

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO E ESTRATÉGIA EM  
NEGÓCIOS  
MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO ESTRATÉGIA EM NEGÓCIOS**

**DISSERTAÇÃO**

**VARIÁVEIS ASSOCIADAS AO PERFIL EMPREENDEDOR:  
RELAÇÕES COM MODELOS FAMILIARES E FORMAÇÃO  
EMPREENDEDORA**

**DENISE CARVALHO**

**2004**



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO E ESTRATÉGIA EM  
NEGÓCIOS  
MESTRADO PROFISSIONAL GESTÃO ESTRATÉGICA EM NEGÓCIOS**

**VARIÁVEIS ASSOCIADAS AO PERFIL EMPREENDEDOR: RELAÇÕES  
COM MODELOS FAMILIARES E FORMAÇÃO EMPREENDEDORA**

**DENISE CARVALHO**

**Sob a orientação da professora Doutora  
Ângela Maria Monteiro da Silva**

Dissertação submetida como requisito  
parcial para obtenção do grau de Mestre em  
Gestão e Estratégia em Negócios.

**SEROPÉDICA, RJ**

**NOVEMBRO DE 2004**

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Biblioteca Central / Seção de Processamento Técnico

Ficha catalográfica elaborada  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

C331v      Carvalho , Denise, 1967-  
Variáveis associadas ao perfil empreendedor:  
relações com modelos familiares e formação  
empreendedora / Denise Carvalho . - 2004.  
85 f. : il.

Orientadora: Ângela Maria Monteiro da Silva.  
Dissertação(Mestrado). -- Universidade Federal Rural  
do Rio de Janeiro, Mestrado Profissional em Gestão e  
Estratégia de Negócios, 2004.

1. Empreendedorismo. 2. Perfil Empreendedor. 3.  
Formação Empreendedora. 4. Modelos Empreendedores. 5.  
Locus de Controle. I. Monteiro da Silva, Ângela Maria  
, 1954-, orient. II Universidade Federal Rural do Rio  
de Janeiro. Mestrado Profissional em Gestão e  
Estratégia de Negócios III. Título.

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS  
PROGRAMA DE MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO E ESTRATÉGIA  
EM NEGÓCIOS**

**DENISE CARVALHO**

Dissertação submetida ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão e Estratégia em Negócios, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Gestão e Estratégia em Negócios.

DISSERTAÇÃO APROVADA EM: 19/11/2004

---

ÂNGELA MARIA MONTEIRO DA SILVA,  
DRA (UFRRJ)  
(ORIENTADORA)

---

STELLA REGINA REIS DA COSTA, DRA (IT  
- UFRRJ)  
(MEMBRO)

---

ANTONIO MARTINEZ FANDIÑO, DR  
(UNESA – RJ)  
(MEMBRO EXTERNO)

## **DEDICATÓRIA**

A todos aqueles que, mesmo sob protesto, abriram mão de minha presença e atenção.

A todos aqueles que, de um modo ou outro, tiveram que se ausentar do caminho da realização de meu sonho.

A todos, a certeza de que sempre farão parte do caminho de meu sucesso.

*Você não deve desistir*

*“Quando tudo dá errado, o que acontece às vezes,  
quando a estrada que você está trilhando parece longa,  
quando os fundos são escassos e contas são altas  
e você quer sorrir, porém precisa suspirar,  
quando a preocupação o pressiona um pouco,  
descanse!*

*Se precisar – porém, nunca desista.*

*A vida é estranha, com suas idas e vindas,  
isso todos nós acabamos aprendendo;  
muitas vezes fracassamos*

*quando se poderia ter ganho, se tivesse havido  
persistência;*

*continue sua tarefa, embora o ritmo pareça lento –  
você pode ter sucesso com um pouco mais de fôlego.*

*O sucesso é o fracasso virado pelo avesso –*

*o toque prateado das nuvens da dúvida –*

*e você nunca pode afirmar o quanto está perto,*

*pode-se estar próximo quando tudo parece distante;*

*então continue na luta,*

*mesmo quando for duramente atingido –*

*é quando tudo parece pior que você não deve desistir.”*

(autor desconhecido)

## AGRADECIMENTOS

À Prof<sup>ª</sup>. Dra. Angela Monteiro, pela dedicada orientação, estímulo e amizade demonstrada durante o desenvolvimento deste trabalho e de meu desenvolvimento pessoal e profissional.

À Prof<sup>ª</sup>. Dra. Stella Regina Reis da Costa, pelo exemplo e incentivo na busca pela qualidade e no contato com empreendedores fluminenses.

Ao Prof. Dr. Antonio Martinez Fandiño, pela importante contribuição e valiosas sugestões dadas desde o início deste trabalho.

Aos Profs. José Gonçalves Barbosa e Dílson Monteiro Macedo por acreditarem no desafio da formação empreendedora e pelo imensurável apoio na realização das pesquisas junto aos universitários.

Aos alunos das disciplinas Gestão Empreendedora das turmas de 2002 e 2003, por colaborarem ativamente no processo de construção deste trabalho e de meu próprio processo de aprendizagem.

Ao aluno, Gustavo Almeida pela ajuda no tratamento dos dados das pesquisas e à Denise Sá, da biblioteca da Fundação Getulio Vargas, pela ajuda nas pesquisas realizadas.

Aos mestres da Rural que, desde a primeira vez que lá cheguei, têm exercido importante papel na construção de meu perfil como empreendedora.

Aos colegas de turma, em especial Breves, Paulo Argolo, André, Benac e Beatriz, pela companhia e companheirismo na caminhada rumo ao alcance de nosso objetivo.

Aos incontáveis amigos, representados por Tania, Ricardo e Luciana, Sady, Natália, Giane, Vivian, Juliana, Celso, Masako, Cládice, Keiko, Mônica e Jaqueline, pela amizade e contribuição e a todos aqueles que de alguma forma ajudaram na realização deste sonho.

Aos meus pais, Deyze e Assis, meus irmãos Roberto e Eliete, Luciana e Luiz Fernando, Adriana e Carlos Alberto pela força, compreensão e carinho.

Aos meus sobrinhos Lucas, Pedro Rafael Mateus e Nayara, por representarem a luz divina que sempre me inspirou a crescer e melhorar como pessoa.

Ao Márcio, por ser tão especial e me aceitar como sou.

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	13
2. EMPREENDEDORISMO: RELEVÂNCIA, CONCEITUAÇÃO E MODELOS.....	16
2.1. Relevância e Conceituação.....	16
2.2. Modelos .....	19
2.2.1. Modelo de análise do GEM.....	19
2.2.2. Modelo Visionário de Filion .....	22
2.2.3. Teoria empreendedora do sonho, de Dolabela.....	26
3. O EMPREENDEDOR: CARACTERÍSTICAS E COMPORTAMENTOS.....	29
3.1. Evolução histórica e conceitual .....	29
3.2. O perfil do empreendedor .....	33
3.2.1. Características comportamentais .....	36
3.2.2. Habilidades Sociais.....	37
3.2.3. Atribuição de causalidade e ‘locus’ de controle .....	38
3.2.4. Autoconceito .....	39
3.2.5. Estresse .....	40
4. ATIVIDADE EMPREENDEDORA NO BRASIL.....	42
4.1. O Início .....	42
4.2. A classificação das empresas .....	43
4.3. Dados Gerais .....	43
4.4. Demografia.....	45
4.5. Empresas Formais e Informais .....	46
4.6. Exportações .....	49
5. ESTUDO I: A RELAÇÃO DE MODELOS EMPREENDEDORES NA FAMÍLIA COM O AUTOCONCEITO, ESTRESSE E LOCUS DE CONTROLE DE UNIVERSITÁRIOS .....	51
5.1. Objetivo .....	51
5.2. Problema .....	51
5.3. Metodologia .....	51
5.3.1. Participantes .....	51
5.3.2. Instrumentos .....	52
5.3.3. Procedimentos .....	53
5.3.4. Análises Estatísticas.....	53
5.4. Resultados .....	53
5.5. Discussão .....	54
6. ESTUDO II - O EFEITO DO ENSINO DE EMPREENDEDORISMO NA HABILIDADE SOCIAL, LOCUS DE CONTROLE E AUTOCONCEITO DE UNIVERSITÁRIOS.....	56
6.1. O Contexto do Estudo.....	56
6.2. A Formação Empreendedora.....	58
6.3. Metodologia .....	61
6.3.1. O Processo de Formação.....	62
6.3.2. Participantes .....	63
6.3.3. Instrumentos .....	63
6.3.4. Procedimentos .....	65
6.3.5. Análises Estatísticas.....	65
6.4. Resultados .....	65
6.5. Discussão .....	68
7. CONCLUSÕES .....	70
8. BIBLIOGRAFIA .....	72
9. ANEXOS.....	76
Anexo I - Questionário Sócio Demográfico .....	77
Anexo II - Escala Multidimensional de “Locus” de Controle .....	78
Anexo III - Escala Fatorial de Autoconceito.....	79
Anexo VI - Inventário de Sintomas de Stress .....	81
Anexo V - Inventário de Habilidades Sociais .....	84

## ÍNDICE DE FIGURAS, QUADROS E TABELAS

## FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Modelo Conceitual do GEM (2002:53).....	20
<b>Figura 2:</b> Categorias da Visão (Filion, 1993:53). ....	23

## QUADROS

<b>Quadro 1</b> - Indicadores Comportamentais de McClelland .....	35
<b>Quadro 2</b> – Classificação de Empresas por Número de Empregados.....	43
<b>Quadro 3</b> – Pontos Inibidores e Facilitadores da Relação Universidade-Empresa....	61

## TABELAS

<b>Tabela 1</b> - Nascimentos e mortes das empresas no Brasil – 2000 .....	46
<b>Tabela 2</b> - Número de Empresas no Brasil, por Porte e Setor de Atividade – 2001.....	47
<b>Tabela 3</b> - Número de Pessoas Ocupadas, por Porte e Setor de Atividade – 2001.....	47
<b>Tabela 4</b> - Massa de Salários Pagos, por Porte e Setor de Atividade – 2001 .....	48
<b>Tabela 5</b> – Número de empresas exportadoras, segundo o porte – 1990/2000 (%) .....	50
<b>Tabela 6</b> – Médias e desvios-padrão do grupo com modelo empreendedor nas variáveis do estudo.....	53
<b>Tabela 7</b> – Médias e desvios-padrão do grupo sem modelo empreendedor nas variáveis do estudo.....	53
<b>Tabela 8</b> – Distribuição da freqüência de participantes dos grupos quanto aos estágios de estresse.....	54
<b>Tabela 9</b> – Médias e desvios-padrão para Locus de Controle .....	66
<b>Tabela 10</b> – Médias e desvios-padrão para as dimensões de Habilidade Social .....	66
<b>Tabela 11</b> – Médias e desvios-padrão para as dimensões de Autoconceito .....	67
<b>Tabela 12</b> – Percepção do do processo de aprendizado – Auto-avaliação.....	67

## LISTA DE SIGLAS

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social  
CCEs – Características Comportamentais Empreendedoras  
CEMPRE - Cadastro Central de Empresas  
CEPREM – Curso de Preparação às Escolas Militares  
CNI – Confederação Nacional da Indústria  
CNPJ - Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica  
CSN – Companhia Siderúrgica Nacional  
EFA – Escala Fatorial de Autoconceito  
EFER - *European Foundation for Entrepreneurship*  
ELC – Escala Multidimensional de *Locus* de Controle  
EMPRETEC - Acrônimo formado pelas palavras espanholas *empreendedores* e *tecnologia*.  
EUA – Estados Unidos da América  
FUNCEX - Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior  
FURB – Fundação Universidade Regional de Blumenau  
GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*  
GENESIS - Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviços  
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística  
IBPQ/PR – Instituto Brasileiro de Produtividade e Qualidade do Paraná  
IEL – Instituto Euvaldo Lodi  
IHS - Inventário de Habilidades Sociais  
INEAGRO – Incubadora de Empresas de Base Tecnológica em Agronegócios  
ISS – Inventário de Sintomas de Estresse  
PMEs – Pequenas e médias empresas  
PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento  
RAIS - Relação Anual de Informações Sociais  
REUNE - Rede de Ensino Universitário de Empreendedorismo  
SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas  
SIASG - Sistema Integrado de Administração de Serviços Gerais  
SIMPLES - Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte  
SOFTEX - Sociedade Brasileira para Exportação de Software  
SPSS – *Statistical Package for Social Sciences*  
SRF - Secretaria da Receita Federal  
TAE – Taxa de Atividade Empreendedora  
UFRRJ – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
UFSC - Universidade de Santa Catarina  
UnB – Universidade de Brasília

## RESUMO

CARVALHO, Denise. **Variáveis associadas ao perfil empreendedor: relações com modelos familiares e formação empreendedora**. Seropédica: UFRRJ, 2004. 83p. (Dissertação de Mestrado em Gestão Estratégia em Negócios, Gestão e Empreendedorismo).

Os estudos relacionados ao empreendedorismo ainda estão em fase inicial, principalmente no Brasil. Questões como a relação deste movimento com o desenvolvimento de nações, a definição de um perfil de empreendedor de sucesso, assim como a efetividade de processos de educação empreendedora na sustentabilidade deste movimento ainda são questionados e buscam respostas e comprovações para as várias questões que vem sendo levantadas. Considerando os aspectos comportamentais e psicológicos dos empreendedores, como os dados sócio demográficos, autoconceito, habilidade social, *locus* de controle, uma medida de atribuição de responsabilidade dos fatos ocorridos, e estresse, esta dissertação envolve dois estudos com universitários do último ano para a conclusão do curso de graduação em Administração submetidos a um programa de formação empreendedora, de uma instituição privada de Ensino Superior do Sul Fluminense. O primeiro estudo, realizado no primeiro semestre da fase final da graduação, investigou a relação de modelos familiares empreendedores com autoconceito, *locus* de controle e estresse. Os resultados indicaram que os participantes com familiares empreendedores apresentam significativamente mais *locus* de controle externo/outros poderosos, do que os participantes sem tal modelo. Não houve qualquer outra diferença significativa entre os grupos. O segundo estudo, realizado no semestre final da graduação, focou o processo de educação empreendedora em si, fundamentada em um novo paradigma de formação, voltado para a perspectiva da pequena empresa, estimulando a inovação e o auto aprendizado, utilizando procedimentos que desenvolvam a criatividade, a capacidade de negociação e a realização dos participantes. Examinou-se o impacto do programa no autoconceito, habilidade social e *locus* de controle dos participantes. Foram aplicadas as medidas de habilidade social, *locus* de controle e autoconceito antes e depois do programa de empreendedorismo. Os resultados mostraram que o processo de formação adotado, pode ter gerado uma melhora significativa na dimensão de segurança do autoconceito e na assertividade dos participantes. Houve também um maior reconhecimento, pelos estudantes, do perfil empreendedor (de si próprio e de familiares) e do aumento de conhecimentos específicos na área do empreendedorismo. São apontadas possíveis explicações para os resultados encontrados e sugestões para estudos futuros em outras instituições de ensino superior.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, perfil empreendedor, formação empreendedora, modelos empreendedores.

## ABSTRACT

CARVALHO, Denise. **Variables associated to the entrepreneur profile: relations with familiar's models and entrepreneurship formation.** Seropédica: UFRRJ, 2004. 83p. (Master's dissertation in Management Strategy in Businesses, Management and Entrepreneurship).

Entrepreneurship' studies are still in the initial stages, mainly in Brazil. Issues such as the relation of this movement to the nations' development, the definition of a successful entrepreneur profile, as well as the effectiveness of the entrepreneurship education processes in the sustainability of this movement are still questioned and seek answers and confirmations for the various issues raised a behavioral and psychological aspects. Undergraduates completed as socio-demographic questionnaire and measures of self-concept, social skills, *locus* of control - attribution of responsibility for the events occurred, and stress, this dissertation involves two studies with business and administration undergraduates in their last year of college, submitted to an entrepreneurial training program in a private institution in the South of Rio de Janeiro State. The first study, investigated the relationship of entrepreneurial family models with self-concept, *locus* of control and stress. Results indicated that participants with entrepreneur relatives presented significantly more external (powerful others) *locus* of control, in comparison with those who had not entrepreneurs in their family. There was no other significant difference between the two groups. The second study, focused on the process of entrepreneurship education, based on a new paradigm, which is directal to the small business, that simulates innovation and self-learning. Procedures to develop creativity, capacity of negotiation and achievement of participants. This study examined the effect of an entrepreneurship programme on variables off self-concept, social ability, and *locus* of control. Measures were completed before and after the entrepreneurship program was implemented. Results showed that the entrepreneurship program may have a significant improvement on the security dimension of the self-concept and assertiveness of participants. Furthermore, undergraduates increased their identification of the entrepreneurial profile (concerning themselves and family members) and they also a know ledged having learnt more about entrepreneurship. Finally, possible explanations for such results are pointed out and suggestions for future research are herein made.

**Key words:** Entrepreneurship, entrepreneur`s profile, entrepreneurship education, entrepreneurship models.

## 1. INTRODUÇÃO

No Brasil situações de crise têm sido uma constante. Desde a década de 80, quando os modelos de desenvolvimento adotados e a realidade social do país já não mais se sustentavam, teve início um processo político-econômico de recuperação. Este cenário vem acompanhando uma série de mudanças estruturais globais que afetam, de um modo geral e diretamente, as organizações, suas estruturas, seus processos e suas relações. Os dirigentes dessas organizações, por sua vez, devem acompanhar essa evolução de forma a estarem habilitados para exercer suas funções com efetividade e sucesso.

O Brasil destaca-se mundialmente pelo volume de atividades empreendedoras realizadas em seu território. Segundo o GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*, desde 2000, o país tem se classificado entre os 10 países mais empreendedores do mundo, neste ano classificou-se em primeiro lugar, em 2001 em quinto e em sétimo em 2002. Na última pesquisa, realizada em 2003, ganha uma posição no *ranking*, passando a ser o sexto país no ranking mundial.

Esse cenário apresenta uma parte mínima de um *iceberg* bem maior, que envolve as condições econômicas de um país, os rumos de seu desenvolvimento e os diversos atores envolvidos nesse processo. Nesse contexto, diversos autores ressaltam a importância da pequena empresa para o desenvolvimento e a geração de renda de um país, de seu papel nos processos de inovação e de agilização nos contextos econômicos e sociais e, nesses movimentos, destaca-se a personagem essencial do empreendedor.

Pode-se identificar, pelo menos, duas formas básicas de empreender: através dos pequenos negócios e do auto-emprego. “Os pequenos negócios surgem quando as circunstâncias não favorecem a produção em massa das grandes empresas e conseqüente economia de escala” (Dolabela, 1999a:39). A partir dos anos 90, a questão da sobrevivência favoreceu o surgimento de certos empreendedores representados, principalmente, por recém-formados e trabalhadores demitidos que não conseguiram (re)colocar-se no mercado, configurando o auto emprego. O primeiro tipo, aquele que desenvolve um negócio, está diretamente ligado à inovação e ao crescimento, enquanto aquele com o auto emprego representa, principalmente, a ecologia pessoal e um estilo de vida equilibrado (Filion, 1999).

Até 2001, segundo dados do site do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (consultado em 2004), existiam 2.044.566 micro e pequenas empresas no Brasil (sendo 1.252.611 empresas comerciais e 791.954 prestadoras de serviços), distribuídas em todo território nacional, na proporção de 55% na região Sudeste, 22% no Sul, 14% no Nordeste, 6% no Centro-Oeste e 1% no Norte. Estas empresas ocuparam 7.290.568 pessoas, gerando R\$ 27.979.568 de remunerações e uma receita líquida operacional de R\$ 168.245.562. Já dados da Caixa Econômica Federal demonstram que as micro e pequenas empresas detêm 98% dos pontos comerciais estabelecidos, absorvem 60% da força de trabalho e 42% da massa salarial (Sanábio, 2001).

Apesar do papel de destaque do empreendedor brasileiro no setor sócio-econômico, verifica-se que a realidade da economia brasileira apresenta altos índices de mortalidade infantil das empresas emergentes, principalmente das micro e pequenas. Segundo dados do Sebrae, no período de 2000 a 2002, 49,4% das empresas encerram suas atividades com até dois anos de existência, 56,4% com até três anos e 59,9% não sobrevivem além dos quatro anos (Sebrae - site, 2004).

Infere-se, também, que as causas de tal desequilíbrio se localizam, ao menos parcialmente, no desconhecimento ou na não utilização dos instrumentos de gestão disponíveis, pelos pequenos empresários. Segundo dados do Sebrae, 50% destas empresas não planejam suas vendas, 45% não usam sistemas de custeio, 85% não adotam estratégias de marketing, 80% não treinam seu pessoal e 90% não utilizam recursos de informática (Dolabela, 1999b).

O empreendedor é considerado uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência acerca do ambiente em que vive. O empreendedor permanece receptivo a possíveis oportunidades de negócios e toma decisões moderadamente arriscadas, que objetivam a inovação (Filion, 1999).

As pesquisas sobre empreendedores podem permitir aos empreendedores em potencial e aos empreendedores de fato identificarem as condições que devem ser observadas para a obtenção do sucesso (Filion, 1999). A análise das variáveis associadas aos empreendedores e empreendimentos de sucesso poderá levar ao desenvolvimento de características e habilidades relevantes daqueles que tenham interesse em desenvolver seu potencial empreendedor, promovendo a economia de energia e recursos aplicados nos projetos de novos empreendimentos e na revitalização de negócios já em andamento.

Diante deste cenário, a presente dissertação objetivou:

- i) Investigar a relação de modelos empreendedores familiares com o *locus* de controle, autoconceito e estresse em universitários do Sul Fluminense;
- ii) Verificar o impacto do ensino de empreendedorismo sobre as dimensões da habilidade social, *locus* de controle e autoconceito de universitários do Sul Fluminense.

Para atender aos objetivos propostos, este trabalho dissertativo foi organizado em dois grandes blocos: o primeiro, englobando esta introdução, os capítulos II, III e IV, contendo o arcabouço teórico, dados demográficos e os estudos desenvolvidos sobre empreendedorismo. Considerou-se pesquisas sobre o cenário das pequenas empresas, especialmente no Brasil. Os estudos aqui relatados adotaram uma perspectiva psicossocial, enfocando as características e comportamentos da pessoa empreendedora. Tal abordagem vincula-se ao trabalho que já vem sendo realizado pelo grupo de pesquisa “Empreendedorismo e Gestão”, composto pelos professores Ângela Maria Monteiro da Silva e Silvestre Prado de Souza Neto, junto ao programa de Mestrado Profissional em Gestão e Estratégia de Negócios, da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ.

No segundo bloco, os capítulos V e VI relatam dois estudos exploratórios. Ambos envolveram universitários que cursavam disciplinas de empreendedorismo em uma Instituição de Ensino Superior do Sul Fluminense, nos anos de 2002 e 2003, a fim de verificar questões acerca do perfil empreendedor dos alunos e do processo de formação empreendedora. No Estudo I foi examinada a relação de modelos empreendedores familiares com o *locus* de controle, autoconceito e estresse. No Estudo II observou-se o possível efeito do conteúdo e atividades de disciplinas de Empreendedorismo em indicadores de *locus* de controle, habilidade social e autoconceito.

Em ambos os estudos, após o consentimento informado acerca da pesquisa, foram aplicados instrumentos de coleta de dados que caracterizaram o contexto sócio demográfico dos alunos, seu *locus* de controle e sua percepção de autoconceito. Especificamente no Estudo 1 foi medido, ainda, o nível de estresse e, no Estudo 2, foram avaliadas as habilidades sociais dos pesquisados. Em ambos os casos os dados foram

tratados através de análises estatísticas com um nível de significância de 0,05%. Cada estudo teve uma questão específica a ser apurada e suas particularidades metodológicas quanto às amostras, ao tratamento e análise dos dados, que foram descritos especificamente no capítulo de apresentação de cada um, assim como a apresentação particular da discussão dos resultados alcançado em cada situação.

Cabe, ainda, ressaltar que no Estudo 1 é apresentado um delineamento *ex post facto*, caracterizado pelo agrupamento de participantes que possuíam e não possuíam modelos familiares empreendedores, um caso onde se realizou um esforço para simular procedimentos experimentais pelo agrupamento de sujeitos que têm e não têm recebido uma “manipulação natural” num fator pré-existente à pesquisa (Neale & Liebert, 1980). No Estudo 2, foi realizado um estudo de caso acerca do processo de formação empreendedora adotado pela instituição de ensino, de caráter exploratório e caracterizado por investigar “um fenômeno atual dentro de seu contexto de vida real, onde as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidas em situações onde múltiplas fontes de evidências são usadas” (Carvalho et al, 1994:48).

Ao final, são apresentadas a conclusão final do trabalho, as referências bibliográficas consultadas e anexados os instrumentos de coleta de dados utilizados.

## 2. EMPREENDEDORISMO: RELEVÂNCIA, CONCEITUAÇÃO E MODELOS

*O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século 21 mais do que a revolução industrial foi para o século 20 (Timmons, 1994).*

### 2.1. Relevância e Conceituação

Os processos de desenvolvimento adotados pelo Brasil, durante muito tempo, envolveram diretrizes que privilegiavam o gigantismo. Em função disso, as grandes empresas sempre foram destacadas nas ações governamentais e nos principais estudos da administração. Apesar desse modelo desenvolvimentista de décadas passadas, sempre foi observada a presença significativa do segmento de pequenas empresas na sociedade brasileira, no número de estabelecimentos e na ocupação de mão-de-obra. O que pode ser configurado observando-se a estrutura industrial brasileira, em que predomina o desenvolvimento de empresas voltadas para o consumo de bens e serviços, na sua maioria empresas privadas nacionais e de pequeno porte (Ceprem, 2003; Dolabela, 1999; Solomon, 1986).

Com a globalização, o enxugamento dos processos produtivos, o constante aumento de exigências dos mercados consumidores e de preservação e cuidados ambientais, assim como as demais características do século XXI, a lógica do mercado e do capital tem se alterado. Todas as estruturas econômicas procuram se adaptar à realidade de uma nova fase, mais flexível, ágil, com necessidade imediata de respostas e manutenção de altos padrões de qualidade e produtividade, de sustentabilidade responsável do meio ambiente e dos próprios negócios (Filion, 1999; Dolabela, 2003; Dornelas, 2001).

O Brasil tem sofrido os reflexos deste contexto mundial, assim como de todo um processo de mudança política e econômica interna. Apesar de buscar a superação de uma série de momentos econômicos negativos (uma dívida externa crescente e índices inflacionários progressivos) e ter conquistado uma certa estabilização da economia tem, ainda, problemas acentuados e preocupantes no âmbito social, como o desemprego e a miséria (Dolabela 1999 e 2003; GEM, 2001, 2002 e 2003).

