

UFSC
CTC
PPGEP

Universidade Federal de Santa Catarina
Programa de Pós-Graduação em
Engenharia de Produção

Tese

Paulo da Cruz Freire dos Santos

UMA ESCALA PARA
IDENTIFICAR POTENCIAL
EMPREENDEDOR

Tese de Doutorado

2008

Florianópolis
2008

Paulo da Cruz Freire dos Santos

Paulo da Cruz Freire dos Santos

**UMA ESCALA PARA IDENTIFICAR POTENCIAL
EMPREENDEDOR**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em
Engenharia de Produção da Universidade Federal de
Santa Catarina como requisito parcial para obtenção
do grau de Doutor em Engenharia de Produção

Orientador: Prof. Álvaro Guillermo Rojas Lezana, Dr.

Florianópolis
2008

S237e Santos, Paulo da Cruz Freire dos

Uma escala para identificar potencial empreendedor / Paulo da Cruz Freire dos Santos ; orientador Álvaro Guillermo Rojas Lezana. – Florianópolis, 2008. 364f.

Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, 2008.

Inclui bibliografia

1. Empreendedorismo. 2. Potencial empreendedor. 3. Testes e medidas educacionais. 4. Psicometria. 5. Escala. I. Rojas Lezana, Álvaro Guillermo. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. III. Título.

CDU: 658.5

Catálogo na fonte por: Onélia Silva Guimarães CRB-14/071

Paulo da Cruz Freire dos Santos

UMA ESCALA PARA IDENTIFICAR POTENCIAL EMPREENDEDOR

Esta tese foi julgada e aprovada para a obtenção do grau de Doutor em Engenharia de Produção no Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 30 de janeiro de 2008.

Prof. Antônio Sérgio Coelho, Dr.
Coordenador do Curso

Prof. Álvaro Guillermo Rojas Lezana, Dr.
Orientador

BANCA EXAMINADORA

Prof. Rogério Cid Bastos, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof^a. Alessandra Tonelli, Dra.
Centro Universitário Municipal de São José

Prof. Anderson de Barros Dantas, Dr.
Universidade Federal de Alagoas

Prof. Emanuel Ferreira Leite, Dr.
Universidade Católica de Pernambuco

Prof. Sérgio Luiz da Silva, Dr.

A todos os meus familiares (vivos e falecidos) que sempre acreditaram na minha força de vontade, disposição para buscar o conhecimento e capacidade de superar obstáculos, eu dedico.

Agradecimentos

A Deus pelo dom da vida e inquietude, quanto ao conhecimento, que me concedeu.

Ao Prof. Dr. Álvaro Guillermo Rojas Lezana, em primeiro lugar por ter assumido a responsabilidade de ser meu orientador, pelos conselhos valiosos e pontuais que me deu e sobretudo pela grande disponibilidade que sempre mostrou para tirar dúvidas e pelas sugestões que enriqueceram esta tese. Sem a sua valiosa ajuda este trabalho não teria sido concluído.

À Universidade Federal de Alagoas, na pessoa de sua Magnífica Reitora Prof^a MSc. Ana Dayse Rezende Dórea, pela liberação para cursar o doutorado em Engenharia de Produção.

À Universidade Federal de Santa Catarina pela oportunidade concedida para a realização do doutorado em Engenharia de Produção.

À Fundação Estadual de Pesquisa do Estado de Alagoas (FAPEAL) pelo apoio financeiro através de uma bolsa de estudos.

Ao Pe. Roberto Etave (*in memoriam*) pela conscientização e palavras de estímulo, que embora dadas há mais de trinta anos, sempre me induziram a nunca parar minha busca pelo conhecimento.

Aos membros da comissão examinadora professores Rogério Cid Bastos, Dr., Alessandra Tonelli, Dr^a., Anderson de Barros Dantas, Dr., Emanuel Ferreira Leite, Dr., e Sérgio Luiz da Silva, Dr., por terem aceitado participar da banca e pelas valiosas sugestões para o enriquecimento do trabalho.

Aos empresários Lourenço Marques, Abrahão Lincoln P. de Oliveira, Sebastião Bezerra (*in memoriam*) e José Curvelo pela disponibilidade que mostraram em fornecer informações, sobre suas vidas e ações como empreendedores, quando os entrevistei.

Aos professores Anderson de Barros Dantas, Dr., Claudia Maria Milito, Dr^a., Maria Aparecida da Silva, Dr^a., Luciane Camilloti, Dr^a., Claudio Alvim Zanini Pinter, Dr., Emanuel Ferreira Leite, Dr., Márcio Porangaba, MSc., José Avelino Neto, MSc., Nicholas J. T. da Cruz e Adilson Jorge dos Santos, MSc. que bondosamente aplicaram meus questionários de pesquisa em seus alunos.

Aos professores Alessandra Tonelli, Dr^a., Marcus de Melo Braga, Nelsio Rodrigues de Abreu, Dr., Fernando Celso Dolabela Chagas, MSc., Álvaro Guillermo Rojas Lezana, Dr. e Jovino Moreira da Silva, MSc. por terem participado do processo de validação de conteúdo do questionário de pesquisa. Infelizmente a contribuição do Prof. Jovino demorou a chegar e não foi incluída nos cálculos realizados dado que a fase posterior da pesquisa já encontrava-se em andamento.

Aos professores da UFAL que me incentivaram a fazer o doutorado, aos que permitiram que eu interrompesse as suas aulas para aplicar questionários em seus alunos, aos coordenadores de curso que apoiaram a minha pesquisa, os meus mais sinceros agradecimentos.

Aos meus colegas da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da UFAL, pelo apoio e palavras de estímulo.

Ao meu amigo Prof. Dr. Aluizio Ferreira da Silva, pelo trabalho hercúleo que teve para atenuar os meus erros ao lidar com o vernáculo.

À minha amiga Josiane Minuzzi, M. Eng., colega de doutorado, pela sua amizade, pela sua disponibilidade em ajudar na tabulação dos questionários de pesquisa e pela constante parceria na produção de artigos.

Às minhas amigas Janaína Garcia, M. Eng. e Mariana Grapeggia, M. Eng., colegas de doutorado, pelo companheirismo, amizade e elaboração de artigos em conjunto.

Ao meus amigos alagoanos, Marcos Braga e Jane Lyra, os quais, como eu, deixaram o Paraíso das Águas e se aventuraram na pós-graduação da UFSC, pela amizade, apoio e torcida pelo meu sucesso.

Ao Prof. MSc. Fernando Dolabela, pela parceria na pesquisa com empreendedores sul-americanos e pela torcida pelo meu sucesso no doutorado.

Ao amigo Prof. Dr. Josealdo Tonholo pela sua crença na minha capacidade de cursar com sucesso o doutorado e pelas ações de apoio para que essa meta fosse alcançada.

Aos meus amigos Luiz Vicentini, M. Eng. e sua esposa Profa. Dra. Maria Aparecida Crepaldi pela amizade, palavras de estímulo e sobretudo pela crença em meu sucesso.

A Suziane de Alcântara Santos pelo apoio na tabulação dos questionários aplicados na UFAL.

À minha esposa, Aglaure, pelo apoio nas horas difíceis e aos meus filhos, Alethea e Nicholas, pela ajuda na correção de textos e aplicação de questionários.

À minha mãe, por suas orações, e a meus irmãos, pelo apoio, torcida e palavras de estímulo.

A todos que de forma direta ou indireta deram sua contribuição para que este trabalho chegasse ao seu término.

Auctor abit operis, sed tamen extat opus.
Fragmenta Ovidiana

Resumo

SANTOS, Paulo da Cruz Freire dos. *Uma escala para identificar potencial empreendedor*. 2008. 364 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

Não foi encontrada ainda uma escala, produzida no Brasil, fácil de ser aplicada, já validada e sem restrições quanto ao seu uso, para auxiliar a identificação de potencial empreendedor em estudantes, para o treinamento de empresários ou para a seleção de candidatos ao ingresso em incubadoras de empresas. O objetivo que se buscou atingir com a execução deste trabalho foi a construção de uma escala com estas características – construída utilizando-se técnicas psicométricas e estatísticas (alfa de Cronbach e análise fatorial) - que possa ser amplamente utilizada em escolas, centros de treinamento e incubadoras de empresas. Para o alcance deste objetivo foram definidos cenários, fatores, construtos e itens que permitiram a elaboração de um questionário que, após a sua submissão a teste de campo, pôde gerar essa escala. Durante os testes de campo foram entrevistados estudantes, professores universitários e empresários (classificados em duas categorias: empreendedores e não-empreendedores). Ao final de todo o processo teve-se como produto final uma escala para identificar potencial empreendedor. Adicionalmente foram geradas normas para a sua aplicação e comparação com empreendedores de sucesso. A relevância e contribuição do estudo, além da construção de uma escala para detectar potencial empreendedor, estão na metodologia utilizada, ao aplicar vinhetas ou cenários na construção do questionário, na metrificação proposta e no processo de identificação da confiabilidade e validade do que se pretendeu medir. Esta metodologia, poderá ser replicada por outros pesquisadores e auxiliar na produção de escalas, a serem aplicadas em empreendedorismo ou outras áreas.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Potencial empreendedor. Escala.

Abstract

SANTOS, Paulo da Cruz Freire dos. *Uma escala para identificar potencial empreendedor*. 2008. 364 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

It was not found yet a scale, produced in Brazil, easy to be applied, already validated and without restrictions for its use, for helping to identify the entrepreneurial potential in students, for training entrepreneurs or select people who intend to be incubated in a business incubator. The aim of the present paper was the construction of a scale with these characteristics built with psychometrical and statistical techniques (Cronbach alpha and factorial analysis) that can be widely applied in schools, training centers and business incubators. In order to get this aim, scenarios were defined, factors, constructs and items that allowed the elaboration of a questionnaire that, after its submission on a field test, has generated that scale. During the field tests, students, college professors and business owners were interviewed, and classified in two categories: entrepreneurs and non-entrepreneurs. At the end of entire process, the result was a scale to identify entrepreneurial potential. Additionally, some norms were created for its application and comparison with successful entrepreneurs. The relevance and contribution of this study, besides the construction of a scale for detecting entrepreneurial potential, lies in the methodology applied, where vignettes or scenarios are used in the questionnaire construction, in the proposed metrification and in the identification process of reliability and validity of what was intended to measure. This methodology can be reused by others researchers and helping in the scale production for its application in entrepreneurship or another areas.

Key Words: Entrepreneurship. Entrepreneurial potential. Scale.

Lista de figuras

Figura 1 -	Modelo Giessen-Amsterdam do sucesso em donos de pequenas empresas.	31
Figura 2 -	Etapas da elaboração da tese.	38
Figura 3 -	Evolução do pensamento sobre empreendedorismo.	45
Figura 4 -	Sumário do arcabouço teórico de McClelland para o desenvolvimento econômico.	53
Figura 5 -	Fluxo das interrelações das variáveis-chaves que se acreditam relacionadas com o desenvolvimento econômico.	54
Figura 6 -	Integração das idéias, quanto ao empreendedor, contidas em Schumpeter, McClelland e Drucker.	65
Figura 7 -	Um modelo do processo empreendedor e da motivação para empreender.	66
Figura 8 -	Bases para o setor privado e pilares do empreendedorismo.	70
Figura 9 -	Estrutura das ligações do empreendedorismo com o crescimento econômico.	76
Figura 10 -	Modelo conceitual do GEM.	80
Figura 11 -	A hierarquia das necessidades segundo Abraham Maslow.	82
Figura 12 -	Comportamento como função das crenças.	98
Figura 13 -	Diagrama do comportamento planejado.	99
Figura 14 -	As teorias da ação racional e comportamento planejado.	101
Figura 15 -	Modelo da teoria do comportamento planejado aplicado às intenções quanto a comportamento empreendedor.	103
Figura 16 -	Características do comportamento empreendedor.	106
Figura 17 -	Escala combinada para atitudes.	138
Figura 18 -	Procedimentos para avaliação de escala.	140
Figura 19 -	Procedimentos sugeridos por Churchill Jr. para melhores mensurações.	142
Figura 20 -	Passos principais na elaboração de uma escala somada.	143
Figura 21 -	Fluxo de ações para a elaboração de uma escala multiitens.	144
Figura 22 -	Fluxo dos passos na execução da metodologia para a montagem da escala de potencial empreendedor	151
Figura 23 -	Modelo de potencial empreendedor	157

Lista de gráficos

Gráfico 1 - Revistas que publicaram, no período 2000-2006, pelo menos 15 artigos onde aparece a palavra <i>entrepreneurship</i> (empreendedorismo).	23
Gráfico 2 - Resultado, em número de documentos gerados por ano no período 2000-2006, da pesquisa com a palavra <i>entrepreneurship</i> (empreendedorismo) em 26 áreas do conhecimento.	24
Gráfico 3 - Artigos publicados, por autor (mínimo de 5), no período 2000-2006 e referenciados na base de dados SCOPUS, onde aparece a palavra <i>entrepreneurship</i> (empreendedorismo).	25
Gráfico 4 - Estimativa de trabalhadores não agrários do setor informal.	69
Gráfico 5 - Distribuição dos empreendedores segundo os escores obtidos na escala de potencial empreendedor e na sua auto-avaliação.	169
Gráfico 6 - Correlação dos escores da auto-avaliação do empreendedor e sua pontuação na escala de potencial empreendedor.	170
Gráfico 7 - Representação gráfica da declividade dos autovalores segundo a quantidade de variância explicada por cada componente principal utilizando-se 57 itens.	180

Lista de quadros

1	Sete perspectivas na natureza do empreendedorismo	40
2	Categorias de motivos para empreender	355
3	Valores mais importantes no dia-a-dia	119
4	Características empreendedoras citadas desde Cantillon (1755) até os dias atuais	123
5	Caracterizações sobre empreendedores e amostras utilizadas quando realizada pesquisa empírica	356
6	Algumas das mais citadas características de empreendedores	363
7	Técnicas quali-quantitativas utilizadas na pesquisa de características empreendedoras	127
8	Construtos utilizados pelo EMPRETEC para identificar características empreendedoras	129
9	Comparação das sugestões de Churchill, Spector e Malhotra	145

Lista de tabelas

Tabela 1	- Tamanho médio das empresas e participação da força de trabalho, formal e informal no PIB para o período 1990-99	71
Tabela 2	- Número de alunos entrevistados, por escola e sexo	158
Tabela 3	- Condição dos alunos entrevistados quanto a atividade exercida	159
Tabela 4	- Redução do número de itens do construto oportunidade	160
Tabela 5	- Redução do número de itens do construto persistência	265
Tabela 6	- Redução do número de itens do construto qualidade	266
Tabela 7	- Redução do número de itens do construto eficiência	267
Tabela 8	- Redução do número de itens do construto riscos	268
Tabela 9	- Redução do número de itens do construto metas	269
Tabela 10	- Redução do número de itens do construto informações	270
Tabela 11	- Redução do número de itens do construto planejamento	271
Tabela 12	- Redução do número de itens do construto controle	272
Tabela 13	- Redução do número de itens do construto persuasão	273
Tabela 14	- Redução do número de itens do construto rede de relações	274
Tabela 15	- Redução do número de itens do construto autoconfiança	275
Tabela 16	- Redução do número de itens do construto intenção de empreender	276
Tabela 17	- Redução do número de itens do construto realização	277
Tabela 18	- Redução do número de itens do construto poder	278
Tabela 19	- Características demográficas dos empreendedores e suas empresas	163
Tabela 20	- Dados coletados com os empreendedores pesquisados	279
Tabela 21	- Teste de amostras independentes para os resultados obtidos com os empreendedores	287
Tabela 22	- Alfas de Cronbach por construto e totais da escala, com e sem o construto intenção de empreender	166
Tabela 23	- Teste t de igualdade de médias	166
Tabela 24	- Resultados obtidos com a utilização do coeficiente de Spearman	169
Tabela 25	- Dados demográficos dos estudantes pesquisados na UFAL	173
Tabela 26	- Estatísticas descritivas da amostra de estudantes da UFAL	174
Tabela 27	- Estatísticas descritivas da comparação de dois grupos retirados da amostra de estudantes da UFAL	288
Tabela 28	- Teste de amostras independentes para os resultados obtidos com estudantes da UFAL	291
Tabela 29	- Análise da confiabilidade da escala utilizando-se os dados obtidos com estudantes da UFAL	292
Tabela 30	- Matriz de correlações das 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL	294
Tabela 31	- Matriz da significância das correlações das 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL	298

Tabela 32	- Resultados do teste de esfericidade de Bartlett e da medida de adequação amostral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) para as 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL	301
Tabela 33	- Matriz de correlações anti-imagem das 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL	302
Tabela 34	- Resultados da medida de adequação amostral (MSA) por item da escala com as 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL	306
Tabela 35	- Comunalidades da análise de componentes principais da escala com as 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL	308
Tabela 36	- Variância total explicada da análise de componentes principais da escala com as 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL	309
Tabela 37	- Matriz de componentes da escala com as 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL	311
Tabela 38	- Matriz reproduzida e de correlações residuais da escala com as 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL	312
Tabela 39	- Análise de componentes principais via rotação varimax com cargas de fatores, comunalidades e coeficientes alfas da escala com as 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL	318
Tabela 40	- Matriz de correlações das 49 questões restantes após a eliminação de 8 itens	320
Tabela 41	- Matriz da significância das correlações das 49 questões restantes após a eliminação de 8 itens	323
Tabela 42	- Resultados do teste de esfericidade de Bartlett e da medida de adequação amostral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) das 49 questões restantes na escala após a eliminação de 8 itens	325
Tabela 43	- Matriz de correlações anti-imagem das 49 questões restantes na escala após a eliminação de 8 itens	326
Tabela 44	- Variância total explicada da análise de componentes principais das 49 questões restantes na escala após a eliminação de 8 itens	329
Tabela 45	- Matriz de componentes das 49 questões restantes na escala após a eliminação de 8 itens	331
Tabela 46	- Matriz reproduzida e de correlações residuais das 49 questões restantes na escala após a eliminação de 8 itens	332
Tabela 47	- Análise de componentes principais via rotação varimax com cargas de fatores, comunalidades e coeficientes alfas das 49 questões restantes na escala após a eliminação de 8 itens	336
Tabela 48	- Matriz de correlações das 45 questões restantes após a exclusão do fator intenção de empreender	338
Tabela 49	- Matriz da significância das correlações das 45 questões restantes após a exclusão do fator intenção de empreender	341
Tabela 50	- Resultados do teste de esfericidade de Bartlett e da medida de adequação amostral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) das 45 questões restantes após a exclusão do fator intenção de empreender	343
Tabela 51	- Matriz de correlações anti-imagem das 45 questões restantes após a exclusão do fator intenção de empreender	344
Tabela 52	- Variância total explicada da análise de componentes principais das 45 questões restantes após a exclusão do fator intenção de empreender	347

Tabela 53	- Matriz de componentes das 45 questões restantes após a exclusão do fator intenção de empreender	348
Tabela 54	- Matriz reproduzida e de correlações residuais das 45 questões restantes após a exclusão do fator intenção de empreender	349
Tabela 55	- Análise de componentes principais via rotação <i>varimax</i> com cargas de fatores, comunalidades e coeficientes alfas das 45 questões restantes após a exclusão do fator intenção de empreender	352
Tabela 56	- Médias, desvios-padrões dos empreendedores de sucesso	187

Lista de abreviaturas, siglas e símbolos

Abreviaturas

tal. = *et alii* (e outros)

nAch - Need of Achievement (necessidade de realização)

nAfiliação – Necessidade de Afiliação

nPoder – Necessidade de Poder

nRealização – Necessidade de Realização

Siglas

ANGRAD – Associação Nacional dos Cursos de Graduação em Administração

ANPAD – Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração

ANPROTEC – Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores

BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento

CEFE – Competency based Economies through Formation of Enterprise (Competência econômica baseada na formação de empreendedores)

EMPRETEC – Emprendedores y Tecnología (sigla de um programa da ONU para a promoção de habilidades empreendedoras e de pequenos negócios)

ENANGRAD – Encontro Anual da Associação Nacional dos Cursos de Graduação em Administração

EnANPAD – Encontro da ANPAD

ENEGEP – Encontro Nacional de Engenharia de Produção

ESAMC – Escola Superior de Administração Marketing e Comunicações

FA – Factor Analysis (Análise de fatores)

GEM – Global Entrepreneurship Monitor

GTZ – Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (agência de cooperação técnica alemã)

IBQP – Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade

ISI – Institute for Scientific Information

OECD Organisation for Economic Co-operation and Development (Organização para a cooperação e desenvolvimento econômico)

OIT – Organização Internacional do Trabalho

ONU – Organização das Nações Unidas

PCA Principal – Components Analysis (Análise de componentes principais)

PIB – Produto Interno Bruto

PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

SCOPUS – Banco de dados de citações e resumos de artigos científicos

SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SIMPEP – Simpósio de Engenharia de Produção

SIMPOI – Simpósio de Administração da Produção Logística e Operações Internacionais

SPSS – Statistical Package for the Social Sciences (Pacote estatístico para as ciências sociais)
TAT – Teste de Apercepção Temática
TCP – Teoria do Comportamento Planejado
UFAL – Universidade Federal de Alagoas
UFRPE – Universidade Federal Rural de Pernambuco
UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina
UFTPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
UNCTAD – United Nations Conference on Trade and Development (Conferência das Nações Unidas sobre comércio e desenvolvimento)
UNICAP – Universidade Católica de Pernambuco
UNISUL – Universidade do Sul de Santa Catarina
UPE – Universidade de Pernambuco
USAID – United States Agency for International Development

Símbolos

® - Marca Registrada

Sumário

1	INTRODUÇÃO	19
1.1	Importância do tema	20
1.2	Definição do problema	29
1.3	Objetivos	36
1.3.1	Objetivo geral	36
1.3.2	Objetivos específicos	37
1.4	Contribuição do estudo	37
1.5	Estrutura de construção da escala	38
2	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	39
2.1	Origens do termo	39
2.2	Empreendedorismo e contribuições clássicas ao tema	46
2.2.1	Precursores	46
2.2.2	Schumpeter	49
2.2.3	McClelland	52
2.2.4	Drucker	61
2.2.5	Contribuições recentes	66
2.3	Empreendedorismo e crescimento econômico	68
2.4	A personalidade do empreendedor	81
2.4.1	Maslow	81
2.4.2	Bandura	85
2.4.3	Rotter	89
2.4.4	Miner	93
2.5	A teoria do comportamento planejado	97
2.6	Características associadas ao empreendedor	104
2.6.1	Necessidades	106
2.6.2	Conhecimentos	108
2.6.3	Habilidades	113
2.6.4	Valores	115
2.7	Identificação de características empreendedoras em empreendedores ou em potenciais empreendedores	120
2.8	Métodos utilizados para identificação de características empreendedoras	126
2.9	Considerações finais do capítulo	130
3	METODOLOGIA	132
3.1	Premissa básica	132
3.2	Fases definidas para o processo metodológico	147
3.3	Dificuldades associadas à metodologia	152
3.4	Cronograma de execução dos trabalhos	152
4	PROCEDIMENTOS, RESULTADOS E ANÁLISE	153
4.1	Definições e fases	153
4.1.1	Área geográfica	153
4.1.2	Amostras	153
4.1.3	Número de itens da escala	154
4.1.4	Fases	155
4.2	Passos iniciais	156

4.3 Resultados obtidos com a primeira aplicação do questionário	160
4.4 Validação de conteúdo do questionário destinado aos empreendedores (segunda aplicação)	162
4.5 Resultados do levantamento com o questionário destinado aos empreendedores (terceira aplicação)	163
4.5.1 Validação dos dados obtidos com os empreendedores	167
4.6 Resultados obtidos com a quarta aplicação	170
4.6.1 Redação dos cenários	171
4.6.2 Seleção da amostra de estudantes universitários	171
4.6.3 Aplicação dos questionários	172
4.6.4 Processamento dos dados	172
4.6.5 Resultados obtidos e análise	172
4.6.5.1 Análise dos itens	174
4.6.5.2 Aplicação da primeira análise de componentes principais	176
4.6.5.3 Aplicação da segunda análise de componentes principais	182
4.6.5.4 Aplicação da terceira análise de componentes principais	185
4.6.6 Reprocessamento dos dados da pesquisa com os empreendedores	187
4.6.7 Montagem da escala em sua estrutura final	188
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE OS OBJETIVOS, CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES	199
5.1 Considerações sobre a pesquisa	199
5.2 Limitações	201
5.3 Recomendações	202
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	203
APÊNDICES	230
ANEXOS	353

1 INTRODUÇÃO

Não foi encontrada ainda, produzida no Brasil, uma escala que atenda as condições de facilidade de aplicação, tendo sido validada e não sofrendo restrições quanto ao seu livre uso. Uma escala, ou instrumento desse tipo, utilizando as características, ou traços de personalidade já relatadas na literatura sobre empreendedorismo (AYRES, 2003; BAUGHN, 2006; BRICE JR., 2004; GRANDE ESTEBAN, 2001; HORNADAY; ABOUD, 1971; KRISTIENSEN; INDARTI, 2004; KURATKO; HODGETTS, 2004; MINER, 1996; MIRON; MCCLELLAND, 1979; VIDAL; SANTOS FILHO, 2003) e provavelmente encontradas em empreendedores nacionais, pode possibilitar a identificação de potencial empreendedor em estudantes, empresários em treinamento ou candidatos ao ingresso em incubadoras de empresas. Além disso, ela pode também ser utilizada em empresas interessadas em identificar ou desenvolver o potencial intraempreendedor de seus empregados.

Uma escala com essas características pode ser desenvolvida no Brasil e sendo, portanto, adequada à realidade brasileira. No seu desenvolvimento podem ser aplicadas pesquisas junto a estudantes, acadêmicos e empresários nacionais, e se utilizar a técnica de vinhetas ou cenários, para retratar a realidade empreendedora. Um instrumento desse tipo, como já dito, poderá ser disponibilizado livremente, ao contrário de outros existentes e resultantes de traduções ou adaptações de escalas estrangeiras, para identificar traços de personalidade.

Traços ou características têm sido citados, na literatura, positiva ou negativamente, como associados a pessoas empreendedoras (BEGLEY; BOYD, 1987a, 1987b; GOUATARBÉS, 2006; HORNADAY; ABOUD, 1971; KORUNKA *et al*, 2003; LITTUNEN, 2000; McCLELLAND, 1961; RAUCH; FRESE, 2000; SCHUMPETER,

1961; SHAVER, 1995; SHAVER; GATEWOOD; GARTNER, 2001; STEWART JR. *et al.*, 1999). Essa identificação poderá guiar ações que promovam o desenvolvimento dessas aptidões e incentivem pessoas em que esses traços forem encontrados a seguirem uma carreira como empreendedores.

1.1 Importância do tema

O assunto desta tese não só tem importância acadêmica como atende a aspectos sociais e econômicos. No que diz respeito à importância acadêmica, ela está presente na originalidade da contribuição através de um instrumento que identifica traços de personalidade empreendedorística, via uma escala que usa vinhetas para auxiliar a compreensão das perguntas, em vez de simples questões, sendo ainda, de livre utilização para escolas, centros de treinamento e incubadoras de empresas. A importância social e econômica está atrelada ao fato de que ao auxiliar a identificação de empreendedores potenciais a escala estará criando as condições iniciais para que sejam encetadas ações que visem a promover o desenvolvimento desse potencial e estimulem futuras criações de negócios, gerando-se empregos, renda e desenvolvimento econômico.

Um instrumento de identificação do potencial empreendedor é importante porque poderá auxiliar, nas pessoas a quem for aplicado, na identificação da intensidade de traços de personalidade que, de acordo com a literatura, são encontrados em empreendedores de sucesso. Aplicado a estudantes, ou pessoas em treinamento para melhorar sua atuação empresarial, poderá identificar áreas onde seja necessário um maior reforço de capacitação.

A existência de um instrumento desse tipo é importante também devido ao fato de que a atenção quanto ao desenvolvimento de empreendedores cada vez mais tem

despertado interesse. O potencial apresentado pelo empreendedorismo, como vem sendo percebido por diversos economistas, para ampliar o desenvolvimento e o crescimento econômico tem sido reconhecido (BAUGHN *et al*, 2006) e cada vez mais se estuda e se busca o espírito empreendedor (BHIDÉ, 1992). Essa busca não só existe nos países desenvolvidos como também pode ser encontrada nos classificados como emergentes, subdesenvolvidos ou em via de desenvolvimento.

Independentemente da classificação em que se enquadre, o Brasil, sempre enfrentou dificuldades quanto ao seu desenvolvimento econômico. Talvez algumas dessas dificuldades estejam relacionadas ao ainda incipiente empreendedorismo aqui existente. Como qualquer processo de desenvolvimento econômico está atrelado a inovações geradas pelos empreendedores (KRISTIANSEN; INDARTI, 2004), e sendo elas, como diz Drucker (1993, p. 30), um “instrumento específico do empreendedorismo”, pode-se admitir que a atividade dos empreendedores é crucial para a transformação da sociedade (MUELLER; GOIC, 2002). Torna-se necessário, portanto, que novos talentos sejam identificados, desenvolvidos e transformados em futuros empreendedores.

