender quais são os seus comportamentos e como podem aprender a utilizar melhor cada um deles, as respostas começaram a apontar para a necessidade de adquirir mais conhecimento antes de começar algo novo.

No Brasil, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) oferece um apoio aos empreendedores na capacitação antes de começar um novo negócio, com orientações e informações através de programas de televisão; internet (cartilhas, ebooks, cursos em EAD); cursos de gestão de negócios; além de cursos de empreendedorismo nas escolas de ensino fundamental, médio e superior (BEDÊ, 2007).

Para procurar respostas a essas perguntas, foi realizada uma pesquisa com 50 participantes voluntários que gostariam de empreender, mas que nunca tiveram nenhum negócio próprio. O objetivo foi buscar elementos que permitam uma reflexão sobre os principais comportamentos a serem estimulados para desenvolver uma cultura empreendedora desde os primeiros anos de infância e durante toda a vida dos empreendedores.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

As atitudes comportamentais apresentadas neste artigo devem ser entendidas não apenas de forma individual, mas também é necessário entender todo o contexto que cerca o empreendedor. O contexto cultural, como DORABELA (1999) explica, é o conjunto dos seus hábitos, rotinas diárias e valores em relação ao seu redor.

Dentre os inúmeros estudos relacionados ao tema, grande parte procurou identificar as características comuns entre os indivíduos que se consideravam empreendedores. Muitas se repetiam de forma frequente, mas segundo Dornelas (2007), algumas são mais aparentes, como a busca por realização e a disponibilidade para assumir riscos. Para um dos maiores estudiosos sobre o assunto, “o empreendedor é aquele que, por meio de novas combinações, realiza inovações no sistema econômico e nos processos” (SCHUMPETER, 1911).

Conforme observação de Dornelas (2007), desde o século XVIII, o assunto já era estudado por vários pesquisadores, sendo que na maioria dos trabalhos procurava-se identificar as características comuns nos indivíduos classificados como empreendedores. Especialistas europeus concordam e reconhecem que o empreendedor tem a ver com

SIMPÓSIO DE TECNOLOGIA AMBIENTAL, BIOCOMBUSTÍVEIS E MARKETING
Fatec Jaboticabal Nilo De Stéfani
EDIÇÃO 2020 – RESUMO EXPANDIDO – TRABALHO CIENTÍFICO

mudanças e é com frequência associado às questões relacionadas às suas escolhas. (OCDE, 2005). Indicam ainda que se devem desenvolver as habilidades técnicas e de negócios entre aqueles que preferirem ter seu autoemprego ou criar o próprio negócio, no presente ou no futuro (LOPES, 2010, p. 22).

O principal autor que analisou e buscou entender os aspectos psicológicos que levam os indivíduos a se tornarem empreendedores foi McClelland (1961). A pedido da Organização das Nações Unidas (ONU), o autor apresentou os fatores motivacionais de comportamento recorrentes nas pessoas que empreendem. A ONU encomendou esse estudo ao pesquisador para descobrir comportamentos e caraterísticas dos empreendedores de sucesso, pois ela acredita na força do empreendedor e enxerga através do desenvolvimento do empreendedorismo o melhor caminho para desenvolver uma nação ou de uma sociedade.

McClelland realizou a pesquisa na década de 60, com 200 empreendedores, em três continentes, por um período de dois anos. O objetivo era mapear o que esses empreendedores tinham ou faziam de diferente em seus negócios e identificar um conjunto de características que compõem o perfil ideal para se empreender. Com a conclusão de seu trabalho, ele chegou a dez características dos empreendedores de sucesso: Busca por Oportunidades e Iniciativa, Persistência, Riscos calculados, Exigência de Qualidade e Eficiência, Comprometimento, Busca de Informações, Estabelecimento de Metas, Planejamento e Monitoramento Sistemático, Persuasão e Rede de Contatos, Independência e Autoconfiança.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Entre os meses de outubro e novembro de 2019, foi realizada uma pesquisa com 50 voluntários (idades variadas, ambos os sexos, em Ribeirão Preto/SP) que gostariam de empreender, mas que nunca tiveram nenhum negócio próprio. Para a análise, utilizou-se como base de dados as autoavaliações feitas pelos próprios participantes em dois momentos diferentes: a primeira antes de receberem as orientações sobre empreendedorismo e a segunda após receberem essas orientações.

Na primeira etapa, os participantes receberam o questionário com 30 perguntas relacionadas aos seus comportamentos empreendedores no dia a dia. Em cada uma das perguntas, deveriam atribuir um valor de 1 (um) para “nunca pratico este comportamento” a 5 (cinco) “sempre pratico este comportamento”.

Este questionário foi criado pelo Sebrae com base em estudos do professor McClelland e procura capturar os hábitos de rotina diária dos verdadeiros empreendedores de sucesso. Estas questões eram relacionadas às suas atitudes e expressam os hábitos e as rotinas comportamentais diárias.

Basicamente, foram apresentadas perguntas onde o participante avaliava o seu grau de comportamento empreendedor antes de receber qualquer orientação. Como resultado desta primeira autoavaliação, foi possível verificar condutas negativas e positivas dos participantes. As características mais mal avaliadas foram: buscar oportunidades e ter iniciativa, estabelecer metas e correr riscos calculados. Por outro lado, observamos as mais bem avaliadas: persistência, qualidade e eficiência, comprometimento, planejamento e monitoramento.