Para responder a esse quadro, uma premissa das mais defendidas é a de que políticas de desenvolvimento local, voltadas para a pequena empresa, poderão colaborar para a consolidação das bases de nossa democracia. Segundo Dolabela, a pequena empresa se caracteriza por sua dependência da comunidade local, seu ambiente imediato. Nas palavras do autor, “ali elas nascem e se formam, encontram recursos humanos e materiais dos quais dependem seu dinamismo e estabelecem sua rede básicas de relações” (Dolabela, 1999a:31). A partir de novas condições sócio-econômicas locais, emergentes dos relacionamentos e iniciativas da comunidade, pode-se configurar uma tendência positiva ao desenvolvimento, com que as pessoas possam produzir e participar ativamente das novas mudanças da sociedade, sendo possível, assim, favorecer a distribuição de renda (Dolabela, 1999a).

Essa perspectiva pode ser confirmada através da observação dos dados fornecidos pelo Sebrae/RJ, evidenciando que o desenvolvimento através de micro e pequenas empresas não é apenas de interesse de pequenos empresários, entre os demais interessados pode-se destacar:

- os assalariados, pois as micro e pequenas empresas são as que mais estão criando ocupações no Brasil, (empregam, aproximadamente, 56% da mão-de-obra ocupada);
- os estados e municípios onde estão sediadas essas empresas, pois seu fortalecimento representa tributos estaduais e municipais;
- as grandes empresas, que se valem de serviços das pequenas para flexibilizar seus processos produtivos.

Pequenos negócios e empreendedorismo são temas complementares e, freqüentemente discutidos quando se trata de garantia e geração de empregos, desenvolvimento, e na composição de mercados cada vez mais diversificados e globalizados. Como “tema de pesquisa”, o empreendedorismo é tratado sob vários enfoques, envolvendo desde a economia até as ciências do comportamento, circulando entre muitas disciplinas e práticas diferentes.

Historicamente verificou-se que foi a Grã-Bretanha um dos primeiros países a considerar a importância dos pequenos negócios no crescimento econômico, já em 1919, logo após a primeira guerra mundial, foram realizados os primeiros estudos nessa área, onde já se verificou o fato de que pequenas empresas são as maiores geradoras de empregos. Uma pesquisa realizada entre 1930 e 1970, culminando no Relatório de Bolton, evidenciando que os pequenos negócios se desenvolviam nos nichos onde as economias de escala não atuavam e sua existência estava vinculada à existência de empreendedores e de um ambiente favorável. Conclusões sobre esses estudos mostram que na época (início do século XX), os mais aptos para iniciar negócios eram do sexo masculino, de meia-idade ou pouco antes de se aposentarem, casados, tinham um dos pais, ou os dois como proprietários de algum negócio, estudo e ascendência originária do continente indiano ou dos países mediterrâneos. No decorrer dos estudos realizados, sempre houve a ligação do empreendedor com a inovação, traço dominante em muitos estudos realizados, principalmente dos economistas (Filion, 1999).

O termo “*empreendedorismo*” é uma tradução da palavra *entrepreneurship* e representa, além da criação de empresas, o trabalho autônomo, os empreendimentos comunitários, o empregado empreendedor e as políticas governamentais para o setor. Esse processo pode ser voluntário ou involuntário mas, segundo Timmons (1994, citado por Dolabela, 1999b: 29), “*o empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século 21 mais do que a revolução industrial foi para o século 20*”.

Para Dolabela, o empreendedorismo é “*utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação*” (1999a:43).

Desde 1997, a atividade empreendedora tem sido objeto internacional de estudo, através de uma pesquisa coordenada pelo *Babson College* (EUA), um dos principais centros de estudos e disseminação do empreendedorismo e pela *London Business School* (Inglaterra), conhecida mundialmente pelo rigor em suas pesquisas. Esse trabalho tem sido divulgado através do GEM, em relatórios anuais de âmbito mundial e nacional. O Brasil tem participado desta pesquisa desde o ano de 2000, quando se destacou por ser o país mais empreendedor do mundo. Até a última versão do relatório em 2003, continuamos ocupando posições privilegiadas entre os dez países de maior atividade empreendedora mundial, em sexto lugar.

Segundo o GEM, empreendedorismo significa:

*“qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como por exemplo uma atividade autônoma, uma nova empresa, ou a expansão de um novo empreendimento existente, por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas”* (GEM, 2003:15).

Para compreender o significado de empreendedorismo, muitos autores recorrem ao reconhecimento e conceituação de seu principal autor, o *empreendedor*. Segundo o Novo Dicionário da Língua Portuguesa, o Aurélio, o empreendedor é aquele “que empreende; ativo, arrojado, cometedor” (Holanda Ferreira, 1975:514).

O dicionário de Ciências Sociais define que

*“o termo empreendedor designa a pessoa que exerce total ou parcialmente as funções de: a) iniciar, coordenar, controlar e instituir modificações numa empresa; e/ou b) assumir riscos, nessa operação, que decorrem da natureza dinâmica da sociedade e do conhecimento imperfeito do futuro e que não podem ser convertidos em certos custos através de transferência, cálculo ou eliminação”* (Silva,1964:395).

Dolabela ressalta que não se pode separar o empreendedor da empresa que ele criou pois fazem parte de um mesmo sistema e têm uma identidade única. Segundo o autor,

*“o empreendedor é alguém capaz de desenvolver uma visão, mas não só. Deve saber persuadir terceiros, sócios, colaboradores, investidores, convence-los de que sua visão poderá levar todos a uma situação confortável no futuro. (...) É alguém que acredita que pode colocar a sorte a seu favor, por entender que ela é fruto do trabalho duro”* (1999:44).

Louis Jacques Filion destaca que “para cada pequeno negócio existente há um empreendedor que o criou” (1999:19). De uma forma mais ampla, ele é:

*“uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios, que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação”* (Filion,1999:19).

Na versão dos economistas, ele era considerado motor do sistema econômico (Filion, 1999:07). Adam Smith, citado por Solomon (1986), em sua obra *A Riqueza das Nações* considerava como únicas entidades econômicas existentes no século XVIII, os *pequenos negócios locais*. Nesta perspectiva, os empreendedores eram associados com a inovação. Os primeiros estudos desta corrente datam do século XVII, predominando até meados do século XX. Destacam-se, dentre importantes contribuições, nomes como Cantillon e Jean-Baptiste Say, enquanto precursores, e Schumpeter, como aquele que realmente lançou o empreendedorismo como objeto de estudo.

Na perspectiva comportamentalista, que se destacou a partir de 1930, o empreendedor foi analisado de acordo com seu comportamento, auto-realização, valores e das relações estabelecidas com o meio em que vive. Atribuíram ao empreendedor “características de criatividade, persistência, internalidade e liderança” (Filion, 1999:12). Destaca-se aqui, dentre vários outros, McClelland que além de ser um dos precursores,

destacou a categorização do empreendedor como aquele que exerce influência sobre uma determinada situação, a importância dos valores na construção de seu perfil e a necessidade de realização e de poder. Mostrou, enfim, que o empreendedor é um *produto social* (Filion, 1999:09).

A partir da década de 80, o estudo do empreendedorismo difundiu-se por quase todas as ciências ligadas à gestão, dentre elas finanças, engenharia, marketing, etc., cada qual ligando as características empreendedoras às atividades específicas de suas áreas de atuação. Esse caráter tecnicista não deve tirar da mente dos pesquisadores que “o empreendedorismo, antes de ser técnico ou financeiro, é fundamentalmente um processo humano” (Dolabela, 1999: 129).

Os aspectos cognitivos do processo empreendedor foram recentemente tratados por Ronald K. Mitchell e colaboradores (2002), que ressaltam as pesquisas cognitivas e da personalidade como ferramenta significativa de exploração e explicação para o processo empreendedor. Os autores vêem o processo de estudo das percepções, memória e pensamentos individuais dos empreendedores representando “o conhecimento das estruturas que as pessoas usam para fazer avaliações, julgamentos ou decisões, envolvendo a análise de oportunidades, criação de negócios e crescimento” (Mitchell & Cols., 2002:96).

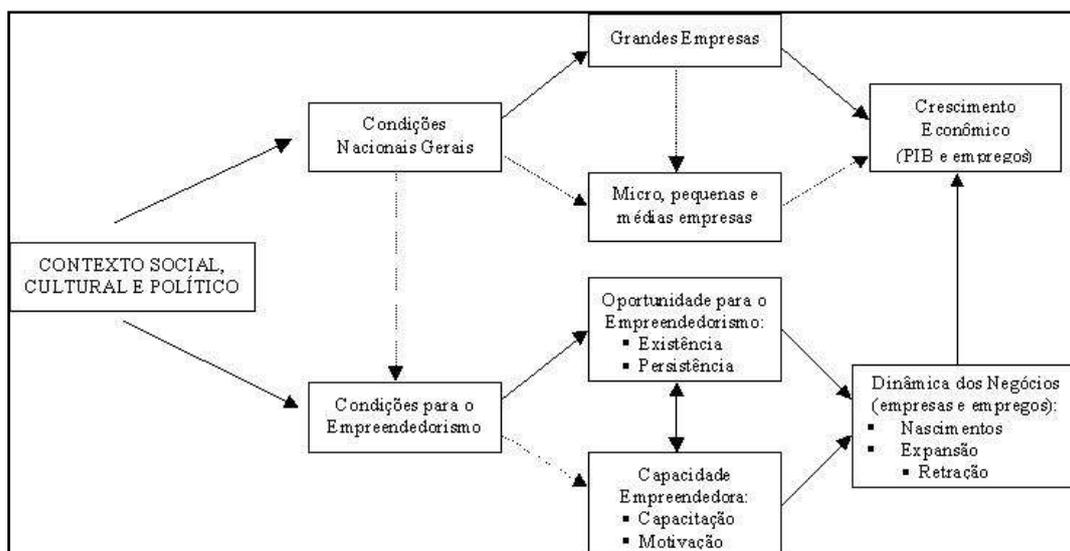
## **2.2. Modelos**

Será apresentado, a seguir, alguns modelos acerca do fenômeno do empreendedorismo e de análises da atividade empreendedora. Tais modelos destacam aspectos considerados na presente dissertação: o empreendedorismo como alavanca do desenvolvimento e crescimento econômico; o processo visionário como um dos elementos essenciais para a abertura e consolidação de negócios de sucesso; a realização de um sonho como grande motivador para o desenvolvimento de empreendedores; e a necessidade de conhecimento das características psicológicas e comportamentais dos empreendedores para garantir o alcance do sucesso.

### **2.2.1. Modelo de análise do GEM**

Uma pesquisa conjunta realizada desde 1997 (pelo *Babson College* e a *London Business School*, com apoio do *Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership* ligado à Fundação *Ewing Marion Kauffman*) tem analisado o empreendedorismo mundial e gerado, desde 1999, relatórios anuais do *Global Entrepreneurship Monitor* - GEM. A pesquisa tem o objetivo de “*investigar o intrincado e complexo relacionamento entre empreendedorismo e crescimento econômico*” e de “*transformar-se em um empreendimento multinacional de longo prazo*”, tendo em vista que existe um objetivo comum entre os países estudados: o desafio de “*facilitar a atividade empreendedora e, por consequência, o crescimento econômico nacional*” (GEM, 2000:01).

O programa de pesquisa do GEM está baseado em um modelo conceitual que considera os mecanismos causais que interferem no crescimento das economias locais, tentando explicar por que algumas economias crescem mais que outras. O modelo presume um ambiente de relativa estabilidade política, social e histórica e considera duas fontes primárias, diferentes e complementares, de progresso econômico e formação do contexto social, cultural e político das nações, e pode ser representado na Figura 1:



**Figura 1:** Modelo Conceitual do GEM (2002:53).

Neste Modelo temos, de um lado as *Condições Nacionais Gerais*, que englobam todo o ambiente externo ao desenvolvimento de empreendimentos (governo, tecnologia, mercados, infra-estrutura, etc.) que são a base do inter-relacionamento entre grandes e pequenas empresas, resultando em crescimento econômico. De outro lado, temos as *Condições para o Empreendedorismo*, representando o ambiente empresarial em si, a existência e percepção de oportunidades, a capacitação e motivação empreendedora e todas as demais variáveis diretas que afetam o empreendedorismo (apoio financeiro, formação e treinamento, barreiras de mercado, acesso à tecnologia e às informações, etc.), resultando na dinâmica dos negócios (geração de empresas e empregos).

Segundo os pressupostos do GEM, a formação de empresas baseia-se nos relacionamentos de mercado. Assim, na medida em que empresas vão amadurecendo e expandindo suas atividades, é gerada uma demanda de produtos e serviços, abrindo novas oportunidades para a formação de novos empreendimentos de diferentes portes. Nesse modelo,

*“grandes empreendimentos bem estabelecidos, mediante disseminação de tecnologias, do desmembramento de empresas e de uma demanda crescente por bens e serviços, geram freqüentemente oportunidades para novas iniciativas empreendedoras. Empresas empreendedoras, por outro lado, oferecem uma vantagem competitiva para empreendimentos estabelecidos – seus maiores clientes –no âmbito internacional, por meio de custos baixos e do desenvolvimento acelerado de tecnologias”* (GEM, 2002:54).

A partir deste referencial, o estudo do empreendedorismo mundial foi orientado a partir de três questões básicas:

- Existe variação do nível de atividade empreendedora entre os países, e em caso positivo, em que medida?

- O nível de atividade empreendedora afeta a taxa de crescimento econômico de um país?
- O que torna um país empreendedor?

No primeiro relatório GEM, 1999, foram selecionados para a pesquisa 10 países, dentre eles os componentes do G7 (Alemanha, Canadá, Estados Unidos, França, Itália, Japão e Reino Unido) mais a Dinamarca, Finlândia e Israel. No relatório de 2000, as pesquisas foram ampliadas, envolvendo mais 11 países (Argentina, Austrália, Bélgica, Brasil, Coréia, Espanha, Índia, Irlanda, Noruega, Singapura e Suécia), totalizando 20 países. Essa ampliação se deu também em relação aos métodos de pesquisa, e incorporou “uma avaliação do papel do capital de risco (*venture capital*) em cada um dos países participantes” (GEM, 2000:01). Em 2001 foram 28 países, sendo incorporados África do Sul, Hungria, Holanda, México, Nova Zelândia, Polônia, Portugal e Rússia. Na versão de 2002 foram estudados 37 países, entrando na pesquisa Chile, China, Taiwan, Croácia, Hong Kong, Islândia, República Eslovaca, Suíça e Tailândia. Em sua última versão, a de 2003, mantiveram-se os padrões anteriores, com mais de três dezenas de países sendo monitorados em relação à situação do empreendedorismo.

Na realização das pesquisas nos países estudados, foi estabelecida uma parceria com instituições locais de pesquisa, as quais ficaram responsáveis pela investigação da população adulta de cada país, pela entrevista com os participantes selecionados, pela análise contextual dos resultados e pela elaboração e divulgação dos resultados em seu país de origem. Todos os trabalhos de pesquisa seguiram rigorosamente as diretrizes do grupo organizador.

Verificou-se, com a evolução das pesquisas, que existem basicamente duas motivações para se empreender: a identificação de oportunidades de negócios atraentes e a necessidade de geração de alternativas de trabalho satisfatórias. No caso do empreendedorismo por oportunidade, temos empreendedores visionários, que desenvolvem empreendimentos a partir da identificação de oportunidades em suas carreiras ou no mercado, já no empreendedorismo por necessidade, os empreendedores “*sentem-se forçados a iniciar seus próprios negócios porque inexistem quaisquer outras opções de trabalho ou porque as existentes são insatisfatórias*” (GEM, 2002:20).

Os relatórios GEM apresentam seus resultados através da apuração de dados demográficos e, principalmente de três medidas com que se pretende estabelecer os níveis de empreendedorismo mundial e de cada país. Esses indicadores reúnem pessoas que desenvolvem atividades empreendedoras e que têm perfil (idade, sexo, escolaridade etc.) semelhantes. As medidas são (GEM 2001:10-11):

- ***Taxa de empresas nascentes*** - relacionada a empreendedores que, no último ano (12 meses), estavam sozinhos e tentavam iniciar um novo negócio, que fizeram algo concreto para ativar esse negócio ou tiveram a intenção de ser proprietário de parte ou do total desse negócio e, ainda, que esse negócio não tenha pago mais de três meses de remuneração salarial, nem mesmo aos proprietários.
- ***Taxa de novas empresas*** – relacionada àqueles que, no último ano, vêm administrando ou são proprietários (total ou parcial) de um negócio, sendo que este negócio tenha sido iniciado a partir de 1998, não gerando remunerações por mais de três anos e meio, nem mesmo aos proprietários.
- ***Taxa da atividade empreendedora total (TAE)*** – é a soma das medidas anteriores, só que as ocorrências nos dois casos são computadas apenas uma vez. Por ter essa

consideração geral, é considerada a principal medida de empreendedorismo no mundo.

A relação entre o empreendedorismo e o crescimento econômico se mostrou significativa. Segundo o relatório de 2000, com algumas exceções, “*países com altos índices de atividade empreendedora apresentam crescimento econômico acima da média*”, assim como “*poucos países com crescimento econômico elevado apresentaram taxas de baixa atividade empreendedora*” (GEM, 2000:02). Já em 2002, é ressaltada a importância de se olhar os dados com cautela, pois são necessários alguns anos de estudos para se ter constatação dos reais mecanismos geradores dos fenômenos de crescimento econômico.

Apesar dessas colocações, é necessário lembrar-se de que as variáveis que envolvem o crescimento econômico são bastante complexas e multifacetadas. Segundo o relatório de 2002, o crescimento de uma economia local pode originar-se de várias fontes, dentre elas, a formação de negócios e a participação nas exportações. As pesquisas apresentam resultados diferentes quando se relacionam a atividade empreendedora e o nível de crescimento econômico, mostrando países (como o Brasil), com alto nível de atividade empreendedora e baixo volume de crescimento econômico, assim como países com a realidade exatamente oposta. Estes parâmetros mostram que a ocorrência de atividade empreendedora “indica que mudanças na estrutura econômica e nos processos de mercado que contribuem para o crescimento econômico podem ocorrer mais rapidamente quando um setor empreendedor está disposto a implantar tais mudanças” (GEM, 2002:33). Para uma melhor análise do impacto da atividade empreendedora sobre o crescimento econômico, é necessário que sejam reunidos mais dados, referentes a um número maior de países estudados e de um período de tempo mais longo.

As pesquisas do GEM vêm sofrendo adaptações metodológicas a cada ano, sempre fundamentados no modelo inicial do projeto, buscando refinar a geração de informações, mais claras e específicas, para amparar a tomada de ações governamentais e tentar garantir um melhor desenvolvimento econômico mundial. De qualquer forma, essas informações só gerarão resultados se dados locais forem analisados pelos governos e instituições locais para, assim, resultarem na formalização e implementação de políticas que promovam as atividades empreendedoras sustentáveis.

### **2.2.2. Modelo Visionário de Filion**

*A visão projetada sobre o futuro de seus negócios é o fator principal de sucesso dos empreendedores bem-sucedidos.*

(Filion, 1993:50).

Para o pesquisador canadense Luis Jacques Filion, existe uma relação direta entre a existência e o desenvolvimento de pequenas empresas com os proprietários e/ou gerentes desses negócios. Nesse contexto, relaciona-se o empreendedor à abertura, crescimento e fechamento de empreendimentos, autoemprego, microempresas e, principalmente, à inovação, criatividade e intuição, mas, esse ator pode atuar em vários campos, até mesmo dentro de empresas já existentes, e ser observado de acordo com

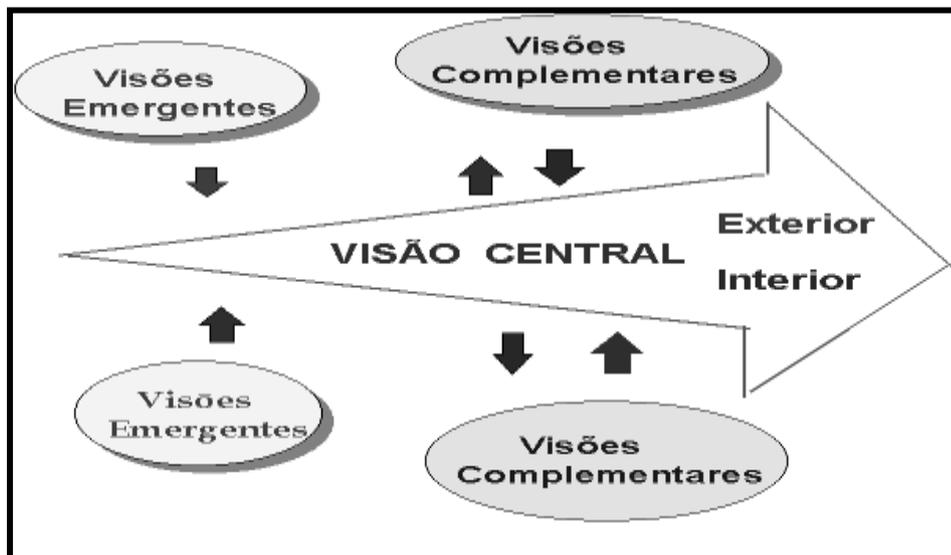
várias perspectivas. As pesquisas de Filion consideram todo esse amplo contexto e chegam a definir o empreendedor como aquele que “imagina, desenvolve e realiza visões” (Filion, 1999: 19).

Através de uma pesquisa qualitativa de campo realizada entre 1985 e 1990, Filion entrevistou 51 pequenos empreendedores na Finlândia, Suécia, Escócia, Suíça e Canadá e 8 proprietários de grandes empresas do Canadá para verificar a maneira como os empreendedores atuavam. Foram realizadas entrevistas semi-estruturadas e empregada a metodologia *soft systems*, de Checkland, para indicar os sistemas implícitos de atividade dos empreendedores e os elementos-chaves comuns a todos eles para, assim, elaborar um *metamodelo* empreendedor, sob uma perspectiva sistêmica que considera o pensamento e a ação do empreendedor (Filion, 1993:51-52).

Segundo o modelo de Filion, os empreendedores de sucesso desenvolvem e realizam três categorias de visão: emergente, central e complementar, a partir, basicamente, de um sistema de relações, além de fatores como liderança, energia e percepções. Para o autor a visão é um alicerce que fornece ao empreendedor um indicador de onde chegar, assim como motivador das pessoas envolvidas com seu trabalho e,

*“é definida como uma projeção: uma imagem, projetada no futuro, do lugar que o empreendedor deseja que seu produto venha a ocupar no mercado. É, também uma imagem do tipo da empresa necessária para alcançar esse objetivo. Em suma, visão refere-se onde o empreendedor deseja conduzir seu empreendimento”.* (Filion, 1993:52)

As categorias de visão do modelo, assim como suas interações, são apresentadas na Figura 2:



**Figura 2:** Categorias da Visão (Filion, 1993:53).

As *visões emergentes*, ou iniciais, reúnem as idéias ou percepções do empreendedor sobre produtos ou serviços que possa disponibilizar ao mercado. Essas idéias passam por um processo seletivo, que origina um ponto de referência para a focalização da visão central. Geralmente, o empreendedor gasta bastante energia trabalhando diversas opções de visão emergente para localizar aquela adequada para ser sua visão central. Esse processo não se encerra na escolha de um produto ou serviço a ser

oferecido, durante toda a sua vida o empreendedor deve avaliar e selecionar visões emergentes para integrá-las à sua visão central.

A **visão central** resulta de uma ou mais visões emergentes e não abrange apenas o produto ou serviço, mas toda a visão de mercado para desenvolvê-los. Empreendedores de sucesso procuram espaço, abertura e nichos de mercado para atuar. Nesse processo pode-se destacar dois focos, o primeiro relacionado com “o lugar que o empreendedor quer que seus produtos ou serviços ocupem no mercado”, e o segundo com o “tipo de organização que ele necessita criar para ser capaz de atingir seu objetivo” (Filion, 1993:54). A relação de ocorrência desses focos varia de acordo com o empreendedor em questão, de qualquer forma, é necessário ressaltar que a visão central deve ser realista, viável e crível. Eventualmente, a visão poderá materializar-se no formato de missão e objetivos a serem atingidos.

As **visões complementares** apóiam o desenvolvimento da visão central e, de um certo ponto em diante são imprescindíveis à continuidade desta. Envolvem os processos gerenciais que permitirão o desenvolvimento dos componentes da visão central, destacam-se aí as habilidades de comunicação e relacionamento dos empreendedores.

O processo visionário de Filion é baseado num metamodelo que incorpora os elementos de sustentação da visão e suas interações (Figura 2). Este sistema de suporte é composto por seis elementos, organizados em duas esferas, a primeira focada na pessoa do empreendedor e nas habilidades pessoais que ele deve desenvolver para gerar valor e concretizar sua visão; e a segunda concentrada nos elementos mais externos, voltados ou oriundos do mercado. Os componentes interagem entre si, influenciando-se mutuamente e sustentando o sistema visionário.

Tais elementos envolvem, segundo Dolabela (1999a):

- i) o **conceito de si** (*weltanschauung*), a imagem que o empreendedor tem de si mesmo (autoconceito), é sua principal fonte de criação;
- ii) a **energia**, que se refere à quantidade e qualidade de tempo e outros recursos pessoais dedicados ao trabalho;
- iii) a **liderança**, processo que depende da evolução do empreendedor e da empresa, caracterizando-se por ser contínuo e mutável;
- iv) a **compreensão do setor**, que envolve conhecer as empresas e a estrutura do ramo de negócios em que o empreendedor pretende atuar;
- v) as **relações** estabelecidas, envolvendo as redes de relacionamento internas e externas do empreendedor. São a base essencial para a sustentação, evolução e sucesso do futuro empreendimento. Acontecem nos níveis primário (com familiares e próximos), secundário (amigos e conhecidos em função de alguma atividade específica), e terciário (contatos em função de um interesse específico);
- vi) a **visão** em si, que é a projeção futura do negócio proposto.

Ao analisar os resultados de suas pesquisas, Filion destacou as seguintes vantagens para o processo visionário (1993:60):

- i) fornecer orientação e base para reflexão e a prática de atividades empreendedoras;

- ii) permitir a unificação de ações e atividades em torno de uma idéia central;
- iii) encorajar o empreendedor a articular visões realistas, atraentes e dignas de crédito, sobre os objetivos para os quais o empreendimento está voltado;
- iv) apresentar uma estimulante estrutura básica ao redor da qual o grupo social que compõe a organização pode se unir;
- v) induzir o empreendedor a canalizar recursos em direção única.