Como dito, o interesse pelo empreendedorismo, e pelo seu estudo, tem crescido substancialmente. Apesar de ser uma área nova, em termos de pesquisa, tem atraído interesse, nas últimas décadas, no âmbito da administração e disciplinas correlatas. Com isso, apesar de não poder ser considerado um campo de estudo completamente maduro, tem mostrado crescente orientação interna, além de ter encontrado subáreas delimitadas para pesquisar (CORNELIUS; LANDSTRÖM; PERSSON, 2006).

Nos últimos anos, esse aumento de interesse, tem acontecido em todo o mundo (KANTIS, 2002), produzindo-se estudos e treinamentos, e o resultado pode ser

observado pelo número de acadêmicos, agentes do governo ou mesmo empreendedores que têm se voltado para ministrar ou participar de cursos sobre o tema. Um reflexo desse interesse também é o número de cursos ou disciplinas que passaram a ser oferecidos por faculdades e universidades (HISRICH; DRNOVSEK, 2002). Esse interesse tem se refletido também em outros países, ao redor do mundo. Para Hisrich; Drnovsek (2002) já é grande e diversa a pesquisa sobre empreendedorismo e pequenos negócios em terras européias, sendo bastante promissor o futuro nessa área. Isso é patente pelo número de encontros e conferências que vem sendo realizados e pela quantidade de revistas, textos para discussão e livros publicados.

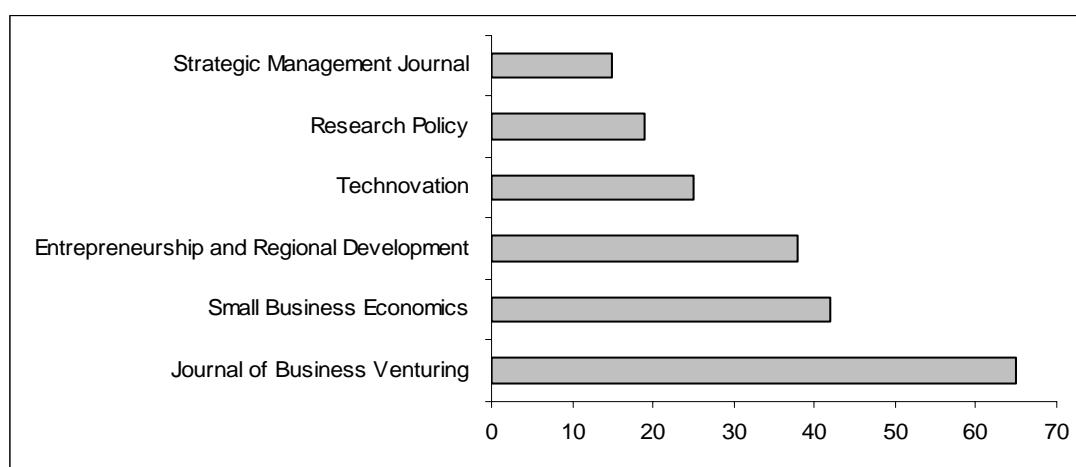
Não só na Europa, ou nos Estados Unidos, mas em todo o mundo, o número de publicações e artigos sobre o tema aumentou nos últimos anos. Uma busca, no *Social Sciences Citation Index*, por artigos com revisão por pares, onde estivesse incluída, a palavra *entrep**, no título, palavras-chave, ou *abstracts*, no período compreendido entre 1986 até fevereiro de 2005, realizada por Cornelius; Landström; Persson (2006) encontrou 4.003 documentos. Uma outra busca, efetuada por Reader; Watkins (2006), utilizando a palavra-chave *entrepreneur*\$, trouxe 4.405 textos. Outra busca, dessa vez efetuada por Schildt; Sillanpää (2004) no *ISI Social Sciences Index*, com as palavras-chave *entrep**, *venture** ou *start-up* resultou em 6.500 artigos para o período 1994-2003.

Igual processo, realizado pelo autor deste trabalho no *ISI Web of Knowledge/Web of Science (Science Citation Index Expanded, Social Sciences Citation Index, Arts & Humanities Citation Index)*, utilizando-se o tópico *entrepreneurship*, para o período 2001/2006 e tendo, como data final, 22/04/2006, apresentou 1.318 documentos, sendo 997 artigos. Desse total, 971 artigos foram publicados em periódicos

editados em língua inglesa. Outro levantamento, dessa vez na base de dados SCOPUS, buscando-se por títulos de artigo, resumo e palavra-chave, reuniu 1.816 documentos indexados no período de 2000/2006, sendo 1.380 artigos nas áreas de: contabilidade, gestão e negócios; ciências sociais; economia e finanças; engenharia; medicina; ciência do meio-ambiente; psicologia; ciência da computação; ciências da decisão; agricultura e ciências biológicas; imunologia e microbiologia; ciências planetárias e da Terra; engenharia química; profissões da saúde; ciência dos materiais; energia; física e astronomia; artes e humanidades; multidisciplinaridade; bioquímica, genética e biologia molecular; enfermagem; matemática; química; farmacologia e toxicologia; veterinária e odontologia.

Atendo-se, no mesmo período, às áreas de contabilidade, gestão e negócios, ciências sociais, economia e finanças, ciências da decisão, psicologia, engenharia e ciência da computação, obteve-se 935 artigos. O GRAF. 1 mostra a intensidade de artigos onde pode ser encontrada a palavra-chave *entrepreneurship* em revistas de ponta na área, no período 2000-2006.

Gráfico 1 – Revistas que publicaram, no período 2000-2006, pelo menos 15 artigos onde aparece a palavra *entrepreneurship* (empreendedorismo).

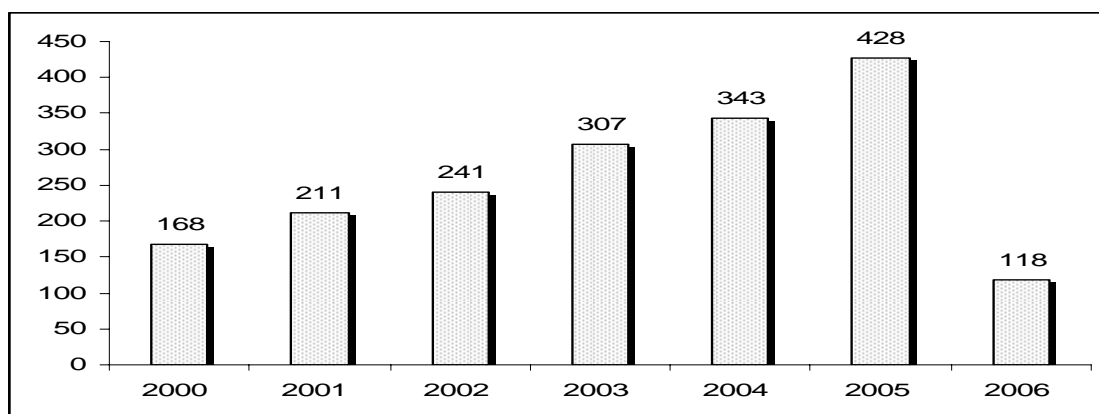


Fonte: SCOPUS (pesquisa realizada em abril de 2006).

Da mesma forma, como pode ser visto no GRAF. 2, houve crescimento no número de artigos sobre empreendedorismo em vinte e seis áreas do conhecimento, conforme pesquisa realizada na base de dados SCOPUS. Isso mostra que o tema tem gerado crescente interesse dentro e fora da academia, em todo o mundo. Leve-se ainda em conta que nesse levantamento não estão incluídos os trabalhos apresentados em seminários, simpósios e congressos, bem como os textos para discussão, até o presente restritos aos departamentos acadêmicos e centros de pesquisa, muitos dos quais ainda não disponibilizados em forma eletrônica na Internet.

Revistas acadêmicas, focadas ou não no assunto, têm publicado trabalhos com resultados de pesquisas, ou artigos de opinião sobre a ação, comportamento, características e intenções empreendedoras gerados em todos os continentes. Muitos desses trabalhos não informam detalhadamente a metodologia que utilizaram e não podem ser adequadamente replicados.

Gráfico 2 – Resultado, em número de documentos gerados por ano no período 2000-2006, da pesquisa com a palavra *entrepreneurship* (empreendedorismo) em 26 áreas do conhecimento.

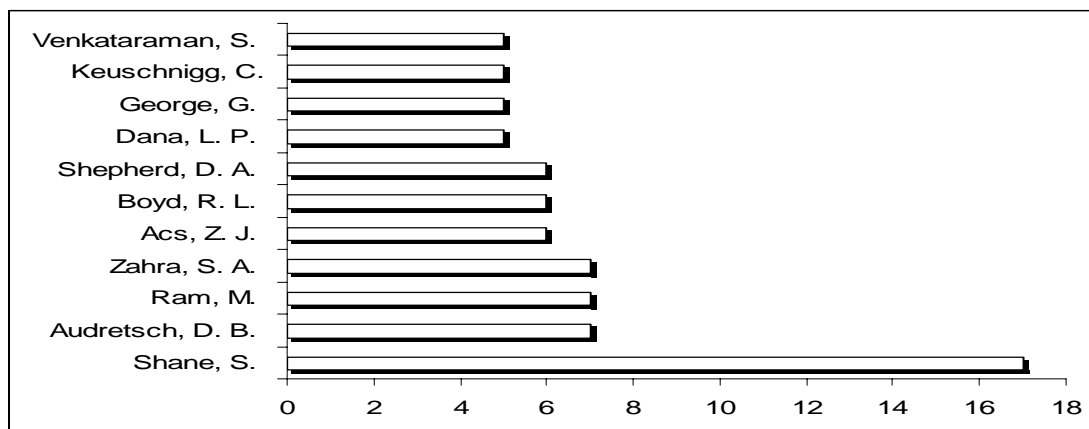


Fonte: SCOPUS (pesquisa realizada em abril de 2006).

Entre os autores que mais publicaram, pelo menos em revistas que constam na base de dados SCOPUS, destaca-se Scott Shane (GRAF. 3). Segundo Cornelius; Landtröm; Persson (2006), Shane foi o autor mais citado no período 2000-2004, sendo

hoje referência em estudos sobre empreendedorismo e destacando-se na linha de pesquisa que liga o indivíduo à oportunidade (SHANE, 2003).

Gráfico 3 – Artigos publicados, por autor (mínimo de 5), no período 2000-2006 e referenciados na base de dados SCOPUS, onde aparece a palavra *entrepreneurship* (empreendedorismo).



Fonte: SCOPUS (pesquisa realizada em abril de 2006).

No Brasil, apesar de ainda ser tímido o interesse despertado em comparação com outros países, também tem aumentado o número de artigos e trabalhos acadêmicos sobre o tema. Embora ainda não exista uma revista acadêmica exclusivamente voltada para o empreendedorismo e pequenos negócios e que seja referência nacional, revistas de cunho geral na área de administração e engenharia de produção têm publicado artigos nos quais o tema é focado. O grosso da publicação na área tem ocorrido em congressos e encontros, como o Encontro da ANPAD (EnANPAD), Encontro Anual da Associação Nacional dos Cursos de Graduação em Administração (ENANGRAD), Encontro Nacional de Engenharia de Produção (ENEGEP), Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais (SIMPOI), Simpósio de Engenharia de Produção (SIMPEP) e *workshops* da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC) etc. É digna de nota, nessa área, a produção sobre empreendedorismo gerada no Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina. Utilizando-se

palavras-chave, no mecanismo de busca do seu banco de teses foram obtidos oitenta registros para a palavra *empreendedorismo* e cento e oitenta e um para *empreendedor*. Esses registros se referem a dissertações de mestrado, qualificações de doutorado e teses apresentadas no programa nos últimos dezessete anos.

Nos encontros nacionais da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração (ANPAD), os EnANPADs, foram apresentados nos últimos cinco anos mais de 100 trabalhos enfocando-se o tema empreendedorismo. Desde 2003 existe nos EnANPADs a área temática Empreendedorismo e Comportamento Empreendedor. Em 2006 a média anual de trabalhos apresentados, para os três anos anteriores, chegou a 26, denotando aumento de interesse, se comparado com os anos precedentes, quando não se superava o número de 2 trabalhos.

Nos encontros anuais da Associação Nacional dos Cursos de Graduação em Administração (ANGRAD), os ENANGRADs, o tema empreendedorismo, que vinha sendo tratado timidamente, passou a ser objeto de maior atenção, sendo que na área temática Empreendedorismo e Governança Corporativa foram apresentados 41 trabalhos no biênio 2004/2005. No *workshop* da ANPROTEC, em 2005, foram apresentados 26 trabalhos enfocando-se empreendedorismo e pequenos negócios.

O grande interesse despertado pelo empreendedorismo está em grande parte ligado ao desenvolvimento econômico e ao papel que o empreendedor exerce nesse processo. Ele é um introdutor de inovações e mudanças nos mercados (SCHUMPETER, 1961), criador de organizações (GARTNER, 1988) e de novos negócios, que geram empregos e intensificam a competição (ACS, 2006). Isso tem atraído a atenção de pesquisadores que buscam não só identificar se empreendedores diferem de alguma forma dos não-empreendedores ou dos meramente gerentes, bem como se o

empreendedorismo influencia, e como influencia o desenvolvimento econômico. Dezenas de trabalhos, oriundos da academia, têm sido publicados, nas últimas décadas, tratando destas e outras áreas.

Recentemente despertaram atenção os relatórios do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), produzidos em vários países, sob a coordenação de professores do Babson College (EUA) e da London Business School (Reino Unido). Esses relatórios geraram, como decorrência, uma série de análises por parte de membros da academia e de institutos de pesquisa, tentando conectar o empreendedorismo com o desenvolvimento alcançado pelos países pesquisados. Muitos resultados ainda são não-conclusivos e têm remetido a novos estudos.

Um deles é o estudo de Wong; Ho; Autio (2005) sobre o papel da criação de empresas como determinante do crescimento. Eles alegam que tem havido silenciamento quanto ao papel do empreendedorismo no que diz respeito à criação de novos empreendimentos nos estudos produzidos sobre os impactos causados pela inovação tecnológica no processo de crescimento econômico. Utilizando a base de dados gerada pelo GEM eles processaram informações de 37 países e exploraram separadamente, através de uma função de produção Cobb-Douglas as influências, tanto da criação de empresas quanto da inovação tecnológica, no crescimento econômico.

Essa separação possibilitou verificar o papel da atividade empreendedora, medida pelo GEM através do que ele chama de alto potencial de crescimento da atividade empreendedora total (AET), necessidade de atividade empreendedora total (AET), oportunidade para a atividade empreendedora total (AET) e atividade empreendedora total (AET) global. Os resultados obtidos mostraram apenas o potencial empreendedor de alto crescimento provocando impacto significativo. A conclusão dos

autores é que, se comparados com resultados semelhantes existentes na literatura, o produto por eles obtido é consistente para demonstrar que, em termos gerais, não são, as empresas novas que promovem a criação da maior parte dos postos de trabalho. São, sim, as empresas novas, porém as de rápido crescimento (WONG; HO; AUTIO, 2005). Vale salientar que essas conclusões se referem a países avançados.

O que dizer, então, de países ou regiões consideradas atrasadas? Serão válidas essas conclusões, ou devem ser remetidas a novos estudos? Apesar do aumento no número de estudos ligando o empreendedorismo ao crescimento econômico, ainda existem muitos resultados contraditórios.

Na literatura empírica, segundo CARREE; THURIK (2003, p. 457-458), podem ser encontradas diversas linhas de pensamento que mostram o efeito causado pelo empreendedorismo no processo de crescimento e desenvolvimento econômico. Eles listam cinco delas, a saber:

- A primeira lida com a questão do efeito de turbulência no crescimento econômico. Turbulência, isto é, a soma de entradas e saídas nas indústrias ou regiões, pode ser interpretada como um indicador de atividade empresarial.
- A segunda linha se concentra no efeito da (mudança) distribuição de tamanho em regiões sobre o subsequente crescimento econômico. No caso de uma região ter uma grande fatia de pequenas empresas quando comparada com outra região isso poderia indicar um nível mais alto de atividade empresarial.
- A terceira linha investiga o efeito do número de participantes de mercado em uma indústria com o crescimento econômico. Um aumento no número de competidores está normalmente relacionado a uma atividade empreendedora mais intensiva.
- A quarta linha de literatura empírica se concentra no efeito do número dos que atuam por conta própria (proprietários de negócios) sobre o crescimento subsequente. Em economias desenvolvidas a taxa de auto-emprego próprio será relacionada ao tamanho da atividade empreendedora. Novas empresas normalmente começam com uma fase de auto-emprego, no sentido estrito, isto é, sem empregados pagos.
- Uma quinta e última fonte de evidência na relação entre auto-emprego e progresso é a história econômica das ex-economias de planejamento centralizado.

Um dos grandes fatores do declínio, e posterior mudança para economias de mercado aberto, nos países onde o governo centralizava o planejamento econômico e priorizava as grandes empresas estatais, foi resultante da ausência de pequenos negócios tocados por empreendedores privados (CARREE; THURIK, 2003).

Todos esses estudos, recentes e mais antigos, sobre a influência do empreendedorismo no desenvolvimento econômico mostram que existe um grande interesse em explorar essa relação com o objetivo de gerar emprego, renda e melhoria no padrão de vida das populações, especialmente nos países subdesenvolvidos. Essa ligação do empreendedorismo com o desenvolvimento econômico será explorada com maior profundidade no capítulo dedicado à revisão bibliográfica, quando se procurará mostrar a importância da identificação de talentos empreendedores para que no futuro sejam fomentadores do desenvolvimento.

1.2 Definição do problema

O empreendedor, ou seja, quem exerce a atividade empreendedora, aparentemente possui características diferentes de quem possa ser classificado como não-empreendedor. Quais são de fato essas características e como identificá-las tem sido objeto da atenção de pesquisadores por várias décadas. Uma dessas características, que tem sido muito citada, entre outras, é a habilidade de identificar oportunidades, e, a partir daí, explorá-las (BYGRAVE; HOFER, 1991). Identificar características empreendedoras nas pessoas, possivelmente deverá ser o passo inicial para a subsequente promoção dos meios adequados para que elas sejam utilizadas na geração de novos negócios ou na melhoria dos já existentes.

Talvez por conta disso é que desde meados do século passado o interesse pelo estudo da intenção e do potencial empreendedor tem-se intensificado.

Na realidade isso não é muito tempo, e considera-se jovem ainda o campo de estudo do fenômeno do empreendedorismo (COOPER; HORNADAY; VESPER, 1997). Talvez seja por conta dessa juventude que estudos sobre empreendedorismo ainda não possam ser considerados conclusivos e determinadas linhas de pesquisa tiveram a sua intensidade arrefecida. Essa não-conclusividade tem levado muitos pesquisadores a criticar linhas de trabalho de colegas. O uso isolado de fatores pessoais ou aspectos situacionais, através de modelagem, gerou muitas vezes baixo grau de poder explicativo na predição de atividades empreendedoras (KRUEGER JR.; REILLY; CARSRUD, 2000).

No que diz respeito ao potencial e às intenções empreendedoras dizem Krueger Jr; Brazeal (1994, p. 91) que “antes de haver empreendedorismo é preciso haver potencial para isso”, e completam: “potencial empreendedor [...] requer empreendedores em potencial”. Entende-se aqui que potencial é algo latente, a ser desenvolvido, o qual poderá, ou não, vir a acontecer. Entende-se também que ter potencial é apresentar traços ou características de personalidade similares à de pessoas que obtiveram sucesso no tipo de atividade objeto do interesse. No caso do empreendedorismo, apesar das inúmeras críticas quanto a sua associação aos traços de personalidade, pode-se dizer, devido a resultados obtidos em pesquisas mais atuais, que empreendedores possuem características diferentes, quando comparados com o restante da população (MUELLER; GOIC, 2002).

A discussão acerca dos traços de personalidade ou de quais são, de fato, as características do empreendedor, provavelmente não acabará tão cedo. Por conta das pessoas serem diferentes umas das outras, terem crescido em ambientes e culturas

dísparas e estarem submetidas a ambientes sócio-econômicos diversos é improvável que se tenha um protótipo do empreendedor universal.

Frese; Rauch (2002) acreditam que possivelmente os traços ou características de personalidade tenham um papel mais importante no processo pelo qual uma pessoa decida enveredar pelo empreendedorismo e iniciar seu próprio negócio, do que para posteriormente obter êxito. Eles criaram um modelo psicológico do sucesso empreendedor (FIG. 1) no qual a personalidade interage com o capital humano para a elaboração de estratégias e definição de metas. O ambiente também teria um papel importante, quanto a estratégias e metas, e somente a partir da conjunção correta desses fatores é que seria possível a obtenção do sucesso.

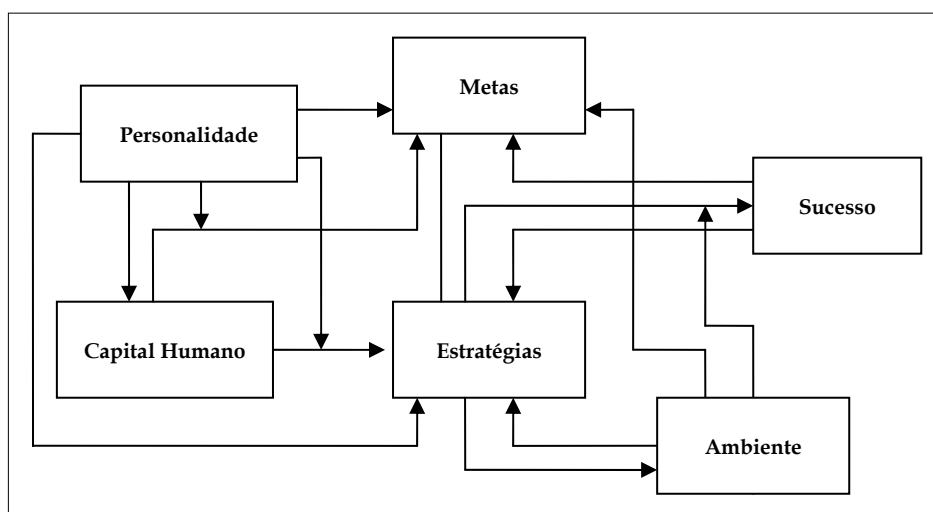


FIGURA 1 - Modelo Giessen-Amsterdã do sucesso em donos de pequenas empresas
Fonte: FRESE; RAUCH, 2002, p. 4553.

Os resultados de pesquisas com empreendedores continuarão a levar a conclusões passíveis de controvérsia. Isso, no entanto, não invalida que se continue a investir nesse tipo de estudo. Apesar do que já se produziu, pouco se conhece, de fato, sobre o empreendedor. É necessário que se façam mais estudos, e, à medida que as técnicas de meta-análise forem evoluindo, se procedam mais e mais comparações com

os resultados de pesquisas anteriores. Estudos sobre características ou traços de personalidade, ligados a empreendedores, utilizando-se meta-análise, foram feitos recentemente por Rausch; Frese (2000); Stewart Jr.; Roth (2001).

Para Sexton; Bowman (1984), no que se refere a empreendedores, em pesquisas sobre suas características psicológicas muitas vezes faltaram três elementos importantes em estudos desse tipo: confiabilidade, acurácia e validade, talvez em decorrência de só terem sido estudados empreendedores de sucesso. Comparar não-empreendedores, ou a maioria da população, com empreendedores de sucesso e empreendedores que não obtiveram sucesso pode ser um caminho alternativo e que leve a melhores resultados. Sexton; Bowman (1984) citam como exceções a essas falhas metodológicas e de escopo os estudos realizados por Brockhaus (1980), Scheré (1982); Sexton; Bowman (1983a; 1983b).

Recentemente a busca pelos traços ou características empreendedoras para promover a distinção entre empreendedores e não-empreendedores obteve renovado interesse, em parte devido à melhoria das técnicas metodológicas (PHELAN; ALDER, 2005), pela melhor definição de construtos e pela introdução de novas vertentes de análise. Podem ser citados, dentro dessa tendência, Beugelsdijk; Noorderhaven (2005); Ciavarella *et al.* (2004); Collins; Hanges; Locke (2004); Kickul; Gundry (2002); Korunka *et al.* (2003); López; Santos Urda; Bueno Hernández (2004); Moriano; Sánchez; Palaci (2004); Nair; Pandey (2006); Stewart Jr.; Roth (2001).

Um renovado interesse também é o de identificar características e intenção empreendedora em estudantes. Nessa linha podem ser citados: Audet (2003); Autio *et al.* (1997); Brice Jr. (2004); Cano Guillén; García García; Gea Segura (2004); Franke;

Lüthje (2004); Grande Estebán (2001); Gurol; Atsan (2006); Kristiansen; Indarti (2004); Louw *et al.* (2003); Veciana; Urbano (2004); Wang; Wong (2004).

O objetivo, em muitos desses estudos, é buscar dados que possam orientar políticas de formação e desenvolvimento de futuros empreendedores. Os resultados de muitos estudos têm mostrado que as intenções diferem em grau quando comparadas várias culturas ou países. É o caso das comparações entre estudantes indonésios e noruegueses (KRISTIANSEN; INDARTI, 2004) e universitários alemães e austríacos com americanos (FRANKE; LÜTHJE, 2004).

Nesse interesse renovado pela identificação de características, ou traços de personalidade, associados com potencial empreendedor, têm sido utilizados instrumentos já amplamente validados ou desenvolvidos especialmente para o novo estudo. No Brasil é utilizado pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), e em algumas ocasiões também foi aplicado por pesquisadores universitários, o questionário padrão de Auto-Avaliação das Características de Comportamento Empreendedor, desenvolvido pelo Management Systems International (MSI) junto com a McBer & Company (AYRES, 2003; PINTER; SANTOS, 2001/2002; VIDAL; SANTOS FILHO, 2003). Além desse, outros instrumentos, traduzidos por acadêmicos brasileiros como o *Carland Entrepreneurship Index* (CEI), o *Team Factors Inventory* (TFI) (GIMENEZ; INÁCIO JR., 2002), e o *Cuestionario Grande Esteban* (SANTOS; DANTAS; MILITO, 2003) têm sido aplicados. Recentemente foi desenvolvida, na Universidade de Brasília, uma escala para levantar competências empreendedoras (CARVALHO; ZERBINI; ABBAD, 2005).

Apesar da existência desses instrumentos sente-se, no entanto, a falta de um, desenvolvido localmente, que identifique o potencial para empreender, tenha sido construído utilizando-se critérios psicométricos e que seja de simples aplicação.

Quanto à identificação da intenção empreendedora podem-se destacar, fora do Brasil, trabalhos como os de Autio *et al.* (1997) e de Lüthje; Franke (2003) que têm buscado testar modelos dentro dessa linha de pesquisa. No Brasil, como já foi enfatizado, têm-se utilizado instrumentos geralmente de origem americana. Pinter; Santos (2001/2002), ao efetuar medições comparativas sobre potencial empreendedor em estudantes, utilizaram o modelo originado pela MSI/McBer. A utilização de modelos ou escalas criadas em outros países ou culturas, no entanto, pode gerar distorções. Para Morales Vallejo; Urosa Sanz; Blanco Blanco (2003, p. 73) “uma boa adaptação de um instrumento não garante uma boa *interpretação* em estudos feitos em culturas muito diferentes quando as respostas dos entrevistados são muito subjetivas, como acontece em escalas de atitudes”. A opinião de Muñiz *et al.* (2005, p. 43) é que “adaptar uma prova de uma cultura a outra não é um problema de mera tradução lingüística, se trata de adaptar, em sentido amplo, a prova à cultura na qual se quer introduzir”. Hambleton; Patsula (1999) dizem que quando não houver interesse em se fazer comparações entre culturas será mais interessante desenvolver um novo instrumento.

Como não foi encontrado um modelo “tupiniquim” de escala, criada, testada e validada para realizar a identificação de potencial empreendedor no Brasil, a criação de uma será de contribuição relevante para os estudos que estão sendo realizados na área. A adequação de um instrumento à cultura local poderá auxiliar estudos, que estão sendo feitos ou se farão, sobre o empreendedorismo no Brasil.

Conclui-se, portanto, que existe um problema, dado que não foi encontrado um instrumento adequado, que leve em consideração a cultura regional ou nacional e que detecte potencial empreendedorístico em estudantes, empreendedores em treinamento ou candidatos ao ingresso em incubadoras de empresas, através da mensuração de traços de personalidade amplamente relatados na literatura como presentes em empreendedores que obtiveram sucesso. Com a existência de um instrumento desse tipo, as informações obtidas através dele servirão para que professores de empreendedorismo, e talvez até de outras disciplinas, possam conhecer o perfil de seus alunos e melhor orientar a sua prática docente. Por outro lado, incubadoras de empresas poderão utilizá-lo em processos seletivos para futuros incubados, bem como pessoas que têm intenções empreendedoras poderão conhecer melhor o seu perfil e espelhar-se em empreendedores que obtiveram sucesso.