A partir daí, os participantes receberam orientações sobre empreendedorismo – definições, direitos e deveres, números relacionados ao Brasil e ao Mundo, além de exemplos

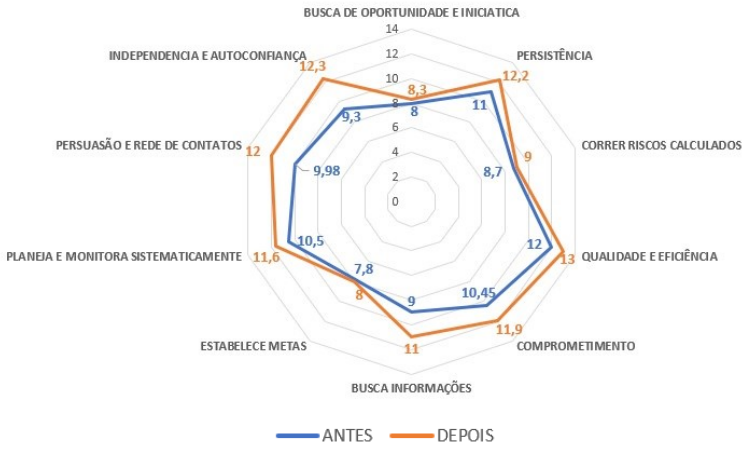
SIMPÓSIO DE TECNOLOGIA AMBIENTAL, BIOCOMBUSTÍVEIS E MARKETING
Fatec Jaboticabal Nilo De Stéfani
EDIÇÃO 2020 – RESUMO EXPANDIDO – TRABALHO CIENTÍFICO

de empreendedores de sucesso e aqueles que erraram por não utilizar os seus comportamentos empreendedores. Na segunda etapa, os participantes realizaram a autoavaliação novamente.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Após a contextualização das ferramentas aplicadas junto aos participantes, foi necessário elaborar um gráfico comparativo contendo as respostas inseridas antes e depois das orientações empresariais. Essas informações são apresentadas no gráfico 1.

Gráfico 1 - Autoavaliação dos participantes "antes" e "depois"



Fonte: Elaboração própria com base nos questionários preenchidos por 50 participantes (2020)
Nota: Cada nota corresponde à média atribuída na autoavaliação sobre a sua atuação inicial e final, em escala de 1 a 14.

Após as avaliações, podemos comparar os resultados dos dois períodos e verificar na média que (a) todas as características obtiveram uma avaliação positiva; (b) essa variação foi significativa; (c) as características com menores indicadores na etapa anterior (busca de oportunidade e iniciativa, estabelecimento de metas e correr riscos calculados) continuaram entre os menores valores, mas também tiveram uma evolução.

Podemos destacar que, após concluírem as avaliações sobre as orientações oferecidas aos participantes, houve um aumento nas chances de abrir e começar o seu próprio negócio.

Como atividade final, foi perguntado se após estas orientações os participantes estariam mais bem preparados para iniciar um novo negócio e 80% deles responderam positivamente. Estes resultados nos levam à confirmação daquela expectativa inicial sobre a importância de entender como os empreendedores se comportam e utilizam os seus bons exemplos.

SIMPÓSIO DE TECNOLOGIA AMBIENTAL, BIOCOMBUSTÍVEIS E MARKETING
Fatec Jaboticabal Nilo De Stéfani
EDIÇÃO 2020 – RESUMO EXPANDIDO – TRABALHO CIENTÍFICO

Gráfico 2 - Proporção de participantes que manifestaram ter aumentado a sua confiança em abrir um negócio próprio após a conclusão deste estudo



Fonte: Elaboração própria, com base nos questionários preenchidos por 50 participantes (2020)

5 CONCLUSÃO

De forma geral, o resultado mostrou uma evolução significativa em todos os itens abordados e em especial naqueles que os participantes tinham pouco entendimento, gerando uma maior chance de abrirem o seu próprio negócio. Após as reuniões, 80% dos participantes informaram que acreditavam mais no seu potencial empreendedor e que continuariam se preparando para começar o seu próprio negócio.

Ao tomar como base os resultados apresentados, parece ser possível expandir a quantidade e até mesmo melhorar a qualidade das ações dos empreendedores, através da disseminação do conhecimento sobre o assunto e principalmente sobre as características empreendedoras.

Esses comportamentos não devem apenas ser decorados, mas também compreendidos e interpretados. Devem ser utilizados nas rotinas do nosso dia a dia, em todas as atividades que nos levam a um comportamento mais positivo em relação ao mundo dos negócios.

Portanto, é possível acreditar que somos empreendedores, mas para empreendermos é preciso conhecer as características empreendedoras, sempre adquirir conhecimentos e colocá-los em prática para evoluir.

REFERÊNCIAS

BEDÊ, M.A. **Sobrevivência e mortalidade das empresas paulistas de 1 a 5 anos**. São Paulo: Sebrae, 2005.

CHER, R. **Empreendedorismo na veia**. 2.ed. Rio de Janeiro: ELSEVIER: SEBRAE, 2014.

DOLABELA, F. **Pedagogia empreendedora**. São Paulo: Editora de Cultura, 2003.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo na prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

HAMLET. **A tragédia de Hamlet**. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Hamlet. Acesso em: 10 set. 2020

LOPES, R. **Educação empreendedora**: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro, Sebrae, 2010, p. 22.

OCDE. **Entrepreneurship and economic development the Empretec Showcase**. Genebra: OCDE, 2005.

SEBRAE. **Conheça as características empreendedores desenvolvidas no Empretec**. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/conheca-as-caracteristicas-empreendedoras-desenvolvidas-no-empretec,d071a5d3902e2410VgnVCM100000b272010aRCRD. Acesso em: 01 out. 2020

SCHUMPETER, J.A. **The theory of economic development and inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1911.