As pesquisas de Filion não se resumiram aos proprietários e gerentes de pequenas empresas. O autor também vem estudando, ao longo dos anos, a atividade empreendedora em diversas áreas. Essa preocupação se dá quando o autor observa a evolução das organizações e dos ambientes onde se inserem, os mercados. Segundo Filion, fatores como tecnologia, questões de segurança, o enclausuramento, pessoas vivendo cada vez mais sozinhas, o envelhecimento e a especialização tanto de pessoas como de organizações, a necessidade de geração de espaço próprio e de independência, a busca de uma ecologia pessoal têm motivado a reconfiguração do mercado e abrindo possibilidades para o desenvolvimento de diversas carreiras empreendedoras, dentre elas:

- ✓ Intrapreneurs - empregados empreendedores, agindo como facilitadores, e/ou visionários;
- ✓ Extrapreneurs – aqueles que lançam negócios que são extensão do seu trabalho;
- ✓ Entrepreneurs - os empresários em si;
- ✓ Spin-offs - co-participadores de novos negócios;
- ✓ Proprietários gerentes de pequenas empresas;
- ✓ Gestores e operadores de microempresas;
- ✓ Autônomos;
- ✓ Supportpreneurs -provedores de suporte a negócios;
- ✓ Interpreuners - peritos em negociação e estratégia;
- ✓ Networkpreneurs - empreendedores em redes de negócios;
- ✓ Negopreneurs -empreendedores de negócios;
- ✓ Familypreneurs - empreendedores em negócios da família;
- ✓ Technopreneurs - empreendedores de tecnologia;
- ✓ Ecopreneurs - empreendedores em ecologia;
- ✓ Gerontopreneurs - empreendedores para a 3ª idade;
- ✓ Coopreneurs - empreendedores de negócios cooperativos;
- ✓ Grouppreneurs - empreendedores de consórcio;
- ✓ Sociopreneus - empreendedores sociais;
- ✓ Netpreneurs - empreendedores em tecnologia da informação;
- ✓ Webpreneurs - empreendedores em negócios da internet. Segundo Dornelas, essa evolução profissional vem consolidando-se com o passar dos anos, e pode ser verificada através do desenvolvimento dos conceitos organizacionais desde o

final do século XIX até os dias de hoje, progredindo desde a racionalização do trabalho e a gerência administrativa; passando, pelo movimento de relações humanas com foco nos processos; pelo funcionalismo estrutural e a gerência por objetivos; pela visão dos sistemas abertos, priorizando o planejamento estratégico; chegando ao movimento contingencial no qual a competitividade direciona todas as ações gerenciais. Entra-se no século XXI priorizando, principalmente, a geração de valor para a sociedade, através de produtos e processos inovadores e criativos, que venham a valorizar a melhoria de qualidade de vida dos seres humanos (Dornelas, 2001:21). Segundo o autor,

*“O empreendedor pode ser considerado um administrador completo, que incorpora as várias abordagens existentes sem se restringir a apenas uma delas e interage com seu ambiente para tomar melhores decisões”.* (Dornelas, 2001:37).

### **2.2.3. Teoria empreendedora do sonho, de Dolabela.**

*É empreendedor, em qualquer área,  
alguém que sonha e busca  
transformar seu sonho em realidade.*  
(Dolabela, 2003:38)

A história tem provado que o ser humano é responsável pelo seu próprio destino, modificando as relações estabelecidas (pessoais e ambientais) e recriando novas situações constantemente. O empreendedor, com certeza, é um desses criadores, e vem transformando cada vez mais os contextos em que tem se inserido. Pensando nesse elemento de mudança, de acordo com o desenrolar de seus vários anos de trabalho de pesquisas no contexto brasileiro e com formação empreendedora que Fernando Dolabela desenvolveu sua Teoria do Sonho.

A busca pela construção de uma Pedagogia Empreendedora guiou Dolabela pelos caminhos da formação empreendedora e do reconhecimento do empreendedor em suas características mais fundamentais, seu Eu. Reconhecido mundialmente como autor e disseminador de metodologias de ensino para empreendedores, das quais se destacam a “Oficina do Empreendedor” (publicada em 1999 e referência nacional no assunto) e a “Pedagogia Empreendedora” (publicada em 2003).

O processo de formação empreendedora da Oficina é voltado basicamente a estudantes de cursos técnicos e universitários. Foi organizada com o objetivo de estabelecer, de forma intensa e direta, a conexão entre os alunos e o mundo empresarial, ambiente natural do empreendedor e sua fonte principal de conhecimento e aprendizado. Já o projeto da Pedagogia vai além, busca promover uma mudança cultural significativa, baseada na formação de capital humano e social e na “capacitação de indivíduos e comunidades a sonhar e realizar seus sonhos” (Dolabela, 2003:13). Voltada desde a educação infantil até o ensino médio, utiliza a Teoria dos Sonhos e estimula os alunos a “sonhar e buscar a realização de seu sonho” (idem, p.55).

Para Dolabela, a disseminação do empreendedorismo é um desafio, pois se compõe em “um processo de formação de atitudes e características” (1999a:108), voltado para o estímulo do auto-aprendizado e no reconhecimento de modelos empreendedores em todos os seus aspectos (pessoal e profissional). Esse processo é embasado em questões

que impõem mudanças culturais significativas iniciadas, assim como no processo visionário de Fillion, pelo autoconhecimento e construção do conceito de si. Segundo o autor, “a geração do espírito empreendedor tem origem em valores, visão do mundo, práticas e relações sociais de uma dada comunidade” (Dolabela, 2003:36).

Essa discussão acerca das mudanças necessárias para uma prática empreendedora transporta o conceito de empreendedorismo do seu berço, a empresa, das atividades realizadas para criá-la e gerar riquezas para um âmbito bem maior, relacionado a “uma forma de ser”, um estilo de vida, a capacidade de provocar mudanças em si mesmo e em seu ambiente, de buscar a auto-realização, tudo isso em um contexto ambíguo e incerto.

Nesta perspectiva, empreender é uma forma de ser. O empreendedor pode ser encontrado em qualquer área de atuação e vive tecendo articulações entre “desejos, visão de mundo, valores, competências, preferências e auto-estima” através de seus sonhos. Estes sonhos, por sua vez, são denominados sonhos estruturantes, que têm consistência tal para poder dar origem a um projeto de vida. (Dolabela, 2003:38).

Um sonho realizador (estruturante) não existe sozinho, não é gerado do nada. Ele tem nos “sonhos periféricos” seu suporte, são estes que vão compor a psique humana, seus desejos mais profundos, fantasias, aspirações, em busca do equilíbrio e prazer necessários “no processo de construção da consciência de si e da representação do mundo e das soluções adotadas na aventura existencial” (Dolabela, 2003:39). A grande diferença entre estes dois sonhadores é que só se constrói um sonho estruturante quando alguém envolve um volume tal de energia com o objetivo de tentar realizar o seu sonho. Caso contrário, tem-se sonhos periféricos.

Dolabela destaca ainda a diferença entre o sonho estruturante e a visão, ambos estimulados pela história e pela representação da realidade de vida de cada um, “mas, enquanto os sonhos são fortemente induzidos pelo sistema de valores, incluindo modelos e papéis sociais, a visão é instigada por situações, circunstâncias, habilidades, competências, conhecimentos, comportamentos” (Dolabela, 2003:41). Enquanto a visão deve ser constantemente construída e reconstruída, os sonhos são ajustados permanentemente em função de uma dinâmica autocrítica dos próprios seres humanos e de sua dinâmica autocriativa.

Em última instância, a Teoria dos Sonhos busca promover a melhoria das condições de vida em geral. Um elemento essencial à conquista deste objetivo é o empreendedor coletivo, aquele indivíduo que é capaz de

*“aumentar a capacidade de conversação de uma comunidade, ampliando ou criando a conectividade entre seus diversos setores, gerando o capital social, que é insumo básico do desenvolvimento, e cujo trabalho consiste em criar as condições para que a comunidade desenvolva sua capacidade de sonhar”* (Dolabela, 2003:47)

Em todo esse processo “sonhador”, de mudanças, um elemento indispensável é o processo educativo. Na escola, deve-se cultivar sonhos e desenvolver a capacidade de realizá-los promovendo, assim, uma nova dinâmica às relações sociais.

Nenhum desses modelos e teorias descritos até o momento têm significância se não estiverem atrelados à figura do empreendedor. No próximo capítulo desta dissertação será tratada com mais profundidade a caracterização do empreendedor, os modelos que embasam os estudos das características e comportamentos dos empreendedores, em

outras palavras, aqueles que focalizam os aspectos pessoais, psicológicos e comportamentais do empreendedor.

### **3. O EMPREENDEDOR: CARACTERÍSTICAS E COMPORTAMENTOS**

Até o momento o presente trabalho focou o papel do empreendedor basicamente como elemento econômico, suas ações e as atividades que realiza. Para cumprir seu papel como elemento gerador de mudanças organizacionais e econômicas observou-se, também, que é essencial ao empreendedor saber se conhecer muito bem, desde suas habilidades, competências e limitações até os seus desejos, ou sonhos, mais reclusos, para que possa organizar os vários fatores energéticos disponíveis e realizar suas empreitadas com sucesso. Para tal deve-se, ainda, conhecer bem o perfil de um empreendedor, sua personalidade e comportamento, para facilitar a construção do arcabouço necessário ao seu sucesso.

#### **3.1. Evolução histórica e conceitual**

No decorrer da história humana, possivelmente o primeiro a ser identificado como um empreendedor foi Marco Polo que, ao estabelecer a rota comercial para o Oriente, firmou um contrato com um rico comerciante para vender suas mercadorias, assumindo o papel ativo nesta aventura e correndo todos os possíveis riscos (Dornelas, 2001). Na Idade Média, o empreendedor era aquele que gerenciava grandes projetos, não assumindo tantos riscos e gerenciando os recursos disponíveis, na maior parte das vezes recursos estatais.

No século XVII, foram estabelecidas as primeiras relações entre o empreendedor e o risco de seus negócios. Nessa época os empreendedores firmavam contratos com o Estado para realizar ou prestar algum serviço, cabendo a si qualquer resultado alcançado (lucro ou prejuízo). O início do processo de industrialização, no século XVIII, colaborou com a diferenciação entre o empreendedor e o capitalista, este último identificado como aquele que financiava projetos e/ou experimentos dos primeiros.

A partir do final do século XIX e início do século XX, com o início dos estudos administrativos e organizacionais, o empreendedor passa a ser comparado e confundido com administradores e gerentes. Durante esse período, prevaleceu a perspectiva econômica e funcional do empreendedor que deveria estar exercendo as funções administrativas a serviço de alguém. Já na Revolução Industrial, pôde ser observado que atividades realizadas artesanalmente passaram a ser tratadas de forma progressivamente mais sistemáticas e constantes (Solomon, 1986:26). Desde lá, o empreendedor passou a ser identificado basicamente por seu potencial inovador e revolucionário, identificador de oportunidades, atento à sua realidade, aumentando seu conhecimento e criando novas empresas.

Analisando as pesquisas e estudos realizados sobre o assunto, pode-se inferir que os estudos sobre o empreendedor têm predominado entre os vieses econômico e comportamental, sendo muito difícil estabelecer-lhe uma conceituação única, principalmente porque o empreendedor pertence a grupos heterogêneos, com características e formas próprias, motivadores e traços de personalidade específicos.

A partir dos estudos de Filion (1993, 1999), Dolabela (1999a), Dornelas (2001), Kets de Vries (2001), GEM (2000, 2001, 2002 e 2003), dentre outros, pode-se dizer que “os empreendedores são a força motriz da economia de qualquer país; eles representam a riqueza de uma nação e seu potencial para gerar empregos” (Kets de Vries, 2001:04).

Existem características específicas que diferenciam o empreendedor de uma pessoa comum, como sua capacidade de percepção das mudanças e de lidar com as

oportunidades que se apresentam, seu relacionamento com o processo de inovação (Drucker, 1988 e 1989) e a constante busca de mudança. Paulino e Rossi (2003) destacam que, freqüentemente, se encontra relação entre o sucesso de empreendimentos e os atributos comportamentais dos empreendedores.

Juan Roure, coordenador da EFER – *European Foundation for Entrepreneurship*, e da “*Europe’s 500 Dynamic Entrepreneurs: The Job Creators*”, realizou uma pesquisa que estudou 500 empreendedores bem sucedidos, identificados numa seleção entre dez milhões de empresas, em 16 países europeus, no período de 1989 e 1994. Desse estudo Roure pôde destacar dez mitos e expectativas que envolvem a criação de empregos e o empreendedor, que são apresentados e discutidos a seguir (Roure, 2001, 11-14):

Mito 1: “Pequenas e médias empresas (PMEs) são as criadoras de empregos”.

Realidade: Somente um tipo de PME cresce e gera empregos – as empresas dinâmicas e os indivíduos empreendedores.

Mito 2: “Novas empresas são a fonte fundamental de crescimento econômico”.

Realidade: A alta geração de empregos é produzida tanto por novas quanto por antigas empresas.

Mito 3: “Empresas que crescem vêm de setores novos e de alto crescimento”.

Realidade: As empresas dinâmicas vêm de todos os setores, não existem setores bem-sucedidos, mas empreendedores e organizações bem-sucedidas. Destaca-se, ainda, que o setor de serviços parece ser mais propício para o crescimento do que a indústria.

Mito 4: “Os empreendedores das companhias que crescem são jovens e têm alto nível educacional”.

Realidade: Os empreendedores dinâmicos são de todas as idades e apresentam uma grande diversidade de formação.

Mito 5: “As empresas que crescem são desenvolvidas por empreendedores enérgicos e auto-suficientes”.

Realidade: Os empreendedores têm uma grande confiança na sua capacidade de aproveitar e capitalizar oportunidades, com base nisso, constituem seus negócios a partir de equipes ou de parcerias com empreendedores que complementem seu potencial gerencial.

Mito 6: “Empresas que crescem têm como alvo mercados grandes e em crescimento”.

Realidade: As empresas dinâmicas buscam evitar a competição, focam nichos ou segmentos de mercado, de modo a se tornarem líderes ou competidores fortes do mercado definido.

Mito 7: “As empresas que crescem têm por alvo geralmente os mercados nacionais que puderem dominar”.

Realidade: As empresas dinâmicas procuram aprender e crescer, ampliando suas vendas para mercados estrangeiros.

Mito 8: “Empresas bem sucedidas que crescem usam estratégias de baixos custos para competir”.

Realidade: As empresas dinâmicas sabem que devem diferenciar-se oferecendo produtos de alta qualidade e um serviço superior.

Mito 9: “Empresas bem-sucedidas se baseiam, principalmente, em tecnologias exclusivas”.

Realidade: Nas empresas dinâmicas as pessoas são elementos essenciais na criação de valor, o que as leva a recrutar, treinar e desenvolver cuidadosamente seu capital intelectual.

Mito 10: “Empresas que crescem usam fontes sofisticadas de financiamento para se estabelecer”.

Realidade: Os recursos são escassos e o financiamento das empresas dinâmicas geralmente são próprios contando, também, com o apoio de empréstimos bancários.

Para Stevenson, a capacidade empreendedora “é um padrão coeso e mensurável de comportamento gerencial” (2001:07). Segundo este autor, esta capacidade pode ser descrita através de seis dimensões críticas da prática de negócios:

- ✓ Orientação estratégica – voltada para a formulação estratégica das empresas, no foco empreendedor, enfatiza a percepção e captação de oportunidades;
- ✓ Comprometimento com a oportunidade – representa a necessidade de realização, a ação. Envolve a tomada de decisões, o gerenciamento de riscos e o espaço limitado de ação;
- ✓ Comprometimento dos recursos – geralmente escassos, os recursos disponíveis exigem um cuidado maior, sendo necessário aprender a “fazer um pouco mais com um pouco menos” (p.09);
- ✓ Controle sobre os recursos – envolve habilidades para usar bem os recursos disponíveis (seus ou de terceiros) e de decidir, conforme as necessidades se apresentam, como utilizá-los de forma mais efetiva. Exige, ao mesmo tempo, maior especialização e flexibilidade;
- ✓ Estrutura administrativa – como organizar os recursos disponíveis, formar equipes e gerenciá-las, organizar o processamento das tarefas, etc.; e
- ✓ Filosofia de recompensas – com ênfase na criação de valor, o empreendedor tende a basear a remuneração pelo desempenho de suas equipes.

Fernando Dolabela destacou a concordância de diversos estudiosos acerca de algumas características dos empreendedores de sucesso e resumiu as principais características identificadas como um consenso, a partir do trabalho de Hornaday e Timmons. Estas características estão listadas abaixo (Dolabela, 1999a:71-72):

- ✓ Tem um “modelo”, uma pessoa que o influencia;
- ✓ Tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização;
- ✓ Trabalha sozinho. O processo visionário é individual;
- ✓ Tem perseverança e tenacidade para vencer obstáculos;

- ✓ Considera o fracasso como um resultado qualquer, pois aprende com os próprios erros;
- ✓ É capaz de se dedicar intensamente ao trabalho e sabe concentrar esforços para alcançar resultados;
- ✓ Sabe fixar metas e alcançá-las. Luta contra padrões impostos;
- ✓ Diferencia-se e descobre nichos não ocupados por outros no mercado;
- ✓ Tem forte intuição, dando mais importância para o que faz e não para o que sabe;
- ✓ Tem alto comprometimento. Crê no que faz;
- ✓ Cria situações para obter feedback sobre seu comportamento e sabe utilizar tais informações para o seu aprimoramento;
- ✓ Sabe buscar, utilizar e controlar recursos;
- ✓ É um sonhador realista, ou seja, sonha, mas é racional;
- ✓ É líder. Cria um sistema próprio de relações com empregados e dá liberdade;
- ✓ É orientado para resultados, para o futuro, para o longo prazo;
- ✓ Aceita o dinheiro como uma das medidas de seu desempenho;
- ✓ Tece “rede de relações” internas (sócios, colaboradores) e externas (fornecedores, clientes) como suporte para alcançar resultados;
- ✓ Conhece muito bem o ramo em que atua;
- ✓ Cultiva a imaginação e aprende a definir visões;
- ✓ Traduz seus pensamentos em ações;
- ✓ Define o que deve aprender para realizar suas visões. Preocupa-se em aprender a aprender;
- ✓ Define o que quer, aonde quer chegar, depois busca o conhecimento que lhe permitirá atingir o objetivo. É um fixador de metas;
- ✓ Cria um método próprio de aprendizagem e aprende indefinidamente;
- ✓ Tem alto grau de “internalidade”, o que significa a capacidade de influenciar pessoas;
- ✓ Tem a crença de que pode mudar algo no mundo e que pode provocar mudanças nos sistemas em que atua;
- ✓ Assume riscos moderados, pois não é um aventureiro. Gosta dos riscos, mas faz tudo para minimizá-los;
- ✓ É inovador e criativo. A inovação é relacionada ao produto, diferente da invenção que pode não dar seqüência a um produto;
- ✓ Tem alta tolerância à ambigüidade e à incerteza;
- ✓ Mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios.

Mas o empreendedor não é só visto por suas características positivas. Kets de Vries (2001) alerta para algumas características empreendedoras que podem ser negativas, principalmente quando em doses excessivas, tais como:

- ✓ necessidade de controle - o empreendedor gosta de estar no controle, mas teme ser controlado. Não lida bem com a autoridade e com regras impostas;
- ✓ senso de desconfiança - desconfia extremamente do mundo ao seu redor, tem medo de se tornar vítima, o que pode levar a uma intensa concentração de esforços em pequenas coisas, fazendo com que perca a visão do todo;
- ✓ necessidade de aplauso – proveniente do mito do herói, sua ansiedade gera a necessidade de reconhecimento, de mostrar aos outros o que faz, de ser ouvido, o que pode caracterizar uma forte tendência narcisista;
- ✓ prática de operações defensivas – por não ser capaz de assumir, ou ver, sua própria responsabilidade, alguns empreendedores tendem a culpar os outros por seus insucessos. “São sujeitos a grandes mudanças de humor e têm dificuldade em controlar seus impulsos e lidar com a ansiedade e a depressão” (Kets de Vries, 2001:06).

O autor ainda ressalva que

*“os empreendedores têm as suas próprias formas de lidar com os problemas da vida cotidiana. A mistura de criativo e irracional é o que faz os empreendedores funcionarem e é responsável por muitas das suas contribuições positivas. As suas capacidades visionárias e qualidades de liderança permitem que seus empregados transcendam as pequenas preocupações e realizem um bom trabalho” (Kets de Vries, 2001:07).*

### **3.2. O Perfil do Empreendedor**

Para conhecermos e descrevermos empreendedores podemos utilizar vários instrumentos. Dolabela sugere a entrevista como uma das alternativas, pois, através de um contato mais individualizado e no ambiente natural do empreendedor, “se pode ter um discernimento mais profundo das razões, estratégias, abordagens e motivações do empreendedor para iniciar e manter um negócio” (1999:87). Pode-se utilizar, também a aplicação e análise de testes psicológicos, comportamentais; realizar observações e análises de contextos de atuação empreendedora, dentre outros.

Outra variável que tem sido freqüentemente relacionada ao comportamento empreendedor é o seu contexto familiar. Nesse sentido, Hirsich (1990) assinala que diferentes estudos confirmam que mais de um terço dos empreendedores são oriundos de famílias em que o pai ou a mãe foram autônomos durante a maior parte de sua vida, enquanto dois terços são originários de famílias em que o pai ou a mãe tentaram pelo menos uma vez ter um negócio próprio. O autor cita, assim, o trabalho de Cooper e Dunkelberg (1984), no qual se verificou que 47,5% de 1394 empreendedores tiveram pais que possuíam um negócio; o de Jacobowitz e Vidler (1983), que observaram que 72% dos participantes do estudo possuíam pais ou parentes íntimos que eram autônomos, e o de Hirsich e Bruschi (1983), no qual se constatou que, de um total de 468 mulheres empreendedoras, 36% delas tinham pais e 11% mães empreendedoras. Em síntese, a atuação autônoma dos pais parece desenvolver nos filhos o espírito de independência,

realização, responsabilidade e criatividade, além de estimulá-los a imitar seus pais profissionalmente.

A ordem de nascimento parece ser outra variável associada ao empreendedorismo, já que Hisrich e Bruschi (1983, citados por Hisrich, 1990) verificaram, em estudo com mulheres empreendedoras, que 50% eram filhas mais velhas, o que pode se dever ao fato do primeiro filho receber uma atenção especial dos pais e tornar-se mais autoconfiante, o que poderá contribuir para que ele se torne um empreendedor. Contudo, Bowen e Hisrich (1986, citados por Hisrich, 1990), em pesquisa realizada com homens empreendedores, não observaram diferenças em seus comportamentos que pudessem ser associadas a sua ordem de nascimento, o que faz com que tal questão necessite de maiores investigações.

No que diz respeito à influência do sexo no comportamento empreendedor, Hisrich (1966, citado por Dolabela, 1999a) realizou uma pesquisa com 267 mulheres e 360 homens do Norte da Europa, Reino Unido, Irlanda, América do Norte e Austrália, na qual foram coletados dados a respeito de 20 variáveis associadas ao comportamento empreendedor. Os resultados obtidos demonstraram que as mulheres conseguiram pontuações significativamente mais altas que os homens em variáveis típicas do empreendedorismo, como, por exemplo, polivalência, inovação, desejo de experimentar, criatividade, eficiência, dedicação ao trabalho e comprometimento, numa indicação de que apresentavam melhor estrutura psicológica para a prática do empreendedorismo. De acordo com Dolabela (1999a), esta talvez possa ser a razão pela qual tem-se observado um volume crescente de mulheres empregadoras no Brasil e no mundo, apesar da atividade empresarial interferir no ambiente familiar da empresária, nos aspectos de organização administrativa da casa e na educação dos filhos.

Em um estudo nacional acerca do perfil sócio-demográfico de empreendedores (SEBRAE, 1996, conforme Dolabela, 1999a), em que participaram 757 empresárias e 422 homens de negócios, os dados mostraram que:

- ✓ havia mais concentração de mulheres na faixa abaixo de 39 anos;
- ✓ os participantes de ambos os sexos eram, em sua maioria, funcionários de empresas privadas, antes de começarem o seu próprio negócio; e,
- ✓ a experiência prévia adquirida pela maioria das mulheres provinha do fato de alguém da família ter negócios similares ao atual, enquanto a maior parte dos homens havia adquirido tal experiência como profissional de outra empresa.

Segundo Sanábio (2001), o fracasso tem sido mais evidente em casos em que a empresa é muito pequena; o proprietário possui baixa escolaridade; não tem experiência no ramo; não se preocupa com a relação cliente-mercado; e não tem capital e nem apoio profissional. Por outro lado, o sucesso tende a ocorrer nas situações em que o empreendedor possui experiência como funcionário de empresa em ramo similar, conta com apoio profissional, considera a relação cliente-mercado, tem boa concepção do negócio, além de ter uma certa disponibilidade de capital.

Estudos e pesquisas já divulgados amplamente por Dolabela (1999a, 1999b e 2003) e Dornelas (2001), demonstram que é possível o ensino do empreendedorismo e o desenvolvimento do perfil empreendedor, através de programas que estimulem a autoconfiança e as habilidades pessoais necessárias para a capacitação das pessoas no

sentido de perceber oportunidades, conhecer mercados, buscar e organizar recursos, planejar e implementar idéias com sustentabilidade.

David McClelland foi o pioneiro nos estudos da personalidade do empreendedor, defendendo a idéia de que o ser humano é motivado pela busca da realização pessoal e pela influência de modelos de sucesso. A partir desses parâmetros e daqueles anteriormente tratados, pode-se tecer uma correlação positiva entre a necessidade de realização e a atividade empreendedora.

Numa pesquisa sobre o perfil empreendedor, com proprietários de empresas do Paraná, Paulino e Rossi (2003) destacaram os parâmetros da teoria de motivação psicológica de McClelland, cujos pilares são a satisfação das necessidades de realização, afiliação e de poder, que, por sua vez, indicam comportamentos específicos, apresentados no Quadro 1:

**Quadro 1** - Indicadores Comportamentais de McClelland

<b>Necessidade de Realização</b>	<b>Necessidade de Afiliação</b>	<b>Necessidade de Poder</b>
Competir com seus próprios critérios; Encontrar ou superar um padrão de excelência; Visar uma única realização; Usar <i>feedback</i> ; Visar obter metas de negócio de longo prazo; Formular planos para superar obstáculos pessoais, ambientais e de negócios.	Visar estabelecer laços de amizade, ser aceito; Procurar fazer parte de grupos sociais; Sentir grande preocupação pelo rompimento de uma relação interpessoal positiva; Possuir uma elevada preocupação com as pessoas numa situação de trabalho.	Executar ações poderosas; Despertar fortes reações emocionais nas outras pessoas; Estar sempre preocupado com a reputação, status e posição social; Visar sempre superar os outros.