Considerando-se também que a identificação de graus de intensidade - em fatores que possam compor, em pessoas, potencial para empreender - é importante para o desenvolvimento de novos talentos ou desenvolvimento daqueles que já atuam conduzindo atividades empresariais, conclui-se que é importante a resolução desse problema.

Por fim, propõe-se que a questão seja solucionada através do desenvolvimento de um instrumento confiável e validado através de técnicas psicométricas, que leve em conta os elementos constitutivos de cultura regional ou nacional, tais como a maneira de expressar sentimentos, crenças e valores. Enfatiza-se aqui que a utilização de instrumentos oriundos de outras culturas nem sempre produz bons resultados, por não conseguir retratar exatamente as percepções das pessoas, principalmente quando respondem um questionário onde estão presentes itens a serem mensurados através de

autopercepção. A utilização da técnica de cenários, como uma forma de tornar mais clara a comunicação entre o pesquisador e o pesquisado, poderá diminuir o viés na resposta.

Estas considerações levam a duas indagações de pesquisa:

- a) É possível construir uma escala que identifique potencial empreendedor?
- b) É possível validar essa escala utilizando-se métodos psicométricos?

1.3 Objetivos

Em decorrência da necessidade de se incentivar o empreendedorismo como uma alternativa para o desenvolvimento econômico, é importante que existam instrumentos que identifiquem o grau de potencial empreendedor, em algumas características ou fatores, para que se possa promover sua melhoria ou ampliação, quando possível. O desenvolvimento do potencial para empreender passa pelo entendimento da natureza do comportamento do empreendedor. Sem esse conhecimento, e sem um instrumento que possa mensurar o grau dos traços de personalidade que podem potencializar tal desenvolvimento, essa ação poderá não alcançar a magnitude esperada.

1.3.1 Objetivo geral

Construir uma escala que identifique características, ou traços de personalidade empreendedoras, através de questionário que utilize frases (itens), agrupadas em construtos e apoiadas por vinhetas ou cenários, relacionadas ao empreendedorismo e mensuráveis via um instrumento de medição. O modelo utilizado contém três conjuntos de construtos que agrupam frases ou itens direcionados às áreas de realização, planejamento e poder.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Realizar revisão bibliográfica sobre empreendedorismo e características empreendedoras desde os autores clássicos até os atuais;
- b) Obter com o apoio de técnicas estatísticas, construtos ou fatores que apontem potencial empreendedor;
- c) Definir parâmetros, a partir de características identificadas em empreendedores, que sirvam para identificar potencial empreendedor;
- d) Validar a escala utilizando métodos psicométricos.

1.4 Contribuição do estudo

É desejável, portanto, o desenvolvimento de uma escala que reflita especificidades locais dos empreendedores. Com esse instrumento, aqui chamado de Escala de Potencial Empreendedor, desenvolvido com a utilização de técnicas psicométricas, entende-se que será adequada a sua aplicação nas mais variadas situações de identificação de potencial empreendedor.

Será possível o seu uso por outros pesquisadores e instituições que atuam no fomento ao empreendedorismo, tais como o SEBRAE, Instituto Euvaldo Lodi (IEL), incubadoras de empresas e até mesmo empresas que desejem utilizar a informação gerada pela escala em processos seletivos que busquem empregados com potencial intraempreendedor.

Outra contribuição será a decorrente da metodologia proposta, que poderá ser replicada por outros pesquisadores para a produção de instrumentos similares adaptados a outras situações, culturas ou regiões.

1.5 Estrutura de construção da escala

A construção da escala contemplará várias fases ou etapas, mostradas de forma simplificada no fluxograma apresentado na FIG. 2.

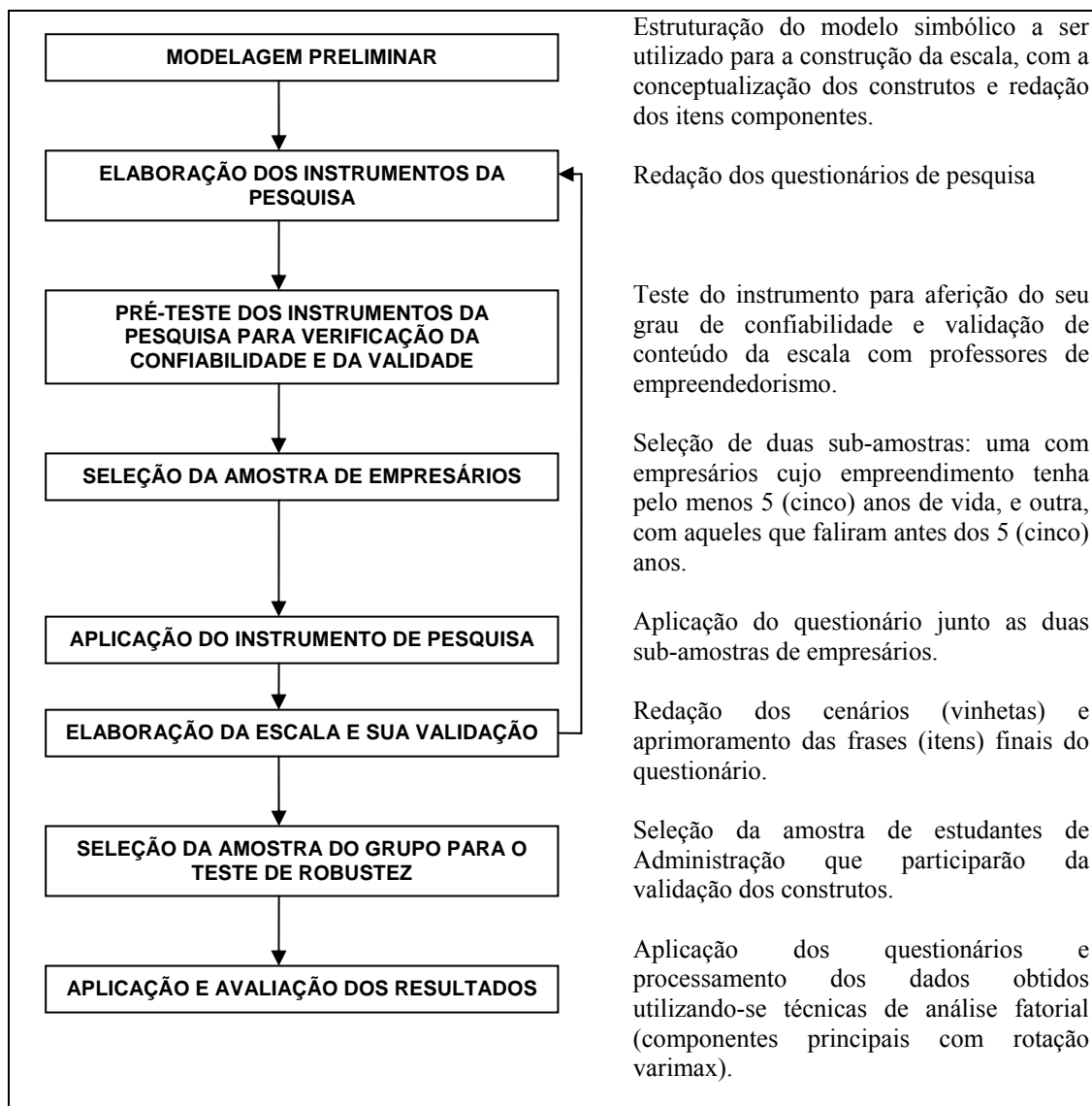


FIGURA 2 – Etapas da elaboração da tese

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

O estudo do empreendedorismo, através de indivíduos empreendedores, tem sido objeto de estudo via sua participação no desenvolvimento econômico, suas características e traços de personalidade - comuns, pelo menos, à maioria deles - que sejam destacáveis e a conexão indivíduo/oportunidade, entre outras.

Este trabalho, ao propor uma escala para a identificação de indivíduos com potencial para empreender, dará maior atenção às diversas contribuições à identificação dessas características e traços. No entanto, não deixará de abordar outras contribuições, notadamente as relacionadas ao desenvolvimento econômico. Por conta disso, buscar-se-á mostrar a ligação do empreendedorismo com o desenvolvimento econômico, segundo as várias interpretações existentes; as contribuições clássicas ao tema por parte de Schumpeter (1961, 2003), McClelland (1961, 1970) e Drucker (1993), além de incluir as mais recentes, como autores de diversas tendências, a saber: Maslow, Bandura, Rotter, Ajzen e Miner, os quais abordaram questões que podem ser úteis em estudos sobre o empreendedor, algumas características a ele associadas, a identificação de traços de personalidade (características), em potenciais empreendedores, e que métodos foram, ou são, empregados para a identificação de características empreendedoras. O estudo do empreendedorismo tem utilizado contribuições oriundas das mais diversas correntes, e muitas idéias têm-se mostrado úteis para uma melhor compreensão das razões que impulsionam um indivíduo a empreender.

2.1 Origens do termo

Foi a partir do século 18 que os economistas iniciaram a discussão sobre o fenômeno do empreendedorismo e o interesse despertado pelo assunto continuou pelos séculos 19 e 20, quando foi associado ao capitalismo e, em decorrência, à livre empresa

(KURATKO; HODGETTS, 2004). Conforme Kuratko; Hodgetts (2004, p. 29) essas discussões e análises levaram à aceitação de “que os empresários servem como agentes de mudança; contribuem com idéias criativas e inovadoras para empreendimentos empresariais; e ajudam os negócios a crescerem e ficarem lucrativos”.

Kizner (1979) *apud* Kuratko; Hodgetts (2004) data no século 18, época em que na Inglaterra estava ocorrendo a Revolução Industrial, a identificação de empreendedores, quando Cantillon, na França, reconheceu na atividade econômica deles a existência do elemento risco.

Atribui-se a Richard Cantillon, um escritor e economista, irlandês de nascimento, que viveu na Inglaterra e na França do século XVIII, o uso do termo empreendedor para designar alguém que assume riscos (DORNELAS, 2001; HISRICH; PETERS, 2004).

A abrangência do empreendedorismo, ou a amplitude da sua natureza, pode ser vista no QUADRO 1.

Quadro 1 - Sete perspectivas na natureza do empreendedorismo

Perspectiva	Descrição
Geração de riqueza	Empreendedorismo envolve assumir os riscos associados com a atividade produtiva em troca de lucro.
Criação de empresa	Empreendedorismo requer criação de um novo negócio em um local onde não existia antes nenhum desse tipo.
Geração de inovação	Empreendedorismo é preocupação com combinações, sem igual, de recursos que farão os métodos ou produtos existentes ficarem obsoletos.
Geração de mudança	Empreendedorismo envolve criação de mudanças ajustando, adaptando e modificando o repertório pessoal, abordagens e habilidades, para encontrar oportunidades diferentes disponíveis no ambiente.
Geração de emprego	Empreendedorismo é preocupação com emprego, administração e desenvolvimento dos fatores de produção, inclusive da força de trabalho.
Criação de valor	Empreendedorismo é um processo de criação de valor para os clientes, utilizando oportunidades não exploradas.
Geração de crescimento	Empreendedorismo pode ser definido como uma orientação forte e positiva para o crescimento em vendas, renda, recursos, e emprego.

Fonte: MORRIS; LEWIS; SEXTON, 1994, p. 21-29.

Essa amplitude muitas vezes gera controvérsias e ainda hoje não existe consenso sobre o que de fato significa empreendedorismo ou empreendedor, daí a necessidade de se definir operacionalmente, ao se realizar pesquisas sobre o assunto, o que significa, no caso específico, os termos empreendedor ou empreendedorismo.

É importante, inicialmente, esclarecer o que significa de fato o termo empreendedor. Nas palavras de Hisrich; Peters (2004, p. 26) a palavra empreendedor, *entrepreneur* na língua francesa, de onde é originária, “literalmente traduzida significa ‘aquele que está entre’ ou ‘intermediário’”. No século 16, designava o negociante perfeito (TOUNES, [2001?]). Segundo Praag (1999), apesar do termo já existir, deve-se a ele a associação, de forma precisa, com o seu conteúdo econômico. No entanto não existe ainda um consenso quanto ao que significa ser um empreendedor (LUMPKIN; DESS, 1996; OECD, 1998; PRAAG, 1999). Inúmeras definições têm sido propostas, como poderá ser visto mais adiante, quando se abordar a evolução do empreendedorismo e as diversas interpretações, de acordo com os mais variados autores e estudos.

Outro economista que também utilizou bastante o termo empreendedor foi Jean-Baptiste Say, na metade do século 18. O novo sentido que a palavra passou a ter, ampliando ou modificando o seu significado original, provocou dificuldade na tradução do livro de Say, *Traité d'économie politique* (Tratado de economia política), para a língua inglesa, em 1832. A dificuldade esteve relacionada ao termo adequado naquele idioma para a palavra *entrepreneur*. Segundo o tradutor, em nota de pé de página:

O termo *entrepreneur* é difícil de traduzir para o inglês; a palavra correspondente, *undertaker*, tem abrangência limitada. Significa o mestre-manufatureiro na fábrica, o fazendeiro na agricultura, e o comerciante no comércio; e geralmente em todas as três atividades, a pessoa que toma a seu encargo a responsabilidade imediata, o risco, e a preocupação com a condução das atividades, quer tenha empregado o seu próprio capital ou de terceiros (PRINSEP, In: SAY, 1832, p. 18).

Na falta de uma palavra melhor Prinsep (1832) utilizou *adventurer* (aventureiro, especulador, negociista). Em relação à língua portuguesa, uma tradução do livro de Say, em edição publicada em 1983, utiliza o termo empresário como correspondente a *entrepreneur*. O mesmo fato ocorre com o livro de Cantillon em língua portuguesa.

Uma tradução do seu livro, *Essai sur la nature du commerce en general* (Ensaio sobre a natureza do comércio em geral), publicada em 2002, utiliza empresário para significar *entrepreneur*. Uma análise dos livros de Cantillon e Say, na língua original em que foram escritos, mostra ser inadequado o termo empresário como o correspondente, em português, para *entrepreneur*. Empreendedor, com o significado que tem hoje, seria o termo mais adequado.

É imprecisa a data em que o termo empreendedor, no Brasil, passou a ter a acepção que tem hoje, não significando apenas empresário, mas, entre várias outras aproximações, alguém que “sonha e busca transformar seu sonho em realidade” (DOLABELA, 2003, p. 38). Degen (1989), em seu livro sobre empreendedorismo, associa o termo à iniciativa empresarial. Essa concepção é distinta da que apresenta Ferreira (2004) em seu Dicionário da língua portuguesa, designando alguém que tem responsabilidades com o bom funcionamento de um negócio, que tem a iniciativa de reunir fatores de produção, em uma empresa, ao perceber oportunidade de obter lucro. Apesar de Ferreira (2004) abordar o aspecto da iniciativa, ele está restrito, à reunião de fatores de produção em uma empresa, mostrando que o dicionarista ainda não trata o termo em uma concepção mais abrangente, ou seja, como “o processo de criar algo novo e assumir os riscos e as recompensas” (HISRICH; PETERS, 2004, p. 29).

Hisrich; Peters (2004) ampliam essa concepção ao dizer que no processo de empreendedorismo, através de esforço e da utilização do tempo que for necessário, se

cria algo novo, com valor-agregado, aí estando presentes riscos (financeiros, psíquicos e sociais) e recompensas, que se manifestam na forma de satisfação e independência (econômica e social).

Embora o uso da palavra empreendedor, com esse novo significado seja recente, o espírito empreendedor sempre esteve presente na história humana. Ele pode ser encontrado desde as antigas civilizações até hoje. No período que pode ser chamado de pré-histórico (MURPHY; LIAO; WELSCH, 2006), o espírito ou atividade empreendedora esteve mais ligado às atividades militares e à guerra (ver FIG. 3).

Cooper; Hornaday; Vesper (1997), ao lembrar as tabuletas com caracteres cuneiformes da Babilônia, que registram transações comerciais entre empreendedores, dizem que o empreendedorismo faz parte da história humana.

Para um melhor entendimento da evolução das abordagens já feitas sobre o empreendedorismo recorre-se a seguir ao esquema gráfico (FIG. 3), com adaptações, proposto por Murphy; Liao; Welsch (2006).

Como se pode ver pelo esquema gráfico, a evolução do pensamento sobre o empreendedorismo já percorreu um longo caminho desde suas bases pré-históricas, quando ainda era comum o desencorajamento das atividades inovadoras, até os momentos atuais, quando recrudescer o interesse dos economistas em estudar o empreendedorismo, o que pode ser visto pela quantidade de artigos publicados recentemente e pelo novo enfoque da conexão do indivíduo com a oportunidade.

Desde a contribuição pioneira de Cantillon (1755), passando por Say (2003), Schumpeter (1961), McClelland (1961), Drucker (1993), Miner (1997a), Timmons (1999), Shane (2003a) e tantos outros, o estudo do empreendedorismo evoluiu.

Durante todo esse percurso foram agregadas contribuições de economistas sobre risco (CANTILLON, 1755), inovação e desenvolvimento econômico (SCHUMPETER, 1961); psicólogos, sobre necessidades de realização (McCLELAND, 1961), motivação (MASLOW, 2000), centro de controle (ROTTER, 1966); sociólogos, sobre o papel da cultura e do ambiente social (SHAPERO; SOKOL, 1982) etc.

Algumas das contribuições desses autores, a partir de agora, serão analisadas neste trabalho.

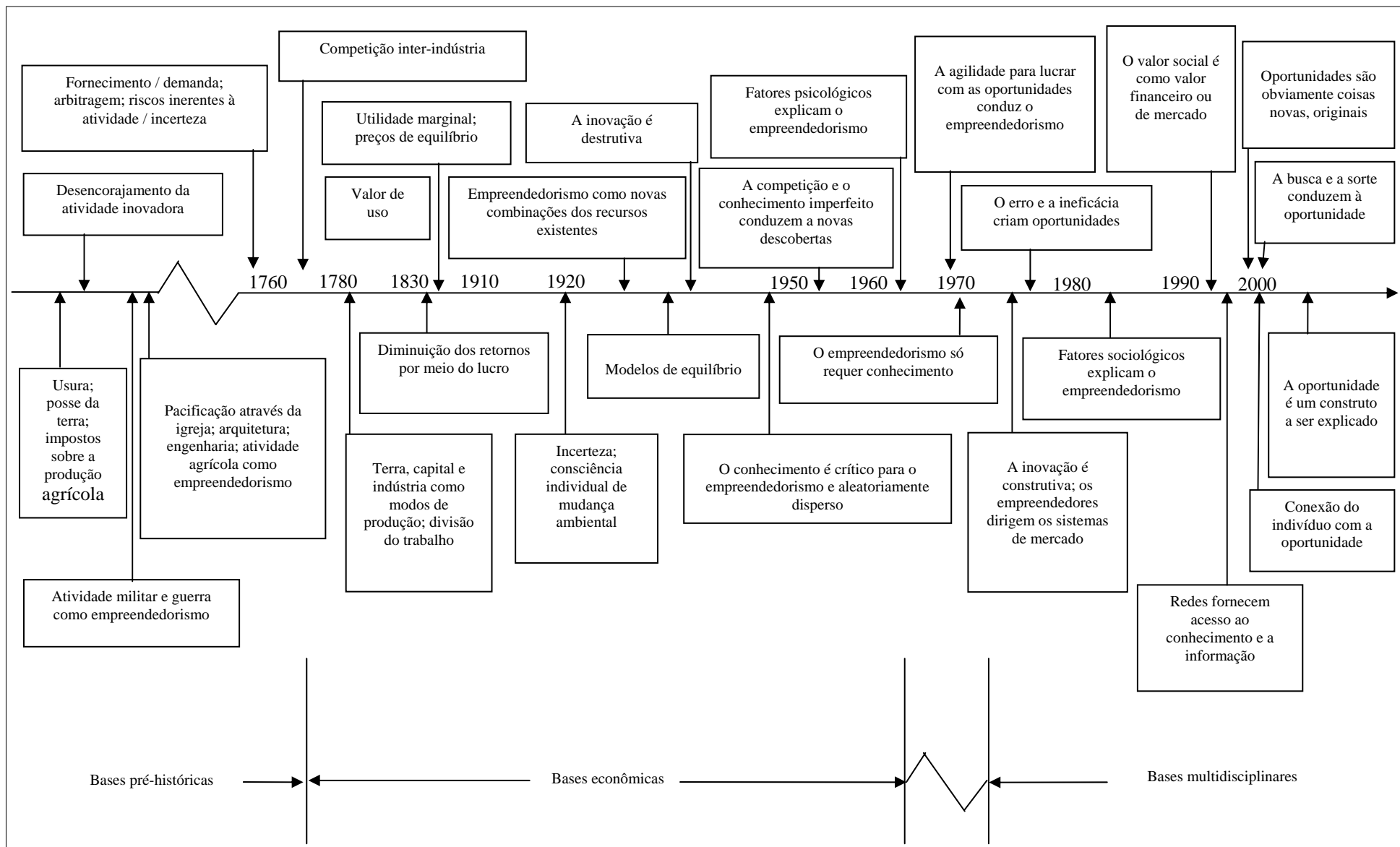


FIGURA 3 – Evolução do pensamento sobre empreendedorismo.

Fonte: Adaptado de MURPHY; LIAO; WELSCH, 2006, p. 15., com acréscimos, utilizando SHANE, 2003, p. 4.; SHANE; ECKHARDT, 2003, p. 161-191; SHANE; VENKATARAMAN, 2000, p. 217-226.

2.2 Empreendedorismo e contribuições clássicas ao tema

Abordagens sobre o empreendedor e seu papel no processo econômico, como visto anteriormente, têm sido datadas a partir do século XVIII. Para muitos historiadores econômicos, ou autores que se detiveram sobre a evolução do pensamento econômico, esse processo foi iniciado com Cantillon, em 1725, teve continuidade com Smith, Say e Mill e firmou-se através da contribuição de Schumpeter, que se concentrou em uma "clássica" definição das atividades e papéis desempenhados pelo empreendedor, ainda muito aceita nos dias de hoje (McDANIEL, 2005).

2.2.1 Precusores

Cantillon (1755), aborda o papel do empreendedor no capítulo XIII do seu livro *Ensaio sobre a natureza do comércio em geral*, escrito por volta de 1730. Sua obra, no entanto, só foi publicada *a posteriori*, mais de duas décadas após a sua morte, ocorrida em 1734 (FILION, 2003). Cantillon explorou o papel exercido no sistema econômico por um indivíduo que ele chama de *entrepreneur* (empreendedor). Esse indivíduo, segundo Cantillon (1755), é alguém que estabelece um acordo com o proprietário da terra se comprometendo a pagar-lhe um determinado valor pelo uso desse bem, sem, no entanto ter, nenhuma certeza quanto ao resultado econômico dessa exploração. Assume, portanto, o empreendedor, o risco, por conta da incerteza quanto aos resultados, do empreendimento que inicia. O proprietário da terra, por outro lado, não correrá nenhum risco, dado que receberá o valor acordado independentemente do sucesso ou fracasso do empreendimento.

No livro de Cantillon (1755), todo o capítulo XIII é dedicado a demonstrar que existem duas categorias, ou classes, econômicas: os independentes e os dependentes. Os

independentes, para Cantillon (1755), são os proprietários de terra e os dependentes são todos aqueles que vivem como assalariados, ou empreendendo.

Naturalmente que o proprietário de terra, que explora o seu patrimônio plantando, criando gado, levando a sua produção para a cidade em busca de consumidores, pode também ser considerado empresário, pois, nesse processo, ele corre riscos. Não há nenhuma garantia de que ele terá safra, de que não perderá o rebanho, ou que haverá algum consumidor disposto em transformar-se em cliente, adquirindo os seus produtos. O que faz a diferença é quando alguém não corre riscos e cede um bem seu, para exploração por terceiro, com garantia de receber um determinado valor pelo arrendamento efetuado.

Cantillon (1755) faz uma distinção entre o empreendedor e o assalariado, apesar de, segundo ele, estarem na mesma classe, a dos dependentes. O empreendedor, mesmo vivendo como se recebesse salário, tem a incerteza o acompanhando. O assalariado real tem a remuneração, ou soldo, garantida, enquanto mantiver a condição de empregado, quer seja empregado doméstico ou general, enquanto o empreendedor depende do sucesso do seu negócio.

Um elemento de importância, presente no pensamento de Cantillon (1755), é o risco assumido pelo empreendedor. Estar disposto a assumir riscos, ainda hoje, é um fator muito estudado nesse campo, por ser considerado uma característica importante de quem é empreendedor.

Segundo Schumpeter (1971), deve-se creditar a Cantillon a primeira formulação completa do papel do empreendedor, pois

teve uma concepção clara da função do empreendedor (capítulo 13). Esta concepção sua tem um caráter bastante geral, embora suas considerações se refiram principalmente ao caso particular do arrendatário. Este paga remunerações contratuais, e portanto “certas”, ao proprietário da terra e aos trabalhadores, e vende a preços que são “incertos”. O mesmo faz os que

negociam com tecidos e os demais “comerciantes”: todos eles se comprometem a efetuar pagamentos certos com a esperança de obter certos resultados incertos; são, pois, essencialmente os sujeitos que dirigem a produção e o comércio, sujeitando-se aos riscos decorrentes. A concorrência tende a reduzir a remuneração que obtém pelo valor normal de seus serviços. Tudo isto é, naturalmente, doutrina escolástica; porém antes de Cantillon ninguém havia dito isto de maneira tão completa (SCHUMPETER, 1971, p. 211).

Cantillon, apesar de, ao abordar o papel do empreendedor, estar falando de alguém que se encarrega de negócios arriscados - mais num sentido clássico – ao estabelecer uma distinção entre o assalariado e aquele que trabalha por conta própria trouxe uma grande contribuição ao entendimento do papel exercido pelo empreendedor (THORNTON, 2005).

Outra contribuição ao pensamento econômico sobre o empreendedorismo, na seqüência de economistas, que abordaram o papel exercido pelo empreendedor, vem Jean-Baptiste Say. Após Cantillon, ele foi o segundo economista a escrever sobre empreendedores e demonstrar interesse no papel exercido por eles (FILION, 1997). Foi Say quem observou que o empreendedor exerce uma importante função econômica, ou seja, ele é responsável por juntar os diversos fatores de produção. Com suas observações Say ampliou a conceituação de empreendedor feita anteriormente (AUTIO; ANTONAKIS, 2005). Sua abordagem sobre o empreendedor apareceu no livro *Traité d'économie politique* (Tratado de economia política), por ele publicado no ano de 1803.

Say estudou o desenvolvimento econômico observando o processo de criação de empresas e via o empreendedor como alguém que assumia riscos, a exemplo de Cantillon (FILION, 2003). Embora tanto Cantillon quanto Say tenham associado ao empreendedor a gestão do risco, ele fez uma abordagem mais ampla, ligando-o, de certa forma, ao processo de inovação, influenciando posteriormente Schumpeter (FILION, 2003).

Na concepção de Say (2003), empreendedor é todo aquele que reúne os fatores de produção para formar um produto, qualquer que seja, assumindo riscos e benefícios. Para exercer essa função ele recomenda que, antes de tudo, sejam aprendidos os rudimentos da atividade para só depois iniciar a execução das tarefas de reunir os elementos necessários à realização da produção. Com isso ele deixa claro que o conhecimento tem um lugar de importância na atividade empreendedora.

Apesar de nos dias de hoje parecer óbvia, uma recomendação desse tipo ainda não foi suficientemente absorvida por alguns que ingressam nas atividades de negócios, provocando posteriormente a ruína dos sonhos, acalentados talvez durante muito tempo, e as conseqüentes perdas financeiras com o fracasso da empresa.

Mesmo tendo sido formulada há muito tempo essa recomendação ainda continua atual.

2.2.2 Schumpeter

Pode-se creditar a Schumpeter (1961) pioneirismo na abordagem sobre o papel exercido pela inovação no processo empreendedor (IAKOVLEVA, 2004), na conexão do indivíduo empreendedor com ela, gerando desequilíbrio no mercado (SCIASCIA; DE VITA, 2004), e no destaque dado a essa inovação no desenvolvimento econômico colocando-a bem no seu âmago (BOISOT; MACMILLAN, 2004). Deve-se a ele o moderno conceito de empreendedorismo e a conclusão de que todos os que se dedicam a exercer o empreendedorismo são empreendedores (CARTON; HOFER; MEEKS, 1998). Eles, os empreendedores, são os “instrumentos para a introdução inovadora da mudança na economia – eles são os agentes que instigam a ‘destruição criativa’ em economias estáticas, eliminando produtos e processos obsoletos através da introdução da inovação” (RUSSELL, 1997, p. 7). Em decorrência, existe, para Schumpeter um elo

ligando o empreendedorismo à inovação, não podendo, portanto, existir o primeiro sem o segundo ou vice-versa (AUTIO; ANTONAKIS, 2005).

Vindo após Cantillon e Say, na seqüência de economistas que abordaram a papel do empreendedor, Schumpeter tornou-se uma referência, amplamente citada até os dias de hoje, quando se discute a função empreendedorial. Schumpeter (1961) e sua obra *Theory of economic development* (Teoria do desenvolvimento econômico) ancoram uma larga rede de citações entre os acadêmicos que estudam o empreendedorismo (GRÉGOIRE *et al.*, 2006). Sua grande contribuição teórica, foi associar o empreendedor com a inovação e a partir daí com o desenvolvimento econômico. Como diz Liouville (2002, p. 4),

para Schumpeter o exercício da função de empreendedor não se reduz a uma questão de estatuto. O exercício da função de empreendedor é uma questão de vontade e de comportamento. Para ser um empreendedor schumpeteriano não é o suficiente criar uma empresa visando somente copiar um conceito existente.

Schumpeter (1961) sustenta que o empreendedor tem um papel bastante definido, que se manifesta quando ele realiza mudanças ou revoluções nos padrões de produção ao abrir novas possibilidades, transformando com isso algo que já é conhecido, desbravando novas fontes de oferta, criando novos mercados, reorganizando a indústria etc. Segundo Minniti; Bygrave; Autio (2005), ele via esse papel como um ato de destruição criativa.

É o exercício desse papel que leva os empreendedores a ingressarem no processo de “destruição criativa”, continuamente levando à obsolescência toda ordem de métodos e produtos existentes, via inovações (MORRIS; LEWIS; SEXTON, 1994). Esse processo, a cada dia, torna-se cada vez mais acelerado, através da melhoria de produtos e serviços, fazendo com que a obsolescência seja cada vez mais acelerada. Assim como

é um motor do crescimento econômico, o empreendedor schumpeteriano é, também, além de inovador, um líder (PRAAG, 1999).

Na concepção de Schumpeter (1961), o processo produtivo é resultante da combinação dos materiais e forças que estejam disponíveis, com os quais se podem produzir coisas iguais às que vinham sendo produzidas, ou coisas melhoradas, com alguma diferença resultante do aperfeiçoamento contínuo. Nesse caso ainda não existe algo que se possa chamar de fenômeno novo, pois as mudanças que acontecem são contínuas; só a descontinuidade nas mudanças, os saltos tecnológicos, por exemplo, é que geram um fenômeno novo.

Define então Schumpeter (1961) o desenvolvimento como a realização de novas combinações, aí englobando a introdução de novos produtos, criação de novas formas de produção, surgimento de novos mercados, a disponibilidade de novas matérias-primas e o surgimento de novas empresas. Tanto para o processo de execução dessas novas combinações, quanto para quem se incumbem de realizá-las ele tem os termos adequados para as designar. Nas suas palavras, “a execução das novas combinações nós chamamos de ‘empreendimento’; aos indivíduos cuja função é levá-la a cabo nós chamamos ‘empreendedores’” (SCHUMPETER, 1961, p. 74).

Ainda segundo Schumpeter (1961): só se é empreendedor enquanto se consegue fazer novas combinações, pois, ao passar a dirigir o negócio perde-se essa condição e torna-se apenas administrador; empreender e gerir são funções diferenciadas; as inovações necessariamente não precisam ser invenções e egocentrismo é uma característica do empreendedor típico. Para ele a diferenciação entre empreendedor e não-empreendedor se dá pelo ato inovativo (McMULLEN; SHEPHERD, 2006). Ao passar a dirigir a empresa e cuidar da burocracia, o empreendedor deixa de executar

combinações novas, função que o caracterizava bem, e torna-se a partir daí um gestor. Passa a outra condição.

Entende-se aqui, no entanto que é possível gerir a empresa e continuar a produzir novas combinações, o que nesse caso configuraria também uma condição de empreendedor.

Essa colocação de Schumpeter é um ponto de vista próprio, não uma definição universal.

As idéias de Schumpeter, apesar de terem sido apresentadas há mais de três quartos de século, continuam atuais, sendo objeto de discussões e são continuamente lembradas.

2.2.3 McClelland

Diferentemente de Cantillon, Say e Schumpeter, que abordaram teoricamente o papel do empreendedor, McClelland (1961) realizou estudos empíricos. Segundo Cornelius; Landstrom; Persson, (2006), ele foi um dos primeiros a usar as teorias da ciência comportamental para realizar estudos de cunho empírico sobre a motivação para empreender, procurando estabelecer um elo entre a necessidade de realização e o desenvolvimento econômico de determinadas sociedades. Dizem eles:

Através de um grande número de estudos construídos experimentalmente, McClelland mostrou a ligação entre o desenvolvimento de uma nação e seu desenvolvimento econômico. Ele concluiu que os países que são economicamente mais desenvolvidos são caracterizados por um forte direcionamento nas normas institucionais e pela abertura em direção a outros povos e seus valores, bem como para as comunicações entre pessoas. Nesse contexto os empreendedores são reconhecidos como uma força importante direcionada para o desenvolvimento (CORNELIUS; LANDSTRÖM; PERSSON, p. 381).

Uma fonte de inspiração para McClelland foi Weber (2001), que construiu uma teoria segundo a qual o espírito do capitalismo, devido aos valores e à ética protestante,

foi muito mais favorecido nos países de maioria evangélica que nos países de maioria católica.

O arcabouço teórico de McClelland (1961) foi sumarizado por Yasin (1996, p. 70) como uma seqüência de acontecimentos, originando-se nos valores do protestantismo, passando pelo treinamento das crianças e o desenvolvimento, nelas, de uma alta necessidade de sucesso e daí, como decorrência o desenvolvimento do desejo de empreender, culminando com o crescimento econômico da sociedade (FIG. 4).

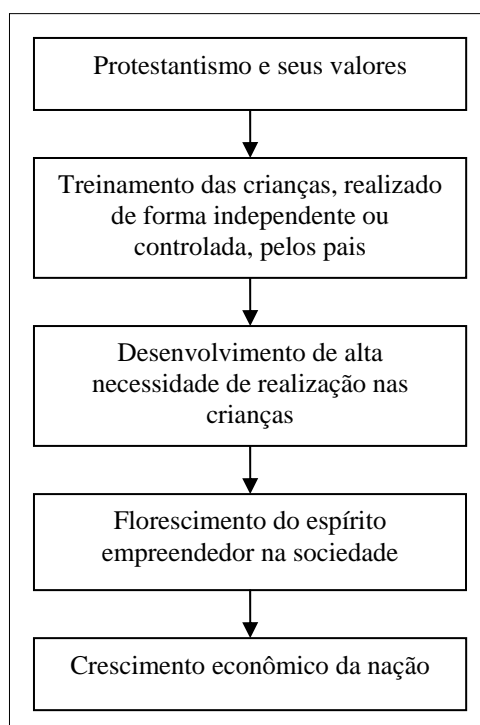


FIGURA 4 – Sumário do arcabouço teórico de McClelland para o desenvolvimento econômico

Fonte: YASIN, 1996, p. 70.

Entre outras coisas, McClelland “estudou histórias infantis, em verso e prosa, contos folclóricos e outros veículos de comunicação social para a transmissão inconsciente de valores” (LEITE, 2000, p. 80) e aplicou questionários com e sem escalas (McCLELLAND, 1961) e uma versão modificada do Teste de Apercepção Temática (HALL; LINDZEY; CAMPBELL, 2000; McCLELLAND; WINTER, 1970).

Seus estudos permitiram que ele chegasse às conclusões de que nas sociedades onde existiu alta necessidade de realização houve crescimento econômico (ver FIG. 5).

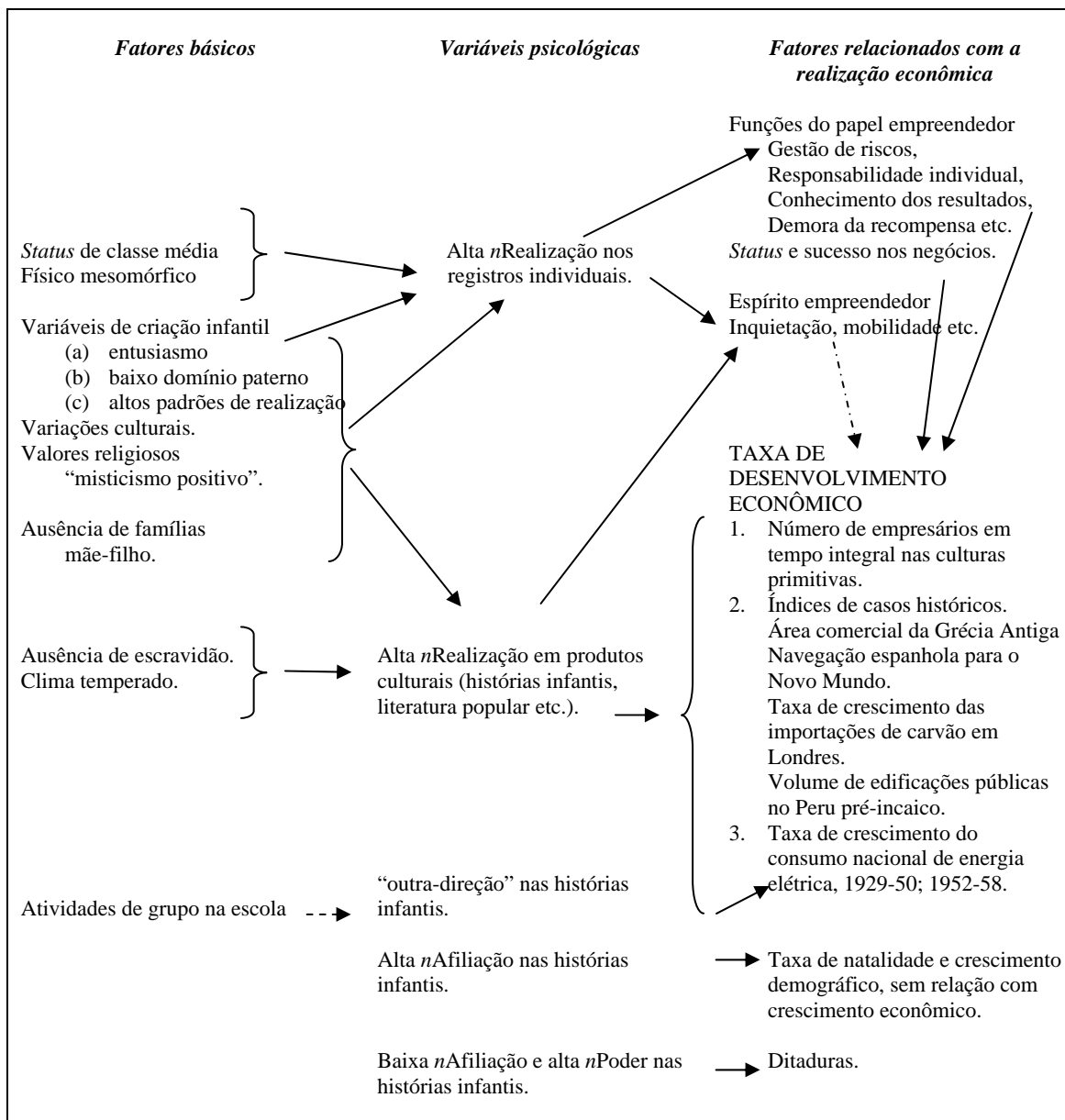


FIGURA 5 - Fluxo das inter-relações das variáveis-chaves que se acreditam relacionadas com o desenvolvimento econômico.

Fonte: McCLELLAND, 1961, p. 348.

Para McClelland (1987), a melhor maneira de se mensurar a intensidade da necessidade de realização, nas pessoas, é através da utilização de codificações de histórias criadas a partir de gravuras ou de frases que representem uma situação.

Referindo-se aos processos utilizados por McClelland (1961), durante a realização dos seus estudos, Hall; Lindzey; Campbell (2000, p. 216) dizem que ele codificou “as imagens de *nAch* em livros didáticos da escola elementar de vários países. Os níveis resultantes de imagens apresentaram correlação com um índice de crescimento econômico”. Apesar de inúmeras críticas ao TAT, que requer pessoas, muito bem treinadas para sua aplicação, uma meta-análise realizada por Spangler (1992) confirmou a validade desse teste para medir a necessidade de realização. Algumas das histórias utilizadas nas suas pesquisas podem ser encontradas no seu livro *The achieving society*, (McCLELLAND, 1961, p. 453-460), que reúne materiais da Rússia, Índia, França, Chile, Bélgica e Turquia.

Referindo-se à importância da influência dos pais no grau de empreendedorismo apresentado em uma determinada sociedade, Cardon *et al.* (2005) argumentam que os estudos de McClelland foram baseados em uma perspectiva cultural americana, e que a forma como os pais se comportam varia através das várias culturas existentes no planeta. Eles lembram que embora alguns elementos essenciais do empreendedorismo estejam presentes, através das culturas, existem diferenças significantes de uma para outra. Em algumas as crianças morrem devido à pobreza, enquanto em outras as do sexo masculino são premiadas e as do sexo feminino são abandonadas para que morram (CARDON, *et al.*, 2005).

O enfoque que importa, no que se refere ao empreendedorismo, nas pesquisas realizadas por McClelland, é a associação que ele fez da necessidade de realização com o crescimento econômico. Antes de McClelland (1961) essa necessidade já tinha sido descrita em um trabalho de Murray, datado de 1938 (SHAVER; SCOTT, 1991; YASIN, 1996). Para Murray, a necessidade é um construto que envolve

Desejo de realizar algo difícil. Dominar, manipular e organizar objetos físicos, seres humanos ou idéias. Fazer isso tão rapidamente e independentemente quanto possível. Superar obstáculos e atingir altos padrões. Superar a si próprio. Igualar e suplantar outros. Aumentar o auto-respeito via bem sucedida utilização do talento (MURRAY, 1938, p. 164 *apud* SHAVER; SCOTT, 1991, p. 31; YASIN, 1996, p. 69).

Posteriormente Murray (1955) sintetizou sua definição de necessidade de realização, ou *nAch* (do inglês *need of Achievement*) como o desejo de superar os obstáculos que surgem, obter satisfação com o exercício do poder e conseguir tão rápido quanto possível fazer bem o que for preciso realizar.

Segundo Stewart *et al.* (2003), McClelland foi o responsável pela elaboração do construto da motivação para a realização, promovendo, a partir daí, o interesse nos estudos sobre empreendedorismo, ao associar esse fator com o desejo de empreender. De fato, McClelland (1961) estabeleceu a hipótese de que empreendedores atuantes geralmente têm alta necessidade de realização e sugeriu que nos países onde houver maior incidência desses indivíduos haverá maior rapidez no desenvolvimento econômico.

As pesquisas de McClelland, segundo Brockhaus (1982), mostraram que as pessoas com alta necessidade de realização são inclinadas para a resolução de problemas e para alcançar metas em função de seus esforços. Por conta disso ele sugeriu que empreendedores poderiam ser portadores de alta necessidade de realização, ou *nAch*. Todavia “ele nunca conectou diretamente a *nAch* com a decisão de possuir e gerenciar um negócio” (BROCKHAUS, 1982, p. 42).

McClelland (1961) conectou a variável psicológica *necessidade de realização* com algumas funções, do papel desempenhado pelos empreendedores, relacionadas à realização econômica, a saber: assumir riscos, responsabilidade pessoal, monitoramento de resultados e demora em obter recompensas.

Segundo Shane; Locke; Collins (2003), para McClelland tarefas de alta responsabilidade quanto ao alcance de metas e que exijam habilidades e esforço pessoal, possuam risco moderado e necessitem de *feedback* no que toca a resultados têm maior probabilidade de atrair indivíduos com alta necessidade de realização. Quanto à recompensa monetária, “o dinheiro não é tipicamente uma meta, mas fornece a referência para medição do desempenho” (PENDERGAST, 2003, 46). A avaliação de resultados é um fator importante na função empreendedora: “Pessoas que tem altos níveis de motivação para a realização tendem a estabelecer metas desafiadoras e tentar alcançar essas metas. Essas pessoas valorizam o *feedback* e usam isso para avaliar suas realizações” (LUMPKIN; ERDOGAN, 1999, p. 4).

Segundo Hornaday; Aboud (1971, p. 142) o trabalho de McClelland visando prever o sucesso empreendedor através da necessidade de realização, tal qual foi enfatizado pelo próprio, deve ser considerado até com a exclusão de outros fatores. Eles relatam uma entrevista de McClelland, em 1969, para a revista Forbes:

"Nós despendemos vinte anos estudando justamente isso [porque um homem de negócios alcança o sucesso e outro não], vinte anos no laboratório realizando pesquisa muito cuidadosa, e *isolamos a coisa específica. Nós sabemos o tipo exato de motivação que faz um empreendedor ser melhor.* [Itálicos nossos (desses autores)] Não necessariamente um melhor dirigente da General Motors; eu estou falando acerca do homem que inicia um negócio". Ele queria dizer que a específica característica é a necessidade de realização do indivíduo (HORNADAY; ABOUD, 1971, p. 142).

Na concepção de McClelland (1961), não é necessário, para ser empreendedor, que o indivíduo tenha aberto uma empresa, ou seja dono de uma empresa. Outras pessoas podem também ser empreendedoras. Para ele “um empreendedor é alguém que exerce o controle sobre os meios de produção e produz mais do que ele pode consumir e em decorrência vende (ou troca) essa produção objetivando renda pessoal (ou familiar)” (McCLELLAND, 1961, p. 65). Cabe aqui observar que McClelland incluiu em suas pesquisas executivos de empresas, pessoas que não apresentavam as condições de

fundadores ou proprietários. Shane; Locke; Collins (2003) têm opinião parecida, pois para eles o importante é o processo criativo. Eles seguem uma definição de empreendedor adotada por Shane; Venkataraman (2000, p. 218) que dizem ser o empreendedorismo o caminho das "oportunidades para criar bens futuros e descobrir, avaliar e explorar serviços".

Os empreendedores estudados por McClelland na verdade foram recrutados entre gerentes gerais, das áreas de vendas e marketing, finanças, engenharia e pessoal (Carland *et al.* 1984, 356).

Uma revisão mais detalhada dos estudos sobre necessidade de realização, propensão ao risco e preferência por inovação pode ser encontrada em Stewart *et al.* (1999).

Para Mitchell *et al.* (2002) a busca por resultados significantes na tentativa de isolar características demográficas ou psicológicas universais, em empreendedores, ainda não surtiu os resultados desejados. Na mesma linha, Ravasi; Turati (2005), ancorados em diversos autores, argumentam que ainda não foram produzidos resultados definitivos que demonstrem peculiaridades dos empreendedores através dos seus traços psicológicos. Como as teorias de personalidade são concebidas para explicar situações gerais, elas podem perder eficácia quando aplicadas em situações particularizadas (FRANKE; LUTHJE, 2004). Apesar do criticismo quanto à existência de uma personalidade empreendedora, desde a metade dos anos 80, especialmente quanto à teoria de McClelland, uma nova corrente de estudos tem se voltado para as características empreendedoras, com uso de medidas de personalidade ou criando-se tipologias para indicar o sucesso empresarial (KORUNKA *et al.*, 2003). Um outro caminho é o do exame das características cognitivas do empreendedor: "Este caminho

sugere que as percepções individuais da realidade podem exercer um papel importante na determinação da atividade empreendedora” (SIMON; HOUGHTON, 2002, p. 107). Singh; DeNoble (2003), resumindo vários autores, dizem que muitos dos estudos que não apresentaram resultados satisfatórios, relacionando a personalidade dos indivíduos com sua propensão ao empreendedorismo, têm problemas de ordem metodológica. Esses problemas podem ter influenciado os resultados.

Mueller; Thomas (2000, p. 54), resumindo diversos autores e seguindo outra linha, dizem que “em adição ao puxa e empurra de fatores, características pessoais (algumas vezes chamadas de traços de personalidade) também desempenham um papel na abertura de um novo negócio”. Para eles é possível se encontrar, nas teorias de McClelland, vários traços que podem explicar o comportamento dos empreendedores, a saber: necessidade de realização, moderação ao lidar com riscos, atração por atividades novas e responsabilidade pelos atos que comete. Ainda resumindo vários autores, eles dizem que apesar das críticas que até agora foram formuladas sobre os estudos com traços, o interesse por essa linha de investigação ainda continua, pois novas pesquisas têm sido realizadas e alguns resultados indicaram que pode haver divergência entre empreendedores e o restante da população quanto à motivação, valores e atitudes (MUELLER; THOMAS, 2000).

Um estudo exploratório realizado por Mueller; Thomas (2000), em nove países, com estudantes universitários de últimos períodos ouviu mais de 1800 pessoas. Esse estudo examinou dois traços empreendedores (inovatividade e *locus* interno de controle) e a cultura de cada país como fator contextual. Os resultados deram suporte à suposição de que algumas culturas são mais favoráveis ao desenvolvimento do empreendedorismo do que outras, mostrando que nos indivíduos que vivem onde impera uma cultura, do

tipo individualista, há uma propensão ao aumento do *locus* de controle interno. O estudo também deu suporte à hipótese de que orientação empreendedora é mais provável em culturas com baixo receio de incertezas (individualistas) do que naquelas onde esse receio é alto (coletivistas). Os pesquisadores concluíram pela existência de indicativos de que uma cultura nacional que dê suporte ao empreendedorismo, *ceteris paribus*, aumenta o potencial empreendedor do país (MUELLER; THOMAS, 2000).

Apesar de terem utilizado, no estudo, a necessidade de realização como um traço empreendedor, o que poderia reforçar os resultados obtidos por McClelland (1961), eles deixaram a sugestão no sentido de que

Futuras pesquisas expandam essa investigação ao incluir outros traços associados com o comportamento empreendedor bem como o efeito de outros fatores contextuais como o sistema educacional, a política econômica e o estágio de desenvolvimento econômico (MUELLER; THOMAS, 2000, p. 52).

Algumas das críticas a McClelland (1961), aparentemente, são decorrência de uma má leitura ou interpretação da sua obra, pois para ele há uma separação entre a pré-condição e o ato em si. Possuir traços, demonstrar interesse ou viver uma cultura empreendedora não significa que o indivíduo vai optar pelo auto-emprego. Ele pode ter as pré-condições, mas não chegar a utilizá-las. Isto pode ser visto de forma clara nas palavras do próprio McClelland:

Entretanto ainda falta uma ligação perdida na nossa análise, Se nós conseguimos mostrar que os indivíduos com alta necessidade de realização provavelmente se comportam de forma empreendedora, ainda não temos como demonstrar que eles vão terminar ocupando uma posição empreendedorial em uma determinada sociedade (McCLELLAND, 1961, p. 239).

Possivelmente tentando influenciar os indivíduos com alta necessidade de realização a se engajarem efetivamente na atividade para futuramente ocuparem uma posição empreendedorial na sociedade, McClelland fundou a McBer & Company, uma empresa de consultoria, que em conjunto com a Management Systems Internacional

realizou pesquisas durante cinco anos para a United States Agency for International Development (USAID) e desenvolveu um treinamento para reforçar capacidades empreendedoras. Esse treinamento foi posteriormente adaptado, inicialmente em conjunto com a Organização das Nações Unidas (ONU), e atualmente é oferecido em diversos países do mundo através do programa Emprendedores y Tecnología (EMPRETEC), ligado a United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). Outro treinamento derivado das pesquisas de McClelland é o Competency based Economies through Formation of Enterprise (CEFE), ligado à Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), uma organização alemã. A metodologia CEFE agregou também idéias oriundas de David Kolb, Paulo Freire, Abraham Maslow e Karl Rogers (PEREYRA *et al.*, 2003). Os treinamentos realizados por McClelland (1970) deram resultados, aumentando a necessidade de realização, quando ele conduziu experimentos em regiões consideradas subdesenvolvidas. Isso poderia gerar dúvida sobre se em nações desenvolvidas o resultado seria similar. Hansemark (1998), realizando experimentos com o objetivo de ampliar o *nAch* (necessidade de realização) também encontrou evidências que dão suporte à hipótese de que treinamento em empreendedorismo pode aumentar a necessidade de realização e também o *locus* interno de controle.

2.2.4 Drucker

Na mesma linha de Cantillon, Say e Schumpeter, quanto à origem do seu pensamento, Peter Drucker contribuiu a partir de suas observações pessoais. Sua contribuição no campo da gestão foi grande pela quantidade de livros que escreveu e artigos que publicou. Foi considerado um dos mais destacados pensadores no campo da gestão (KURATKO, 2004) e, mesmo próximo à morte, com idade avançada, ainda

continuava a tornar públicas suas idéias inovadoras. No campo do empreendedorismo - bem como nos demais onde deixou sua contribuição, ver Bertero (2006) - ele não realizou pesquisa empírica, pelo menos isso não transparece no seu livro *Innovation and entrepreneurship* (Inovação e espírito empreendedor, na sua tradução brasileira). Segundo Katz (2003), esse livro, que teve sua primeira publicação, nos Estados Unidos, no ano de 1985, foi o responsável não só pelo processo de **legitimização** (a ênfase é nossa) do estudo do empreendedorismo nos corpos docentes das escolas americanas que se destacavam no ensino dos negócios, como também pelo aumento do interesse pelo assunto entre os ex-graduados por essas escolas.

Mesmo sendo visto com reservas nos círculos acadêmicos, possivelmente até por conta de ciúmes, em decorrência de sua grande influência entre os Administradores (o termo aqui se refere aos administradores profissionais), e criticado porque os seus textos careciam de embasamento científico e conceitual (BERTERO, 2006), Drucker inegavelmente também influenciou o estudo do empreendedorismo e de outras áreas no campo do conhecimento administrativo.

No campo do ensino do empreendedorismo ele também foi um dos pioneiros. Seis anos após Myles Mace ter oferecido um curso de empreendedorismo na Harvard Business School, nos idos de 1947, Drucker iniciou o seu próprio curso na área, ao ministrar aulas de empreendedorismo e inovação na Universidade de Nova Iorque (COOPER; HORNADAY; VESPER, 1997).

Drucker (1993) apresenta o empreendedorismo como uma prática e uma disciplina. Nas palavras de Carton; Hofer; Meeks (1998), o que Drucker quis dizer é que o empreendedorismo não é uma maneira de ser, da mesma forma como não se limita à

elaboração de planos de negócios que nem sempre são viabilizados, e sim pelo início da ação de fato, representado pela abertura de um novo negócio, ou nova organização.

Na realidade o empreendedorismo tem sido também um sub-campo nas disciplinas de economia, geografia, finanças, estratégia, psicologia etc. (ACS; AUDRETSCH, 2003). Diferentemente de Drucker (1993), Bygrave (1989b, p. 28) vê o empreendedorismo sob outro prisma, ao dizer que ele, “depois de tudo é uma ciência da turbulência e da mudança, não continuidade”. Aqui se enfatiza apenas o aspecto de ciência, dado que no decorrer dos anos, após a publicação do livro de Drucker, os estudos no campo do empreendedorismo avançaram bastante, com várias publicações dedicadas à área e inúmeros resultados de pesquisa sendo publicados ou apresentados em congressos ao redor do mundo. Entretanto os estudos ainda estão esparsos e muitos deles são conflitantes e inconclusivos. Em função disso a forma como Drucker enxergou o empreendedorismo também continua válida.

O foco do empreendedorismo, na argumentação druckeriana, está direcionado para a inovação. Drucker foi quem identificou a inovação como um fator-chave para a contínua sustentação dos negócios (WONG; CHEUNG, 2005). Segundo Leite (2000, p.112), “a inovação é um dos principais instrumentos na luta pela sobrevivência no mundo empresarial”.

Como Schumpeter, ele alega que é ao realizar algo novo que se manifesta a principal característica do comportamento do empreendedor, que é ser inovador (RAUCH; FRESE, 2000). Alega ainda que é no processo de inovação onde está a maior ferramenta do empreendedorismo (CROMIE, 2000; GUROL; ATSAN, 2006) e que sua essência poderia estar na motivação para fazer as coisas de forma diferente da que está sendo feita, e fazê-las melhor (KIESSLING; RICHEY, 2004).

Para Drucker (1993), empreendedor é quem cria novos mercados e novos consumidores, isto através da geração de novas satisfações para o consumidor. Sob essa ótica quem apenas abriu um novo negócio, se não atendeu ditas condições, não pode ser considerado como tal. Para alguém ser empreendedor, tem que possuir características especiais, criar algo novo, diferente, mudando ou transformando os valores existentes; e isso está relacionado a inovação e gestão (DRUCKER, 1993). Em decorrência desse posicionamento, ele então afirma que

Empreendedores inovam. Inovação é o instrumento específico do empreendedorismo. É o ato que dota os recursos com uma nova capacidade para criar riqueza. Inovação, portanto, cria um recurso. Não há algo como um 'recurso' até que o homem encontre um uso para alguma coisa na natureza e a dote com valor econômico (DRUCKER, 1993, p. 30).