Fonte: Paulino e Rossi (2003:209)

Ao final de sua pesquisa, Paulino e Rossi (2003) verificaram que, quanto à estrutura de personalidade (emoção, imaginação, intelecto e atividade), os participantes se apresentaram como pessoas que valorizam a ação ponderada e planejada e que necessitam de bases sólidas para suas ações, “o que os torna persistentes” (p.214); são voltados, em sua maioria, para a concretização e operacionalização de seus objetivos (*intelecto prático*); buscam soluções mais práticas, baseadas no que é observável e palpável (*imaginação combinatória*); são mais espontâneos e descontraídos, sob forte influência do ambiente onde estão inseridos (*emoção expansiva*). Foi verificado, também, o significativo papel que as relações familiares exerciam na formação inicial dos empreendedores estudados, sendo consideradas responsáveis pela formação dos valores básicos da escolha e definição do estilo de trabalho futuro, de opção por ter um negócio próprio.

Em relação aos fatores mais importantes de seu desenvolvimento pessoal e de sucesso, os empreendedores participantes da pesquisa consideraram prioritários para sua formação fatores como persistência, honestidade e sinceridade, saber trabalhar com pessoas e facilidade de comunicação, o que caracteriza “indícios sobre a preocupação em estabelecer e manter relações emocionais positivas com outras pessoas, voltadas à necessidade de afiliação e poder” (Paulino e Rossi, 2003:217).

Presume-se que a necessidade de realização e a necessidade de poder têm preponderância sobre a necessidade de afiliação para a maioria dos empreendedores que criam negócios. Geralmente esse tipo de empreendedor emprega a afiliação como um instrumento para satisfazer as necessidades de realização e poder, em outras palavras, como parte da rede de suporte tecida para dar sustentação ao processo visionário.

No caso dos empreendedores sociais, ou coletivos, mais ligados ao terceiro setor e ao bem comunitário e à busca de um objetivo social comum, o altruísmo é um valor de profunda relevância, o que parece favorecer a necessidade de afiliação, buscar uma realização coletiva e o uso do poder para o benefício de todos. Em outras palavras, poder implica não em privilégios para si mesmo, mas em trabalho e resultados para a comunidade.

Os estudos de McClelland, na década de 1960, foram ao encontro de interesses do PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, que buscava maneiras de fortalecer as economias de países em desenvolvimento, verificando que este objetivo melhor se conquistaria através do fomento às pequenas empresas. Dentre as ações implementadas, a que teve maior êxito foi a “identificação de comportamentos e iniciativas presentes nos empreendedores de sucesso” (Sebrae & IBPQ, 2002:03). Este processo culminou na formulação do Programa Empretec, aplicado no Brasil pelo SEBRAE, mais um exemplo da prática de formação empreendedora, promovendo o desenvolvimento de capacidades empreendedoras em pessoas que tenham o potencial para tanto e, visando “estimular e desenvolver as características individuais do empreendedor, de forma a propiciar sua competitividade e permanência no mercado, por meio de metodologia vivencial especialmente desenvolvida para este fim, cuja abordagem se dá pelas 10 Características Comportamentais Empreendedoras (CCEs)”, de McClelland (Sebrae&IBPQ, 2002:3). O sucesso na aplicação deste programa se verificou através da diminuição da mortalidade das empresas ligadas aos participantes no programa, somente 7% dos empreendimentos destas empresas encerram suas atividades.

### 3.2.1. Características comportamentais

O trabalho de McClelland, de observações sistemáticas de casos de empreendedores de sucesso, teve como resultado a identificação de características comportamentais essenciais e de maior destaque nos empreendedores, que são:

- ✓ ***Estabelecimento de metas*** - assumir metas e objetivos que representem desafios e tenham significado pessoal; definir, com clareza e objetividade, o que se quer atingir e em que prazo;
- ✓ ***Busca de oportunidades e iniciativa*** - ter a capacidade de criar e enxergar novas oportunidades de negócios, desenvolver novos produtos e serviços, propor e implementar soluções inovadoras;
- ✓ ***Persistência*** - enfrentar os obstáculos decididamente, buscando, sempre, o sucesso, mantendo ou mudando as estratégias, de acordo com as situações;
- ✓ ***Comprometimento*** – fazer sacrifícios pessoais, se esforçar para completar uma tarefa; colaborar com os subordinados e, até mesmo, assumir o lugar deles para terminar um trabalho; fazer força para manter os clientes satisfeitos;
- ✓ ***Exigência de qualidade e eficiência*** - decidir que fará sempre mais e melhor, buscando satisfazer ou superar o que os clientes desejam;

- ✓ ***Correr riscos calculados*** - analisar as alternativas e dispor-se a assumir desafios ou riscos moderados e responder pessoalmente por eles;
- ✓ ***Busca de informações*** – interessar-se, pessoalmente, por obter informações sobre clientes, fornecedores ou concorrentes; investigar, pessoalmente, como fabricar um produto ou prestar um serviço; consultar especialistas para obter assessoria técnica ou comercial;
- ✓ ***Planejamento e monitoramento sistemáticos*** – planejar, dividindo tarefas de grande porte em tarefas menores com prazos definidos; revisar constantemente seus planos, considerando resultados obtidos e mudanças circunstanciais; manter registros financeiros e utilizá-los para tomar decisões;
- ✓ ***Persuasão e rede de contatos*** – utilizar-se de estratégias para influenciar ou convencer os outros para conseguir melhorias no seu negócio; manter boas relações comerciais com clientes e fornecedores;
- ✓ ***Independência e autoconfiança*** – buscar manter seus pontos de vista, mesmo diante de um insucesso temporário. ter confiança na sua própria capacidade de complementar tarefa difícil ou de enfrentar desafios.

Apesar do sucesso decorrente de suas pesquisas, McClelland foi muito criticado por definir a necessidade de realização como motivadora do ato de empreender pois, para muitos pesquisadores, a necessidade de realização “é definida por valores mutáveis, existentes em uma dada sociedade e em um dado momento”, para esses pesquisadores, os valores sociais só poderiam ser fatores motivacionais se dessem “grande importância a atividades relativas à criação de novos negócios a ponto de atrair pessoas para esse campo” (Dolabela, 1999a:48-9). Portanto, a teoria de McClelland pode contribuir, a partir do momento em que verifica a capacidade dos seres humanos em repetir seus modelos.

### **3.2.2. Habilidades Sociais**

A avaliação das habilidades sociais considera, basicamente, o desempenho social dos indivíduos, isto é, “qualquer comportamento ou seqüência de comportamentos que ocorre em uma situação social” e sua caracterização de competência – ou não. As habilidades sociais “são aquelas classes de comportamentos existentes no repertório do indivíduo que compõem um desempenho socialmente competente” (Del Prette & Del Prette, 2001:08).

O desempenho competente tem ainda como parâmetros a assertividade – “o exercício dos próprios direitos e a expressão de qualquer sentimento, com controle da ansiedade e sem ferir os direitos dos outros” e de diversos outros critérios como “a consecução de objetivos de uma situação interpessoal; a manutenção ou melhoria de sua relação com o interlocutor; a manutenção ou melhoria de auto-estima; o respeito e a defesa dos direitos humanos básicos e a busca de equilíbrio nas relações interpessoais” (Del Prette & Del Prette, 2001:08-09).

Como resultado de seus estudos com professores, Zilda e Almir Del Prette (2001:09) desenvolveram um instrumento de medição das habilidades sociais básicas, em que organizaram classes e subclasses de habilidades sociais orientadoras da avaliação do desempenho social como as habilidades de comunicação; de civilidade; assertivas, direito e cidadania; empáticas; de trabalho e de expressão de sentimento positivo. Os autores também destacaram alguns parâmetros básicos para a análise das habilidades sociais,

dentre eles a condição situacional da competência social, sua sujeição a valores e normas culturais, a capacidade de aprendizado das habilidades sociais através das relações interpessoais, a necessidade de desenvolvimento de um arcabouço de habilidades sociais como um dos elementos – mas não o único – para o desempenho social competente e que este desempenho pode representar uma seqüência de comportamentos das pessoas que podem ser decompostos.

### 3.2.3. Atribuição de causalidade e ‘locus’ de controle

As relações interpessoais ainda podem ser analisadas de acordo com os pontos de vista e análise dos empreendedores em relação a um evento ocorrente, principalmente no que tange às causas deste evento e a classificação destas em relação “à orientação interna ou externa relativa ao *locus* de controle” (Monteiro da Silva, 2002:08).

A atribuição de causalidade é um processo através do qual o indivíduo percebe a origem da ocorrência dos eventos que se encontram ao seu redor, atribuindo-lhes causas (Dela Coleta, 1980). O *locus* de controle refere-se à orientação interna ou externa relativa ao foco de controle na determinação de eventos que ocorrem com as pessoas. Ele é interno, se o indivíduo percebe os eventos que ocorrem com ele como dependentes de suas próprias capacidades ou esforços, e será externo, se ele percebe os eventos como dependentes da sorte ou acaso, outras pessoas ou entidades.

Sanábio (2001) conduziu um estudo com 268 participantes (90 empreendedores, 88 gerentes e 90 universitários), visando investigar o papel desempenhado pelas atribuições causais na elucidação do comportamento empreendedor. Inicialmente, os participantes leram uma história de sucesso ou fracasso de um empreendedor ou de um gerente e, em seguida, responderam a uma escala de atribuição e a escala de *locus* de controle de La Rosa (1991). Os resultados indicaram que os participantes, quer fossem empreendedores, gerentes ou universitários, optaram pela adoção de causas internas, em detrimento das externas, ao explicarem situações de sucesso ou fracasso protagonizadas tanto por gerentes como por empreendedores. Todavia, quando foram solicitados a julgar a importância de ambos os tipos de causas, como explicações para o sucesso e o fracasso empresarial, valorizaram mais as causas internas nas situações de sucesso que nas de fracasso, enquanto as causas externas foram mais valorizadas na explicação do fracasso que do sucesso, independentemente dos protagonistas. Além disso, privilegiaram as causas internas ao explicarem o desempenho do empreendedor, em comparação às explicações fornecidas ao desempenho do gerente, independentemente dele ser bem ou mal sucedido. As causas internas parecem ser fundamentais ao sucesso do empreendedor e isto, possivelmente, lhe exige uma dose maior de esforço e dedicação, em comparação com outros profissionais.

Quanto ao *locus* de controle, os três grupos de participantes não diferiram significativamente, exceto quanto ao fato de que os empreendedores demonstraram acreditar menos no controle exercido pelas pessoas que detêm o poder em seu micro sistema social do que os gerentes e estudantes. Isto indica que os poderosos não intimidam os empreendedores em seus negócios, talvez pelo conhecimento que os últimos possuem de estratégias necessárias para conviver com tal controle.

Miller e Cols., (1982) citam os resultados de investigações focadas especificamente no comportamento empreendedor, nas quais demonstraram que as empresas que possuem executivos principais com *locus* de controle predominantemente interno são as mais inovativas tanto nos produtos quanto nos serviços, além de possuírem maior capacidade de levar seus membros a se engajarem com satisfação em trabalhos

participativos. Em contrapartida, os executivos com *locus* de controle predominantemente externo são mais passivos, porque acreditam que os eventos estão além dos seus controles, possuem uma sensação de desamparo e tendem a seguir os concorrentes em lugar de criarem novas estratégias administrativas.

Um exame da literatura acerca da relação do *locus* de controle com o empreendedorismo aponta que o conceito de *locus* de controle tem se mostrado significativo em diversos estudos (Hansemark, 2003; Venkatapathy, 1984). Além de haver uma associação do *locus* de controle interno com o empreendedorismo, há evidência de que a internalidade é um preditor significativo da atividade empreendedora masculina, mas não feminina (Hansemark, 2003).

#### **3.2.4. Autoconceito**

O estudo do autoconceito tem sido muito desenvolvido na psicologia em um contexto fenomenológico e existencial. Segundo Tamayo (2001), o autoconceito pode ser definido como uma estrutura cognitiva que organiza as experiências passadas do indivíduo, reais ou imaginárias, controla o processo informativo relacionado consigo mesmo e exerce uma função de auto-regulação. Pode-se compreendê-lo a partir de três componentes diferentes e correlacionados: o avaliativo (envolvendo auto-estima, autoconfiança, aceitação de si mesmo) o cognitivo (percepções das suas características e habilidades) e o comportamental (estratégias de auto-apresentação).

A variação circunstancial da vida das pessoas, assim como os interesses e metas estabelecidas, podem afetar significativamente o autoconceito, de forma positiva ou negativa.

Segundo Tamayo (2001), a percepção e a formulação do autoconceito sofrem influências culturais e podem se dar através da interpretação das informações relativas ao *self* e do exercício da auto-estima.

O *self* é uma estrutura psíquica das mais elaboradas e ricas, reflete a presença de si e alto nível de consciência. A sua representação mental está constituída por um número indefinido, hierarquizado e integrado de autoconceitos específicos. Segundo Jung (1964), o arquétipo do *self* é representado pelo sol e indica uma ligação com o inconsciente (o mais profundo de uma pessoa).

São muitas as variáveis que afetam o autoconceito, sua principal fonte parece ser a forma como a pessoa é percebida por seus pares, nas relações estabelecidas junto aos grupos sociais dos quais os indivíduos fazem parte. Outras características influenciadoras são idade, estado civil, ordem ocupada na família em função do nascimento, situação sócio-econômica, raça e etnia, local de origem e religiosidade (Tamayo, 2001).

A Escala Fatorial da Autoconceito – EFA (instrumento de medida utilizado neste trabalho dissertativo) permite a identificação de quatro dimensões de autoconceito (Tamayo, 1981):

- ✓ *self* somático, a avaliação das pessoas em relação a seu próprio corpo e sua aparência.
- ✓ *self* pessoal (envolvendo a estabilidade e o autocontrole), que abarca o *continuum* segurança-insegurança e compreende os fatores de firmeza, coragem e persistência das pessoas;

- ✓ *self* social (englobando fatores de receptividade e atitude social), representa as atitudes diante das interações sociais e de posicionamento em relação aos outros; e,
- ✓ *self* ético-moral, relacionado à forma como a conduta e o comportamento das pessoas são influenciados por normas e padrões ético-morais.

### 3.2.5. Estresse

Outro fator determinante no processo de inter-relação do ser humano com seus ecossistemas e a manutenção de um padrão adequado de qualidade de vida é o estresse, o “nível de tensão que a pessoa experimenta” a persistência ou não desta tensão e o grau de esgotamento da resistência de cada pessoa (Lipp, 2000:09).

O estilo de vida parece ser outro fator que influencia o comportamento empreendedor, uma vez que o desejo de mudança e a decisão de se deixar uma carreira para empreender um novo negócio demanda energia, coragem, agressividade no enfrentamento da nova situação, conhecimento prévio do negócio e do mercado e disposição para assumir os riscos sociais, psicológicos e financeiros, que provavelmente serão encontrados em tal percurso (Hisrich, 1990). O empreendedor é um indivíduo com elevada iniciativa e autonomia. Ele trabalha sozinho (no sentido de que as metas e visões que adota são privadas e pessoais), dedica-se intensamente ao trabalho, concentra esforços para alcançar resultados, cria um sistema próprio de relações com os empregados, estimulando a cooperação e otimizando o trabalho em equipe, dentre outras características do seu perfil. Portanto, o empreendedor provavelmente se expõe mais ao estresse (Monteiro da Silva e Sanábio, 2003).

O estresse pode ser avaliado por meio de seus eventos deflagradores; das reações e aspectos cognitivos/emocionais; das medidas fisiológicas e endócrinas; e da presença de doenças. Segundo Selye (1948), o organismo busca adaptar-se ao evento estressor e nesse processo utiliza grandes quantidades de energia adaptativa. Os estágios ou fases do estresse, segundo Selye (1984), são: fase de alerta, de resistência, de exaustão. Na primeira fase, o organismo prepara-se para a reação de luta ou fuga, ajustando o corpo e a mente para a autopreservação; na segunda fase, de resistência, o organismo tenta se adaptar e, após um tempo sem efeitos positivos, entram em cena sintomas como o desgaste e o cansaço. Já na última fase (exaustão), caracterizada pelo estresse contínuo e pela incapacidade da pessoa em lidar com a situação, ocorre a exaustão das energias disponíveis e do próprio organismo, culminando no aparecimento de doenças mais sérias, resultando na interrupção das atividades da pessoa. No decorrer de estudos clínicos e estatísticos realizados por Lipp (2000), a autora identificou uma quarta fase de estresse, a quase-exaustão, situada entre a resistência e a exaustão. A quase-exaustão caracteriza-se pelo enfraquecimento das pessoas, que não mais conseguem se adaptar ou resistir ao estresse, eclodindo em doenças que não são tão graves quanto no estágio de exaustão, mas interferem em sua rotina de vida e capacidade produtiva.

Numa perspectiva psicológica, o estresse pode ser considerado um relacionamento particular entre a pessoa e o ambiente, que é por ela apreendido como onerando ou excedendo os seus recursos e, portanto, colocando em risco o seu bem estar (Monteiro da Silva, 1999). Segundo esse modelo, dois processos críticos medeiam o relacionamento pessoa-ambiente: a apreensão cognitiva (*cognitive appraisal*) e o enfrentamento (administração, *coping*) (Monteiro da Silva, 1996).

A apreensão é um processo avaliativo que determina porque e em que extensão uma transação, ou séries de transações, entre uma pessoa e o ambiente, é estressante

(Monteiro da Silva, 1997). Lazarus enfatizou a importância de um evento ser apreendido como, ao menos em parte, ameaçador para ser estressante.

Uma série de estudos conduzidos por Lazarus e cols., na década de 1960, indicaram que o estresse não pode ser devidamente compreendido apenas com base nos fatores ambientais. Ao controlar a interpretação que os sujeitos faziam dos filmes, os autores foram capazes de observar diferentes reações de estresse (Lazarus e cols., 1965). De fato, o mesmo estressor pode produzir reações diversas em diferentes indivíduos.

Como ser humano, o empreendedor está sujeito a todas as “chuvas e tempestades” relacionadas com sua existência, seus relacionamentos interpessoais, suas conquistas e realizações. Nesse contexto, ele pode ser considerado aquele ser humano que sobrevive a todas as circunstâncias, previstas ou inesperadas, aprende com elas, constrói e desenvolve projetos de vida e está constantemente em plena evolução, nunca parando no tempo e no espaço a espera de resultados, mas sempre buscando alcançá-los.

No próximo capítulo pretende-se fazer a descrição das circunstâncias nas quais se insere o empreendedor brasileiro e suas atividades, através de alguns dados e considerações específicas.

## 4. ATIVIDADE EMPREENDEDORA NO BRASIL

Até o momento pode-se destacar o movimento do empreendedorismo, o perfil do empreendedor, as suas variáveis associadas e o importante papel que este ator exerce nos contextos onde está inserido. Neste capítulo pretende-se demonstrar, a evolução da atividade empreendedora no contexto brasileiro, desde o seu início até o cenário geral, assim como dados sócio-demográficos e econômicos, dos quais destaca-se a classificação das empresas, sua demografia, as atividades formais e informais e a participação nas exportações, principalmente pela apresentação de uma sensível contradição entre o número de empresas e o montante de recursos envolvidos em suas atividades.

### 4.1. O Início

O movimento empreendedor passou a tomar corpo no Brasil a partir da década de 1990, quando o Sebrae, que sempre desenvolveu um excelente trabalho junto às micro e pequenas empresas brasileiras, para melhor cumprir seu papel fomentador, iniciou um processo de reorientação institucional que culminou na alteração de seu posicionamento estratégico, saindo do foco de “apoio às micro e pequenas empresas”, para o da “disseminação do empreendedorismo”.

Na entrada do século XXI, o Sebrae amplia seu empenho nacional em garantir a sustentabilidade em relação aos resultados a serem alcançados. Os trabalhos desenvolvidos a partir daí baseiam-se na educação, buscando o desenvolvimento do processo de “aprender a aprender”, ou melhor, “aprender a empreender”, através da formação elementar de empreendedores, em todos os seus níveis de ação.

Tiveram destaque, também, segundo Dornelas (2001:25-26) a criação dos programas:

- ✓ SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) e GENESIS (Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviços), que fomentam atividades empreendedoras e a geração de novas empresas de software e o ensino do empreendedorismo em universidades;
- ✓ EMPRETEC<sup>1</sup> e Jovem Empreendedor (pelo Sebrae) e o Brasil Empreendedor (do Governo Federal), voltados à formação e à destinação de recursos a empreendedores;
- ✓ REUNE (Rede de Ensino Universitário de Empreendedorismo) e Engenheiro Empreendedor (da Universidade de Santa Catarina – UFSC), que difundiram o empreendedorismo no âmbito universitário em todo o país;
- ✓ do Instituto e-cobra, e outras entidades que têm amparado a explosão de criação de empresas baseadas na internet, oferecendo cursos, palestras e incentivos às empresas *start-ups* (nascentes); e
- ✓ de incubadoras de empresas, que tem crescido sensivelmente e gerando milhares de oportunidades de empregos em todo o Brasil.

Essas iniciativas têm alavancado a atividade empreendedora em todo o país, assim como demonstra seu grande potencial de influência no desenvolvimento e crescimento sócio-econômico do Brasil.

---

<sup>1</sup> Acrônimo formado pelas palavras espanholas **empreendedores** e **tecnologia**.

## 4.2. A classificação das empresas

Em geral, a atividade empreendedora é relacionada às micro e pequenas empresas. Estas normalmente são “mão-de-obra intensivas”, isto é, têm seu processo produtivo embasado no maior uso de pessoas em relação ao investimento intensivo de capital, seja por sua dificuldade em financiar as atividades, seja pela caracterização das atividades, que exige a contratação de mão-de-obra.

Para auxiliar a demonstração dos dados, deve-se conhecer a classificação das empresas, que pode se dar de acordo com o número de pessoas ocupadas ou de acordo com seu faturamento. Esta segunda classificação é legal e estabelecida através dos Estatutos da Pequena Empresa – nacional (Brasil, 1999), estaduais e municipais - e é utilizada principalmente para fins fiscais e para a simplificação de tributação, tendo variação para cada localidade. De acordo com os critérios nacionais classifica-se como (Brasil, 2004):

- ✓ Microempresa a pessoa jurídica ou firma mercantil individual que tiver receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 433.755,14;
- ✓ Pequena empresa (empresa de pequeno porte) a pessoa jurídica ou firma mercantil individual que tiver receita bruta anual superior a R\$ 433.755,14 e igual ou inferior a R\$ 2.133.22,00.

No Mercosul a metodologia de classificação das empresas também é relacionada com a receita operacional bruta anual, sendo considerada microempresa aquela com receita até R\$700.000; pequena empresa com receita entre R\$700.000 e R\$ 6,125 milhões e média empresa aquela que enquadra seu faturamento bruto entre R\$ R\$ 6,125 milhões e R\$ 35 milhões.

Dada esta diversidade, para fins deste estudo, assim como na maioria dos estudos que tratam do assunto, será utilizada a classificação estabelecida pelo Sebrae que considera número de pessoas ocupadas nas empresas, apresentada no Quadro 2:

**Quadro 2** – Classificação de Empresas por Número de Empregados

TIPO DE EMPRESA	SETOR DE ATUAÇÃO	
	COMÉRCIO E SERVIÇO	INDÚSTRIA
Microempresa	até 09 pessoas ocupadas	até 19 pessoas ocupadas
Pequena Empresa	de 10 a 49 pessoas ocupadas	de 20 a 99 pessoas ocupadas
Média Empresa	de 50 a 99 pessoas ocupadas	de 100 a 499 pessoas ocupadas
Grande Empresa	acima de 100 pessoas ocupadas	acima de 500 pessoas ocupadas

Fonte: Adaptado de Sebrae (2004)

## 4.3. Dados Gerais

Segundo o Sebrae (2004):

- ✓ em 1994, as micro e pequenas empresas somavam 96,04% no total das empresas; movimentam 28% do valor total do faturamento da economia; e empregavam 39,58% da mão-de-obra total, sendo 25,98% na indústria, 58,59% no comércio, e 43,03% nos serviços;

- ✓ no período de 1990 a 1999, foram constituídas no Brasil 4,9 milhões de empresas, 55% delas como microempresas;
- ✓ entre 1995 e 1997, 81% das micro e pequenas empresas exportadoras pesquisadas tiveram maior intercâmbio comercial com os países do Mercosul. Em seguida estava a Comunidade Européia, com 10%, e os Estados Unidos, com 4,3%; e
- ✓ a taxa de mortalidade das microempresas e empresas de pequeno porte chega a 39% do total de empresas no 1º ano de atividade.

De acordo com a Secretaria da Receita Federal -SRF, em 1998, 64% das empresas tributadas optaram pelo Simples - Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte. Do total de empresas que integram o Simples, 92% eram microempresas, enquanto 8% eram empresas de pequeno porte, respondendo cada uma por 48% e 52% da receita bruta total, respectivamente.

Segundo a Relação Anual de Informações Sociais – RAIS, de 2000:

- ✓ 52,8% da força de trabalho se concentra nas empresas com até 99 empregados (micro e pequenas empresas);
- ✓ havia em todo o país 400 mil microempresas a mais do que em 1995, representando 93% do total de estabelecimentos empregadores e 26% dos trabalhadores formais;
- ✓ entre 1995 e 2000, o número de grandes empresas cresceu 2,2% e o de microempresas cresceu 25%;
- ✓ embora as maiores responsáveis pelo aumento no nível de emprego tenham sido as microempresas, os estabelecimentos de médio e grande porte ainda respondiam por 55% dos postos de trabalho (e por menos de 2% do total de empresas).
- ✓ os setores de comércio e serviços foram os que tiveram maior aumento no nível de emprego entre 1995 e 2000, neles predominando as microempresas;
- ✓ em 2000 havia 2.161.783 empresas com até 99 empregados, assim distribuídas: 0,29% no extrativismo mineral, 10,65% na indústria de transformação, 0,25% nos serviços industriais de utilidade pública, 4,3% na construção civil, 37,6% no comércio, 35% nos serviços, 0,37% na administração pública e 11,5% na agropecuária.

Nos contratos públicos federais de prestação de serviço em vigor até o ano 2000, 30% foram firmados com micro e pequenas empresas, sendo 9% com micro e 21% com pequenas empresas. Já em 2001, das 147.165 empresas cadastradas no SIASG - Sistema Integrado de Administração de Serviços Gerais, que registra a movimentação do cadastro de fornecedores, de preços e do catálogo de materiais e serviços, 26,21% são microempresas, e 26,84% são empresas de pequeno porte.

Segundo pesquisas do GEM:

- ✓ em 2000, dentre os 21 países estudados, o Brasil figurava como o país mais empreendedor do mundo (1 em cada 8 adultos estava iniciando um negócio). A taxa brasileira de atividade empreendedora - TAE total foi de 16%, estimando-se que cerca de 2% da população adulta do país investe em novos negócios. Para

cada 1,6 homens tem-se uma mulher empreendendo. Os empreendedores brasileiros são mais jovens, encontram-se na faixa etária de 18 e 24 anos (muito próxima da faixa mundial de 25 a 34 anos). A atividade empreendedora brasileira se dá, em muitos casos, como uma estratégia de sobrevivência (GEM 200:3, 10 e 13).

- ✓ em 2001, foram pesquisados 29 países e o Brasil aparece com o quinto lugar no ranking dos países com maior nível geral de empreendedorismo, resultando numa TAE total de 14,2%, sendo 9,2% a taxa de empresas nascentes e 5% a taxa de novas empresas, e envolveram cerca de 12 milhões de empreendedores. A proporção de mulheres empreendedoras foi de 38%. De acordo com as motivações para empreender, 8,5% o fizeram por visualizar uma oportunidade e 5,7% por necessidade (a terceira maior taxa mundial).
- ✓ em 2002, o Brasil figurava em sétimo lugar no ranking dos países com maior nível geral de empreendedorismo. A taxa brasileira de atividade empreendedora total, que indica a proporção de empreendedores na população de 18 a 64 anos de idade, foi de 13,5%, estimando em 14,4 milhões o número de empreendedores no País, dos quais 42% eram mulheres. Além disso, o Brasil apresentou a maior taxa de empreendedorismo por necessidade, 7,5% do total, enquanto a média foi inferior a 2%. Isto é, 55,4% dos que abriram um negócio próprio em 2002 o fizeram por dificuldade em encontrar trabalho (GEM 2002).
- ✓ já em 2003, o Brasil ganha uma posição, figurando em sexto lugar, com uma taxa de empreendedorismo estabilizada, de 12,9%. As motivações para empreender se equilibraram, demonstrando uma pequena vantagem ao empreendedorismo por oportunidade, em relação ao por necessidade. O empreendedor brasileiro continua se caracterizando pela sua juventude, com vários anos de estudo a mais do que a população, mas com renda declinante. Constata-se uma crescente participação feminina nas atividades empreendedoras, montando 46% da participação total. Ficou caracterizado, também, que as realizações de atividades empreendedoras acompanham as diferenças regionais brasileiras, isto é, é maior nas regiões mais ricas do país (GEM, 2003).

#### **4.4. Demografia**

A dinâmica econômica pode ser descrita através de estudos da população de empresas, da quantificação de seus movimentos de nascimentos (criações) e mortes (encerramentos), da definição da expectativa de vida a partir do porte e das atividades das novas empresas, da pirâmide etária, dentre outros indicadores. Informações como estas têm nos Cadastros de Empresas sua principal fonte de dados, dentre eles destaca-se o Cadastro Central de Empresas – CEMPRE, realizado pelo IBGE, o qual comparou a população de empresas no final de um ano com os movimentos de entradas e saídas de empresas ao longo do ano seguinte, a cada dois anos consecutivos, quantificando os nascimentos e mortes de empresas ocorridos no período de 1997 a 2000.

No CEMPRE, considera-se o nascimento de uma empresa a partir do registro de CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica; e a morte como a ausência de uma empresa, também representada por uma inscrição no CNPJ, existente apenas no ano anterior. No período de 1997 a 2000, os dados revelaram elevadas taxas de natalidade e de mortalidade de empresas em todos os anos, com as médias situando-se em 19,4% e

12,9%, respectivamente, em média, 682.817 novas empresas foram abertas e 453.465 empresas foram extintas por ano. É importante ressaltar que se mantém um saldo positivo, uma vez que a taxa de natalidade é 1,5 vez superior à de mortalidade, ou seja, registrou-se um número sempre maior de empresas sendo abertas do que sendo fechadas.

No ano de 2000, por exemplo, além de concentrar o maior número de empresas (cerca de 99%), as micro empresas apresentam também as maiores taxas de natalidade e de mortalidade. A Tabela 1 resume a demografia das empresas no Brasil em 2000:

**Tabela 1** - Nascimentos e mortes das empresas no Brasil – 2000

	Porte				Total
	Micro	Pequena	Média	Grande	
Número de empresas em 1999	3.740.764	104.990	21.062	5.259	3.872.075
Nascimentos em 2000	704.628	4.894	634	102	710.258
Mortes em 2000	453.976	3.235	672	107	457.990
Mudança de porte	-7.171	6.173	683	315	0
Varição líquida em 2000	243.481	7.832	645	310	252.268
% de variação líquida em 2000	6,51%	7,46%	3,06%	5,89%	6,52%
Número de empresas em 2000	3.984.245	112.822	21.707	5.569	4.124.343

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Departamento de Emprego e Rendimento.

Uma pesquisa realizada pelo Sebrae em 1999, teve como propósito aferir a taxa de mortalidade de empresas e os fatores condicionantes dessa mortalidade, constatando que:

- ✓ na maioria dos Estados pesquisados, tanto empresas em atividade quanto extintas, recorreram, principalmente, ao contador (46%) para conduzir ou gerenciar as empresas, vindo a seguir as pessoas que conheciam o ramo de atividade (32%) e Sebrae (31%);
- ✓ a falta de capital de giro foi apontada em 73% dos Estados, que fizeram parte da pesquisa, como a maior dificuldade na condução das atividades, juntamente com a carga tributária e a recessão econômica;
- ✓ os maiores fatores de sucesso de uma empresa são: o bom conhecimento do mercado onde atua (48%), ter um bom administrador (41%) e fazer uso de capital próprio (31%).

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES, em 2003, realizou um estudo que objetivou elaborar um quadro da dinâmica recente de sobrevivência das empresas formais no Brasil, por porte e por região geográfica, fornecendo dados sobre a taxa de mortalidade e natalidade das empresas do referido setor. Neste estudo, constatou-se que 93% do total das empresas tinham até 19 empregados, representavam 97% dos nascimentos e 99% das mortes e, de 1995 a 2000, em média, a cada ano foram criadas 314 mil empresas e fechadas 219 mil.

#### 4.5. Empresas Formais e Informais

Outro fator intrinsecamente ligado à atividade empreendedora, principalmente no Brasil, é a sua informalidade.

Consideram-se empreendimentos formais aquelas empresas formalmente constituídas, inscritas no CNPJ, envolvendo atividades empresariais, órgãos públicos e entidades privadas sem fins lucrativos. Segundo o CEMPRE/IBGE (2001):

- ✓ o número total de empresas formais em atividade no Brasil é de 4.635.145 unidades. As micro e pequenas empresas representam 99,2% do total;
- ✓ o número de pessoas ocupadas nas micro e pequenas empresas é de 14.502.378, representando 56,1% do total (exclusivo os empregados funcionários públicos);
- ✓ a massa total de salários, e outras remunerações pagas pelas empresas de micro e pequeno portes, representa 25,6% do total pago pelas empresas de todos os portes.

As Tabelas 2, 3 e 4 demonstram a realidade brasileira quanto ao número de empresas, de pessoas ocupadas e à massa de salários pagos por porte de empresa e setor de atividade, respectivamente.

**Tabela 2 - Número de Empresas no Brasil, por Porte e Setor de Atividade – 2001**

	Micro e Pequena		Média e Grande		Total	
	Nº de Empresas	%	Nº de Empresas	%	Nº de Empresas	%
Indústria	579.318	98,3	9.724	1,7	589.042	100
Comércio	2.311.177	99,7	7.452	0,3	2.318.629	100
Serviços	1.707.040	98,8	20.434	1,2	1.727.474	100
Total	4.597.535	99,2	37.610	0,8	4.635.145	100

Fonte: IBGE; Elaboração: SEBRAE/NA.

Obs.: Não incluídos os órgãos governamentais. Dados da construção civil incluídos na indústria.

**Tabela 3 - Número de Pessoas Ocupadas, por Porte e Setor de Atividade – 2001**

	Micro e Pequena		Média e Grande		Total	
	Nº de Pessoas	%	Nº de Pessoas	%	Nº de Pessoas	%
Indústria	3.600.809	47,0	4.065.988	53,0	7.666.797	100
Comércio	5.982.849	80,8	1.419.845	19,2	7.402.694	100
Serviços	4.918.720	45,6	5.869.096	54,4	10.787.816	100
Total	14.502.378	56,1	11.354.929	43,9	25.857.307	100

Fonte: IBGE; Elaboração: SEBRAE/NA. Obs.: Não incluídos os órgãos governamentais.

**Tabela 4 - Massa de Salários Pagos, por Porte e Setor de Atividade – 2001**

(Valores em R\$ bilhões)

	Micro e Pequena		Média e Grande		Total	
	Salários Pagos	%	Salários Pagos	%	Salários Pagos	%
Indústria	17,2	22,8	58,2	77,2	75,4	100
Comércio	14,2	53,4	12,4	46,6	26,6	100
Serviços	18,3	19,8	74,0	80,2	92,3	100
Total	49,7	25,6	144,6	74,4	194,3	100

Fonte: IBGE; Elaboração: SEBRAE/NA. Obs.: Não incluídos os órgãos governamentais.

Os negócios informais, por sua vez, geralmente envolvem trabalhadores por conta própria e pequenos empregadores que atuam nos domicílios em que moram. Pode-se considerar uma empresa como pertencente ao setor informal quando sua constituição jurídica não pertence ao grupo das Sociedades Anônimas e, também, quando o preenchimento da declaração anual do Imposto de Renda de Pessoa Jurídica não foi feita no formulário - Lucro Real<sup>2</sup>.

Segundo a Pesquisa da Economia Informal Urbana, realizada pelo IBGE em 1997:

- ✓ existiam 9,5 milhões de empresas informais, das quais: 86% por conta-própria e 14% empregadores. Cerca de 58% eram empresas de comércio e serviços e 28% da indústria;
- ✓ as empresas do setor informal ocupavam 12.870.420 pessoas, distribuídas entre trabalhadores por conta própria (67%), pequenos empregadores (12%), empregados com e sem carteira de trabalho assinada (7% e 10%, respectivamente) e trabalhadores não remunerados (4%);
- ✓ dos motivos para iniciar um negócio, destacaram-se: “não encontrou emprego” (25%), “independência” (20,1%), complementação da renda familiar (17,7%), experiência na área (8,6%) e tradição familiar (8,5%);
- ✓ cerca de 472 mil empresas do setor informal obtiveram crédito nos últimos 3 meses antes da realização da pesquisa, onde a fonte de recursos mais utilizada (por cerca de 44% das empresas) foi o empréstimo a bancos públicos ou privados;
- ✓ dentre as dificuldades para desenvolver o negócio das empresas informais destacou-se, para 3,2 milhões das empresas (34%), a falta de clientes, para 18% dessas empresas foi a concorrência, além de outras de menor magnitude;
- ✓ em termos regionais, verificou-se que quase metade das empresas situavam-se na Região Sudeste (46%) e 26% na Região Nordeste. A avaliação da receita média auferida nestes pequenos empreendimentos mostrou que a Região Sul apresentou a média mais alta (R\$1.724,00) e a Nordeste a mais baixa

<sup>2</sup> Aquelas empresas que preencheram o formulário Lucro Real no Imposto de Renda – Pessoa Jurídica de 1997 (ano de início da pesquisa) pertencem ao universo de empresas que se enquadram na definição de pequenos empreendimentos que possuem características que as diferenciam dos empreendimentos informais tais como: receita elevada, alto grau de formalização e estrutura organizada.

(R\$849,00). Em termos do lucro médio, observou-se que o Nordeste mostrou o nível mais baixo (R\$326,00), enquanto o Sudeste obteve o mais alto (R\$782,00).

Já em 2002, o Sebrae realizou uma pesquisa sobre o setor informal nas regiões metropolitanas de Belém, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre e no Distrito Federal, visando o levantamento de dados e de estudos sócio-econômicos sobre esse setor e envolveu oito setores prioritários – turismo, construção civil, têxtil e confecção, artesanato, madeira e móveis, fruticultura, laticínios, couro e calçados. Segundo a pesquisa, em 2002:

- ✓ haviam 1,4 milhões de informais em atividade nas regiões metropolitanas de Belém, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre e no Distrito Federal;
- ✓ o segmento de informalidade responde por apenas 13% do setor empresarial (formal e informal), com 94% de autônomos e apenas 6% de empregadores sem CNPJ;
- ✓ a média de renda pessoal dos empresários informais é de R\$ 903,40. Dos oito setores, o de laticínios é o que apresenta o maior rendimento médio dos empresários informais (R\$1.140,04), seguido do setor de construção civil (R\$1.011,03). É importante destacar que os empresários informais que trabalham com a atividade de laticínios vendem também mercadorias que não são derivados de laticínios e que parte da renda gerada nesta atividade deve ser proveniente da venda de outros produtos não derivados de laticínios.
- ✓ o setor de fruticultura apresenta a menor renda pessoal média (R\$ 643,33), seguido dos setores têxtil/confecções e turismo, cujos rendimentos médios são de R\$ 672,74 e R\$ 721,19, respectivamente.
- ✓ a grande maioria dos empresários dos oito setores selecionados pelo Sebrae entrou sozinho no atual negócio (81%). Existe também um percentual significativo de empresários informais que tiveram seu início no negócio como empregado ou ajudante não-remunerado, especialmente nos setores de laticínios (14%) e de madeira/móveis (13%).

#### **4.6. Exportações**

A participação no mercado externo através das exportações, ganha destaque quando se verifica a diferença entre os dados do número de empresas exportadoras e os valores envolvidos nessa transação. Segundo dados da Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior – FUNCEX (2002), no período de 1990 a 2000, as micro e pequenas empresas se destacam pelo grande número de estabelecimentos exportadores, cerca de 63%, no ano de 2000, como apresentado na Tabela 5.

**Tabela 5** – Número de empresas exportadoras, segundo o porte – 1990/2000 (%)

PORTE	ANO										
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Micro	20	21	22	24	26	27	28	30	40	42	34
Pequena	20	22	25	26	27	27	28	29	29	29	29
Média	24	25	25	24	24	23	22	22	21	20	20
Grande	10	10	9	9	8	9	9	9	8	7	7
Não Classificado	26	22	20	18	15	15	13	11	1	1	10
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: SECEX/MDIC, RAIS/MTE (1993, 1997, 1998, 1999 e 2000 [Preliminar]) e Cadastro do IBGE

Em relação ao valor exportado, para o mesmo período, constatou-se que as micro e pequenas empresas, apesar de ser maioria entre as empresas exportadoras, ainda não são responsáveis pelo maior volume exportado em termos quantitativos, com uma média anual de 18,34% do valor total exportado e participando deste montante com no máximo 20,3%, em 1994 e no mínimo 12,4%, em 2000.

## **5. ESTUDO I: A RELAÇÃO DE MODELOS EMPREENDEDORES NA FAMÍLIA COM O AUTOCONCEITO, ESTRESSE E LOCUS DE CONTROLE DE UNIVERSITÁRIOS**

### **5.1. Objetivo**

Este estudo visou ampliar o conhecimento sobre os empreendedores brasileiros, principalmente, no que se refere à relação de modelos empreendedores familiares com o *locus* de controle, o autoconceito e o estresse, junto a universitários de uma Instituição de Ensino Superior privada do Sul Fluminense.

Um outro objetivo do presente estudo foi examinar se há diferença de gênero quanto ao *locus* de controle, autoconceito e estresse.

### **5.2. Problema:**

Os capítulos precedentes indicaram a importância da participação da micro e pequena empresa, e de seus empreendedores, no contexto sócio-econômico brasileiro. Apesar disto, verifica-se que a realidade brasileira apresenta altos índices de mortalidade infantil das empresas emergentes. Infere-se que as causas de tal desequilíbrio localizam-se, ao menos parcialmente, no desconhecimento ou na não utilização dos instrumentos de gestão disponíveis, pelos pequenos empresários (Dolabela, 1999b:133). De outro lado, as pesquisas sobre empreendedores bem sucedidos têm permitido aos empreendedores em potencial e aos empreendedores de fato identificarem as condições que devem ser observadas para a obtenção do sucesso (Filion, 1999).

Com base neste cenário, o presente estudo enfoca o ambiente familiar do empreendedor para responder à seguinte pergunta: *qual a relação da ocorrência de modelos empreendedores na família com o nível de autoconceito, de estresse e de locus de controle interno/externo (outros poderosos e acaso/destino)?*

### **5.3. Metodologia**

#### **5.3.1. Participantes**

Os participantes eram graduandos do curso de Administração de uma universidade privada do Sul Fluminense, inscritos na disciplina “Gestão Empreendedora”, no ano de 2002.

A amostra do estudo foi composta de 72 universitários dos dois últimos períodos do curso de Administração, sendo 55,6% do gênero feminino e 44,4% do masculino, cuja idade média era de 26,74 ( $\pm 5,22$ ) anos. O estado civil predominante foi o de solteiro, 65,30%, enquanto 34,70% dos participantes eram casados, sendo que a maioria, 62,50% residia com a família nuclear. Verificou-se, ainda, que apenas 2,80% moravam sozinhos, e os demais 34,70% residiam com seus cônjuges e filhos. Quanto à ocupação, 86,10% estavam empregados, refletindo a realidade dos cursos universitários noturnos da região. Nesta amostra 50% dos participantes relataram ter pelo menos um modelo empreendedor na família (pais, avós ou tios).

Quando questionados a respeito de sua experiência pessoal empreendedora, observou-se que 26,40% já haviam tido, ou presentemente tinham, sua própria atividade empreendedora (seja ela formal ou informal).

### 5.3.2. Instrumentos

Inicialmente os participantes responderam a um questionário sócio demográfico (anexo 1) para coleta de dados registrando: idade, sexo, estado civil, com quem reside (só, pais, cônjuge, demais familiares e amigos), grau de instrução, status ocupacional, experiência empreendedora e ocorrência de modelo empreendedor na família e sua identificação (pai, mãe, avós, tios).

Em seguida, foi avaliado o *locus* de controle, através da Escala Multidimensional de *Locus* de Controle de Levenson (anexo 2), adaptada para a população brasileira por Dela Coleta (1987). A escala inclui três sub-escalas que mensuram: i) o *grau de internalidade* (itens 1, 4, 5, 9, 18, 19, 21 e 23); ii) o *grau de externalidade associado a outros poderosos* (itens 3, 8, 11, 13, 15, 17, 20 e 22) e iii) o *nível de externalidade ligado ao acaso* (itens 2, 6, 7, 10, 12, 14, 16 e 24). A redação dos itens que compõem essas três sub-escalas foi sempre concebida no sentido direto. Portanto, quanto mais elevados os escores na sub-escala de internalidade, maiores os níveis de internalidade. O mesmo ocorre com as outras duas sub-escalas.

Para a medida do autoconceito foi utilizada a Escala Fatorial de Autoconceito - EFA (anexo 3), de Tamayo (1981). Essa escala de diferencial semântico é composta por 80 itens, todos no sentido direto, sem inversão, seguidos por uma escala de sete pontos. O escore total pode variar de 79 a 553 e, quanto maior o escore, mais favorável o autoconceito.

O Inventário de Sintomas de *Stress* – ISS (anexo 4) , desenvolvido por Lipp & Guevara (1994), foi usado para medir se o participante está ou não estressado. Caso o participante apresente um quadro de estresse, o instrumento indica em que estágio o participante se encontra.

O instrumento é dividido em 3 quadros compostos de sintomas físicos e psicológicos, sendo que no quadro 1 há 12 sintomas físicos (F1) e 3 sintomas psicológicos (P1). O indivíduo deve assinalar os sintomas experimentados nas últimas 24 horas. No quadro 2 há também 15 sintomas de estresse, que são divididos em 10 sintomas físicos (F2), e 5 sintomas psicológicos (P2). São marcados os ocorridos na última semana. O último quadro contém 23 sintomas de estresse, divididos em 12 sintomas físicos (F3), e 11 sintomas psicológicos (P3). Devem ser especificados os que tenham sido experimentados no último mês.

Cada um dos quadros corresponde a uma das fases de estresse descritas por Selye (1948, 1989) - de alarma, de resistência ou de exaustão. O indivíduo apresenta um quadro de estresse se o seu escore for maior do que 6 no quadro 1, do que 3 no quadro 2, ou do que 8 no quadro 3. Se tiver menos do que estes pontos em todos os quadros ou fases, o estresse clínico não se configura. Se o escore obtido for maior do que os valores acima descritos, em qualquer uma das fases, o quadro de estresse está presente. Para determinar em que fase de estresse o participante estressado se encontra, faz-se uso das tabelas de percentagem do instrumento (Lipp, 2000).

Aperfeiçoando seus estudos, Lipp (2000) estabeleceu uma divisão do quadro 2, envolvendo as fases de resistência e quase-exaustão. A autora verificou, através de pesquisa sobre o tratamento de pacientes com quadro de estresse, a relevância clínica desta subdivisão, acrescentando o estágio de quase-exaustão, que consiste na parte final e agravamento da fase de resistência, que pode ser bastante prolongada. No quadro, um escore maior que 10 indica que a pessoa ingressou na quase-exaustão.

### 5.3.3. Procedimentos

Após o consentimento informado, os instrumentos foram aplicados na amostra de participantes que estavam cursando a disciplina “Gestão Empreendedora”. A partir da aplicação do questionário para coleta de dados sócio-demográficos, os demais instrumentos foram respondidos na seguinte ordem: Escala Multidimensional de *Locus* de Controle, Inventário de Sintomas de *Stress* e Escala Fatorial de Autoconceito.

### 5.3.4. Análises Estatísticas

Empregou-se um pacote estatístico comercial (SPSS) para produzir as análises estatísticas. Testes t de Student foram usados para comparar o grupo de participantes que tinha modelo de empreendedor familiar com o que não tinha, quanto ao autoconceito, grau de internalidade, externalidade/outros poderosos (OP) e externalidade/acaso (A). O teste t também foi empregado para comparar mulheres e homens, quanto a essas variáveis. A análise U de Mann-Whitney serviu para comparar os grupos com e sem modelo empreendedor e mulheres e homens, quanto ao nível de estresse. Para todas as análises foi utilizado um nível de significância de 0,05.

## 5.4. Resultados

As médias e desvios-padrão das variáveis *locus* de controle, estresse e autoconceito para os grupos com e sem modelo empreendedor na família estão apresentados abaixo nas tabelas 6 e 7, respectivamente.

**Tabela 6** – Médias e desvios-padrão do grupo com modelo empreendedor na família nas variáveis do estudo

GRUPO COM MODELO EMPREENDEDOR		
Variáveis	Média	DP
Autoconceito	442,00	48,84
Internalidade	24,54	3,32
Externalidade – OP	20,57	4,37
Externalidade – A	19,34	2,99

**Tabela 7** – Médias e desvios-padrão do grupo sem modelo empreendedor na família nas variáveis do estudo

GRUPO SEM MODELO EMPREENDEDOR		
Variáveis	Média	DP
Autoconceito	454,55	37,97
Internalidade	24,14	3,52
Externalidade – OP	17,42	4,52
Externalidade – A	18,00	4,67

Comparou-se o grupo de participantes que tinha modelo familiar empreendedor com aqueles que não possuíam tal modelo quanto a variáveis de locus de controle, através

de testes t de *Student*. Os resultados revelaram que os dois grupos não diferiram significativamente quanto a *locus* de controle interno (internalidade) ou *locus* de controle externo/acaso:  $t = 0,70$ ,  $p = 0,48$  e  $t = 1,06$ ,  $p = 0,29$ , respectivamente. Entretanto, os dois grupos diferiram significativamente em *locus* de controle externo/outros poderosos:  $t = 2,28$ ,  $p = 0,03$ . O grupo que tinha modelo familiar empreendedor apresentou um *locus* de controle externo, relativo a outros poderosos, maior do que o grupo que não possuía modelo empreendedor na família.

Quando os dois grupos foram comparados quanto ao autoconceito, embora o score do grupo com modelo empreendedor tenha sido mais baixo, não houve diferença significativa entre os grupos:  $t = -1,31$ ,  $p = 0,19$ .

Com relação ao estresse, o teste de Mann Whitney indicou que os dois grupos não diferiram significativamente ( $Z = 1,00$ ,  $p = 0,32$ ).

**Tabela 8** – Distribuição da frequência de participantes dos grupos quanto aos estágios de estresse

Nível de Estresse	Modelo Empreendedor	
	SIM	NÃO
Sem estresse	17	25
Fase de alarma	1	0
Fase de resistência	18	10
Fase de quase-exaustão	0	0
Fase de exaustão	0	1

Os participantes femininos e masculinos não diferiram quanto ao autoconceito ( $t = -0,78$ ,  $p = 0,44$ ), externalidade OP ( $t = -0,86$ ,  $p = 0,39$ ), externalidade A ( $t = 0,81$ ,  $p = 0,42$ ), e internalidade ( $t = -0,81$ ,  $p = 0,42$ ). Também não houve diferença de gênero em relação ao estresse, conforme indicou a análise não paramétrica de Mann Whitney ( $Z = -0,63$ ,  $p = 0,53$ ).

## 5.5. Discussão

Diversamente do que havia sido previsto, os resultados deste estudo indicaram que o grupo que possuía modelo empreendedor na família não apresentava maior internalidade, em comparação com o grupo sem modelo empreendedor. Ao contrário, o grupo com modelo relatou significativamente mais externalidade - OP do que o grupo sem modelo empreendedor. Isto sugere que as pessoas que possuem empreendedores na família acreditam que o que ocorre em suas vidas depende mais de outras pessoas poderosas do que aqueles que não têm tais modelos. Resultados semelhantes foram obtidos por Carvalho e Zuanazzi (2003). Esses autores observaram que os universitários com modelos empreendedores na família tendiam a buscar menos oportunidades e apresentaram um menor índice de autonomia.

Dados prévios indicam que mais de um terço dos empreendedores são oriundos de famílias em que avós, pai ou a mãe foram empreendedores durante a maior parte de sua vida, sendo que dois terços são originários de famílias em que seus ascendentes experimentaram, pelo menos uma vez, ter um negócio próprio (Hirsich, 1990). Todavia, o presente estudo sugere que ter modelo empreendedor na família não assegurou o

desenvolvimento de características geralmente associadas ao empreendedorismo, como a internalidade mais elevada.