A inovação, segundo Drucker (1993) pode ser uma mudança provocada pelo homem no potencial de se produzir riquezas nos recursos de que ele dispõe; no entanto, não precisa ser técnica; ela pode ser de cunho social, como o jornal, o seguro e as compras a prazo. Inovação, para ele,

portanto, é mais um termo econômico ou social do que técnico. [...] Ou como um economista moderno tenderia a fazer, pode ser definido em termos de demanda em vez de termos de oferta, que é, como mudando o valor e satisfação obtidos a partir de recursos pelo consumidor (DRUCKER, 1993, p. 33).

Como a inovação, para Drucker (1993), é parte do processo empreendedor, ele afirma ser necessário, para quem quer empreender, antes de qualquer coisa, aprender como praticar a inovação de forma sistemática. Essa inovação sistemática é definida por ele como sendo “a busca deliberada e organizada de mudanças, e a análise sistemática das oportunidades que essas mudanças podem oferecer para a inovação econômica e social” (DRUCKER, 1993, p. 35). Para realizar essa inovação sistemática o empreendedor precisará continuamente monitorar as sete fontes de oportunidades, que ele separa em dois grupos – dentro e fora da instituição ou do setor -, a saber:

- *o inesperado* – sucesso inesperado, falência inesperada, evento externo inesperado;
- *a incongruência* – entre a realidade como é de fato e a realidade como é hipotetizada ou como “poderia ser”;
- *inovação baseada na necessidade do processo*;
- *mudanças na estrutura da indústria ou do mercado* – que pega todo mundo de surpresa;
- *mudanças demográficas*;
- *mudanças na percepção, disposição e significado*;
- *novos conhecimentos* – ambos científicos e não-científicos (DRUCKER, 1986, p 35).

Tentando-se melhor entender o pensamento de Drucker (1993), talvez se possa concluir que ao lidar eficazmente com essas fontes de oportunidades o empreendedor estará ampliando as suas chances de sucesso.

Leite (2000, p. 26, 2006, entrevista pessoal) propõe uma integração das idéias de Schumpeter, McClelland e Drucker para uma proposição de como deve ser o indivíduo empreendedor (FIG. 6):

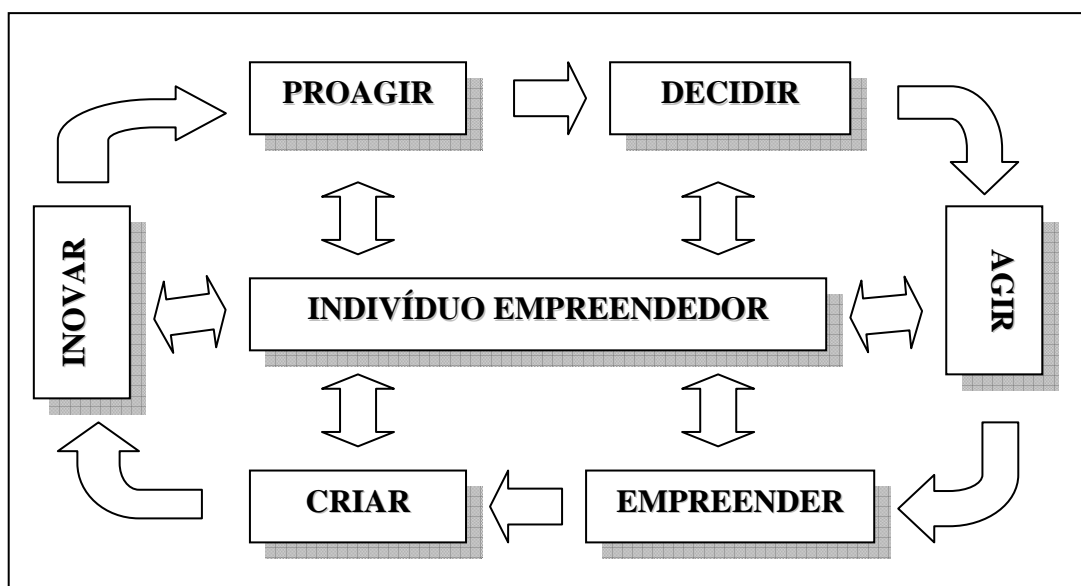


FIGURA 6 - Integração das idéias, quanto ao empreendedor, contidas em Schumpeter, McClelland e Drucker.

Adaptado de: LEITE, 2000, p. 26; LEITE, 2006, entrevista pessoal.

Na sua concepção, consoante as proposições desses autores o indivíduo empreendedor é alguém que sente necessidade de criar novos produtos e serviços para atender as demandas da sociedade ou inovar, melhorando o que já existe. Para executar

essas ações é necessário ser proativo (ter visões e antecipar o futuro) e estar decidido a agir da forma que julgue adequada para iniciar a atividade a que se propõe, ou seja, empreender. Nesse contexto ele atua e exerce a destruição criativa.

2.2.5 Contribuições recentes

A lista de contribuições às interpretações sobre o papel do empreendedor é enorme, provindo dos mais variados campos do conhecimento, a saber: economia, sociologia, psicologia, geografia, administração, engenharia, história etc. Destaca-se aqui Scott Shane, o autor mais citado nos últimos anos (CORNELIUS; LANDSTRÖM; PERSSON, 2006), pela sua contribuição quanto à conexão do indivíduo com a oportunidade, no processo empreendedor (FIG. 7), quer seja individualmente ou em co-autoria. A FIG. 7 resume essa contribuição.

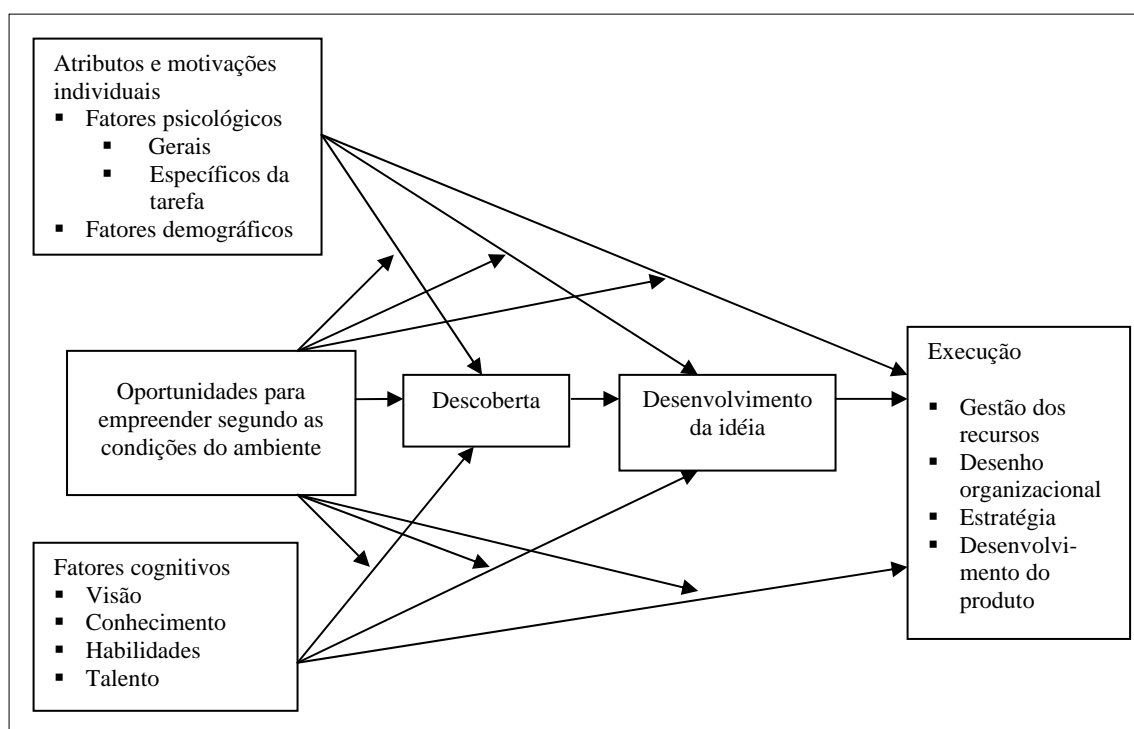


FIGURA 7 – Um modelo do processo empreendedor e da motivação para empreender

Adaptado de: SHANE, 2003, p. 11, SHANE; LOCKE; COLLINS, 2003, p. 274.

O modelo de Shane (2003) procura demonstrar que existe uma conexão individual do empreendedor com a descoberta e exploração de oportunidades, em que exercem influências seus atributos individuais, decorrentes de fatores psicológicos e demográficos, e o ambiente, aí incluídos o macroambiente e a indústria. Segundo o citado autor (2000), existem evidências, embora não possam ser generalizadas para toda a população, de que prévio conhecimento pode influir na descoberta de oportunidades. Se conhecimento for decorrente de nível educacional, é um fator demográfico que, conjuntamente com outros desse grupo (sexo, idade, etnia, religião etc.), e os de origem psicológica, pode interferir na possibilidade da descoberta de uma oportunidade. Para Shane (2003, p. 19) “qualquer explicação sobre oportunidades empreendedoras requer discussão sobre sua procedência”.

Como vêm desde Schumpeter (1961) as discussões sobre oportunidade (ACS; VARGA, 2005), Shane recorre a ele, e também a Kirzner, para explicar a origem dessas fontes, admitindo a possibilidade de que tanto o modelo de oportunidades schumpeteriano, quanto o kirzneriano estejam presentes na economia. A oportunidade na ótica de Schumpeter, é resultante do desequilíbrio e requer novas informações, além de ser rara, muito inovativa e necessitar de criatividade. Por seu turno, Kirzner acha que oportunidade decorre do equilíbrio e não requer novas informações, sendo comum e também menos inovativa, com pouca abrangência quanto a novas descobertas (SHANE, 2003; SHANE; ECKHARDT, 2003; SHANE; VENKATARAMAN, 2000).

Para Shane, o processo empreendedor é uma seqüência de passos em que, a partir da existência de uma oportunidade, o empreendedor, em função de suas características e habilidades pessoais e de como ele pode atuar no ambiente, decide pela exploração da oportunidade e parte em busca dos recursos necessários, após o que

estabelece a sua estratégia empreendedorial, organiza o processo e executa (SHANE, 2003).

Shane não criou uma nova teoria para o empreendedorismo; na realidade, o que ele propõe – e isso pode ser visto na FIG. 7 – é um arcabouço, sintetizando reais possibilidades, de pesquisa nessa área (CASSON, 2005). Sarason; Dean; Dillard (2006) sugerem que essas possibilidades poderão ser ainda mais estendidas através da utilização da teoria da estruturação, o que possibilitaria ampliar a sua perspectiva teórica.

2.3 Empreendedorismo e crescimento econômico

Segundo Reynolds (1997, p. 449) “todos os anos em economias de mercado, milhões de novas empresas são abertas em todo o mundo. Existe uma forte suspeita de que aqueles que estão começando novas empresas são indivíduos com características iguais ou em situações distintas”. Esses indivíduos, os empreendedores, dependendo da motivação pela qual se viram impelidos ao empreendedorismo, podem ser os responsáveis pela aceleração ou estagnação do desenvolvimento da região onde atuam.

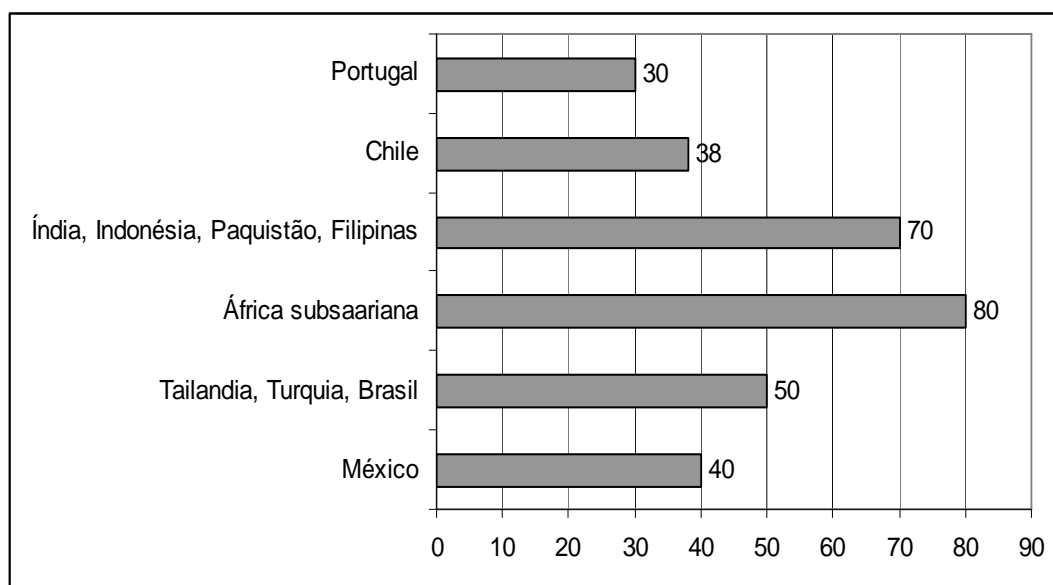
Para Lezana (1995) é através da promoção de pequenas e médias empresas que se consegue fazer desenvolvimento regional, tendo-se como parceiros o governo, através de sua administração direta e indireta, e as organizações ligadas à iniciativa privada. Tanto via poder público, como através da iniciativa privada, a participação das universidades também é crucial.

Conforme o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) (2004), as pequenas e médias empresas ao entrarem no mercado aumentam a competição já existente e geram empregos, além de serem fonte de inovação e

empreendedorismo. Uma decorrência desse processo é o desenvolvimento econômico da comunidade com quem elas estão interagindo.

Com a diminuição da oferta de trabalho no campo, por conta do uso de mais tecnologia, tem aumentado o êxodo rural e crescido o setor não-agrário informal nas cidades. Por falta de alternativas de emprego na cidade, muitas pessoas buscam o microempreendedorismo como uma forma de auto-emprego. O Brasil, segundo dados do PNUD (2004), está emparelhado com a Tailândia e a Turquia em percentual de trabalhadores informais não agrários, superando o México, Portugal e o Chile, só ficando atrás de países ou regiões com maior tradição de problemas nessa área (GRAF. 4).

Gráfico 4 – Estimativa de trabalhadores não agrários do setor informal



Fonte: PNUD (dados originais da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e Banco Mundial), 2004, p. 12.

O desafio é transformar os microempreendedores informais, que estão nessa multidão, em empreendedores formalizados, e tornar o empreendedorismo gerador de desenvolvimento e riqueza. Para o PNUD (2004), os pilares do empreendedorismo estão assentados sobre quatro elementos que se superpõem. Em primeiro lugar é necessário

um macroambiente global que favoreça a livre circulação de mercadorias e tenha regras bem definidas e que dê suporte ao macroambiente doméstico, elemento que vem em segundo lugar. É necessário que exista adequada infra-estrutura física e social, que permita a existência de um estado de direito estável. Essas bases deverão sustentar um ambiente de negócios, onde exista acesso a financiamentos, técnicas e conhecimento (FIG. 8).

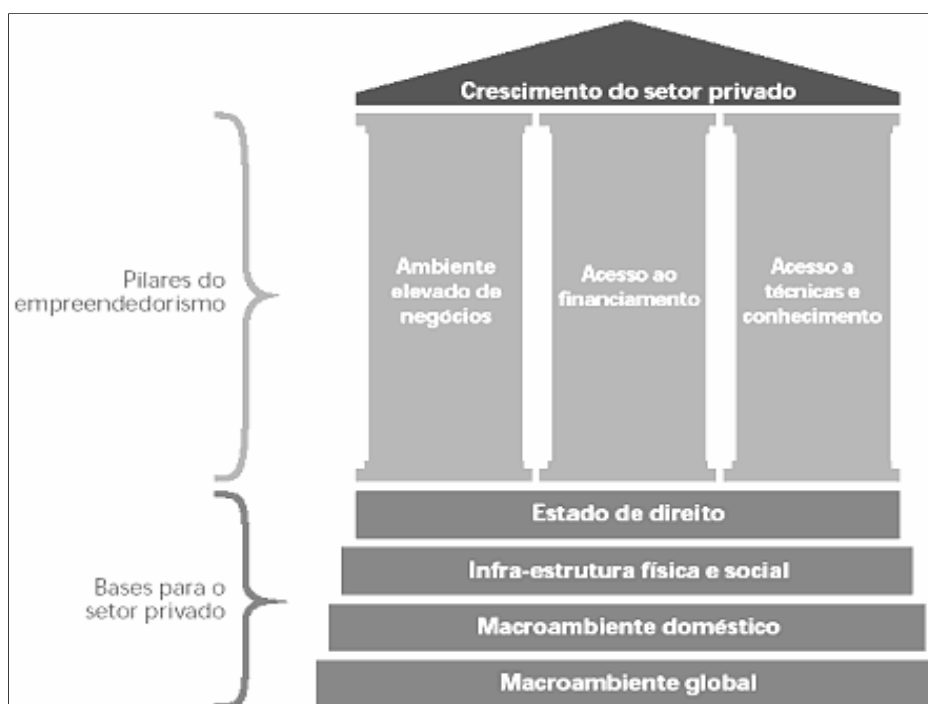


FIGURA 8 - Bases para o setor privado e pilares do empreendedorismo

Fonte: PNUD, 2004, p. 15.

O PNUD, a respeito, sugere aos governos as seguintes medidas:

Estabelecer um sistema nacional efetivo para treinamento e desenvolvimento de capacidades, envolvendo organizações de empregados e trabalhadores como atores principais. Desenvolver instituições de formação em gestão empresarial, incluindo escolas de negócios, para formar talento empresarial local. Conduzir pesquisas adicionais sobre empreendedorismo [...] visando melhor compreender as características empreendedoras (grifo do autor) e o ambiente de negócios” (PNUD, 2004, p. 28).

Utilizando-se dados do Banco Mundial, faz-se aqui uma comparação de dois países sul-americanos, o Chile e a Argentina, com o Brasil. Embora os dados já estejam desatualizados, e

sejam incompletos, pode-se ver (TAB. 1) que o Brasil tem um maior contingente na informalidade do que o Chile (9,21 pontos percentuais a mais) e supera a Argentina em 11,6 pontos percentuais, em termos de participação no PIB, daqueles que estão na economia informal.

Tabela 1 - Tamanho médio das empresas e participação da força de trabalho, formal e informal no PIB para o período 1990-99.

PAIS	PIB/PCA	PME_250	DF_PME	INFORMAL	INFO_PIB	PME_PIB
Argentina	7.483,77	70,18	70,18	...	21,80	53,65
Brasil	4.326,55	59,80	59,80	49,21	33,40	...
Chile	4.476,31	86,00	86,50	40,00

Fonte: AYYAGARI; BECK; DEMIRGÜÇ-KUNT, 2003, p. 22.

Nota: PIB/PCA é o PIB real *per capita* em dólares americanos. PME_250 é a participação do setor de PME nos empregos formais usando-se 250 empregados como o ponto de corte para a definição de PME. DF_PME é a participação do setor de PME nos empregos formais quando a definição oficial de PME do país é usada. INFORMAL é a participação das pessoas que estão no setor informal como uma porcentagem da força de trabalho do setor formal. INFO_PIB é a participação percentual, no PIB, dos que estão na economia informal. PME_PIB é a contribuição do setor das PME para o PIB (A definição oficial de PME do país é usada). Valores médios do período 1990-99 para todas as variáveis.

Havendo mudança nesse quadro, com transformações informais em formais, mediante acesso a financiamento, técnicas e conhecimento, mercê de políticas como as sugeridas pelo PNUD, é possível que ocorra maior crescimento do setor privado.

Se ocorre expansão do setor produtivo, notadamente na indústria, a economia se expande e cresce, haverá mais aporte de tecnologia, e, em decorrência, maior produtividade, com resultados para todos, em termos de aumento de renda e, conseqüentemente desenvolvimento do país (CYPHER; DIETZ, 1997)

A preocupação com o desenvolvimento não só de regiões subdesenvolvidas, assim como daquelas com maiores índices de emprego, renda e utilização de tecnologia, tem direcionado governos, universidades e organizações não-governamentais para o fomento do empreendedorismo, aquilo que Schumpeter (1961, p. 74) chamou de o “fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico”. Segundo Kantis; Ishida; Komari (2002, p. 1), “vários estudos, realizados recentemente, têm demonstrado o

quanto os novos negócios são importantes para o processo de criação de postos de trabalho, para a inovação e para o crescimento econômico”.

Pesquisa conduzida por esses autores para o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) obteve dados de mais de 1200 novos empresários, donos de empresas legalizadas e com negócios no Leste Asiático e América Latina. Os resultados evidenciam a realidade do empreendedorismo que está sendo praticado nessas regiões, como relatado a seguir por Kantis; Ishida; Komari (2002, p. 7):

- Os empreendedores são predominantemente do sexo masculino, com graduação universitária, ou pós-graduados, idade média de 40 anos; abriram suas empresas quando tinham entre 30 e 35 anos e usaram recursos próprios para financiar o empreendimento;
- Os empreendedores tiraram da própria experiência profissional a motivação, idéia, habilidade empresarial e os contatos profissionais para embasar a criação de seus empreendimentos;
- As empresas mais dinâmicas fazem maior uso de suas redes de contatos sociais com clientes, fornecedores e profissionais;
- A maioria das firmas dinâmicas é fundada por uma equipe de novos empresários com qualificações complementares;
- As motivações dos empreendedores incluem o desejo de realização pessoal, contribuição à sociedade e, também, o aumento da renda;
- Uma proporção preocupante dos empreendedores diz que a instrução formal não tem um papel decisivo e não estimula a criação de novos empreendimentos, embora reconheçam que os estudos universitários fornecem o conhecimento técnico necessário para tal;
- As firmas mais dinâmicas têm estratégias de negócio similares: entram em nichos de mercado com demanda crescente; seus competidores são outras PMEs; e seus produtos são diferenciados pela qualidade e serviço;
- Na fase de gestação, o capital vem, geralmente, da poupança pessoal do empreendedor, de seus amigos e parentes. Durante a fase inicial de desenvolvimento, a tendência é utilizar fontes de financiamentos externas, tais como empréstimos de bancos e instituições financeiras;
- A economia latino-americana é menos atrativa para novos empreendimentos que a do Leste Asiático, em razão da escassez do financiamento, da burocracia intensa e dos impostos e custos gerados pelos governos serem elevados. No Leste Asiático, os financiamentos são mais fáceis e a terceirização é um nicho de mercado bastante utilizado;
- As novas empresas do Leste Asiático crescem mais rapidamente e se tornam maiores do que os empreendimentos latino-americanos. Contam, também, com redes de contatos mais variadas e mais estáveis;
- A proporção de empreendimentos intensivos em tecnologia e de firmas exportadoras é mais elevada no Leste Asiático do que na América Latina;
- Os empreendedores do Leste Asiático são mais influenciados por modelos empresariais apresentados pela mídia do que os latino-americanos e, após se tornarem empresários, encontram mais oportunidades de uma mobilidade social mais efetiva.

Por conta das descobertas de seu estudo, uma das recomendações dos autores é o investimento em ações que permitam ampliar o número de pessoas com potencial para empreender e, para que isso aconteça, necessário se torna que se estimulem a motivação e a capacitação, principalmente dos jovens. A razão disso é que a maioria dos entrevistados na América Latina começou a se interessar pelo assunto quando tinha em torno de 25 anos e demorou ainda mais 5 para abrir o negócio (KANTIS; ISHIDA; KOMARI, 2002). Essas ações podem ser realizadas utilizando-se modelos como os sugeridos por Shane; Locke; Collins (2003) ou por Krueger; Carsrud (1993). Esses modelos serão discutidos em uma seção posterior.

Reportando-se à forma como o empreendedorismo pode ser bom para o desenvolvimento econômico, Acs (2006) diz que a influência positiva só virá do empreendedorismo de oportunidade, aquele em que a necessidade do mercado é identificada e alguém se propõe a explorá-la. Para Acs (2006), o outro tipo de empreendedorismo, o de necessidade (em que alguém abre um negócio porque está desempregado, ou porque se aposentou e quer ocupar o tempo, ou mesmo não encontrou outra atividade para realizar), não contribui para o desenvolvimento econômico de nenhuma região. Esse tipo não se enquadra no protótipo do empreendedor schumpeteriano, o qual pressupõe alguém que faça novas combinações e realize mudanças (SCHUMPETER, 1961). O argumento de Acs (2006) é que na relação entre os dois provavelmente exista uma correlação negativa entre empreendedorismo de necessidade e desenvolvimento econômico em países subdesenvolvidos, onde o nível de renda é baixo, e o inverso em países como os da OECD.

A posição de Acs (2006) encaminha para a indicação de que só haverá desenvolvimento econômico decorrente de empreendedorismo se surgirem

empreendedores de oportunidade, que promovam a destruição criativa do antigo, criando o novo – como quer Schumpeter (1961). O que acontece no empreendedorismo de necessidade é apenas uma busca pela sobrevivência, pois se alguém se torna empresário devido ao fato de que não encontrou outra opção de trabalho, sua ação não provocará mudança tecnológica, embora possa haver crescimento no número de empregos (ACS; VARGA, 2005, p. 331).

Para Audretsch *et al.* (2005) nos países onde podem ser observadas taxas de crescimento em atividades empreendedoras também se pode ver crescimento nas taxas de emprego, concluindo-se daí que existe impacto positivo do desemprego no auto-emprego. No entanto, ainda segundo Audretsch *et al.* (2005), podem ser encontrados na literatura estudos que mostram algum tipo de relacionamento positivo do desemprego com a geração de novos negócios ou o começo de um auto-emprego, o que eles chamam de "efeito refugiados", enquanto em outros é relatada uma ligação negativa, denominada por eles de "efeito empreendedor". Malgrado os comentários dos autores serem decorrentes de análises de dados de países da Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), aqui no Brasil fenômeno semelhante já ocorreu. Apesar de se estar utilizando informações anecdóticas (sem evidência empírica), pode-se lembrar o que aconteceu com muitas pessoas que deixaram seus empregos em empresas estatais ou mesmo da administração pública direta, por conta do estímulo à exoneração voluntária, e com o capital obtido de suas indenizações iniciaram um negócio. Muitos quebraram em pouco tempo. As razões podem ter sido várias: falta de conhecimentos sobre o ramo, carência de disposição empreendedora ou mesmo limitação de mercado. Audretsch *et al.* (2005) sugerem, a respeito, que deve ser encorajado o empreendedorismo real, não o de refugiados, produzindo-se então elevados níveis de

atividade empreendedora. Nas suas palavras, "indivíduos desempregados podem ter maior chance de escapar ao desemprego se obtiverem uma colocação junto a novos empreendedores (reais) do que iniciando e mantendo um novo negócio" (AUDRETSCH *et al.*, p.11). Esse efeito pode estar também relacionado à baixa qualidade do capital humano desses "refugiados", do que resulta por decorrência, pouca capacidade para identificar oportunidades, montar redes de relações, obter informações e gerenciar eficazmente um empreendimento.

Wennekers e Thurik, autores de um arcabouço teórico (FIG. 9) para analisar as conexões do empreendedorismo com o desenvolvimento econômico sustentam que "ligar o empreendedorismo ao desenvolvimento econômico também significa conectar o nível individual à empresa, ao macroambiente" (WENNEKERS; THURIK, 1999, p. 50).

Na sua análise (WENNEKERS; THURIK, 1999), partindo-se do nível individual se encontrará o indivíduo portador de intenções empreendedoras procurando uma forma de utilizar as suas habilidades na criação de algo novo. Ao ter atitude e utilizar suas habilidades para produzir ação, o empreendedor poderá ter como resultados a aquisição de riqueza pessoal e sua auto-realização. Nesse processo atuam como elementos facilitadores a cultura e as instituições do ambiente onde ele se encontra. O veículo para isso tanto pode ser uma pequena empresa ou uma unidade de uma grande empresa. A diferença nas duas situações é que na pequena empresa o empreendedor tem o controle, e na grande sua atuação pode carecer da liberdade que ele teria na outra. As ações desencadeadas por esses indivíduos aparecem na forma de novos processos, novos produtos e de inúmeras inovações organizacionais, e isso traz como resultados o surgimento de novos negócios inovadores, busca, criação e entrada em novos mercados.

Essas ações, ao nível de empresa, são impactantes para o desempenho organizacional. Quer seja em nível regional ou nacional, ou mesmo de agregado de empresas, as ações multifacetadas de novos experimentos, desencadeadas pelos empreendedores, geram uma grande competição de idéias e iniciativas que, de forma contínua, vai naturalmente selecionando as mais viáveis. Todo esse processo transforma o potencial produtivo da região ou país e o resultado é o desenvolvimento econômico, gerado através de um processo schumpeteriano, no qual agem como atores os empreendedores, os intraempreendedores e os gerentes (CARREE; THURIK, 2003; WENNEKERS; THURIK, 1999).