Uma hipótese plausível para explicar a maior externalidade – OP do grupo com modelo empreendedor seria a de que os empreendedores poderiam estar exercendo, na família, uma liderança não participativa, usando bases de poder que envolvem o controle social através de recompensa e coerção (Rodrigues, Assma & Jablonski, 2000). Talvez esse achado seja típico do interior do país, onde poderia haver maior tolerância à hierarquia e ao emprego dessas bases de poder, não sendo generalizável para outras populações brasileiras, mesmo tendo sido a região sul-fluminense foco de ação governamental de desenvolvimento nacional pelos governos militares, com a instalação na região da Companhia Siderúrgica Nacional - CSN, marco de um período de extrema intervenção estatal no desenvolvimento nacional, iniciado na década de 30 e, anteriormente dominada por uma oligarquia agrária.

Observando o desenvolvimento cultural brasileiro, verificamos uma tradição paternalista e autoritária. Os participantes da pesquisa foram na sua maioria, em função de sua idade, frutos de famílias constituídas a partir de meados do período dos governos militares no Brasil, em que a participação e a divisão de poder não eram práticas normais.

A quebra do paradigma paternalista e autoritário no Brasil é recente, vem da década de 1990, e exige toda uma mudança cultural que provoque a alteração de hábitos e percepções das pessoas. Esse processo vem acontecendo lentamente, observou-se, inicialmente, junto aos alunos que foram submetidos ao programa da disciplina Gestão Empreendedora, que a colocação deste novo paradigma os incentivou a observar determinadas opções de vida de uma forma diferente, mais empreendedora, mas esse processo sofreu grande resistência, dado o novo contexto e a adoção de metodologias de ensino-aprendizagem diferenciadas, estimulando a busca do autoconceito e do reconhecimento das necessidades individuais e coletivas como sustentação para o alcance de objetivos próprios ou de grupos comuns.

De qualquer forma, observa-se que, apesar das adversidades que tem se apresentado, o Brasil está inserido entre os dez países mais empreendedores do mundo (GEM, 2003). Daí surgem perguntas como: o que realmente motiva a massa de empreendedores brasileiros? A sobrevivência? A conquista de desafios? A satisfação de estar gerando inovações? Os exemplos familiares?

Visando ampliar essa base de dados, o capítulo seguinte apresenta um estudo sobre percepções da atividade empreendedora, relacionado a universitários.

## **6. ESTUDO II - O EFEITO DO ENSINO DE EMPREENDEDORISMO NA HABILIDADE SOCIAL, LOCUS DE CONTROLE E AUTOCONCEITO DE UNIVERSITÁRIOS**

O desenvolvimento e a formação do empreendedor, processos humanos geradores de produtos sociais, compõem uma área de estudo que pode concentrar diversos tópicos. O presente capítulo destaca a pessoa do empreendedor, investigando variáveis possivelmente associadas ao perfil do empreendedor bem-sucedido.

Muitos são os instrumentos técnicos e estratégicos desenvolvidos para amparar os processos de planejamento, implementação e gestão de empreendimentos. Porém, todos esses recursos podem ou não produzir os resultados almejados. O uso de qualquer instrumento não é garantia do sucesso, o qual costuma envolver variáveis psicológicas e comportamentais, tais como: autoconhecimento, desenvolvimento de uma visão sistêmica, habilidades de comunicação e negociação, enfrentamento de situações estressoras e capacidade de auto-aprendizado e liderança, dentre muitas outras.

Diversos autores como Schumpeter (1997), Fillion (1999), Dolabela (1999), Dornelas (2001), dentre outros, destacam o papel do empreendedor no contexto de desenvolvimento de um país, através da criação de empresas e geração de empregos e renda. Todavia, os esforços relativos à criação de empresas podem ficar comprometidos e serem desperdiçados, em função da falta de preparo dos empreendedores. Isso pode ser observado na economia brasileira, através dos índices de mortalidade infantil das empresas emergentes: de cada 3 empresas, 2 fecham as portas no seu primeiro ano de existência; dos novos empreendimentos 50% duram menos de um ano, apenas 20% dos sobreviventes conseguem atingir 5 anos de existência e 99% das falências são de pequenas empresas (Dolabela, 1999).

Segundo Dornelas (2001), o empreendedor tem despontado como o grande elemento de mudança das relações intra e inter empresas, como elemento ousado, destemido, inovador e realizador, tem quebrado todas as barreiras do contexto organizacional, dando melhores condições de competitividade e sobrevivência às organizações.

Com base no exposto, o presente capítulo enfoca a formação empreendedora, especificamente, a universitária, e visa ampliar o conhecimento sobre o impacto do ensino de empreendedorismo em universitários de uma instituição privada de ensino superior do Sul Fluminense, para responder à seguinte pergunta: qual o impacto da formação empreendedora nos níveis de autoconceito, habilidades sociais e de locus de controle em universitários?

### **6.1. O Contexto do Estudo**

Os primórdios do século XX marcam o início dos estudos da administração, nessa época eram abundantes as necessidades a serem atendidas e não era comum a sistematização do trabalho e da produção ou mesmo das organizações. Em função deste cenário, os estudos realizados neste momento focaram a racionalização do trabalho e a gerência administrativa. Foram estudados métodos e técnicas que “colocassem ordem” no caos existente.

A partir de 1920, o homem passou a ser observado como elemento influenciado e influenciador da realização do trabalho. Ainda numa perspectiva micro, isto é, interna, as

relações humanas e a configuração dos processos passaram a ser tema dos estudos organizacionais.

Em 1930, começou-se a perceber a importância da estrutura organizacional na gestão das empresas e, a definição de objetivos, como um grande norteador e fator de sucesso das mesmas.

Com o tempo, as necessidades eminentes foram sendo atendidas e passou-se a observar que os recursos, até então considerados “inesgotáveis”, eram escassos e que o processo produtivo necessitava de alternativas de ação que não impedissem a existência e o sucesso das organizações. Os estudos organizacionais passaram de uma esfera de observação interna (micro ambiental) para uma esfera externa (macro ambiental). Nesse momento, também, as invenções e descobrimentos científicos aceleraram os processos de comunicação e absorção de conhecimento e informações, exigindo uma mudança drástica na postura gerencial.

O ano de 1950 consolidou todos esses processos e o estudo das organizações foi marcado pela influência de conceitos da ciência natural, mais especificamente da biologia, para descrever todas essas mudanças. O conceito de sistema foi transportado para as organizações, representando sua constituição “celular” e interativa com outros organismos semelhantes e dependentes.

Esse contexto de mudanças também influenciou no desenvolvimento do processo de planejamento estratégico, da ação presente planejada em função de objetivos futuros, considerando as diversas variáveis internas e externas, que podem influenciar os resultados e cenários almejados. Pressupõe-se, aí, que as organizações estavam inseridas em um ambiente e que provocavam mudanças neste, conforme era realizado o processo de interação. A organização ainda era o ponto central de influência ambiental.

Esse processo evolucionário tem, a partir de meados de 1970, seu último ponto marcante do século. O contexto ambiental, onde são inseridas as organizações, passa a ser considerado o seu principal determinante. Há um maior foco nas limitações ambientais e nos movimentos oriundos da escassez, como a concorrência pelos recursos e por consumidores. Os focos, a partir daí, passam a ser na competitividade. Os pesquisadores organizacionais passam a desenvolver modelos de análise e verificação ambiental que favorecessem a ação gerencial e o sucesso das empresas.

Fechamos o século XX e a evolução da humanidade não pára. As tendências nessa virada de século apontam para uma sociedade que anseia por mais qualidade de vida, respeito aos recursos e ao ambiente onde se inserem, pela preservação dos ecossistemas naturais e, principalmente, pela geração de riqueza para todo o contexto social. De outro lado, como nos lembra Dornelas, o avanço tecnológico tem sido muito grande, a economia, os processos produtivos e de prestação de serviços têm avançado e se sofisticado de tal forma que “hoje existe a necessidade de se formalizar conhecimentos, que eram apenas obtidos empiricamente no passado” (Dornelas, 2001:20).

As organizações já não podem mais simplesmente colocar um produto no mercado, de acordo com seus parâmetros produtivos, como era feito no início do século. Agora qualquer produto que venha a ser oferecido à sociedade deve, além de atender às necessidades dos clientes, oferecer “algo mais”, que represente essa integração da empresa com seu mundo, sua preocupação com as condições naturais e sociais do ambiente, num contexto em que as fronteiras econômicas e comerciais têm sido derrubadas e a competição por recursos e clientes é cada vez mais acirrada.

É em consequência dessas mudanças que empresários e gestores de empresas têm buscado um novo paradigma de ação, um referencial em que as amarras organizacionais precisam ser desatadas, sendo a criatividade e a inovação elementos essenciais e fundamentais para a sobrevivência numa economia extremamente flexível e competitiva. Nas palavras de Dornelas (2001:21):

*“o momento atual pode ser chamado da era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade.”*

Segundo Dolabela (1999a), o empreendedorismo tem sido uma febre mundial, com a disseminação do seu ensino. Nos Estados Unidos no final de 1980, o ensino do empreendedorismo já era obrigatório em cinco estados, eram mais de mil Instituições de Ensino Superior que ofereciam esta formação. Na Europa, o mesmo autor destaca o movimento dos países do Leste Europeu (ex-comunistas), que divulgaram e implementaram a cultura empreendedora, através da contratação de pesquisadores e empreendedores ocidentais.

Pode-se considerar o empreendedor como um gestor completo, incorporando diversas abordagens administrativas, sem se restringir a nenhuma e, acima de tudo, interagindo com o seu ambiente na busca das melhores decisões. Esse profissional deve ter algumas habilidades essenciais como (em ordem de importância): trabalhar em equipe, comunicar-se verbalmente e pela escrita, apresentar idéias, dimensionar o tempo, ter autonomia para aprender e, finalmente, ter habilidades técnicas (Dolabela, 1999a).

A grande questão a partir daqui é: pode-se formar um empreendedor? Ou, em outras palavras, pode-se capacitar uma pessoa a agir de forma empreendedora? Estudos e práticas de aproximadamente meio século têm provado que é possível desenvolver determinadas habilidades empreendedoras nas pessoas, tema este que é apresentado a seguir.

## **6.2. A Formação Empreendedora**

A formação de gestores se dá basicamente através de cursos de capacitação profissional nas áreas das ciências humanas e sociais aplicadas, especialmente nos cursos de graduação em administração e de especialização e/ou aperfeiçoamento baseados na formação do administrador. Segundo o Ministério da Educação, a formação de administradores busca a qualificação técnica e humanística de um profissional que vai tomar decisões no ambiente onde está inserido.

A realidade dos programas de graduação em administração, no Brasil, tem privilegiado a formação de profissionais que venham a se colocar como empregados, através de metodologias voltadas para o estudo da grande empresa, principalmente industriais, e de técnicas voltadas à padronização e ao controle das atividades realizadas. Segundo Dolabela (1999a), as universidades brasileiras ainda apresentam uma grande dissociação do mercado e dos “sistemas de suporte” empresariais, estão presas a uma formalização curricular e movimentam-se muito lentamente no sentido à mudança.

O perfil profissional buscado pelo mercado atual tem exigido gestores mais dinâmicos e pró-ativos. O sistema tradicional forma o administrador profissional que é orientado pelos recursos que tem sob controle; promove revoluções de longo prazo; tem seu ambiente delimitado por um orçamento; toma decisões passo a passo para cumprir suas metas e se comporta a partir do respeito a uma hierarquia formal.

Uma nova perspectiva de formação empreendedora deve orientar o profissional para a percepção e captação de oportunidades; a busca de revoluções de curto prazo, a toda hora; lidar com recursos escassos, utilizá-los com muito cuidado e em cada estágio de evolução dos negócios; e basear suas relações no contato pessoal mais informal, construindo redes de conhecimento e de suporte para seu negócio.

Esse novo caminho deve levar a novas direções, novas conquistas, que acompanhem o intenso processo evolutivo da tecnologia e dos processos sociais. A formação empreendedora deve estar vinculada a características como inovação, criatividade, persistência, internalidade, liderança, iniciativa, flexibilidade e habilidades de negociação e gestão de recursos. Este processo deve estar alicerçado nas tênues fronteiras entre o profissional e o pessoal, pois “o empreendedorismo é, também, um estado de espírito que pode muito bem ser pensado como espírito de iniciativa, de crítica, de vontade de vencer” (Lucas, 2001:245).

Uma abordagem metodológica voltada para a formação empreendedora deve agir como

*“instrumento para realizar a real tarefa educacional que consiste no espaço de convivência que permite criar um ambiente de responsabilidade e liberdade, no qual existe a capacidade de refletir, de ver, de corrigir erros, de cooperar e de se ter um comportamento ético, propiciando o crescimento no respeito mútuo e ampliando a capacidade de ação e reflexão das pessoas que nele convivem” (Souza, 2001:5).*

Segundo Lucas, o processo pedagógico voltado para a cultura empreendedora deve ter como base os princípios: aprender a aprender, comunicação e colaboração, raciocínio criativo, domínio pessoal, pensamento sistêmico e, liderança. Para a autora:

*“A formação empreendedora baseia-se no desenvolvimento do autoconhecimento com ênfase na perseverança, na imaginação, na criatividade, associadas à inovação. Dessa forma passa a ser importante não só o conteúdo do que se aprende, mas, sobretudo, como é aprendido, em outras palavras, o padrão de ensino e aprendizado estabelecido” (Lucas, 2001:249).*

As primeiras ações efetivas de formação empreendedora se deram a partir de 1940, na *Harvard Business School*, com a criação de cursos voltados para a gestão de pequenas empresas. Depois disso, destacam-se: a instituição do *International Council for Small Business*, em 1956; a realização dos congressos internacionais de Toronto (1973) e de Baylor (1980); e a publicação da Enciclopédia de Empreendedorismo, por Karl Vesper et al. (Lucas, 2001:245).

No Brasil, os primeiros passos foram dados pela Escola de Administração, da Fundação Getúlio Vargas, em 1980, com a criação da disciplina Novos Negócios, no curso de especialização em Administração, o que foi estendido logo a seguir para o curso de graduação. A partir daí outras instituições como a Universidade de São Paulo, a Universidade Federal do Rio Grande do Sul, a Universidade Federal de Santa Catarina, a Universidade Federal de Pernambuco criaram disciplinas e programas de empreendedorismo em suas grades curriculares de graduação e pós-graduação. Atualmente são várias as empreitadas de sucesso nessa área, destaca-se, dentre elas, a experiência de sucesso da PUC do Rio de Janeiro, através de todas as atividades de ensino-aprendizagem multidisciplinares e da criação do Instituto Gênesis.

Nos anos de 1990, o Sebrae instituiu a Rede de Ensino Universitário de Empreendedorismo – REUNE, programa de formação de multiplicadores da metodologia de ensino de empreendedorismo criada por Fernando Dolabela (1999a) e publicada no livro do autor intitulado “Oficina do Empreendedor”. De acordo com a pesquisa realizada pela Confederação Nacional da Indústria – CNI e pelo Instituto Euvaldo Lodi - IEL, publicada em 2001 (Lucas, 2001:246), já passaram por esse programa 600 professores (35% do curso de administração), que já o disseminaram para 119 instituições de ensino superior, em 13 estados brasileiros, atingindo cerca de 18.000 alunos/ano. Numa pesquisa amostral realizada com 195 alunos do Estado de Minas Gerais constatou-se a criação de 25 empresas, com a participação de 182 desses alunos. Essa metodologia foi a base do trabalho desenvolvido junto aos universitários pesquisados.

O novo paradigma proposto para a formalização de uma metodologia empreendedora exige mudanças significativas e enfrenta diversas resistências nos ambientes onde têm sido implementados. Vivências e pesquisas realizadas na Universidade de Brasília - UnB (Lucas, 2001) e na Fundação Universidade Regional de Blumenau - FURB (Hoeltgebaum, 2001 e 2003), dentre muitas outras, têm retratado em quase todos os aspectos, a realidade brasileira nesse processo inovador voltado para o empreendedorismo e para a sementeira de uma cultura empreendedora.

Destas experiências, destacam-se alguns pontos, por sua universalidade, tais como as dificuldades apresentadas pela implementação da disciplina “Formação de Novos Empreendimentos” no curso de Administração da FURB, que foram (Hoeltgebaum, 2003:166-168):

- a) Cultura do emprego - os alunos participam da disciplina no final do curso, não haviam tido contato com a cultura empreendedora, o que os levava a questionar seu despreparo e a colocar-se contra a disciplina.
- b) Interdisciplinariedade – a disciplina “Formação de Novos Empreendimentos” é oferecida juntamente com outras disciplinas regulares, que tratavam de conteúdos que não contribuía com a construção dos planos de negócios, tarefa essa que deveria ser tratada de forma coordenada entre as demais disciplinas, o que “não se realiza em função da resistência dos professores das demais disciplinas” (idem, 2003:167).
- c) Correção dos trabalhos – as turmas eram grandes, o que forçava um dispêndio muito grande de tempo para a correção de atividades específicas.
- d) Cultura da grande empresa – característica dos cursos de administração em geral, onde os estudos são voltados para casos e referências de grandes corporações. Na disciplina em questão, as atividades são voltadas para a

realidade das pequenas empresas, o que evidenciava a deficiência dos alunos de não conhecer essa realidade.

- e) Orientação aos alunos fora da sala de aula – consequência do despreparo e da falta de conhecimento dos alunos em relação ao contexto das pequenas empresas, a dificuldade de aprendizagem exigia um tempo enorme de orientação fora de sala de aula.
- f) Orientação para a área industrial – outro problema eminente da configuração dos cursos de administração em geral, o que direciona a formação profissional para a produção industrial, e contradiz a tendência dos negócios, que aponta uma significativa atuação na área de serviços.
- g) Direcionamento do ensino do empreendedorismo para o *business plan* – a disciplina está muito focada na construção do plano de negócios, deixando em aberto alguns pontos de base como perfil empreendedor, estudo de mercado, processo visionário, dentre outros.

Da experiência da UnB pode-se destacar, os fatores inibidores e facilitadores para a relação universidade-empresa, no que diz respeito à disseminação da cultura empreendedora, descritos por Lucas (2001) e apresentadas no quadro abaixo:

**Quadro 3** – Pontos Inibidores e Facilitadores da Relação Universidade-Empresa

PONTOS INIBIDORES	PONTOS FACILITADORES
Relações complexas entre parceiros distintos, representando “dois mundos, duas alternativas”;	Parcerias com empresas para a promoção de cursos e eventos e no desenvolvimento de metodologias;
Necessidade de mudança da cultura organizacional da universidade para um perfil mais pró-ativo;	
Organização curricular, distribuição dos módulos;	Realização de seminários com empreendedores de sucesso;
Interação de professores de diferentes perfis;	
A construção da metodologia para implementar o currículo;	Utilização de estudos de casos para favorecer a formação de idéias e a realização de visões.
Os hábitos e costumes dos alunos, não acostumados com situações não definidas.	

### 6.3. Metodologia

A amplitude conceitual apresentada aponta a dificuldade e a complexidade das variáveis que podem contribuir para a compreensão do empreendedor, um ator sócio-econômico de suma importância para a configuração das relações estabelecidas nos ambientes em que está inserido. A conceitual e prática do empreendedorismo tem se dado a partir da quebra de alguns paradigmas e das perspectivas econômica e psicológica/comportamental. A seleção da metodologia utilizada acompanha o trabalho que já vem sendo realizado junto ao Programa de Mestrado Profissional de Gestão e Estratégia em Negócios, da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, no grupo de pesquisa Gestão e Empreendedorismo.

### 6.3.1. O Processo de Formação

A formação empreendedora, na Instituição de Ensino Superior em que o estudo foi desenvolvido, teve início no ano de 2002, com a implementação das disciplinas Gestão Empreendedora I e II, nos 7º e 8º períodos do curso de administração, no turno da noite.

As disciplinas de Gestão Empreendedora tinham periodicidade semestral e participação obrigatória. A carga horária era de 40 horas/aula cada uma, o que correspondia a cerca de 20 encontros semanais de 4 horas/aula (menos de 2 horas corridas), que se reduziam em, aproximadamente, 12 a 15 encontros efetivos, em função de atividades curriculares pré-estabelecidas pela Instituição (períodos de provas, encontros acadêmicos), feriados e etc.

Na disciplina Gestão Empreendedora I, objetivou-se o conhecimento do perfil empreendedor, o autoconhecimento, o desenvolvimento das habilidades básicas desse perfil e o trabalho de descoberta de oportunidades, consolidado através do esboço de um Plano de Marketing. Já na disciplina Gestão Empreendedora II, o objetivo era a orientação para a construção do Plano de Negócios e o desenvolvimento das ferramentas de avaliação e implementação do mesmo. Ao final do processo deveria haver a apresentação e julgamento dos Planos de Negócios elaborados por um Júri de Negócios.

Em ambas as disciplinas, as atividades desenvolvidas estimulavam o auto-aprendizado, o trabalho em grupo, o debate de idéias, a simulação de situações reais e a utilização dos recursos e ferramentas que auxiliam na gestão e desenvolvimento dos negócios.

Em relação ao plano de curso, buscou-se organizar as atividades e trabalhos para serem realizados durante as aulas, minimizando as atividades extra-classe, devido ao escasso tempo que os mesmos tinham fora do horário de aula, já que o curso era noturno e a maioria trabalhava, monitorando as atividades realizadas pelos grupos de trabalho, incentivando o exercício das práticas de criatividade, inovação, comunicação, negociação, entre outros, bem como o intercâmbio de idéias e resultados nas turmas. Na medida do possível, houve o aproveitamento de trabalhos anteriores (principalmente da área de marketing) na formalização de idéias para os planos de negócios. Outra prática adotada foi a aproximação com a coordenação de estágios, visando permitir e facilitar o contato dos alunos com diferentes tipos de empresas, favorecendo o processo de aprendizado.

Visando agilizar o processo de aprendizagem, a Instituição adquiriu o software *Make Money*, para auxiliar na montagem dos planos de negócios e agilizar o trabalho, o que auxiliou, principalmente, na montagem do plano financeiro e na análise de viabilidade dos projetos.

Para conciliar os objetivos dos processos de formação empreendedora e de avaliação da Instituição, na elaboração dos planos de negócios foram estabelecidas pequenas restrições quanto aos tipos de negócios a serem planejados. Para garantir a conclusão do trabalho de elaboração e análise de viabilidade dos planos de negócio, foi realizada uma análise das idéias/opportunidades apresentadas pelos grupos, das facilidades e/ou dificuldades que se apresentavam para a caracterização do mercado de atuação das empresas planejadas, do preparo e conhecimento dos alunos em relação ao ramo de atuação da empresa. Esses e outros pontos específicos foram avaliados conjuntamente com a professora e o grupo de trabalho, no primeiro encontro de orientação dos trabalhos,

chegando-se a um consenso que permitisse garantir, ao máximo, as melhores condições de trabalho.

### **6.3.2. Participantes**

Os participantes, num total de 84 alunos (média de 42 alunos por turma), foram organizados em grupos de cerca de sete alunos, de acordo com suas próprias experiências anteriores de trabalho e estes grupos trabalharam juntos em todas as atividades realizadas, do início ao final do processo, inclusive na construção dos planos de negócio. Houve uma perda de 30 participantes, que não responderam às medidas no pré ou pós-teste.

Os participantes eram graduandos do curso de Administração de uma universidade privada do Sul Fluminense, inscritos nas disciplinas “Gestão Empreendedora I e II”, no ano de 2003.

A amostra definitiva do estudo foi composta de 54 universitários dos dois últimos períodos do curso de Administração, testados em dois momentos, no início e no final dos trabalhos de ensino-aprendizagem, sendo 31,5% do gênero feminino e 66,7% do masculino, cuja idade média era de 27,52 ( $\pm$  8,07) anos. O estado civil predominante foi o de solteiro, 64,8%, enquanto 31,50% dos participantes eram casados, sendo que a maioria, 63% residia com a família nuclear. Verificou-se, ainda, que apenas 1,9% morava sozinho, e os demais (35,2%) residiam com seus cônjuges e filhos. Quanto à ocupação, 90,7% estavam empregados, refletindo a realidade dos cursos universitários noturnos da região. Nesta amostra 68,5% dos participantes, no pré-teste, relataram ter pelo menos um modelo empreendedor na família. Com respeito a sua experiência pessoal empreendedora, observou-se que 20,40% já haviam tido, ou presentemente tinham, sua própria atividade empreendedora (seja ela formal ou informal).

No pós-teste pôde-se verificar algumas alterações nas configurações iniciais, considerando que este foi realizado no segundo semestre do processo de formação universitária empreendedora. Algumas alterações se deram em função do próprio passar do tempo, como quanto ao estado civil, 52,5% deles permaneciam solteiros, 45,0% estavam casados. A respeito de sua moradia, 9,30% estavam morando sozinhos, 38,90% com os cônjuges e 51,90% com a família nuclear. Pode-se considerar mais significativas as verificações relacionadas às atividades empreendedoras, acerca das quais 27,80% assumiram já ter, ou ter tido, sua própria atividade empreendedora (enquanto no primeiro estudo apenas 20,4% dos alunos assumiram tal postura), assim como 79,60% dos pesquisados identificaram modelos empreendedores familiares (sendo que anteriormente 68,5% reconheceram tal fato). Esta alteração de percepção pode ser relacionada ao processo de formação empreendedora já realizado durante o primeiro semestre de trabalho, que trouxe à consciência dos alunos fatores que lhes passavam despercebidos.

### **6.3.3. Instrumentos**

Inicialmente os participantes responderam a um questionário sócio-demográfico (anexo 1) para a coleta dos dados: idade, sexo, estado civil, com quem reside (só, pais, cônjuge, demais familiares e amigos), grau de instrução, status ocupacional, experiência empreendedora e ocorrência de modelo empreendedor na família e sua especificação (pai, mãe, avós, tios).

Em seguida, foram avaliadas as habilidades sociais dos participantes, através do Inventário de Habilidades Sociais (anexo 5), desenvolvido por Zilda e Almir Del Prette (2001). O instrumento é organizado em classes e subclasses de habilidades sociais

orientadoras da avaliação do desempenho social como as habilidades de comunicação; de civilidade; assertivas, direito e cidadania; empáticas; de trabalho e de expressão de sentimento positivo e considera, basicamente, o desempenho social dos indivíduos, isto é, “qualquer comportamento ou seqüência de comportamentos que ocorre em uma situação social” e sua caracterização de competência – ou não. As habilidades sociais “são aquelas classes de comportamentos existentes no repertório do indivíduo que compõem um desempenho socialmente competente” (Del Prette & Del Prette, 2001:08).