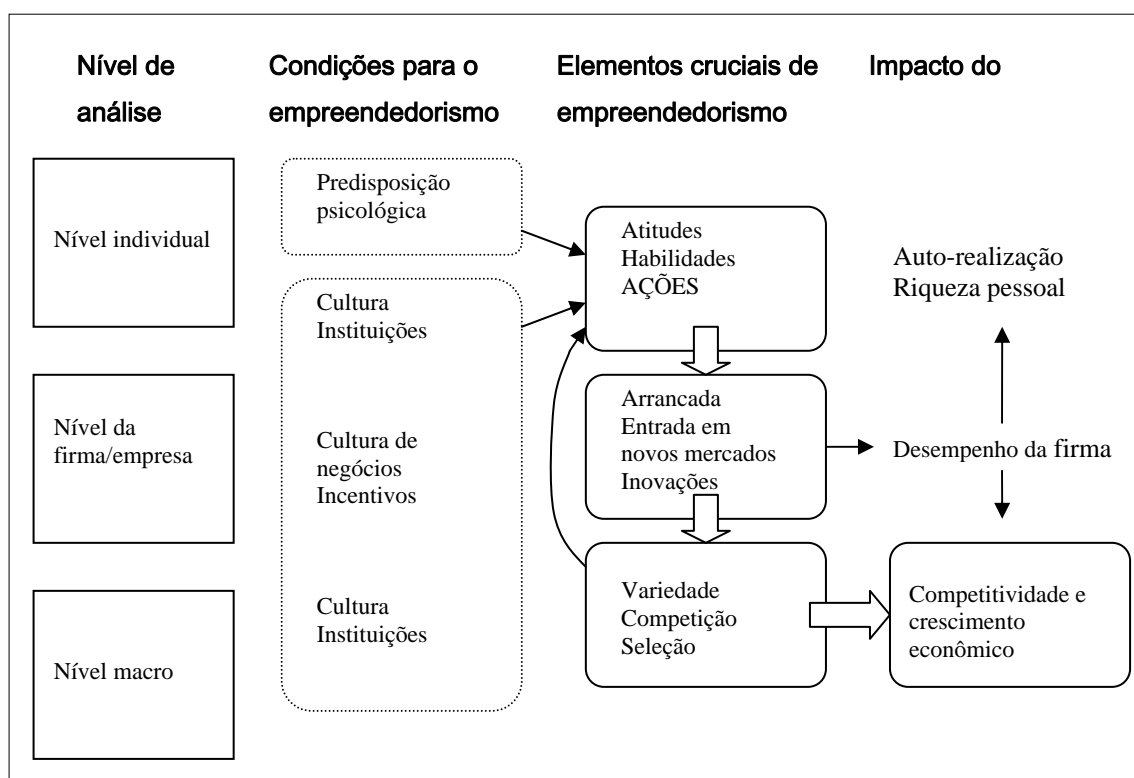


FIGURA 9 - Estrutura das ligações do empreendedorismo com o crescimento econômico
Fonte: WENNEKERS; THURIK, 1999, p. 51

O empreendedor que cabe nesse modelo de análise é o de oportunidade. O empreendedor de necessidade não cabe nesse processo, pois, na maioria dos casos,

senão em todos, ele não gera inovação, não produz aquilo que Schumpeter (1961) chama de destruição criativa, e não pode ser, portanto, um motor do desenvolvimento econômico.

A OECD (1998) entende que o empreendedorismo desempenha um papel de fundamental importância para que haja um bom funcionamento das economias de mercado, pois os empreendedores atuam nesse ambiente provocando mudanças e crescimento, ao tempo em que aportam e disseminam idéias inovadoras, expandindo, a partir daí, a atividade econômica. Esse papel desempenhado pelos empreendedores é importante porque eles são capazes de identificar oportunidades e assumir os riscos de viabilizar esse aproveitamento. Por conta disso existe uma decorrência importante para o país que tem grande número de empreendedores: é a geração ininterrupta de novos bens e serviços bem como a melhoria e constante aperfeiçoamento dos já existentes.

Ainda conforme a OECD (1998), economias flutuantes têm, através do empreendedorismo, a oportunidade de executarem as ações necessárias às suas mudanças estruturais e adaptação ao desenvolvimento econômico; se os empreendedores diminuem o intervalo de tempo na geração, aplicação e socialização de suas idéias eles, por decorrência, estarão proporcionando crescimento; empreendedorismo é também uma forma de gerar empregos e diminuir a pobreza, e dessa forma pode ser vantajoso para áreas em declínio ou subdesenvolvidas.

Como o auto-emprego é decorrente de uma série de fatores, não é possível ser usado isoladamente como um indicador do grau de empreendedorismo; deve-se levar em conta o local ou fatores localizados, a saber: instituições financeiras, redes locais etc. (OECD, 1998).

Usando dados sobre a economia americana, obtidos no U. S. Census Bureau, referentes aos anos 91 a 96 e abrangendo 394 áreas de mercado e 6 setores industriais, Acs; Armington (2002) verificaram a existência de forte associação entre altas taxas de atividade empreendedora e acelerado crescimento de economias locais.

No Leste Europeu, especificamente na Rússia, onde se tem observado todo um trabalho de reestruturação da economia e da infra-estrutura industrial herdada do período socialista, têm surgido, e mostrado sua importância nesse processo, pequenas empresas, que podem ser classificadas como inovadoras (TOVSTIGA *et al.*, 2004). Essa constatação é importante porque, “após quase 15 anos, os antigos países comunistas do Leste Europeu e da Ásia Central ainda estão experimentando solavancos políticos, econômicos e mudanças sociais” (LUTHANS; IBRAYEVA, 2006, p. 92). Ressalte-se, no entanto, que esses solavancos não são de se estranhar. A lei acerca de atividades empreendedoras só foi aprovada na Rússia em 1989 (IAKOVLEVA, 2004).

Ser empreendedor, principalmente nas ex-repúblicas soviéticas, provavelmente tem sido um grande desafio. Luthans; Stajkovic; Ibrayeva (2000) informam que nos primeiros momentos do processo – que nesses países promoveu a transição da economia socialista, aí existente durante décadas, para um novo modelo, capitalista – houve negligência, e até supressão do empreendedorismo como fonte de desenvolvimento econômico.

Isso no entanto não parece ter afetado o espírito empreendedor, pois até outubro de 1992, na Rússia, já tinham sido registradas 437.000 pequenas e médias empresas (TKACHEV; KOLVEREID, 1999).

A quebra do paradigma do modelo econômico, com a mudança do regime de capitalismo de estado para o de livre empresa, possibilitou o início de ação

empreendedora por particulares e atraiu a atenção de acadêmicos, tanto ocidentais como do próprio Leste Europeu, para o estudo do nascente empreendedorismo nessa região.

A China, que ainda continua com o controle político nas mãos do Partido Comunista, adotou uma postura flexível quanto ao capitalismo e passou a incentivar o empreendedorismo como forma de alavancar o seu desenvolvimento econômico. Nas palavras de Tsang (1996, p. 21):

A reforma econômica na China atraiu milhares de investidores estrangeiros, de partes diferentes do mundo, para participar de sua economia. O espírito empreendedor espalhado pelo país, no entanto, é pouco conhecido no mundo exterior. Com uma das mais importantes mudanças de política no início dos anos 1980, o governo chinês permitiu a instalação de empresas privadas por pessoas locais. A taxa de crescimento do setor privado está surpreendendo. O processo de desenvolvimento empresarial na China tem algumas características sem iguais, não compartilhadas pela maioria de outros países. No momento atual a China é o maior país socialista no planeta. A contradição aparente entre a ideologia socialista e a propriedade privada ainda não foi solucionada.

Por outro lado diz Tsang (1996, p. 28), “a escala massiva de desenvolvimento de negócios privados na China propiciou terreno fértil para a pesquisa sobre empreendedorismo”.

Uma rica fonte de informações sobre a relação do empreendedorismo com o crescimento econômico são os relatórios do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), um programa do Babson College (USA) e London Business School (Great Britain) com o apoio logístico de várias instituições pelo mundo, inclusive do Brasil, onde atua, em conjunto com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP) e o SEBRAE. O GEM foi iniciado em 1998 e seu objetivo, que vem se mantendo ao longo dos anos, é o de cruzar os dados coletados, nos vários países onde atua, para a realização de análises no que diz respeito à atividade empreendedora e seu papel no crescimento econômico (REYNOLDS *et al*, 2005).

O modelo conceitual do GEM (REYNOLDS *et al.*, 2005) busca entender como atuam os vários elementos que interferem no processo de geração de desenvolvimento econômico através do empreendedorismo. Partindo do contexto sócio-econômico e político, ele conecta com dois tipos de estrutura, uma de ordem geral, das condições do país, de nível macro, e outra das condições de apoio ao empreendedorismo. Por sua vez, a estrutura macro conecta com a estrutura de apoio ao empreendedorismo e ambas com as oportunidades para empreender e o potencial empreendedor. Essas duas, embora não se conectem diretamente, aparentemente têm um nexos. Elas ligam os eventos empreendedores (nascimento, crescimento, retraimento e morte). Será o desenrolar desses eventos que influenciará o crescimento, estagnação e retraimento da economia, como explicita Reynolds *et al.*(2005) na FIG. 10.

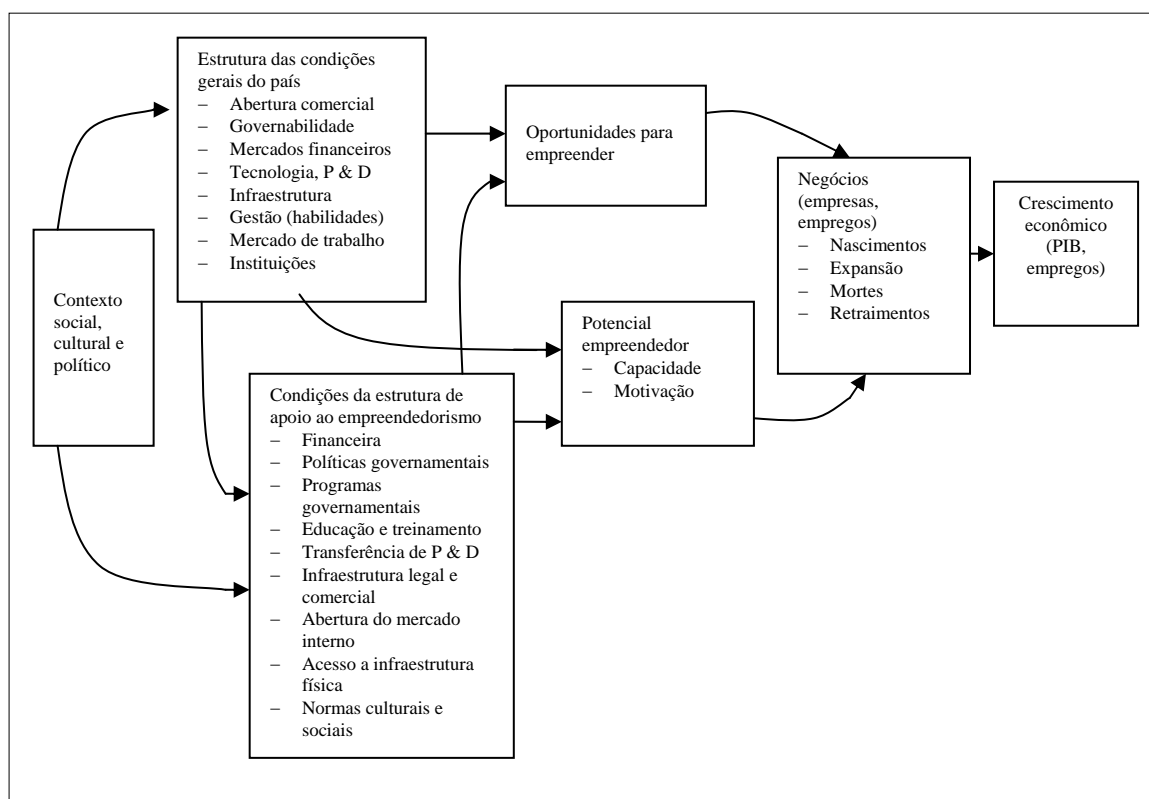


FIGURA 10 – Modelo conceitual do GEM

Fonte: REYNOLDS *et al.*, 2005, p. 206.

Nas palavras de Batista; Escária; Madruga (2005, p. 18), “a formação de novos negócios contribui para o crescimento econômico, não apenas através da criação direta dos empregos gerados pelas empresas nascentes, mas também por trazer melhorias para a competitividade regional”.

Apesar das discordâncias que ocasionalmente ocorrem entre economistas e acadêmicos quanto à melhor linha de análise, depreende-se que há consenso de que o empreendedorismo gera desenvolvimento econômico e que é necessário incrementar ações que melhor identifiquem, motivem e dêem condições de atuação a esse agente do crescimento e desenvolvimento.

2.4 A personalidade do empreendedor

Diversas contribuições ao estudo da personalidade, várias delas não visando estudar especificamente o empreendedor, tiveram aplicabilidade em pesquisas realizadas sobre o empreendedorismo. Na lista de contribuições estão presentes muitos autores. Destaca-se aqui, provavelmente cometendo-se injustiças ao não citar vários outros que tiveram participação importante, McClelland (1987) – motivação humana, cuja contribuição foi abordada no tópico 2.2.3, Maslow (1991) - teoria das necessidades, Bandura (1986) - auto-eficácia, Rotter (1966) - *locus* interno de controle (1966), e Miner - motivação do empreendedor e do gerente (1996, 1997a, 1997b, 1997c).

2.4.1 Maslow

Nas palavras de Verheul *et al.* (2001, p.12) “um alto nível de prosperidade pode encaminhar às mais altas necessidades pessoais, como sustentado por Maslow. Uma alta necessidade de auto-realização será provavelmente melhor satisfeita através do auto-emprego do que trabalhando em equipes rotinizadas”.

Embora não diretamente focada no empreendedorismo, mas, por ser de cunho geral, a ele também pode ser aplicada, a teoria das necessidades, proposta por Maslow, aparenta ser adequada a estudos sobre o empreendedor.

Maslow (1991) construiu uma teoria focada nas necessidades humanas, dispondo-as segundo uma hierarquia, de acordo com sua importância para a motivação dos indivíduos, a saber: fisiológicas, segurança, amor/afeto, estima e auto-realização.

A hierarquia de necessidades de Maslow também é conhecida como pirâmide de Maslow (FIG. 11).



FIGURA 11 - A hierarquia das necessidades segundo Abraham Maslow.
Fonte: MASLOW, 1991, p. 21-32.

Maslow ligou a motivação humana ao atendimento de determinadas necessidades, apresentadas em sua teoria. A preocupação com a motivação humana é antiga, pois os “conceitos de Aristóteles sobre utilidade marginal e hierarquia de valor-utilidade constituem uma forma elementar da teoria da motivação de Maslow, a qual é

uma parte comum de todos os textos de comportamento administrativo atuais” (ZANAKIS *et al.*, 2003, p. 74).

Carland; Carland; Carland III (1995) acreditam que a atividade empreendedora pode e deve ser utilizada pelo indivíduo durante a sua escalada pelos vários degraus da hierarquia das necessidades, seja obtendo os recursos de que precisa para sobreviver e obter aceitação social, seja para aumentar a auto-estima e mesmo se auto-realizando.

Para Wennekers *et al.* (2005), na medida em que o empreendedor consegue atender as suas necessidades básicas (que eles chamam de materiais), há uma tendência de que ele parta em busca do atendimento a outros tipos de desejos, que seriam de ordem imaterial, como a auto-realização. A razão dessa busca seria porque ele estaria procurando obter maior autonomia e isso o levaria a valorizar mais a atividade empreendedora como alternativa de ocupação – embora possa existir a possibilidade de ganhos menores (WENNEKERS *et al.*, 2005). Existe essa possibilidade, de fato, além de que é uma atividade que envolve riscos e muitos fracassos, principalmente para aqueles que têm uma longa história como assalariados e não adquiriram ainda competência suficiente para sobreviver no mundo dos negócios.

Maslow (1991) disse que os impulsos fisiológicos são o ponto de partida das necessidades humanas e cita o apetite como uma clara indicação de que está faltando algo, o que leva nesse caso qualquer animal, racional ou não, a buscar satisfazer a carência de alimento. As necessidades fisiológicas, para Maslow (1991, p. 23) “são as mais importantes de todas as necessidades. Isso significa concretamente que o ser humano que tem carência de tudo na vida, em uma situação extrema, é muito provável que a sua maior motivação sejam as necessidades fisiológicas mais que quaisquer outras”.

Na teoria maslowiana, como já citado anteriormente e visto através da FIG. 11, após a satisfação das necessidades fisiológicas surgem outras que passam a dominar o organismo, sobrepujando as que acabaram de ser satisfeitas. Esse processo seguirá, com outras necessidades aflorando, à medida que as anteriores forem sendo saciadas, culminando com o desejo de auto-realização (MASLOW, 1991).

Para Benedetti *et al.* (2005), é possível se associar necessidades de auto-realização com vários sentimentos que podem ser percebidos no indivíduo empreendedor, como os ligados à autonomia que ele busca, juntamente com o desejo de independência, ao autocontrole, tão necessário para superar os momentos de estresse, e à competência para resolver os problemas que surgem – em outras palavras chegar à plena realização, atingindo o ponto mais alto a que o seu potencial puder levar.

Fragmentos do pensamento de Maslow sobre o empreendedorismo podem ser encontrados no seu livro *Maslow no gerenciamento*, onde ele faz algumas observações interessantes sobre oportunidade empreendedora e empreendedores. Em uma delas ele diz:

A observação principal que eu posso fazer sobre esse assunto é apontar que a diferença entre as grandes e boas sociedades em regressão, em decadência, está na oportunidade empreendedora e no número de empreendedores existentes na sociedade. Eu acho que todo mundo concorda que as 100 pessoas mais valiosas para se levar para dentro de uma sociedade em decadência, como o Peru, por exemplo, não seriam 100 químicos, políticos, professores, engenheiros, mas sim empreendedores (MASLOW, 2000, p. 268-269).

Na visão de Maslow (2000) os empreendedores mais que importantes, são essenciais. Para ele, a recompensa dessa função não deve apenas ser essencialmente monetária: o empreendedor pode ser recompensado de outras maneiras, aí apontando o poder recompensador de elementos de cunho psicológico, como a admiração, o respeito, a aprovação etc. Apesar de ele não estar se referindo à satisfação quanto às necessidades

de auto-realização (essas citadas estariam mais relacionadas à estima), é possível se ver nas entrelinhas a sua presença, quando ele diz que “o tipo de pessoa iniciadora, que age como vela de ignição, coordenadora é igualmente necessário e valioso em todas essas sociedades” (MASLOW, 2000, p. 269). Esse tipo de pessoa, a que ele se refere, mostra traços de quem é portador da necessidade de realização encontrada por McClelland (1961) em indivíduos classificados por ele como empreendedores. Djankov *et al.* (2004) classificam os empreendedores em duas categorias: por oportunidade e por necessidade. Por oportunidade é o indivíduo que descobriu e pegou uma circunstância favorável para abrir um negócio. Por necessidade é o que iniciou um negócio porque perdeu o emprego ou outra causa econômica. Talvez seja possível enquadrar essas duas categorias na teoria de Maslow.

Aquele que empreende como alternativa de sobrevivência possivelmente está nos graus fisiológico e de segurança, e o que é portador do impulso da realização, que aproveita a oportunidade, estaria no nível de necessidade de auto-realização. Procurar esse tipo de explicação e associar ao modelo teórico de necessidades humanas de Maslow (1991) poderá ajudar a melhor compreender o que Leite (2000) chama de fenômeno, pela sua possibilidade de gerar riquezas, o empreendedorismo.

2.4.2 Bandura

Como o empreendedor aprende? Através do ensino formal ou observando os outros? Provavelmente das duas formas, ou, talvez em muitos casos, observando os outros, ou por tentativa, com erros e acertos. Bandura, um teórico da aprendizagem observacional, diz que o comportamento em quase todas as suas maneiras de aquisição, pode ser aprendido sem necessidade de reforçamento direto (SCHULTZ; SCHULTZ, 2004). Entenda-se reforçamento como um evento que acontece na vida da pessoa, dando

força a uma determinada maneira de agir e criando a possibilidade de que esse comportamento venha a repetir-se. O reforçamento pode se dar através do modo vicariante, ou seja, observando-se os outros e vendo o resultado gerado pelo comportamento deles. Um empreendedor iniciante pode aprender a atrair clientes vendo como outros empreendedores agem e avaliando o resultado de suas ações, ou, através do auto-reforço, ele tenta por si próprio, a sua maneira, atrair clientes. Os comportamentos que surtirem efeito lhe trarão recompensas, na forma de negócios; os que não derem, acarretarão punições, como perder os clientes.

Os acertos e erros provocarão sentimentos positivos e negativos de eficácia. Se ele não consegue acertar, sua auto-eficácia ficará abalada e ele terá de lidar com um sentimento de inadequação e incompetência para a tarefa. O inverso também pode ocorrer.

A teoria social cognitiva pode ser adequada para estudos sobre o empreendedorismo, pois a sua aplicação não se restringe aos estudos gerais sobre o comportamento organizacional (CHEN; GREENE; CRICK, 1998; IBRAYEVA, 1999). Na abordagem da teoria social cognitiva de Bandura (1986), a auto-eficácia tem papel de destaque. Para Bandura (1986, p. 390), “entre os diferentes aspectos do auto-conhecimento, talvez nenhum exerça maior influência no dia-a-dia das pessoas do que as concepções sobre sua eficácia pessoal”. As concepções sobre a eficácia pessoal, ou auto-eficácia percebida, são decorrentes das “crenças pessoais acerca da própria capacidade de alcançar resultados” (BANDURA, 94, p. 71).

Nas palavras de Bandura (1995), é um fato que as pessoas tentam exercer controle sobre o que acontece em suas vidas e, conseqüentemente, sua confiança de que

dispõem de habilidades para isso, ou que podem exercer alguma forma de interferência nesses eventos, influencia seu comportamento positiva ou negativamente.

Bandura define a auto-eficácia percebida como sendo

O julgamento das pessoas sobre suas capacidades para organizar e executar cursos de ação requerida para atingir determinados tipos de metas. Isso não tem relação com suas habilidades, mas, com os julgamentos acerca do que podem fazer com quaisquer habilidades que possuam. Julgamentos de eficácia pessoal são distintos de expectativas de resultados. A auto-eficácia percebida é um julgamento da capacidade individual de atingir certo nível de desempenho, enquanto uma expectativa de resultado é um julgamento da provável consequência que tal comportamento produzirá (BANDURA, 1986, p. 391).

Segundo Zhao; Seibert. Hills (2005), a auto-eficácia pode ser entendida como um construto através do qual se busca explicar o que influencia o indivíduo em suas escolhas em contextos variados. Para Bandura existem vários processos que atuam no auto-conhecimento acerca dessa influência. Segundo ele:

O auto-conhecimento acerca da eficácia pessoal, quer seja certa ou errada, é baseado em quatro principais fontes de informação: *obtenção de resultados*, *experiência vicária* na observação dos resultados dos outros; *persuasão verbal* e tipos de influência sociais associadas de que ele possui certas capacidades; e *estado fisiológico* através do qual as pessoas julgam sua aptidão, força e vulnerabilidade às disfunções. Qualquer influência apresentada, a depender de sua forma, pode gerar uma ou mais fontes de informações sobre a eficácia (BANDURA, 1986, p. 399).

Markman; Baron (2003) acreditam que diversas funções, concernentes ao empreendedor, possam ser afetadas positivamente pela auto-eficácia. De fato, nos resultados de investigação conduzida por Chen; Greene; Crick (1988), podem ser encontradas evidências de que existe probabilidade significativa positiva da influência da auto-eficácia quanto à decisão de alguém se tornar empreendedor.

Ajzen (1991), em sua teoria do comportamento planejado, recorre a Bandura para explicar que a crença que um indivíduo tem em sua auto-eficácia pode exercer influência em suas escolhas, esforços, reações e padrões.

Além dos processos cognitivos, motivacionais, afetivos e de decisão, as crenças na auto-eficácia também afetam as idéias que ocorrem nas pessoas sobre seu crescimento ou fracasso pessoal, motivação para enfrentar as adversidades e suas vulnerabilidades (BANDURA; LOCKE, 2003).

Baum; Locke (2004), partindo da suposição de que os sentimentos de eficácia pessoal, por estarem ligados à auto-percepção de capacidade, tornam-se bons indicadores da ação empreendedorial, estabeleceram a hipótese de que quanto maior a auto-eficácia do empreendedor sobre a expansão do seu negócio, mais ele se expandirá. Um estudo conduzido por eles durante 6 anos, com empreendedores e associados, deu suporte à aceitação dessa hipótese. Alguns anos antes, Stajkovic; Luthans (1998) conduziram uma meta-análise em 114 estudos, objetivando verificar a relação entre auto-eficácia e desempenho no trabalho. Os resultados indicaram correlação significativa entre auto-eficácia e desempenho no trabalho. Apesar de não estar diretamente relacionada a um estudo sobre empreendedores, essa meta-análise mostrou a influência ($G(r_+) = 0,38$) que a auto-eficácia exerce no ambiente empresarial.

Bandura (1995) em seu livro *Self-efficacy in changing societies* (auto-eficácia em sociedades em mudança), apresenta sob outra roupagem o seu conceito de auto-eficácia:

Os indivíduos tentam seriamente controlar os eventos que afetam suas vidas. Através do exercício da influência sobre o que eles podem ter algum controle, eles são mais hábeis a realizar desejos futuros e evitar aqueles indesejados. O esforço para controlar as circunstâncias de suas vidas permeia quase tudo o que fazem, porque isso lhes dá a segurança que obterão benefícios pessoais e sociais. A habilidade para afetar os resultados torna-os previsíveis. A previsibilidade favorece o estado de prontidão. A inabilidade para exercer influência sobre as coisas que afetam a vida de forma adversa gera apreensão, apatia ou desespero. A capacidade de produzir resultados de valor e prevenir-se dos indesejados, por seu turno, fornece incentivos de peso para o desenvolvimento e exercício do controle pessoal (BANDURA, 1995, p. 1).

Especificamente para o empreendedor, entender como ele lida com a auto-eficácia, ou como nele ela se apresenta, torna-se importante para a compreensão dos seus processos cognitivos e como isso afeta o seu desempenho. Daí ser adequada a utilização do construto de auto-eficácia de Bandura em estudos sobre intenção empreendedora.

Estudos recentes sobre o papel da auto-eficácia, no empreendedorismo, utilizando o construto de Bandura, ou dele derivado, foram relatados por De Noble; Jung; Ehrlich (1999), que encontraram maiores níveis de auto-eficácia em estudantes que cursaram empreendedorismo, quando comparados com aqueles que não freqüentaram tais cursos; Jung *et al.* (2001), que acharam evidências de relacionamentos positivos entre auto-eficácia e intenção empreendedora; Luthans; Ibrayeva (2006), que observaram impacto direto da auto-eficácia no desempenho de empreendedores na Ásia Central; Markman; Balkin; Baron (2002), que identificaram diferenças significativas na auto-eficácia de empreendedores e não-empreendedores tecnológicos, nos quais os primeiros apresentaram maiores níveis da característica do que os segundos; Poon; Ainuddin; Junit, (2006), que encontraram significantes efeitos positivos da influência da auto-eficácia no desempenho de empresas pesquisadas através de seu reforço à orientação empreendedora.

2.4.3 Rotter

Um traço motivacional para o empreendedorismo, freqüentemente objeto de atenção e citado na literatura é o *locus* de controle, ou centro de controle (SHANE, LOCKE, COLLINS, 2003). Podendo ser encontrado nas formas interna e externa, ele representa na sua primeira configuração, a confiança das pessoas em si próprias de que ostentam habilidade para enfrentar situações em que sejam desafiadas a executar uma

determinada ação. Em outras palavras, elas crêem que seus resultados dependem delas e de seus esforços.

Rotter, um psicólogo da Universidade de Connecticut, chamou esse fator de *locus* de controle interno (LONGENECKER; MOORE; PETTY, 2003). O nome de Rotter está estreitamente ligado ao *locus* de controle (que a partir daqui será tratado com *locus* de controle interno, dado o interesse que despertou para estudos de características empreendedoras). Como outros traços, esse também gerou, algumas vezes, resultados contraditórios, mas nunca deixou de ser estudado, seja através do construto formulado por Rotter, ou pelas derivações que gerou. Como hoje existem muitos instrumentos derivados do original, cuja história é detalhada por Rotter (1966) em sua monografia sobre expectativas generalizadas *versus* reforço do controle externo, nem sempre os resultados podem ser comparados. A escala original foi desenvolvida utilizando-se escolha forçada, e hoje é possível se encontrar escalas sobre *locus* de controle usando-se escala tipo Likert.