O IHS compõe-se de duas partes. A primeira contém as instruções e 38 itens, cada um deles descrevendo uma relação interpessoal e uma possível reação àquela situação. Solicita-se ao respondente que estime a freqüência com que reage da forma sugerida em cada item, considerando o total de vezes em que se encontrou na situação descrita e anotando a sua resposta em escala tipo Likert, de cinco pontos, variando de nunca ou raramente (de zero a 20% das vezes) a sempre ou quase sempre (81 a 100%). Parte dos itens é redigida de modo que uma freqüência mais elevada na reação sugerida indica déficit na habilidade pertinente àquela situação. Nesses itens, a pontuação é, posteriormente, invertida para a obtenção do escore. A segunda parte do IHS contém um cabeçalho para a caracterização do respondente e um quadro para a anotação da resposta, que é precedido das instruções e pelo modelo da escala para estimativa da freqüência das respostas.

Resultados da análise fatorial do instrumento indicaram a existência de cinco fatores: o fator 1, denominado *enfrentamento com risco*, reúne itens que retratam situações interpessoais em que a demanda de reação ao interlocutor caracteriza-se, principalmente, pela afirmação e defesa de direitos e de auto-estima, com risco potencial de reação indesejável (possibilidade de rejeição, de réplica ou de oposição) por parte do interlocutor, refletindo, principalmente, o conceito de assertividade. O fator 2, chamado *auto-afirmação na expressão de afeto positivo*, reflete demandas interpessoais de expressão de afeto positivo e de afirmação da auto-estima, com um mínimo de risco de reação indesejável. O fator 3 – *conversação e desenvoltura social* - retrata situações sociais neutras (em termos de afeto positivo e negativo) de aproximação com um risco mínimo de reação indesejável, demandando, principalmente, “traquejo social na conversação”, o que supõe conhecimento das normas de relacionamento cotidiano. O fator 4 – *auto-imposição a desconhecidos ou a situações novas* - inclui, basicamente, itens de situações que envolvem a abordagem a pessoas desconhecidas. O fator 5 – autocontrole da agressividade em situações aversivas – reúne itens que supõem reação a estimulações aversivas do interlocutor, demandando controle da raiva e agressividade. Os autores também destacaram alguns parâmetros básicos para a análise das habilidades sociais, dentre eles a condição situacional da competência social, sua sujeição a valores e normas culturais, a capacidade de aprendizado das habilidades sociais através das relações interpessoais, a necessidade de desenvolvimento de um arcabouço de habilidades sociais como um dos elementos – mas não o único – para o desempenho social competente e que este desempenho pode representar uma seqüência de comportamentos das pessoas que podem ser decompostos.

A percepção dos participantes em relação a eventos que ocorreram com eles no que tange às causas destes eventos foi medida com a Escala Multidimensional de *Locus* de Controle de Levenson (anexo 2), adaptada para a população brasileira por Dela Coleta (1987). Destacam-se três sub-escalas, que mensuram os graus de internalidade, de externalidade associado a outros poderosos e de externalidade ligado ao acaso. Quanto mais elevados os escores numa sub-escala maiores os níveis de internalidade,

externalidade ao acaso ou relacionada a outros poderosos, como exposto no capítulo anterior desta dissertação.

O autoconceito foi medido através da Escala Fatorial de Autoconceito – EFA (anexo 3), de Tamayo (1981). Neste estudo, o autoconceito foi analisado a partir de seu escore total (que pode variar de 79 a 553) e dos escores de suas dimensões componentes. O instrumento permite a identificação de quatro dimensões de autoconceito, o *self* somático – itens 12, 19, 21, 29, 31, 52, 61, 74, 75, 76, 77, 79 e 80 o *self* pessoal (envolvendo a estabilidade – itens 03, 05, 08, 18, 27, 28, 34, 35, 36, 37, 42, 43, 49, 62, 63 e 68, e o autocontrole – itens 04, 05, 14, 15, 20, 23, 35, 42, 44, 45, 49, 56, 58, 59, 60, 70 e 75), o *self* social (englobando fatores de receptividade – itens 6, 10, 28, 20, 25, 27, 28, 29, 31, 35, 36, 37, 38, 48, 50, 51, 52, 56, 62, 63, 72 e 73, e atitude social – itens 02, 07, 09, 11, 13, 17, 24, 34, 40, 46, 50 e 62) e o *self* ético-moral – itens 22, 23, 25, 32, 41, 47, 54, 55, 58, 59, 60, 61, 65, 66, 67, 69, 71 e 72.

#### **6.3.4. Procedimentos**

Após o consentimento informado, os instrumentos foram aplicados na amostra de participantes que estavam cursando as disciplinas “Gestão Empreendedora I e II”. A partir da aplicação do questionário para coleta de dados sócio-demográficos, os demais instrumentos foram respondidos na seguinte ordem: Inventário de Habilidades Sociais, Escala Multidimensional de *Locus* de Controle, e Escala Fatorial de Autoconceito.

No segundo momento de avaliação (pós-teste), além das medidas acima, foi também aplicado um instrumento de auto-avaliação aos estudantes com o objetivo de verificar suas percepções acerca do processo ensino-aprendizagem, e da metodologia adotada.

O processo ensino-aprendizagem foi estruturado a partir da metodologia “Oficina do Empreendedor” desenvolvida por Fernando Dolabela (1999), inicialmente vivenciada pela autora através do Projeto REUNE, oferecido pelo Sebrae/RJ, em abril de 2000. Foram realizadas as adaptações necessárias para consonância com o planejamento pedagógico do curso de Administração e com o calendário letivo da instituição pesquisada, respeitando o cumprimento dos passos a serem dados no mapa dos caminhos do empreendedor, que são: desenvolvimento do conceito de si, conhecimento do perfil empreendedor, desenvolvimento da criatividade, processo visionário, construção de redes de relações, validação de idéias, elaboração do plano de negócios e negociação.

#### **6.3.5. Análises Estatísticas**

Empregou-se um pacote estatístico comercial (SPSS) para produzir as análises estatísticas. Testes não paramétricos de Friedman foram usados para comparar o grupo de participantes nos dois momentos, quanto ao grau de internalidade, externalidade/outros poderosos (OP) e externalidade/acaso (A). Testes t de Student para dados correlacionados foram empregados para comparar as dimensões das habilidades sociais do pré para o pós-teste. Para todas as análises foi utilizado um nível de significância de 0,05.

### **6.4. Resultados**

As médias e desvios-padrão das variáveis de *locus* de controle, de habilidades sociais e autoconceito para os grupos, nos dois momentos pesquisados, são apresentados abaixo nas Tabelas 9, 10 e 11, respectivamente.

**Tabela 9** – Médias e desvios-padrão para Locus de Controle

Variáveis	Pré-Teste		Pós-Teste	
	Média	DP	Média	DP
Internalidade	28,79	4,56	28,75	4,47
Externalidade - OP	19,63	4,61	19,95	4,52
Externalidade – A	18,48	4,86	18,05	4,53

Os resultados indicaram um grau significativamente maior de internalidade, em comparação com a externalidade-OP e a externalidade-A, tanto no pré-teste ( $\chi^2 = 65,32$ ,  $p = 0,00$ ), como no pós-teste ( $\chi^2 = 70,18$ ,  $p = 0,00$ ).

**Tabela 10** – Médias e desvios-padrão para as dimensões de Habilidade Social

Variáveis	Pré-Teste		Pós-Teste	
	Média	DP	Média	DP
IHS - Escore Total	61,50	31,96	63,89	29,10
Enfrentamento e auto-afirmação com risco	52,87	33,00	63,24	28,28
Auto-afirmação na expressão de sentimento positivo	13,07	15,32	13,48	13,50
Conversação e desenvoltura social	59,57	31,70	59,41	34,60
Auto-exposição a desconhecidos e situações novas	29,92	19,76	32,09	22,73
Autocontrole da agressividade	43,13	30,35	45,13	25,49

Constatou-se um pequeno crescimento dos indicadores de habilidades sociais, exceto o de conversação e desenvoltura social (que permaneceu estável). Entretanto, a maioria dessas diferenças de pré para pós-teste não foram significativas.

O escore total de habilidade social apresentou um crescimento, mas sem significância ( $t = -0,478$  e  $p = 0,634$ ). Analisando os fatores, verificou-se que no fator de enfrentamento e auto-afirmação com risco, isto é, no indicador de assertividade, houve significância do aumento do pré para o pós-teste ( $t = -2,166$  e  $p = 0,035$ ).

**Tabela 11** – Médias e desvios-padrão para as dimensões de Autoconceito

Variáveis	Pré-Teste		Pós-Teste	
	Média	DP	Média	DP
Autoconceito – Escore Total	433,26	66,51	447,32	45,02
Self Somático	71,89	8,14	73,06	8,51
Self Pessoal – Estabilidade	83,77	12,27	87,94	10,54
Self Pessoal – Autocontrole	97,66	11,17	97,01	11,69
Self Social – Receptividade	117,36	18,64	121,11	15,89
Self Social – Atitude Social	62,00	12,80	62,36	11,00
Self Ético-moral	112,77	9,00	111,17	10,12

O escore total do autoconceito apresentou um aumento, mas sem significância ( $t = -1,560$  e  $p = 0,125$ ). As análises dos fatores ou dimensões do autoconceito indicaram que apenas o fator de estabilidade e segurança do *self* pessoal apresentou crescimento significativo do pré para o pós-teste ( $t = -2,708$  e  $p = 0,009$ ), nos demais fatores componentes, as alterações ocorridas não apresentaram significância.

Os resultados acerca da percepção do aprendizado pelos alunos foram calculados através do teste não paramétrico de Wilcoxon, comparando sua avaliação quanto ao que sabiam e o que aprenderam, em nove variáveis relacionadas aos conteúdos desenvolvidos no decorrer do processo de aprendizado, descritos na Tabela 12:

**Tabela 12** – Percepção do processo de aprendizado – Auto-avaliação

Item do Conteúdo	Z	P
Perfil empreendedor	-6,280	0,00
Minhas tendências para a área	-5,855	0,00
Como nasce um empreendimento	-5,941	0,00
Conhecimento sobre o mercado	-5,430	0,00
Finanças de pequenas empresas	-5,390	0,00
Definição de produto	-5,854	0,00
Plano de negócios – planejamento	-6,216	0,00
Como funciona uma empresa	-5,190	0,00
Importância da escolha dos sócios	-5,680	0,00

As variações significativas apresentadas demonstram que os participantes do processo de aprendizagem consideraram ter aumentado significativamente seu conhecimento, do pré para o pós-teste, sobre os assuntos trabalhados no processo de aprendizagem.

Finalmente, também através do teste não paramétrico de Wilcoxon, avaliou-se a percepção dos participantes quanto ao seu próprio perfil empreendedor e ao reconhecimento de modelos empreendedores familiares. Os participantes se perceberam mais empreendedores depois do curso, porém a mudança não é significativa ( $Z = -1,414$  e  $p = 0,157$ ). Por outro lado, verificou-se um aumento significativo da percepção de modelos empreendedores familiares:  $Z = -2,449$  e  $p = 0,014$ .

## 6.5. Discussão

Os resultados alcançados neste estudo demonstraram que a formação empreendedora aplicada aos alunos do último período do curso de Administração surtiu pequenos efeitos positivos nas variáveis estudadas, especificamente, no que tange à assertividade (fator de habilidade social) e segurança (fator do autoconceito – *self* pessoal) dos estudantes.

Os participantes também demonstraram, após a formação empreendedora, conhecer melhor o perfil empreendedor, reconhecendo-o em seus familiares. Houve, ainda, um aumento significativo do conhecimento acerca do empreendedorismo, segundo a percepção dos estudantes. Os outros fatores não mudaram significativamente, até o momento do pós-teste.

Como o processo de formação empreendedora é gradual e, provavelmente, irreversível, pode-se comparar os resultados com o trabalho de preparo, sementeira e cultivo de florestas, onde o semear de uma ou mais árvores resulta na formação de um ecossistema natural, onde as espécies que ali nascem, vão suprindo as necessidades emergentes. No caso estudado, os indícios de alteração positiva de duas variáveis sugerem uma alteração significativa nas pessoas, o que pode, e deve, gerar conseqüências favoráveis ao empreendedorismo nos ambientes aos quais pertencam.

Assim como nos estudos da UnB (Lucas, 2001) e da FURB (Hoeltgebaum, 2001 e 2003), o processo de formação empreendedora estudado passou por diversas e sérias dificuldades. Na instituição de ensino pesquisada, bem como na realidade da maioria das universidades brasileiras, predominaram características tais como: perspectiva da grande empresa, principalmente a industrial; a cultura do emprego; a ausência de interdisciplinariedade, para a melhor sustentação e construção dos planos de negócios; o despreparo dos alunos para uma metodologia em que a base é aprender a aprender; o grande número de alunos em sala de aula e o número elevado de grupos por turma; a dificuldade de estabelecimento e manutenção de parcerias com empresas e órgãos do sistema de suporte, necessárias para o desenvolvimento das disciplinas.

Aliados a estas condições devem ser considerados, ainda, fatores particulares tais como: a não existência de uma estrutura formal de apoio à formação empreendedora na instituição, evidenciado pelo fato de que, invariavelmente, os professores desta disciplina são contratados como horistas, sem carga horária adequada para orientação de alunos; escassez de bibliografia específica à disposição dos alunos; e, principalmente, o curso ser oferecido no turno noturno, em que a maioria dos alunos trabalhava durante o dia e quase não tinha tempo para realizar as atividades necessárias às disciplinas cursadas. Além do mais, as disciplinas de empreendedorismo eram obrigatórias, o que, provavelmente, comprometeu a motivação dos participantes.

Na organização dos trabalhos de construção dos planos de negócios levou-se algum tempo para conscientizar os alunos de que o trabalho que estava sendo realizado não seria alicerçado em bases fictícias, que o objetivo era a implementação dos negócios planejados. Ultrapassado esse desafio, foram construídos 15 planos de negócio sendo, 04 industriais, 04 comerciais e 07 de prestação de serviço.

A implementação da cultura empreendedora na instituição encontrava-se em estágio inicial, motivo pelo qual enfrentou-se grande resistência de todos os atores em relação ao novo processo, principalmente por parte de diversos professores e alunos. Os primeiros, na medida em que iam conhecendo a metodologia, foram aceitando e, alguns, se envolviam a ponto de colaborar na orientação de assuntos específicos dos alunos. Estes,

por sua vez, se sentiam despreparados e sobrecarregados. Por se encontrarem finalizando o curso, no mesmo período em que estavam construindo os planos de negócio, tinham tarefas complexas a realizar para outras disciplinas, além da elaboração do trabalho final de curso, exigência essencial para a conclusão do mesmo.

A organização dos trabalhos de construção de planos de negócios em grupos relativamente grandes (6 a 8 participantes) e o acúmulo de tarefas, estimulou o envolvimento diferenciado dos participantes nos grupos, o que era evidenciado na avaliação individual dos estudantes em relação aos planos de negócios elaborados. Outros motivos para a participação diferenciada seriam a maior identificação de alguns alunos com o negócio a ser planejado (o que sinalizava claramente os líderes dos grupos), e a dificuldade de realizar o trabalho em grupo, com a conseqüente organização interna que é necessária, demonstrada através da distribuição das atividades de forma uniforme e responsável, para que não houvesse sobrecarga de trabalho para ninguém.

A partir dos impactos sentidos em função da implementação da metodologia, alguns passos foram dados, pela instituição, para amenizar as dificuldades apresentadas. Dentre eles, destacam-se a adaptação do projeto pedagógico do curso para possibilitar aos alunos a escolha de realizar a montagem de um plano de negócio como trabalho final de curso. Estava ainda em estudo, junto à coordenação do curso, um projeto para a montagem de uma “Oficina do Empreendedor”, espaço este designado para a estruturação do sistema de suporte ao processo empreendedor, orientação dos alunos que cursassem as disciplinas de Gestão Empreendedora e de disseminação da cultura empreendedora para os demais cursos da instituição.

Cabe mencionar que a melhora evidenciada do pré para o pós-teste na assertividade, na segurança e nas variáveis de percepção de aprendizado pode ter ou não sido resultante da formação empreendedora. Isso é decorrente das limitações do delineamento deste estudo.

Os resultados alcançados neste estudo indicaram que, possivelmente, a estrutura estabelecida para se trabalhar o empreendedorismo em contextos universitários, em específico nos cursos de administração, deva ser mais diluída e de forma não obrigatória. Sugere-se que disciplinas sejam oferecidas em momentos diferentes, no mínimo em duas ocasiões, uma tratando de temas como perfil empreendedor, desenvolvimento da criatividade, observação de oportunidades, ambiente dos negócios, logo nos períodos iniciais do curso. A segunda disciplina, direcionada à montagem e implementação do plano de negócios, já nos períodos finais do curso. Esta configuração busca, inicialmente, informar e estimular nos alunos o autoconhecimento e a percepção do mundo dos pequenos negócios e o direcionamento dos estudos específicos futuros. No segundo momento, os alunos já terão adquirido os conhecimentos técnicos de sua formação profissional, tendo mais condições de organizar e realizar o trabalho de planejamento e implementação de um negócio.

Este estudo, assim como os da UnB (Lucas, 2001), da FURB (Hoeltgebaum, 2003) e da Universidade do Contestado (Carvalho e Zuanazzi, 2003) indicam a necessidade de maior aprofundamento acerca dos processos de formação empreendedora em instituições de ensino, em todos os seus graus, para verificar, dentre várias necessidades, as motivações para a implementação e participação de alunos e professores, examinar as metodologias adotadas e os resultados alcançados.

## 7. CONCLUSÕES

As micro e pequenas empresas (formais e informais) têm ampla representação no número de empresas brasileiras, envolvem o maior montante de mão-de-obra contratada, estão mais sensíveis a fatores de mortalidade, têm alto grau de natalidade e ampliam, cada vez mais, sua participação no mercado externo. De modo geral, o Brasil apresenta alto grau de atividade empreendedora (estando entre os 7 países mais empreendedores do mundo desde 2000).

Observando os contextos nacional e mundial, pode-se inferir que este desempenho não é melhor em parte, pelo despreparo de seus criadores/gestores, como por fatores contingenciais como o elevado nível da carga tributária e dos encargos trabalhistas, o alto grau de burocratização para sua regulamentação, o alto custo e dificuldade de acesso ao capital, o baixo nível de escolaridade da população brasileira e as péssimas condições sociais que se encontra (alto grau de analfabetismo e miséria).

Esses condicionantes, por outro lado, têm se mostrado fontes de oportunidades e de motivação à população brasileira, que se destaca por sua criatividade em buscar alternativas para sair de situações de crise, muitas vezes direcionando suas atividades produtivas fora do mercado de trabalho formal.

Vale ressaltar, ainda, que apesar de se observar um certo abandono por parte do governo no sentido de fomentar efetivamente as ações empreendedoras, algumas iniciativas devem ser destacadas, como a do Sebrae, no empenho em prol da educação empreendedora em todos os níveis, e das incubadoras de empresas, que vêm diminuindo o espaço entre a produção científica e tecnológica e a implementação das boas idéias de negócios, dando condições para a germinação e crescimento de empresas sustentáveis.

Em relação às pesquisas de campo específicas realizadas para a elaboração deste trabalho, a fim de atingir os objetivos propostos inicialmente, concluiu-se que no Estudo 1, que investigou a relação de modelos empreendedores familiares com o *locus* de controle, autoconceito e estresse em universitários do Sul Fluminense, foi verificado que os universitários com modelo empreendedor familiar apresentaram significativamente mais externalidade relacionada com outros poderosos do que o grupo sem modelo empreendedor; não houve diferença significativa entre estudantes universitários de empreendedorismo dos gêneros feminino e masculino, quanto a *locus* de controle, autoconceito e estresse.

Já no Estudo 2, que examinou o impacto do ensino de empreendedorismo sobre as dimensões da habilidade social, *locus* de controle e autoconceito de universitários do Sul Fluminense, verificou-se que, no que se referiu ao *locus* de controle, os universitários apresentaram um grau significativamente mais alto de internalidade do que externalidade relacionada a outros poderosos ou ao acaso, tanto no pré quanto no pós-teste; houve um aumento significativo da dimensão de assertividade da habilidade social de antes para depois do ensino de empreendedorismo; quanto ao autoconceito, observou-se um aumento significativo, do pré para o pós-teste, do fator de estabilidade e segurança do *self* pessoal; para todas as variáveis de percepção de aprendizado, os dados indicaram um aumento altamente significativo de antes para depois do processo ensino-aprendizagem; após o processo de aprendizagem, houve um aumento significativo da percepção de modelos empreendedores familiares, afetando, em parte, os resultados verificados no primeiro estudo.

Os resultados alcançados representaram as características especiais de um grupo de estudantes em uma única instituição privada de ensino superior, sendo assim, não

podem representar uma generalização dos resultados. Como a disseminação do ensino sistemático do empreendedorismo ainda se encontra em fase inicial de implantação nas instituições de ensino superior, e se apresenta a necessidade do aumento de conhecimentos específicos na área do empreendedorismo podem ser apontadas sugestões de estudos futuros que repliquem as mesmas metodologias aplicadas neste trabalho em mais instituições de ensino superior, sejam elas públicas ou privadas, desse modo pode-se buscar uma possível generalização de dados, a nível regional, estadual e nacional.

Estudos futuros são indicados para confirmar e esclarecer acerca das formas de influência familiar dos empreendedores na formação de nova geração de empreendedores, estudos que venham a especificar, de forma também mais qualitativa, os motivos dos resultados encontrados, assim como ampliar a base de dados estudada para a confirmação das tendências de variáveis associadas à atividade empreendedora neste estudo.

Também são sugeridos estudos mais sistemáticos no sentido de avaliar o impacto na formação empreendedora de alunos de graduação, da ampliação de suas percepções acerca dos temas tratados e da aplicação real das técnicas aplicadas.

## 8. BIBLIOGRAFIA

- BRASIL, Decreto nº 5.028, de 31 de março de 2004. Altera os valores dos limites fixados no Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Brasília: Presidência da República, 2004.
- \_\_\_\_\_. Lei nº 9.841, de 5 de outubro de 1999. Institui o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Brasília: Presidência da República, 1999.
- CARVALHO, Carlos Eduardo & ZUANAZZI, Jeancarlo. Análise das características de alunos de graduação em Administração e sua relação com as expectativas do ensino de empreendedorismo. Anais do III EGEPE – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003, p. 125-141.
- CARVALHO, Denise et. al. Uma experiência de integração ensino-pesquisa. Anais do XVIII ENANPAD. Curitiba: ANPAD, 1994. p. 47-60.
- CEPREM. Apostila de Geografia. Rio de Janeiro: CEPREM, 2003. V. 1.
- DELA COLETA, J. A.. Atribuição de responsabilidade por um acidente: Estudo exploratório. Arquivo Brasileiro de Psicologia. Rio de Janeiro: FGV, 1980. V.32, p. 95-128.
- \_\_\_\_\_. Escala Multidimensional de Locus de Controle de Levenson. Arquivos Brasileiros de Psicologia. Rio de Janeiro: FGV, 1987. V.39(2), p. 79-97.
- DEL PRETTE, Zilda A. P. & DEL PRETTE, Almir. **Inventário de habilidades sociais – IHS Del Prette**: manual da aplicação, apuração e interpretação. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2001.
- DEL PRETTE, Z. A. P. & DEL PRETTE, A.. Psicologia das habilidades sociais: Terapia e educação. Petrópolis: Vozes, 1999.
- DOLABELA, Fernando. Pedagogia Empreendedora.. São Paulo: Editores de Cultura, 2003.
- \_\_\_\_\_. Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999a.
- \_\_\_\_\_. O segredo de Luísa: uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999b.
- DONATO, Arthur João. A revolução da iniciativa. Parceria. Rio de Janeiro: SEBRAE, 1993. V. nº 3, outubro.
- DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DRUCKER, Peter F. A Nova Realidade. São Paulo: Ed. Pioneira, 1989.
- \_\_\_\_\_. Inovação e Espírito Empreendedor. São Paulo: Ed. Pioneira, 1988.
- FILION, J. L. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários gerentes de pequenos negócios. . Revista de Administração de Empresas, FGV: São Paulo, 1999. V.34(2):02-28.

- \_\_\_\_\_. Visão e Relações: elementos para um metamodelo empreendedor. Revista de Administração de Empresas. FGV: São Paulo, 1993. 33(6) nov./dez., pag: 50-61.
- \_\_\_\_\_. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. Revista de Administração de Empresas. FGV: São Paulo, 1991. 31(3) jul/set, pag: 63-71.
- FUNCEX. Exportações de micro, pequenas e médias empresas no período de 1990 – 2000. FUNCEX, 2002.
- GATCHEL, R. J., BAUM, A. & KRANTZ, D. S. *An introduction to health psychology*, 2<sup>nd</sup> ed., London-England: Mc Graw Hill, 1989.
- GEM. Empreendedorismo no Brasil – Global Entrepreneurship Monitor. Curitiba: IBPQ-PR, 2003.
- \_\_\_\_\_. Empreendedorismo no Brasil – Global Entrepreneurship Monitor. Curitiba: IBPQ-PR, 2002.
- \_\_\_\_\_. Empreendedorismo no Brasil – Global Entrepreneurship Monitor. Curitiba: IBPQ-PR, 2001.
- \_\_\_\_\_. Empreendedorismo no Brasil – Global Entrepreneurship Monitor. Curitiba: IBPQ-PR, 2000.
- HANSEMARK, O.C. *Need for achievement, locus of control and the prediction of bussiness start-ups: A longitudinal study*. Journal of Economic Psychology. 2003. V.24, p.301-319.
- HISRICH, R. D. Entrepreneurship/Intrapreneurship. American Psychologist, 1990, V.45, p.209-570.
- HOELTGEBAUM, M., TOMIO, D. e DREHER, M. T. Uma nova concepção do ensino do empreendedorismo, uma visão além do *business plan*. Anais do III EGEPE – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003, p. 161-170.
- HOELTGEBAUM, M. e TOMIO, D. A problemática da formação dos administradores: o empreendedorismo como alternativa de adaptação no ensino do curso de administração. Anais do II EGEPE – Encontro de Estudos sobre empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. Londrina:UEL, 2001. p.92-105.
- HOLANDA FERREIRA, Aurélio Buarque de. *Novo Dicionário da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1975.
- JUNG, Carl. O homem e seus símbolos. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1964.
- KETS DE VRIES, Manfred. Rebeldes Criativos com causa. Dominando os Desafios do Empreendedor. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2001, p. 4-7.
- LA ROSA, J. Locus de controle: Uma escala de avaliação. Psicologia: Teoria e Pesquisa. 1991, V.7, 327-344.
- LAZARUS, R. S., OPTON, E. M., NOMIKOS, M. S. & RANKIN, N. O. The principle of shortcircuiting of threat: further evidence. Journal of Personality, 1965. V.33, p.622-635.