Para Abbad; Menezes (2004) alguns dos instrumentos que foram desenvolvidos para medir *locus* de controle possuem componentes com baixos índices de consistência interna. Embora possam existir falhas nas escalas, não se pode deixar de reconhecer o poder heurístico desse construto (PASQUALI; ALVES; PEREIRA, 1998).

Estreitamente ligado a outro conceito muito utilizado em estudos sobre o empreendedorismo, o da necessidade de realização proposto por McClelland (1961), o *locus* de controle pode ser adequado para prever intenções empreendedoras (BROCKHAUS, 1975). Em relação ao resto da população, os empreendedores, quando comparados com os demais componentes da população, apresentam maior pontuação quanto ao *locus* de controle (VECIANA, 2005). Todavia, nem sempre isso acontece

quando comparados com outros grupos extraídos da população em geral. Nas palavras de Kirby (2002), existe a crença de que, quando comparados com seus opostos, os empreendedores apresentam alto grau de controle interno; no entanto, ainda não se tem resultados conclusivos, oriundos da pesquisa empírica, pois muitas vezes mostram conflitos, ao se comparar as suas evidências.

Segundo Brockhaus; Horwitz (1986), apesar de empreendedores apresentarem maior *locus* de controle do que a população em geral, estudos de Brockhaus; Nord, (1979) não apresentaram diferenças significativas entre eles e gerentes. Em outro estudo, Begley; Boyd (1987b) ao comparar pequenos empreendedores, dividindo-os nas categorias fundadores e não-fundadores, não encontraram diferenças quanto ao *locus* de controle.

Em pesquisa, conduzida em estudantes na Noruega e Indonésia, Kristiansen; Indarti (2004) não encontraram associação significativa entre *locus* de controle e intenção empreendedora, mas descobriram associação significativa entre esse traço de personalidade e a necessidade de realização. Segundo Brockhaus (1982), Rotter acreditava que existisse tal associação entre essas duas variáveis.

Em um estudo mais recente, conduzido por Moriano, Sánchez; Palaci (2004), na Espanha, Bulgária e República Checa, encontrou-se *locus* de controle significativamente maior em empreendedores, quando comparados com não-empreendedores.

Apesar de terem encontrado *locus* de controle interno nos pesquisados, não houve diferença significativa entre eles, diferentemente do que ocorreu com outros traços de personalidade, como necessidade de realização, propensão ao risco e tolerância à ambigüidade. No entanto, para eles, apesar disto o fator pode ajudar em

estudos que busquem distinguir empreendedores de sucesso daqueles que fracassaram (BORCKHAUS; HORWITZ, 1986). O *locus* de controle tem sido usado em estudos dos mais variados campos, entre os quais os relacionados às organizações, estando entre os traços psicológicos mais pesquisados no empreendedorismo e apresentando forte validade de face (MUELLER; THOMAS, 2000).

Um recente estudo, conduzido no México por Palomar Lever; Valdés Trejo (2004), indicou que renda familiar, educação e grau de escolaridade dos pais influenciam o *locus* de controle; por conseguinte, pessoas que possuem renda familiar e nível de escolaridade mais elevados apresentam maior tendência a acreditar que eles podem influir em suas próprias vidas muito mais do que forças externas.

Segundo Pasquali; Alves; Pereira (1998), Rotter criou esse construto, durante a década de 60, a partir de uma teoria, a da aprendizagem social, criada por ele próprio em 1954.

Rotter (1990) assegura que o construto por ele criado tem grande valor heurístico, derivado da natureza de sua definição, de ter-se concentrado no seu contexto teórico e do uso de ampla formulação teórica sobre o comportamento na definição das diferenças individuais a serem medidas. Ele relata que se voltou para o estudo sobre o centro de controle das pessoas (que ele chamou de *locus* interno-externo), por ter nele despontado “o interesse nas diferenças individuais das pessoas e no interesse de explicar a forma pela qual os seres humanos aprendem em situações complexas” (ROTTER, 2001, p. 145).

Nas palavras do mesmo autor, o construto do *locus* de controle significa

O grau pelo qual as pessoas esperam que um reforçamento ou um resultado de seu comportamento seja dependente do seu próprio comportamento ou características pessoais versus o grau pelo qual as pessoas esperam que o reforçamento ou resultado seja função do acaso, sorte, ou azar, estando o controle debaixo do poder de outros, ou simplesmente imprevisível. Algumas

expectativas podem se generalizar ao longo de um gradiente baseado no grau de similaridade semântica de palpites situacionais (ROTTER, 1990, p. 489).

Simplificando, o *locus* de controle é “uma expectativa generalizada sobre a causalidade de reforçamentos ou resultados, distribuído entre um *continuum* unidimensional, chamado de interno, e seu oposto externo” (LEFCOURT, 1991, p. 420), ou seja, “o indivíduo percebe se o resultado de um evento esteve próximo ou distante do seu controle ou compreensão” (GRUNDSTEN, 2004, p. 22).

A conclusão é que apesar de críticas e resultados algumas vezes contraditórios, o conceito de *locus* de controle de Rotter (1966) mostra-se adequado para estudos ligados à intenção e ao potencial empreendedor.

2.4.4 Miner

Miner é um dos autores mais recentes a apresentar uma contribuição às tipologias de empreendedores. Sua tipologia é quanto aos tipos psicológicos dos empreendedores de sucesso.

Tipologias são freqüentes nos estudos sobre empreendedores. Longenecker; Moore; Petty (2003) consideram adequado tipificar empreendedores como fundadores, administrativos, franqueados, gazelas (pequenos negócios com grande potencial para crescer), micro, artesão, oportunista etc. (ver LONGENECKER; MOORE; PETTY, 2003, p. 13-16, para maiores detalhes). Smith; Miner (1983) reafirmam uma tipificação de Smith, que classifica o empreendedor em duas categorias: artesão e oportunístico. Outra tipologia é a de Kets de Vries (1977), que acrescenta o tipo tecnológico aos tipos citados por Smith e Miner. A nova tipologia que Miner (1996, 1997a, 1997b, 1998) apresenta classifica os empreendedores em realizadores, supervendedores, autênticos gerentes e geradores de idéias.

Miner é crítico quanto a algumas conclusões sobre o empreendedor, muitas vezes feitas apressadamente, com dados inadequados e insuficientes, que são superinterpretados e super-generalizados. Ele propõe posição mais conservadora, mais neutra, até que exista um corpo de evidência que leve em direção ao convencimento (MINER; RAJU, 2004).

Essa posição é um alerta para todos os que pesquisam o empreendedorismo. Devido às mais variadas correntes, a pesquisa em empreendedorismo é multifacetada e, como dizem Llewellyn; Wilson, (2003), muitas vezes é como se estar em um salão cheio de espelhos quebrados ou, como querem Hull, Bosley; Udell (1980), buscando um “elafante” (personagem do livro de A. A. Milne, *Winnie Puff*), ou seja, uma busca muitas vezes inglória. Como dizem Allison, Chell, Hayes (2000), “os gerentes-proprietários não são um grupo homogêneo e nem todos os gerentes-proprietários são empreendedores”. Como isso dificulta a pesquisa, dado que provavelmente não existe um protótipo de empreendedor universal, trabalhar com tipologias pode ser uma alternativa para a melhor compreensão do empreendedorismo.

Para Ciavarella (2004) a sugestão de Miner (1997a), para que em estudos de sucesso empreendedor se comparem os bem e os mal sucedidos, leva a novas direções para explicar como conseguem sobreviver os novos negócios que operam sob risco.

No aspecto referente à propensão ao risco por parte de empreendedores, Miner; Raju (2004), por exemplo, após uma meta-análise, admitem que é uma questão que ainda não foi suficientemente esclarecida. Meta-análise é uma técnica que vem sendo usada cada vez mais em empreendedorismo, embora ainda persista pouco acordo ou consolidação nessa área (COGLISER; BRIGHAM, 2004).

Para Miner (1997b) os empreendedores estão dispostos em um *continuum* de tipos e isso é refletido nas muitas tipologias que existem, algumas das quais focando no seu sucesso. Embora várias vezes essas tipologias tenham sido desenvolvidas a partir de casos onde o sucesso aparece de forma implícita ou explícita, tem acontecido situações onde isso não se dá propriamente. Da mesma forma, para ele, não acontece freqüentemente que essas tipologias se detenham em aspectos psicológicos, e categoricamente afirma que não estão concentradas nas diferenças que possam existir na personalidade dos empreendedores. O problema, segundo Miner, é que o sub-campo da psicologia, dentro do empreendedorismo, tem se concentrado em um único tipo de empreendedor. Ele propõe, então, os seus quatro tipos de empreendedores: realizador, supervendedor, autêntico gerente e gerador de idéias, como citado anteriormente.

Segundo De Noble; Jung; Ehrlich (1999), a posição de Miner é que tanto para o empreendedor quanto para o gerente, existem motivações diferentes.

O empreendedor é mais motivado para a tarefa, enquanto o gerente é mais hierarquicamente motivado. O papel do empreendedor é direcionado por cinco padrões de motivos aqui sumarizados: 1) O desejo de realizar por si é pelos próprios esforços, 2) manter controle pessoal sobre os resultados evitando os riscos e deixando poucas possibilidades ao puro acaso, 3) obter *feedback* quanto aos resultados do seu desempenho, 4) desejo de introduzir inovações, e 5) desejo de pensar sobre o futuro (DE NOBLE; JUNG; EHRLICH, 1999).

Estudos empíricos conduzidos por Miner mostraram diferenças com significado estatístico quando confrontados os dois grupos (DE NOBLE; JUNG; EHRLICH, 1999).

Entende-se aqui que os quatro tipos psicológicos sugeridos por Miner sejam de utilidade para estudos comparativos entre empreendedores e não-empreendedores, e também entre potenciais empreendedores. Detalham-se a seguir as suas caracterizações, segundo Miner (1997a, 2000):

1. Realizador (*personal achiever*) – motivado para a auto-realização, personalidade de tipo A (mais agressivo quanto à realização), desejo de

feedback quanto às realizações, desejo de planejar e estabelecer metas para futuras realizações, forte iniciativa pessoal, forte confiança pessoal quanto ao seu negócio, desejo de obter informação e aprender, *locus* de controle interno, alta valorização de carreiras nas quais as metas pessoais, o seu alcance e as demandas de trabalho estejam submetidas à sua própria decisão e baixa valorização de carreiras nas quais possa estar sob o controle alheio;

2. Super-vendedor (*empathic supersalesperson*) – empático no estilo cognitivo, desejo de ajudar os outros, valoriza os processos sociais e forte necessidade de estabelecer relações sociais harmoniosas;
3. Autêntico gerente (*real manager*) – alta habilidade de supervisão, forte auto-confiança, forte necessidade de ocupar posições cada vez mais altas, forte necessidade de auto-realização, pouco interesse em segurança no cargo, forte determinação pessoal, gera atitudes positivas quanto à sua autoridade, desejo de competir com outros, desejo de ser assertivo, desejo de exercer poder, diretivo quanto ao estilo cognitivo, vontade de ser diferente dos outros e desejo de realizar tarefas gerenciais;
4. Gerador de idéias (*expert idea generator*) - vontade de mostrar personalidade inovadora, conceitual como estilo cognitivo, crença no desenvolvimento de novos produtos como elementos-chave na estratégia da empresa, alto grau de inteligência e desejo de evitar riscos.

O empreendedor pode portar mais de um tipo psicológico. É provável que um número superior a 75% deles possua mais de um tipo e geralmente podem ser encontrados, convivendo, o realizador e o autêntico gerente, e, em menor percentual, o supervendedor. Esses tipos podem conviver ou aparecer sequencialmente. Um rótulo adequado para eles será o de empreendedores complexos (MINER, 1997c).

Para Schmitt-Rodermund (2004), a personalidade, antes de ser consequência, provavelmente é a causa para a decisão de um indivíduo iniciar atividade empreendedora, pois alguns estudos têm mostrado que as características que os direcionam estão presentes antes da arrancada, em vez de surgirem depois. Um exemplo disso é o estudo longitudinal de Miner (2000), com estudantes universitários, que fornece suporte a essa interpretação e mostra maior possibilidade de sucesso em 5 anos para aqueles que apresentam alto escore em um dos quatro tipos de personalidade de sua tipologia (SCHMITT-RODERMUND, 2004).

A tipologia de Miner mostra-se adequada para estudos de empreendedorismo, seja para ser aplicada diretamente, ou como referência para influenciar estudos na mesma linha.

2.5 A teoria do comportamento planejado

A Teoria do Comportamento Planejado (TCP) foi criada por Icek Ajzen. Essa teoria “é uma extensão da teoria da ação racional de Ajzen e Fishbein, incluindo o fator controle do comportamento percebido” (AJZEN, 1991, FAYOLLE; GAILLY; LASSAS-CLERC, 2005; PAVLOV; FYGENSON, 2006). A TCP concentra-se nas intenções do indivíduo, buscando daí retirar informações sobre como ele pode proceder, e a condição para que isso aconteça é que o comportamento específico esteja sob o controle de sua vontade (GRUNDSTEN, 2004).

O modelo de Ajzen pode ser utilizado para estudar as intenções humanas em diversos campos, como lazer (AJZEN; DRIVER, 1992), caça e atividades na vida selvagem (HRUBES; AJZEN; DAIGLE, 2001), definição pelo auto-emprego (KOLVEREID, 1996) e empreendedorismo (CARSRUD, 1993; FAYOLLE; GAILLY, 2005; KRUEGER JR.; VECIANA; APONTE; URBANO, 2005; LIÑAN; CHEN, 2006), entre outros (BAMBERG; AJZEN; SCHMIDT, 2003; PAVLOV; FYGERSON, 2006).

O comportamento planejado, para Ajzen (1991), é conseqüência das crenças que são importantes para a conduta do indivíduo. As crenças influenciam as atitudes que, por sua vez, influenciam as intenções e estas definem o comportamento (FIG. 12). O comportamento aqui é entendido como sendo a maneira de proceder de uma pessoa.

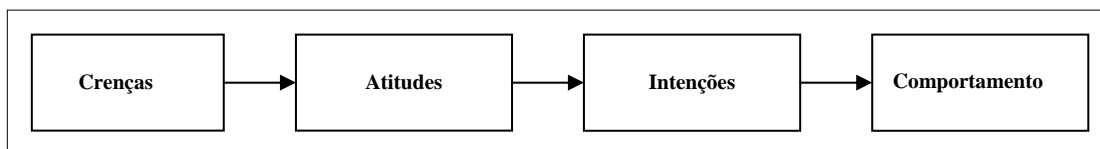


FIGURA 12 - Comportamento como função das crenças
 Fonte: VECIANA, APONTE; URBANO, 2005, p. 168

Ao procurar explicar o comportamento humano, a TCP utiliza os fatos geradores das atitudes, as normas subjetivas e a maneira pela qual o indivíduo percebe o controle sobre o seu comportamento, como elementos que irão determinar o que ele vai desejar fazer (intenções) e as ações que executará para transformar o desejo em realidade (AJZEN, 1991). Nas suas palavras,

De acordo com a teoria do comportamento planejado, as pessoas agem conforme suas intenções e percepções de controle sobre o comportamento, enquanto suas intenções por sua vez são influenciadas por atitudes em direção ao comportamento, normas subjetivas, e percepções de controle sobre o comportamento (AJZEN, 2001, p. 43).

Em psicologia, atitude é definida como “uma crença pessoal de natureza avaliativa, como bom ou mau, agradável ou desagradável, que influencia nossas reações com relação às pessoas ou as coisas” (GRASSMAN; HADAD, 2004, p. 494). Representa uma avaliação sumária do objeto psicológico atribuindo-lhe um qualificativo como bom ou mau, agradável ou desagradável etc. (AJZEN, 2001). Em suma, a atitude representa “o grau em que uma pessoa avalia de uma maneira favorável ou desfavorável o comportamento em questão” (VECIANA; URBANO, 2004). Para Ajzen (1991), entram nesse processo o que ele chama de crenças comportamentais, crenças normativas e crenças de controle.

Qualquer resposta tem possibilidade de indicar o grau de uma atitude quanto a um determinado objeto, desde que a tendência demonstrada pelos respondentes da questão tenha confiabilidade (AJZEN, 2002a).

A teoria apresentada por Ajzen (1991) postula que a intenção que leva ao comportamento é decorrente de três elementos: a atitude em relação ao comportamento, a norma subjetiva e o controle do comportamento percebido (FIG. 13). A atitude em relação ao comportamento contempla a forma como uma pessoa avalia o comportamento, a qual pode ser feita de maneira favorável ou não. A norma subjetiva abrange a percepção da pessoa em relação ao quanto ela é pressionada por agentes externos, que podem ser familiares, amigos, a sociedade em geral. Ela é uma pressão social sobre o indivíduo. A norma social é a maneira como ele percebe as pressões da sociedade para agir desta ou daquela maneira. (VECIANA; URBANO, 2004).

Quanto ao controle do comportamento percebido, neste, a pessoa enxerga em si própria a sua capacidade de exercer esse comportamento. Ela verifica a facilidade ou dificuldade que terá e nesse processo estarão presentes os reflexos de suas experiências passadas e suas previsões quanto a fatores impeditivos (AZJEN, 1991).

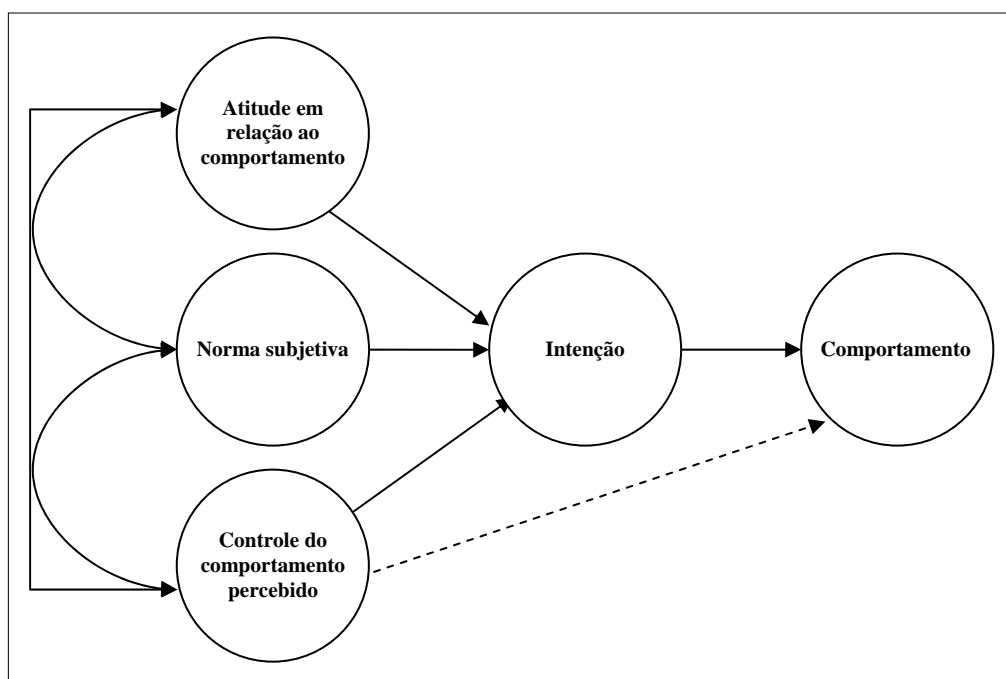


FIGURA 13 - Diagrama do comportamento planejado

Fonte: AJZEN, 1991, p. 182.

Sintetiza-se aqui o pensamento de Ajzen (2002b), quanto ao TCP, que diz ser o indivíduo portador de três elementos que agem influenciando-o quanto ao seu comportamento, a saber: crenças que o levam a avaliar possíveis conseqüências do seu comportamento, crenças acerca do que os outros pensam e desejam dele e crenças sobre o que pode impulsionar ou restringir seu desempenho comportamental. As primeiras, chamadas de crenças comportamentais geram no indivíduo atitudes favoráveis ou desfavoráveis ao seu modo de proceder; as segundas o levam a perceber as pressões do seu meio social, e as últimas, à percepção de como poderá executar o comportamento, ou seja, se encontrará facilidade ou dificuldade. Esses três elementos darão condições para que ele ao perceber que alcançou o nível necessário, de controle sobre o seu comportamento, procure racionalizar suas intenções para quando houver o momento oportuno. Nesse caso específico entende-se a intenção como sendo o passo anterior a efetivação do comportamento (AJZEN, 2002b). É necessário, porém, que o indivíduo confie que o comportamento é exequível e que trará resultados positivos se ele o executar no momento adequado (AUTIO *et al.*, 2001). Deve-se, no entanto, aqui deixar claro que muitos comportamentos não chegam a acontecer, devido a dificuldades que ocorrem durante o percurso entre a intenção e eles.

Como a teoria do comportamento planejado é uma extensão da teoria da ação racional, por conta disso, juntando-se graficamente as duas, pode-se auxiliar na melhor compreensão dos seus pressupostos. Existem fatores de fundo que influenciam as crenças. Esses fatores podem ser de cunho individual, como traços de personalidade, valores, experiência etc.; de cunho social, tais como, educação, renda, cultura, gênero etc.; ou proveniente de informação, aí tendo marcado presença o conhecimento e a mídia (AJZEN; FISHBEIN, 2005). Os fatores de fundo influenciam as crenças

comportamentais, normativas e sobre o controle, que por sua vez definem as atitudes da pessoa que levam a formação da intenção e ao comportamento, como mostra a FIG. 14.

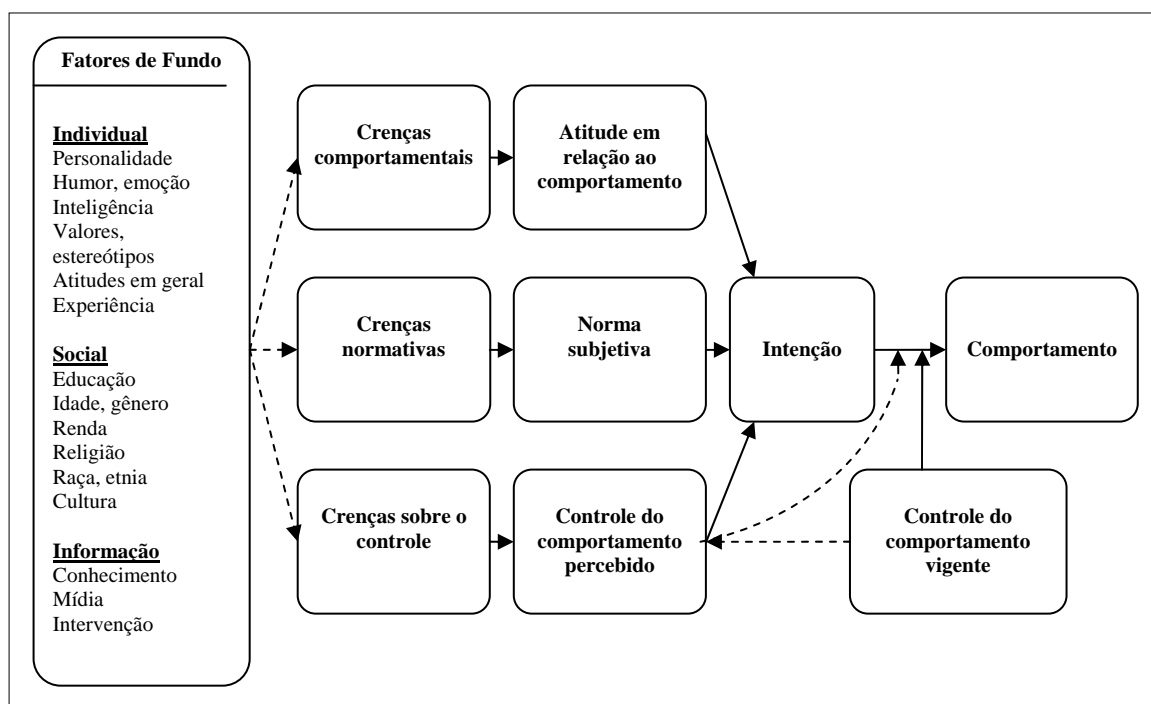


FIGURA 14 - As teorias da ação racional e comportamento planejado.

Fonte: AJZEN; FISHBEIN, 2005, p. 194.

Para Ajzen (1991), existe uma diferença fundamental entre o controle do comportamento percebido e o *locus* de controle.

O controle do comportamento percebido refere-se à percepção da pessoa quanto à facilidade ou dificuldade em realizar o comportamento de interesse. O *locus* de controle é uma expectativa generalizada que permanece estável através de situações e formas de ação. O controle do comportamento planejado pode, e geralmente acontece, variar através de situações e ações (AJZEN, 1991, p. 183).

A teoria do comportamento planejado, segundo Ajzen (1991), tem maiores condições de apresentar validade preditiva do que traços e atitudes estudados isoladamente. As características ou traços de personalidade têm sido utilizados, por décadas, na busca de fatores que identifiquem prováveis empreendedores e/ou suas chances de sucesso. Entre as características mais utilizadas está a necessidade de

realização (McCLELLAND, 1961), o *locus* de controle (ROTTER, 1966) e a aceitação de riscos (CHANTILLON, 1755), a inovatividade (SCHUMPETER, 1961), a auto-eficácia percebida (BANDURA, 1986), entre outras. Os resultados obtidos em muitas pesquisas não foram muito animadores. Um exemplo é o *locus* de controle, que não se mostrou adequado, como outros traços, em contextos específicos e mostrou falhas na predição de realização ligada ao comportamento (AJZEN, 1991). Por conta disso, recentemente, em vez de se trabalhar com fatores isolados, tem-se buscado a associação de variáveis. Iniciou-se também essa associação com fatores ambientais, demográficos, culturais e intenção de empreender. Nessa busca pela intenção empreendedora têm sido utilizados, entre outros, os modelos propostos por Ajzen (1991), ou Shapero; Sokol (1982), ou juntando/comparando os modelos desses autores (KRUEGER JR.; BRAZAEEL, 1994; KRUEGER JR.; CARSRUD, 1993; KRUEGER JR.; REILLY; CARSRUD, 2000). Shapero; Sokol (1982) trabalham com a idéia do evento desencadeador da ação empreendedora, que pode ser uma mudança negativa na vida da pessoa, o término de alguma coisa que estava fazendo ou um empurrão positivo. Esse evento é o desencadeador. A partir dele entram as percepções sobre a desejabilidade do fato acontecer, estando aí presentes as influências culturais, familiares etc. O próximo passo seria resultante da percepção sobre a exequibilidade da ação e só então viria a concretização do início do negócio.

Comparando-se os modelos de Ajzen (1991) e de Shapero; Sokol (1982) vê-se similitudes. Apesar do modelo de Ajzen ser de cunho geral, e o de Shapero e Sokol direcionado para o empreendedorismo, no controle do comportamento percebido pode-se ver correspondência com a exequibilidade, de Shapero e Sokol, e ambos corresponderiam à auto-eficácia; por outro lado, à atitude em relação ao

comportamento, bem como à norma subjetiva, corresponderia o desejo, a vontade de possuir (KRUEGER JR.; BRAZAEEL, 1994).

Krueger Jr.; Brazael (1994), embora prefiram trabalhar com o modelo de Shapero; Sokol (1982), talvez por ter sido proposto para o empreendedorismo, vêm aplicabilidade no TCP para estudos também nessa área. Segundo esses autores:

Na teoria de Ajzen de comportamento planejado (TCP), existem três atitudes-chave que predizem intenções: (a) “atitude em direção ao ato”, que agrupa percepções de prováveis resultados pessoais intrínsecos e extrínsecos; (b) “Normas sociais”, que agrupa influências extra-pessoais no tomador de decisão; (c) “controle comportamental percebido”, que agrupa percepções pessoais da exequibilidade do comportamento. Esse construto mais recente se sobrepõe ao construto de auto-eficácia percebida de Bandura, a percepção que alguém tem de que pode executar o comportamento alvo (KRUEGER JR.; BRAZAEEL, 1994, p. 93).

Essa simplificação, feita por eles, das atitudes-chave na predição de intenções, torna mais fácil a compreensão da teoria do TCP.

Anteriormente, Krueger Jr., juntamente com Carsrud, tinham proposto um modelo (FIG. 15), aplicando a teoria do comportamento planejado às intenções quanto ao comportamento empreendedor (KRUEGER JR.; CARSRUD, 1993).