- LIPP, M. E. N. Manual do Inventário de Sintomas de Stress para Adultos de Lipp (ISSL). São Paulo: Casa do Psicólogo, 2000.
- LIPP, M. E. N. & GUEVARA, A. J. H. Validação empírica do Inventário de Sintomas de Stress. Estudos de Psicologia, 1965.V.11(3), p.43-49.
- LUCAS, E. A disseminação da cultura empreendedora e a mudança na relação universidade-empresa. Anais do II EGEPE. Londrina, 2001. p. 242-252.
- MICHELL, Ronald K. Toward a Theory of Entrepreneurial Cognition: Rethinking the People Side of Entrepreneurship Research. Entrepreneurship Theory and Practice. Baylor University, 2002. Winter, p. 93-104.
- MILLER, D., De Vries, M. F. R. & TOULOUSE, J. M. Top executive locus of control and its relationship to strategy-making, structure and environment. Academy of Management Journal. 1982. p. 237-253.
- MONTEIRO DA SILVA, A. M. O Efeito de um Programa de Treinamento em Gestão Empreendedora no Autoconceito, Habilidades Sociais, Locus de Controle e Estresse. Rio de Janeiro: UFRRJ, 2002. (mimeo)
- \_\_\_\_\_. Auto-eficácia e saúde. Mente Social, 1999. V 4(2). p.49-70.
- \_\_\_\_\_. Fatores psicossociais na doença e na saúde bucal. Em S. Fernandes & M. Castanheira, Tópicos em psicologia social (139-160). Rio de Janeiro: Editoria Central da Universidade Gama Filho, 1997.
- \_\_\_\_\_. Psychosocial factors, periodontal disease and tooth wear. Doctoral Dissertation. University College London, 1996.
- MONTEIRO DA SILVA, A. M. & SANÁBIO, S. M. S. Empreendedorismo. Apostila do Curso de Pós-graduação em Gestão e Empreendedorismo da Universidade Federal de Juiz de Fora –MG, 2003.
- NEALE, J. M. & LIEBERT, R. M. Science and behavior: na introduction to methods of research. New Jersey:Prentice-Hall, 1980.
- PACHECO, Paulo José. Pequena e Média Empresa: sua importância no desenvolvimento regional. Brasília: Conselho de Desenvolvimento Regional, 1984. Série Cadernos Técnicos nº 18.
- PAULINO, Alice Dias & ROSSI, Sonia Maria Morro. Um estudo de caso sobre perfil empreendedor – características e traços de personalidade empreendedora. Anais do III EGEPE Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003, p.205-220.
- ROURE. Juan. Dez mitos sobre os empreendedores. Dominando os Desafios do Empreendedor. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2001, p.11-14.
- SANÁBIO, S. M. S. Atribuição de causalidade ao sucesso ou fracasso dos negócios por empreendedores e não empreendedores. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro, Universidade Gama Filho, 2001.
- SCHUMPETER, J. A. Teoria do desenvolvimento econômico.São Paulo: Nova Cultural, 1997. Coleção Os Economistas.
- SEBRAE./IBPQ. Avaliação do Programa EMPRETEC no Brasil. Brasília: SEBRAE, 2002.a

- SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Brasília: SEBRAE, 1992. Material de divulgação.
- SELYE, H. The alarm reaction and the diseases of adaptation. Annals of Internal Medicine. 1948. V.29. p.403-415.
- SELYE, H. History and present status of the stress concept. In L. Goldberger & M. Breznit (Eds.) Handbook of Stress: Theoretical and clinical Aspects. London: Free Press, 1984.
- SILVA, Benedito (organ.) Dicionário de Ciências Sociais. Rio de Janeiro: FGV/Instituto de Documentação, 1987.
- SOARES, Walmer Jacinto. Pequenas e Médias Empresas no Brasil: política econômica e participação política. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: IUPERJ, 1992.
- SOLOMON, Steven. A Grande Importância da Pequena Empresa: a pequena empresa nos Estados Unidos, no Brasil e no mundo. Rio de Janeiro: Ed. Nórdica, 1986.
- SOUZA, C. G. Empreendedorismo e capacitação docente: uma sintonia possível. Florianópolis: UFSC. Dissertação de Mestrado apresentada ap Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade de Santa Catarina, 2001.
- STEVENSON, Howard H. As seis dimensões da capacidade empreendedora. Dominando os Desafios do Empreendedor. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2001, p. 7-11.
- TAMAYO, A. EFA: Escala fatorial de autoconceito. Arquivos Brasileiros de Psicologia. Rio de Janeiro, FGV, 1981. V.33(4), 87-102.
- TAMAYO, A. et. al. A influência da atividade física regular sobre o autoconceito. Estudos de Psicologia. Natal, 2001. vol.6 no.2, July/Dec.
- TIMMONS, J.A. New venture creation, entrepreneurship for the 21st century. Irwin, 1994.
- VENKATAPATHY, R. Locus of control among entrepreneurs: A review. Psychological Studies. 1984. V. 29.p. 97-100.

## **SITES CONSULTADOS**

- [http://www.sebrae.com.br/br/aprendasebrae/pessoal\\_ocupado.asp](http://www.sebrae.com.br/br/aprendasebrae/pessoal_ocupado.asp). Consultado em 18/09/2004
- [http://www.sebrae.com.br/br/mortalidade\\_empresas/pr\\_txmortalidadeempresas.asp](http://www.sebrae.com.br/br/mortalidade_empresas/pr_txmortalidadeempresas.asp) em 18/09/2004.
- [http://www2.ibge.gov.br/pub/micro\\_empresa/2001/microempresas.zip](http://www2.ibge.gov.br/pub/micro_empresa/2001/microempresas.zip) , acessado em 13/07/2004.

## **9. ANEXOS**

1. Questionário Sócio demográfico
2. Escala Multidimensional de “Locus” de Controle
3. Escala Fatorial de Autoconceito
4. Inventário de Sintomas de Stress
5. Inventário de Habilidades Sociais

## ANEXO I - Questionário Sócio demográfico

Primeiramente, gostaríamos de saber um pouco mais a seu respeito.

Seu nome: \_\_\_\_\_

Qual é a sua idade? \_\_\_\_\_ Qual é o seu sexo?  Feminino  Masculino

Você trabalha?  Sim  Não

Em caso afirmativo, onde? \_\_\_\_\_

Qual a sua ocupação? \_\_\_\_\_

Você tem ou já teve outro seu próprio negócio, ou seja, você é ou já foi empreendedor?

Sim  Não

Qual é o seu estado civil?  Solteiro(a)  
 Casado(a)  
 Outro (Por favor, diga qual)  
 Sozinho(a)

Você está vivendo:  Com esposo(a) ou com um(a) companheiro(a)  
 Com outra(s) pessoa(s). Por favor, especifique:

Qual das seguintes alternativas descreveria melhor o seu nível de instrução?

- Primeiro grau incompleto
- Primeiro grau completo
- Secundária incompleta
- Secundária completa
- Superior incompleta
- Superior completa
- Outra (Por favor, explique):

Você tem algum parente de primeiro grau (pai, mãe, avô, avó) que tem ou teve o seu próprio negócio?

Sim  Não

Em caso afirmativo, identifique a pessoa:

- Pai
- Mãe
- Avô Paterno
- Avó Paterna
- Avô Materno
- Avó Materna
- Tio/Tia Paternos
- Tio/Tia Maternos
- Outro (Por favor, defina):

## ANEXO II - Escala Multidimensional de “Locus” de Controle

Por favor, assinale em cada item a alternativa que melhor corresponde ao seu caso. Procure ler com atenção cada item, sem gastar muito tempo pensando nas respostas. Será garantido sigilo absoluto.

### Legenda:

Concordo totalmente (1)	Concordo (2)	Indeciso (3)	Discordo (4)	Discordo totalmente (5)
-------------------------	--------------	--------------	--------------	-------------------------

1. Se eu vou ou não me tornar um líder depende principalmente de minha capacidade.	1	2	3	4	5
2. Minha vida é, em grande parte, determinada por acontecimentos inesperados.	1	2	3	4	5
3. Sinto que o que ocorre em minha vida é determinado principalmente por pessoas mais poderosas que eu.	1	2	3	4	5
4. Se eu vou ou não sofrer um acidente de automóvel depende principalmente de eu ser ou não um bom motorista.	1	2	3	4	5
5. Quando faço planos, sempre tenho certeza de que vou realizá-los.	1	2	3	4	5
6. Geralmente não tenho oportunidade de proteger meus interesses pessoais da influência do azar.	1	2	3	4	5
7. Quando eu consigo o que quero, freqüentemente, é porque tenho sorte.	1	2	3	4	5
8. Embora eu tenha muita capacidade, só conseguirei ter uma posição importante se pedir ajuda a pessoas de prestígio.	1	2	3	4	5
9. A Qualidade de amigos que tenho depende de quão agradável eu sou.	1	2	3	4	5
10. Verifico, freqüentemente, que o que está para acontecer fatalmente acontecerá.	1	2	3	4	5
11. Minha vida é controlada principalmente por pessoas poderosas.	1	2	3	4	5
12. Se eu vou ou não sofrer um acidente de automóvel, isto é principalmente uma questão de sorte.	1	2	3	4	5
13. As pessoas como eu têm pouca chance de proteger seus interesses pessoais quando estes entram em choque com os interesses de pessoas poderosas.	1	2	3	4	5
14. Nem sempre é desejável para mim fazer planos com muita antecedência, porque muitas coisas acontecem por uma questão de má ou boa sorte.	1	2	3	4	5
15. Para conseguir o que desejo, necessito de ajuda de pessoas superiores a mim.	1	2	3	4	5
16. Se eu vou ou não me tornar um líder, depende principalmente de eu Ter sorte suficiente para estar no lugar certo, na hora certa.	1	2	3	4	5
17. Se as pessoas importantes decidirem que não gostam de mim, provavelmente eu não conseguirei Ter muitos amigos.	1	2	3	4	5
18. Eu posso, quase sempre, determinar o que vai acontecer em minha vida.	1	2	3	4	5
19. Freqüentemente eu sou capaz de proteger meus interesses pessoais.	1	2	3	4	5
20. Se eu vou ou não sofrer um acidente de automóvel, depende muito do outro motorista.	1	2	3	4	5
21. Quando eu consigo o que quero, freqüentemente, é porque eu me esforcei muito.	1	2	3	4	5
22. Para que meus planos se realizem, devo fazer com que eles se ajustem aos desejos das pessoas mais poderosas do que eu.	1	2	3	4	5
23. Minha vida é determinada por minhas próprias ações.	1	2	3	4	5
24. O fato de eu ter poucos ou muitos amigos deve-se, principalmente, à influência do destino.	1	2	3	4	5

### ANEXO III - Escala Fatorial de Autoconceito

Neste questionário os números representam um contínuo entre as duas qualidades opostas. Assim, no exemplo abaixo, se você se considera extremamente pessimista, deve marcar o número 1. Se você se considera extremamente otimista, deve marcar o número 7. O número 4 indica uma posição neutra. Os demais números indicam uma tendência para o pessimismo (2 e 3) ou para o otimismo (5 e 6).

Pessimista	1	2	3	4	5	6	7	Otimista
Vingativo ( a)	1	2	3	4	5	6	7	Pacífico (a)
Volúvel	1	2	3	4	5	6	7	Estável
Desorganizado (a)	1	2	3	4	5	6	7	Organizado (a)
Inconstante	1	2	3	4	5	6	7	Constante
Inibido (a)	1	2	3	4	5	6	7	Desinibido (a)
Intolerante	1	2	3	4	5	6	7	Tolerante
Frágil	1	2	3	4	5	6	7	Forte
Bravo (a)	1	2	3	4	5	6	7	Manso
Tímido (a)	1	2	3	4	5	6	7	Audaz
Extremista	1	2	3	4	5	6	7	Moderado (a)
Desagradável	1	2	3	4	5	6	7	Agradável
Impaciente	1	2	3	4	5	6	7	Paciente
Distraído (a)	1	2	3	4	5	6	7	Atento (a)
Anárquico (a)	1	2	3	4	5	6	7	Organizado (a)
Descuidado (a)	1	2	3	4	5	6	7	Cuidadoso (a)
Rebelde	1	2	3	4	5	6	7	Dócil
Complexado (a)	1	2	3	4	5	6	7	Seguro
Repelente	1	2	3	4	5	6	7	Atraente
Preguiçoso (a)	1	2	3	4	5	6	7	Trabalhador (a)
Indesejado (a)	1	2	3	4	5	6	7	Desejado (a)
Desrespeitador (a)	1	2	3	4	5	6	7	Respeitador (a)
Irresponsável	1	2	3	4	5	6	7	Responsável
Brusco (a)	1	2	3	4	5	6	7	Delicado (a)
Hostil	1	2	3	4	5	6	7	Amigo (a)
Insociável	1	2	3	4	5	6	7	Sociável
Dominado (a)	1	2	3	4	5	6	7	Dominante
Inseguro (a)	1	2	3	4	5	6	7	Seguro (a)
Antipático (a)	1	2	3	4	5	6	7	Simpático (a)
Enfadonho (a)	1	2	3	4	5	6	7	Divertido (a)
Deselegante (a)	1	2	3	4	5	6	7	Elegante
Falso (a)	1	2	3	4	5	6	7	Franco (a)
Triste	1	2	3	4	5	6	7	Alegre
Descontrolado (a)	1	2	3	4	5	6	7	Controlado (a)
Instável	1	2	3	4	5	6	7	Estável
Frustrado (a)	1	2	3	4	5	6	7	Realizado (a)
Indeciso (a)	1	2	3	4	5	6	7	Decidido (a)
Fechado (a)	1	2	3	4	5	6	7	Aberto (a)
Impopular	1	2	3	4	5	6	7	Popular
Agressivo (a)	1	2	3	4	5	6	7	Gentil

Inautêntico (a)	1	2	3	4	5	6	7	Autêntico (a)
Vacilante	1	2	3	4	5	6	7	Firme
Covarde	1	2	3	4	5	6	7	Corajoso(a)
Desordenado (a)	1	2	3	4	5	6	7	Sistemático (a)
Desligado (a)	1	2	3	4	5	6	7	Ligado (a)
Briguento (a)	1	2	3	4	5	6	7	Pacífico (a)
Descortês	1	2	3	4	5	6	7	Cortês
Esquecido (a)	1	2	3	4	5	6	7	Lembrado (a)
Passivo (a)	1	2	3	4	5	6	7	Ativo (a)
Nervoso (a)	1	2	3	4	5	6	7	Calmo (a)
Solitário (a)	1	2	3	4	5	6	7	Social
Frio (a)	1	2	3	4	5	6	7	Sensual
Desentrosado (a)	1	2	3	4	5	6	7	Entrosado (a)
Traidor (a)	1	2	3	4	5	6	7	Fiel
Insensível	1	2	3	4	5	6	7	Sentimental
Desatento (a)	1	2	3	4	5	6	7	Atento (a)
Retraído(a)	1	2	3	4	5	6	7	Expansivo (a)
Desinteressado (a)	1	2	3	4	5	6	7	Interessado (a)
Imprudente	1	2	3	4	5	6	7	Prudente
Indisciplinado (a)	1	2	3	4	5	6	7	Disciplinado (a)
Detestado (a)	1	2	3	4	5	6	7	Amado (a)
Preocupado (a)	1	2	3	4	5	6	7	Tranquilo (a)
Tenso (a)	1	2	3	4	5	6	7	Descontraído (a)
Introverso (a)	1	2	3	4	5	6	7	Extroverso (a)
Infiel	1	2	3	4	5	6	7	Fiel
Desonesto (a)	1	2	3	4	5	6	7	Honesto (a)
Desleal	1	2	3	4	5	6	7	Leal
Medroso (a)	1	2	3	4	5	6	7	Aventureiro (a)
Injusto (a)	1	2	3	4	5	6	7	Justo (a)
Desajeitado (a)	1	2	3	4	5	6	7	Habilidoso (a)
Maldoso (a)	1	2	3	4	5	6	7	Bondoso (a)
Mentiroso (a)	1	2	3	4	5	6	7	Sincero (a)
Lento (a)	1	2	3	4	5	6	7	Ágil
Deforme	1	2	3	4	5	6	7	Sexy
Descuidado (a)	1	2	3	4	5	6	7	Alinhado (a)
Desgracioso (a)	1	2	3	4	5	6	7	Esbelto (a)
Escasso (a)	1	2	3	4	5	6	7	Exuberante
Modesto (a)	1	2	3	4	5	6	7	Majestoso (a)
Desarrumado (a)	1	2	3	4	5	6	7	Arrumado (a)
Feio (a)	1	2	3	4	5	6	7	Lindo (a)

## **ANEXO VI - Inventário de Sintomas de Stress**

### **QUADRO 1**

a) Marque com um **F1** os sintomas que você tem experimentado nas **últimas 24 horas**.

- ( ) 1. Mãos (pés) frios
- ( ) 2. Boca seca
- ( ) 3. Nó no estômago
- ( ) 4. Aumento de sudorese (suor)
- ( ) 5. Tensão muscular
- ( ) 6. Aperto da mandíbula/ranger os dentes
- ( ) 7. Diarréia passageira
- ( ) 8. Insônia
- ( ) 9. Taquicardia (batimento rápido do coração)
- ( ) 10. Hiperventilação (aumento de ar inalado)
- ( ) 11. Hipertensão arterial (pressão alta súbita e passageira)
- ( ) 12. Mudança de apetite

Some 1 ponto para cada F1 assinalado. . . . ( ) F1

b) Marque com um **P1** os sintomas que você tem experimentado nas **últimas 24 horas**

- ( ) 13. Aumento súbito de motivação
- ( ) 14. Entusiasmo súbito
- ( ) 15. Vontade súbita de iniciar novos projetos

Some 1 ponto para cada P1 assinalado. . . . ( ) P1

### **QUADRO 2**

a) Marque com **F2** os sintomas que você tem experimentado na **última semana**

- ( ) 1. Problemas com a memória
- ( ) 2. Mal-estar generalizado, sem causa específica
- ( ) 3. Formigamento das extremidades (mãos e pés)
- ( ) 4. Sensação de desgaste físico constante
- ( ) 5. Mudança de apetite
- ( ) 6. Aparecimento de problemas dermatológicos
- ( ) 7. Hipertensão arterial (pressão alta)
- ( ) 8. Cansaço constante

- 9. Aparecimento de úlcera
  - 10. Tontura/sensação de estar flutuando
- Some 1 ponto para cada F2 assinalado. . . . ( ) F2

b) Marque com um **P2** os sintomas que você tem apresentado na **última semana**

- 11. Sensibilidade emotiva excessiva
  - 12. Dúvida quanto a si próprio
  - 13. Pensar constantemente em um só assunto
  - 14. Irritabilidade excessiva
  - 15. Diminuição da libido (desejo sexual)
- Some 1 ponto para cada P2 assinalado. . . . ( ) P2

### **QUADRO 3**

a) Marque com **F3** os sintomas que você tem experimentado na **último mês**

- 1. Diarréia freqüente
  - 2. Dificuldades sexuais
  - 3. Insônia
  - 4. Náusea
  - 5. Tiques
  - 6. Hipertensão arterial (pressão alta) continuada
  - 7. Problemas dermatológicos (de pele) prolongados
  - 8. Mudança extrema de apetite
  - 9. Excesso de gases
  - 10. Tontura freqüente
  - 11. Úlcera
  - 12. Enfarte
- Some 1 ponto para cada F3 assinalado. . ( ) F3

b) Marque com um **P3** os sintomas que você tem experimentado na **último mês**

- 13. Impossibilidade de trabalhar
- 14. Pesadelos
- 15. Sensação de incompetência em todas as áreas
- 16. Vontade de fugir de tudo
- 17. Apatia, depressão ou raiva prolongada
- 18. Cansaço excessivo

- ( ) 19. Pensar/falar constantemente em um só assunto
- ( ) 20. Irritabilidade sem causa aparente
- ( ) 21. Angústia/ansiedade diária
- ( ) 22. Hipersensibilidade emotiva
- ( ) 23. Perda do senso de humor

some 1 ponto para cada P3 assinalado. ....( ) P3

---

## **AVALIAÇÃO**

### **Total Horizontal**

- |           |        |
|-----------|--------|
| A) F1 ( ) | P1 ( ) |
| B) F2 ( ) | P2 ( ) |
| C) F3 ( ) | P3 ( ) |

### **Total Vertical**

- |       |       |
|-------|-------|
| F ( ) | P ( ) |
|-------|-------|

- Linha A. F e P da fase de Alerta
- Linha B. F e P da fase de Resistência
- Linha C. F e P da fase de **Exaustão**

## ANEXO V - Inventário de Habilidades Sociais

Leia atentamente cada um dos itens que se seguem. Cada um deles apresenta uma ação ou sentimento (parte grifada) diante de uma situação dada (parte não grifada). Indique, na FOLHA DE RESPOSTAS, a frequência com que você age ou se sente tal como descrito no item. Se uma dessas situações nunca lhe ocorreu, responda como se tivesse ocorrido, considerando o seu possível comportamento. RESPONDA TODAS AS QUESTÕES.

1. Em um grupo de pessoas desconhecidas, *fico à vontade, conversando naturalmente.*
2. Quando um de meus familiares (pais, irmãos mais velhos ou cônjuge) insiste em dizer o que eu devo fazer, contrariando o que penso, *acabo aceitando para evitar problemas.*
3. Ao ser elogiado(a) sinceramente por alguém, *respondo-lhe agradecendo*
4. Em uma conversação, se uma pessoa me interrompe, *solicito que aguarde até eu encerrar o que estava dizendo.*
5. Quando um(a) amigo(a) a quem emprestei dinheiro, esquece de me devolver, *encontro um jeito de lembrá-lo(a).*
6. Quando alguém faz algo que eu acho bom, mesmo que não seja diretamente a mim, *faço menção a isso, elogiando-o(a) na primeira oportunidade.*
7. Ao sentir desejo de conhecer alguém a quem não fui apresentado(a), *eu mesmo(a) me apresento a essa pessoa.*
8. Mesmo junto a conhecidos da escola ou trabalho, *encontro dificuldade em participar da conversação ("enturmar").*
9. *Evito fazer exposições ou palestras* a pessoas desconhecidas.
10. Em minha casa *expresso sentimentos de carinho através de palavras e gestos* a meus familiares.
11. Em uma sala de aula ou reunião, se o professor ou dirigente faz uma afirmação incorreta, eu *exponho meu ponto de vista.*
12. Se estou interessado(a) em uma pessoa para relacionamento sexual, *consigo abordá-la para iniciar conversação.*
13. Em meu trabalho ou em minha escola, se alguém me faz um elogio, *fico encabulado(a) sem saber o que dizer.*
14. *Faço exposição (por exemplo palestras)* em sala de aula ou no trabalho, quando sou indicado(a).
15. Quando um familiar me critica injustamente, *expresso meu aborrecimento diretamente a ele.*
16. Em um grupo de pessoas conhecidas, se não concordo com a maioria, *expresso verbalmente minha discordância.*
17. Em uma conversação com amigos, *tenho dificuldade em encerrar a minha participação, preferindo aguardar que outros o façam.*
18. Quando um de meus familiares, por algum motivo, me critica, *reajo de forma agressiva.*
19. Mesmo encontrando-me próximo(a) de uma pessoa importante, a quem gostaria de conhecer, *tenho dificuldade em abordá-la para iniciar conversação.*
20. Quando estou gostando de alguém com quem venho saindo, *tomo a iniciativa de expressar-lhe meus sentimentos.*

21. Ao receber uma mercadoria com defeito, *dirijo-me até a loja onde a comprei, exigindo a sua substituição.*
22. Ao ser solicitado(a) por um(a) colega para colocar seu nome em um trabalho feito sem a sua participação, *acabo aceitando mesmo achando que não devia.*
23. *Evito fazer perguntas* a pessoas desconhecidas.
24. *Tenho dificuldade em interromper* uma conversa ao telefone mesmo com pessoas conhecidas.
25. Ao deixar de gostar de uma pessoa com quem vinha saindo, *tenho dificuldade em romper o relacionamento.*
26. Em campanhas de solidariedade, *evito tarefas que envolvam pedir donativos ou favores* a pessoas desconhecidas.
27. Se um(a) amigo(a) abusa de minha boa vontade, *expresso-lhe diretamente meu desagrado.*
28. Quando um de meus familiares (filhos, pais, irmãos, cônjuge) consegue alguma coisa importante pela qual se empenhou muito, *eu o elogio pelo seu sucesso.*
29. Na escola ou no trabalho, quando não compreendo uma explicação sobre algo que estou interessado(a), *faço as perguntas que julgo necessárias ao meu esclarecimento.*
30. Em uma situação de grupo, quando alguém é injustiçado, *reajo em sua defesa.*
31. Ao entrar em um ambiente onde estão várias pessoas desconhecidas, *cumprimentos.*
32. Ao sentir que preciso de ajuda, *tenho facilidade em pedi-la* a alguém de meu círculo de amizades.
33. Quando meu(minha) parceiro(a) insiste em fazer sexo sem o uso da camisinha, *concordo para evitar que ele(a) fique irritado(a) ou magoado(a).*
34. No trabalho ou na escola, *concordo em fazer as tarefas que me pedem* e que não são da minha obrigação, mesmo sentindo um certo abuso nesses pedidos.
35. Se estou sentindo-me bem (feliz), *expresso isso para as pessoas de meu círculo de amizades.*
36. Quando estou com uma pessoa que acabei de conhecer, *sinto dificuldade em manter um papo interessante.*
37. Se preciso pedir um favor a um(a) colega, *acabo desistindo de fazê-lo.*
38. *Consigo "levar na esportiva"* as gozações de colegas de escola ou de trabalho a meu respeito.
39. Ao receber uma avaliação muito abaixo do que merecia, *fico chateado(a) mas evito discuti-la com o professor.*
40. Em uma situação de conflito de opiniões, *consigo convencer os demais para a minha posição.*
41. Em uma fila (banco, cinema, etc), se um estranho passa à minha frente, *fico calado(a) sem manifestar meu desagrado.*
42. *Prefiro ocultar minha opinião* a ferir sentimentos alheios, mesmo quando solicitado(a) a dizer o que penso.