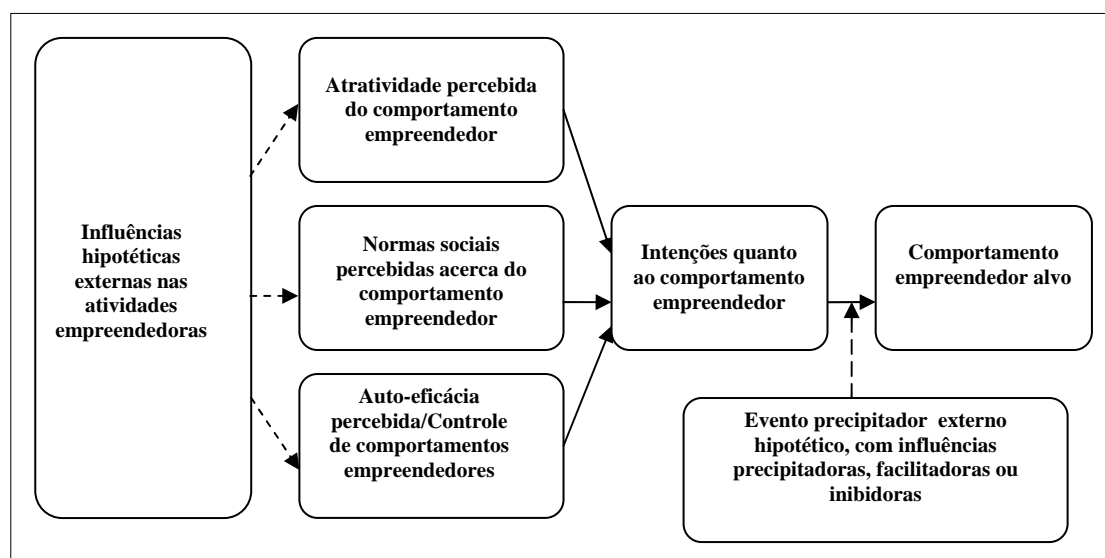


FIGURA 15 - Modelo da teoria do comportamento planejado aplicado às intenções quanto a comportamento empreendedor

Fonte: Adaptado de KRUEGER JR.; CARSRUD, 1993, p. 323.

Devido à aplicabilidade do modelo de Ajzen a diversos campos, ele vem sendo constantemente testado e tem mostrado eficácia. Uma meta-análise conduzida, no início da década, por Armitage; Conner (2001), após o exame de 185 estudos, indicou a existência de suporte quanto à eficácia da TCP como preditora de intenções e comportamento. Sem descartar a importância do modelo de Shaper; Sokol (1982) entende-se, aqui, que o modelo de Ajzen é perfeitamente aplicável a estudos sobre intenção empreendedora.

2.6 Características associadas ao empreendedor

Através dos anos a academia tem produzido *discussion papers*, artigos e relatórios de pesquisa sobre empreendedorismo. Pouca coisa, no entanto, tem obtido consenso quando o campo de estudo refere-se a esse assunto (VERHEUL *et al.*, 2001). Uma questão que tem atravessado os anos tem sido quais são os elementos que caracterizam alguém que possa ser considerado empreendedor. Essa questão direcionou vários estudos para o exame de traços de personalidade como não-aversão ao risco, tenacidade, confiança em si próprio, tolerância para com a ambigüidade, além de valores e comportamentos éticos (MORRIS *et al.*, 2002). Identificar os componentes da personalidade do empreendedor que influenciam o sucesso do seu negócio tem atraído por décadas a atenção de pesquisadores, com essa atenção atravessando fases de desinteresse e recomeços. Para Lezana; Tonelli (2004), existirá sempre, em um novo negócio, a influência da personalidade do empreendedor, sendo que isso poderá ser visto nos seus primeiros momentos. Como eles alertam,

o empreendedor é um ser humano e seu comportamento obedecerá necessariamente o processo comportamental O que o torna diferente são as características peculiares da sua personalidade, além do fato de ter a sua disposição uma empresa (ou futura empresa) a ser usada para satisfazer as suas necessidades, como qualquer outro instrumento (LEZANA; TONELLI, 2004, p. 40).

Dois elementos ligados ao empreendedor influenciam o êxito ou o fracasso do seu negócio: a personalidade e a motivação; por conta disso é o seu comportamento influenciado por esses elementos, que definem os rumos e resultados futuros (LEZANA; LANZA, 1996).

Surge então uma outra questão: o empreendedor nasce ou é produto do meio? Suas características são genéticas ou adquiridas? Para Birley; Muzika (2001), o maior ou menor número de empreendedores disponíveis em cada momento é decorrente das mais variadas influências, aí estando presentes o ambiente econômico, a genética e a influência familiar. Nas palavras de Morris (2002, p. v) “muitos acadêmicos provavelmente concordariam que um empreendedor não nasce simplesmente, e que existe uma variedade de condições interagindo com seu temperamento para facilitar o comportamento empreendedor”. Essa é uma outra questão que tem ensejado inúmeros debates e trazido diversas contribuições de pesquisadores que atuam em várias partes do mundo.

É possível ou provável que um empreendedor seja o somatório de características inatas e adquiridas e faça parte de um grupo de pessoas que, em maior ou menor grau, entre elas, seja diferente do resto da população. É essa dúvida que tem levado pesquisadores a tentar descobrir quais fatores estão associadas ao êxito empresarial.

Lezana e Tonelli (2004) classificam esses fatores como as características do empreendedor e dizem que eles atuam interferindo de forma direta na criação no futuro das empresas. As habilidades de que dispõe o empreendedor, suas necessidades, o seu conhecimento e os valores a que se apegam, segundo eles, são as características mais importantes. Esses fatores ou características se inter-relacionam, agindo de forma que se influenciam mutuamente conforme pode ser visto na FIG. 16.

A criação de uma empresa, ou outra atividade empreendedora, não é algo fácil de se fazer. É um processo complicado, onde variados fatores estão presentes, gerando influências das mais diversas. Isso torna complexos o empreendedorismo e as ações que deve realizar o seu principal ator, o empreendedor (GARTNER, 1988).

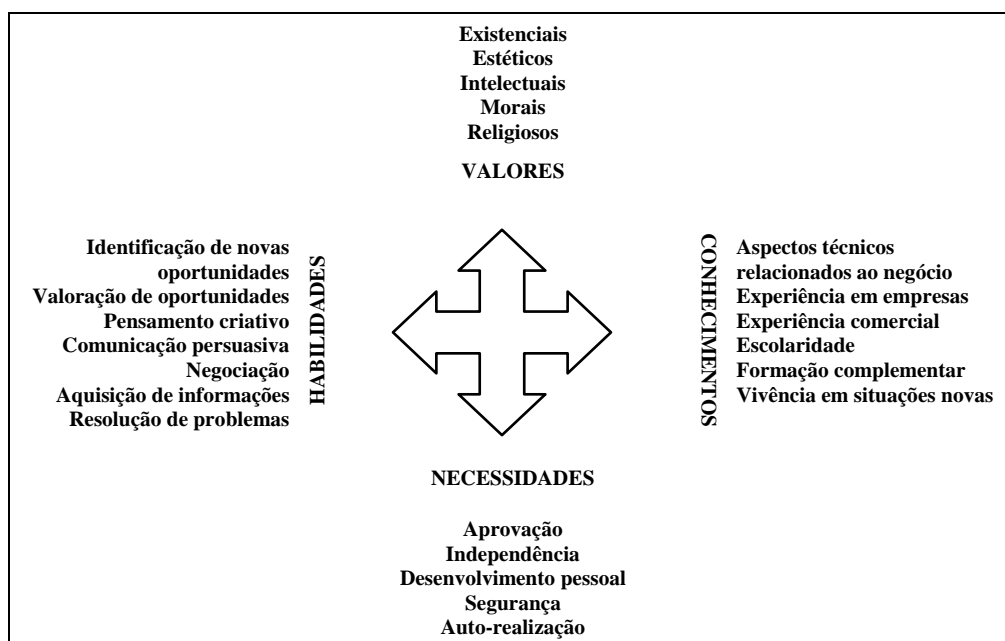


FIGURA 16 – Características do comportamento empreendedor
Adaptado de: LONGEN, 1997, LIMA; LEZANA, 2000, LEZANA; TONELLI, 2004.

2.6.1 Necessidades

Lezana e Tonelli (2004) utilizam como referência, para as necessidades do empreendedor, cinco tipos citados por Birley; Westhead (1992) e lembrados posteriormente por Westhead; Wright (1997), a saber: aprovação, independência, desenvolvimento pessoal, segurança e auto-realização. Essas necessidades (ver QUADRO 2, pág. 35 nos anexos) foram identificadas em um amplo estudo, de cunho internacional, conduzido sob os auspícios da Society of Associated Researchers on International Entrepreneurship (SARIE), e sob esse rótulo a pesquisa até hoje é conhecida (CARTER *et al.*, 2003). Utilizando dados de mais de 1400 fundadores/proprietários de negócios (Birley; Westhead, 1992, reportam 1000

empreendedores) coletados em 11 países, Scheinberg; MacMillan (1988), nas palavras de Carter *et al.* (2003), fizeram um tratamento estatístico utilizando análise fatorial em 38 itens, encontrando como resultado seis fatores ou construtos, por eles denominados de: necessidade de aprovação, instrumentalidade percebida da riqueza (segurança), comunitarismo, necessidade de desenvolvimento pessoal, necessidade de tornar-se independente e necessidade de fuga. Ainda segundo Carter *et al.* (2003), posteriormente Shane; Kolvereid; Westhead (1991) reaplicaram a pesquisa em 3 (Grã-Bretanha, Nova Zelândia e Noruega) dos 11 países, utilizando uma amostra de 597 proprietários-gerente e reduzindo a 21 os 38 itens originais. A esses 21 itens eles ainda adicionaram mais 2, relativos a aspectos relacionados a impostos. Como resultado, obtiveram quatro construtos explicativos de necessidades sentidas por empreendedores e que os motivaram a abrir novos negócios: reconhecimento, independência, aprendizado e modelos a imitar. Birley; Westhead (1992) trabalhando com uma amostra de 408 proprietários-gerente de negócios independentes, sediados na Grã-Bretanha, também utilizaram um questionário simplificado, com 25 itens. Uma análise fatorial reduziu os itens a sete construtos: necessidade de aprovação, necessidade de independência, necessidade de desenvolvimento pessoal, considerações em relação ao bem-estar (auto-realização), instrumentalidade percebida da riqueza (segurança), redução de taxas e benefícios indiretos e modelos a seguir. Dados dessa pesquisa foram utilizados em outro estudo, dessa vez com 405 proprietários-gerente, para estabelecer uma taxonomia das razões para iniciar um negócio e seu impacto no tamanho e crescimento da empresa (BIRLEY; WESTHEAD, 1994). Os dados gerados por essa pesquisa serviram posteriormente para outro estudo, feito dessa vez por Westhead e Wright, que comparou empreendedores, considerados novatos, de *portfolio* e seriais, utilizando 23 razões para

iniciar um negócio (WESTHEAD; WRIGHT, 1997). Para uma melhor comparação quanto à distribuição dos itens, em três desses estudos, ver o QUADRO 2, pág. 355 nos anexos.

Os itens usados no questionário de pesquisa de Birley e Westhead que, através de análise dos componentes principais, permitiram a formação dos fatores que Lezana e Tonelli (2004) utilizam para sua caracterização de necessidades do empreendedor, por construto, são:

Necessidade de aprovação - alcance de alta posição na sociedade, o respeito dos amigos, aumento de status e prestígio da família, poder realizar alguma coisa e obter reconhecimento por isso, além do desejo de altos ganhos; necessidade de independência - liberdade para adaptar seu trabalho a sua maneira de fazer as coisas, maior flexibilidade na própria vida e na da família, controle do tempo, possibilidade de ser desafiado pelos problemas e oportunidades ao começar e fazer crescer um novo negócio, dar sentido à própria vida; desenvolvimento pessoal - ser inovador e estar na linha de frente do avanço tecnológico, poder desenvolver uma idéia de produto, poder continuar aprendendo, ao surgir uma oportunidade poder obter vantagem competitiva ao explorá-la; segurança - poder dar segurança às crianças, esposa e a si próprio, contribuir para o bem-estar dos parentes, não ter amarras ao ser desafiado pelos problemas e oportunidades para começar e fazer crescer um novo negócio; auto-realização - poder contribuir para o bem-estar da comunidade onde vive, poder contribuir para o bem-estar das pessoas que tenham um perfil semelhante a si, ter a possibilidade de influir mais na vida da comunidade, contribuir para o bem-estar dos parentes (BIRLEY; WESTHEAD, 1992, p. 322-324).

2.6.2 Conhecimentos

Conhecimentos, bem como habilidades, no empreendedor fazem parte do seu capital humano, que é a soma desses dois elementos com as experiências que ele vivenciou.

Para o empreendedor o seu capital humano é de suma importância, pois, no caso específico de conhecimentos, sua percepção, em maior ou menor grau, de como funciona a atividade empresarial, pode ter impacto não só no primeiro como nos negócios subsequentes que ele vier a possuir (UCBASARAN; WRIGHT; WESTHEAD, 2003).

A aquisição e acumulação de capital humano é um processo que acontece durante toda a vida, estando aí envolvidos não só a família e a escola como também as empresas onde ele trabalhou (CARNEIRO; HECKMAN, 2003). Especificamente para o empreendedor, esse processo é importante, pois à medida que ele agrega conhecimentos seja através de capacitações formais, ou pela experiência vivenciada no dia-a-dia, ele amplia o seu leque de possibilidades de sucesso na atividade empresarial.

Lezana e Tonelli (2004, p. 40) citam como componentes dos conhecimentos que o empreendedor usualmente necessita utilizar os “aspectos técnicos relacionados com o negócio, a experiência na área comercial, escolaridade, experiência em empresas, formação complementar e vivência em situações novas”.

Defendendo a necessidade das sociedades atuais prepararem empreendedores, Fayolle (1998) argumenta que no passado, quando se precisou de engenheiros ou administradores, os sistemas educacionais atenderam o chamado e desenvolveram programas adequados para isso. Hoje, segundo ele, é necessário preparar empreendedores e reconhecer o empreendedorismo como um campo disciplinar, como contabilidade, economia ou administração.

Segundo Minniti; Bygrave (2001, p. 7) “empreendedorismo é um processo de aprendizagem e uma teoria de empreendedorismo que requer uma teoria de aprendizagem. Claro que o que é aprendido pode ser falso. Empreendedores podem fracassar. Mas empreendedores (como todos os indivíduos) também aprendem a partir de fracassos”.

Foster; Lin (2003), que estudaram as diferenças individuais na aprendizagem empreendedora, dizem que conhecimentos obtidos anteriormente e não ligados aos

estudos empresariais, além de base cultural, fazem diferença nos estudos ligados aos negócios.

É importante também se levar em conta que como Politis (2005, p. 417) esclarece,

O desenvolvimento de conhecimento empresarial nos indivíduos é um processo lento e incremental que evolui ao longo de suas vidas profissionais. Isto significa que estimular atividades empresariais, através de treinamento e educação formal, provavelmente, não tem qualquer impacto forte e direto no desenvolvimento de conhecimento empresarial. Portanto, esforços de políticas educacionais direcionados ao estímulo de atividades empresariais deveriam focalizar-se principalmente em desenvolver a criatividade, pensamento crítico e reflexão nos indivíduos e, em troca, poderiam ter influência profunda nas suas motivações e habilidades para desenvolver conhecimento empresarial ao longo de suas vidas profissionais.

Deve-se salientar que o empreendedor amplia os seus conhecimentos através de diversas formas ou processos. Como o processo de aprendizado dos empreendedores acontece de várias formas e em diversos contextos é interessante saber como esses profissionais aprendem, o que os motiva a aprender e de que forma eles se sentem mais confortáveis, dentro desses processos.

Entre os diversos processos de que o empreendedor utiliza para ampliar seus conhecimentos, estão aqueles que Kolb (1984) denomina de aprendizagem experiencial, na qual o indivíduo aprende mediante quatro formas, quais sejam: através da experiência concreta (experimentando), da observação reflexiva, da conceituação e abstração e através das suas ações ou experimentação ativa (fazendo).

Para Kolb (1984, p. 38), “aprendizagem é o processo pelo qual o conhecimento é criado através da transformação da experiência”. Para justificar essa afirmação ele utiliza uma série de características da aprendizagem experiencial. Na concepção de Kolb (1984), a aprendizagem deve ser entendida como um processo, em vez de resultados, sendo ele um *continuum* baseado na experiência. Outra característica é que

a aprendizagem requer que sejam resolvidos conflitos entre concepções dialeticamente opostas de adaptação ao mundo. Ele ainda cita como características o processo holístico que o indivíduo utiliza para adaptar-se ao mundo, suas transações com o ambiente e a própria criação do conhecimento.

Segundo Kolb (1984, p. 41), na teoria da aprendizagem experiencial, aprendizado é um “processo por meio do qual é criado conhecimento pela transformação de experiência. O conhecimento resulta da combinação de se obter e transformar experiência”. E prossegue, em outro escrito:

O modelo de aprendizagem retrata dois modos dialeticamente relacionados de ganho de experiência – experiência concreta (EC) e conceptualização abstrata (CA) - e dois modos dialeticamente relacionados de transformação da experiência - observação reflexiva (OR) e experimentação ativa (EA). Os estilos de aprendizagem individuais são determinados pelo modo preferido por um indivíduo quanto a estas duas dialéticas, favorecendo uma em relação à outra (MAINEMELIS; BOYATZIS; KOLB, 2002, p. 6-7).

O arcabouço teórico de Kolb foi desenvolvido a partir das contribuições de Kurt Lewin, John Dewey e Jean Piaget, nas quais ele buscou as noções de aprendizado por experiência concreta, observação reflexiva, conceptualização abstrata e experimentação ativa (SWAILES; SENIOR, 1999). A noção de aprendizagem pela experiência veio de Dewey, de Piaget o processo de desenvolvimento cognitivo e de Lewin o diálogo, no processo de aprendizagem, entre a experiência concreta e a imparcialidade analítica, além das relações humanas e do significado da experiência subjetiva (HINTON, 1998).

Lewin (1965) classifica a aprendizagem como uma mudança na estrutura cognitiva, na motivação, no grupo ou ideologia do qual se faz parte e no controle do corpo. O modelo de Lewin de aprendizagem experiencial é formado por um ciclo de quatro estágios: inicialmente uma experiência concreta, logo depois reflexões e observações, seguindo-se a formação de abstrações, de concepções e generalizações, e

terminando o ciclo com a testagem das implicações dos conceitos em novas situações (KOLB, 1984).

Segundo Kolb (1984, p. 22), o paradigma de aprendizagem experiencial de Dewey é “extraordinariamente similar ao modelo lewiniano, embora ele faça mais explícita a natureza evolutiva da aprendizagem implícita na concepção de Lewin”.

Piaget (1979), por outro lado, identificou vários estágios no desenvolvimento cognitivo do indivíduo, desde o nascimento até os 16 anos. Ele os classificou do seguinte modo: início da função semiótica, e da inteligência representativa (do nascimento até os 18-24 meses); primeiro nível do pensamento pré-operatório (2-4 anos); segundo nível (5-6 anos); primeiro nível do estágio de operações concretas (7-8 anos); segundo nível das operações concretas (cerca de 9-10 anos); e chegada da fase final do desenvolvimento cognitivo (a partir dos 11-12 e indo até os 15-16 anos). Nessa caminhada o indivíduo evolui do aprendizado apenas concreto até o abstrato.

O ciclo de aprendizagem experiencial de Kolb tem sido citado, estudado, sugerido e aplicado em vários contextos e disciplinas, como marketing (PETRUS JR, 2000), empreendedorismo (HARRISON; LEITCH, 2005, CORBETT, 2005), treinamento em gestão (LARSEN, 2004), desenvolvimento de recursos humanos (YANG, 2004).

Pelo que se depreende da teoria de Kolb (1984), as pessoas, e logicamente o empreendedor, aprendem de formas diferentes, dependendo de sua maneira de ser e do contexto em que estão localizados. Os contextos e necessidades dos empreendedores não são iguais para todos. Na realidade, variam muito. No caso específico das necessidades, elas mudam no decorrer da vida (LEZANA; TONELI, 2004). É o caso do desenvolvimento pessoal: quando criança, uma pessoa pode estar mais interessada em

brincar do que em adquirir formação escolar, e anos depois sentir que falhou ao não adquirir certos conhecimentos que agora parecem ser essenciais; surge, então, a necessidade de aquisição de mais conhecimentos, o que no caso do empreendedor pode ser crucial para o início ou a sobrevivência do seu negócio.

Lembrando que Lezana e Tonelli (2004) consideram que, para o empreendedor, além da escolaridade e da formação complementar - incluindo aspectos técnicos relacionados ao negócio -, a experiência na área comercial e em empresas, afora a vivência em situações novas, torna-se importante, a abordagem de Kolb mostra-se adequada, pois, ao se conhecer a maneira como cada empreendedor aprende, pode-se melhor capacitá-lo para desenvolver suas atividades.

2.6.3 Habilidades

Outro grupo de elementos que abriga características encontradas em empreendedores é o das habilidades. Pode-se conceituar habilidade como a facilidade encontrada em uma pessoa para utilizar seus atributos, sejam de ordem intelectual, física, ou de ambos (TONELLI, 2003). Para Lezana; Tonelli (2004, p. 53), “são inúmeras as habilidades necessárias para a operação de uma empresa de pequena dimensão”. Deve-se ressaltar que elas têm papel preponderante na formação das competências de qualquer indivíduo (TONELLI, 2003), seja ou não empreendedor, e dos seus talentos, aqui compreendidos como a capacidade de obter resultados a partir da utilização de recursos de que puder dispor (GUIISO; SCHIVARDI, 2005).

Habilidades e aptidões, ou ambas, além de conhecimentos, são características inerentes aos indivíduos e necessárias à execução de tarefas ou trabalhos, para desempenhar uma atividade (BAUM, 2001; BAUM; LOCKE; SMITH, 2001). Já Resende (2002) diz que a aptidão é uma característica inata ou adquirida, citando como

exemplos o raciocínio lógico e o autocontrole emocional, elementos importantes para o empreendedor. Tonelli (2003), por sua vez, sugere como algumas habilidades do empreendedor a autodisciplina, a objetividade, a flexibilidade e a criatividade, além da comunicação. Posteriormente, junto com Lezana ela amplia a noção da comunicação, que antes estava restrita conceitualmente a “saber falar e ouvir adequadamente” (TONELLI, 2003, p. 85), para a comunicação persuasiva (LEZANA; TONELLI, 2004). Apresentam, então, como alguns dos elementos componentes das habilidades, além da comunicação persuasiva, a identificação e valoração de novas oportunidades, junto com pensamento criativo; a negociação e a aquisição de informações, estando aí implícita a busca com utilização dos instrumentos adequados; e a resolução de problemas.

Nesse conjunto de elementos destaca-se a identificação de oportunidades. Na literatura sobre empreendedorismo a função da identificação de oportunidades tem sido objeto de diversos relatos, no tocante às influências e seu papel na geração de novos negócios (ALSOS; KAIKKONEN, 2004; ARDICHVILI; CARDOZO; RAY, 2003; ECKHARDT; SHANE, 2003; GAGLIO; KATZ, 2001; PARK, 2005; SAKS; GAGLIO, 2002; SIPILÄ, 2006; STUART; SORENSON, 2005).

Segundo Verheul (2001), o mercado, pelas suas características, é o responsável pelo seu surgimento, ou não. Nesse ponto ela distingue vários tipos de oportunidades, decorrentes das necessidades surgidas entre os consumidores, do próprio desenvolvimento tecnológico e da flutuação dos níveis de ganho das famílias.

Conceituando a *oportunidade empreendedora*, Sarasvathy *et al.* (2002) dizem que é a existência de uma circunstância, favorável e adequada para se poder agir criando algo que, de forma positiva, tenha valor econômico. Para eles, dita oportunidade, consiste em:

1. Novas idéias ou invenções que podem levar ao alcance de um ou mais objetivos econômicos, tornados possíveis através dessas idéias ou invenções;
2. Crenças acerca de coisas favoráveis ao alcance desses objetivos; e,
3. Ações que implementem esses objetivos através de específicos (inventados) novos artefatos econômicos (que podem ser bens, na forma de produtos ou serviços e/ou entidades como empresas ou mercados, e/ou regras, como padrões e normas) (SARASVATHY *et al.* 2003, p. 143).

Esse destaque, que alguns autores, notadamente Shane (2003), recentemente estão dando ao papel da oportunidade e sua ligação (*nexus*) com o indivíduo, não significa que ela seja a única a merecer atenção. Em maior ou menor grau, todas as oportunidades citadas, além daquelas que não foram objeto de citação, têm a sua importância na busca que o empreendedor realiza para alcançar o sucesso.

2.6.4 Valores

O último grupo, na classificação de Lezana; Tonelli (2004), abrange elementos relacionados à visão de mundo que possam ter as pessoas, tais como os valores existenciais, estéticos, intelectuais, morais e religiosos. Joyner (2002) mostra, após reunir o pensamento de vários autores, que os valores são compostos pelo conjunto de princípios e crenças que influenciam os desejos de indivíduos ou grupos, e que, em conjunto com as atitudes e comportamentos, constroem a cultura de uma comunidade, agregando continuamente, de geração em geração, as contribuições de cada uma delas. Os valores de um indivíduo são inerentes às suas crenças sobre o que é certo e o que é errado. Eles direcionam as suas atitudes.

Valores são elementos importantes na *weltanschauung* (expressão alemã traduzida no Brasil como *visão de mundo*), um conceito que, segundo Filion (1991) serve para explicar a forma através da qual o mundo real é percebido e concebido por uma pessoa, utilizando seus valores e atitudes, bem como suas intenções subjacentes à percepção. Por conta disso os valores do empreendedor podem influenciar a sua visão

de oportunidades, negócios, sucesso etc. Filion (1993, 2004) sustenta que a visão é uma imagem projetada pelo empreendedor para localizar um espaço mercadológico, no futuro, aí se identificando prováveis tipos de produtos e a organização adequada para explorá-los.

Buscando-se conceituar mais precisamente o significado de valores, pode-se dizer que eles são os elementos utilizados pelas pessoas, em seu processo de comparação, julgamento ou apreciação de alguma coisa. A decorrência é a atribuição, ou não, de importância ao que foi comparado, julgado ou apreciado. Os valores, portanto, direcionam ações dos indivíduos, motivando a escolha deste ou daquele caminho.

Nas palavras de Kolb; Osland; Rubin (1995), são dos valores de indivíduos e organizações que derivam seus códigos de ética. Daí a importância, para o ensino da ética, de ajudá-los a identificar seus próprios valores.

Perron (1987, p. 19), alguns anos antes comentou que os “valores são o fruto, o produto formalizado dum processo de valorização, que tem sua origem nos primeiros contatos da pessoa com o seu ambiente físico e humano, prosseguindo sem cessar, de modo dinâmico, através de vivências diárias”. Empinotti (1994, p. 58), adicionalmente, diz que os “valores morais são decisivos no concreto da vida individual e social; sua educação é exigência imperiosa”. Deve-se observar que “no entanto existem questões que não foram devidamente esclarecidas como, por exemplo, aquelas ligadas ao que significam os valores, como surgem e são construídos, enfim a sua própria essência” (COSTA, 1999, p. 55).

Lezana; Tonelli (2004, p. 57) dizem também que os “valores éticos do empreendedor configurarão seu comportamento em relação à sociedade”, e

complementam dizendo: “o empreendedor é aquele que faz com que a sua empresa observe os preceitos morais, éticos e legais da sociedade onde atua”.

Dá-se a seguir uma classificação conceitual de valores, segundo Empinotti (1994), abrangendo o que ele chama de existenciais, estéticos, intelectuais, morais e religiosos. Todos os conceitos apresentados a seguir são uma adaptação do que afirma Empinotti (1994).

Os existenciais são relacionados à sobrevivência humana e servem de apoio para novos valores que vierem a serem incorporados. Aí podem ser enquadrados aqueles chamados de vitais, como os ligados à alimentação e a saúde, tanto física como mental e os econômicos, onde estão incluídos os que se referem ao trabalho, renda e riqueza.

Os valores estéticos têm a sua ligação com os sentimentos, com a sensibilidade, envolvendo a utilização dos cinco sentidos e alcançando as mais altas possibilidades de percepção em relação às manifestações artísticas.

Os valores intelectuais, que privilegiam a ciência e a cultura, são como que um repositório da evolução humana. Através da ciência o homem vem acumulando saberes, que se expandem de forma acelerada, e pela via da cultura se dá a ampliação do patrimônio cultural, que através das gerações, vem sendo cultivado como uma forma de manter viva na memória e na consciência coletiva as realizações do passado que podem explicar o presente.

Os valores morais podem assumir duas formas: éticos e sociais. Sua incorporação ao indivíduo se dá no seio da sua comunidade e principalmente da sua família, encarregada que é, pela sociedade, de transmitir e formar esses valores. A incorporação desses valores é um processo essencialmente educativo que tem seu início, no indivíduo, desde a mais tenra idade. São os valores morais que orientam os

princípios e as normas que padronizam a forma de comportamento a ser seguida, de acordo com uma maneira considerada correta, honesta.

Por último têm-se os valores religiosos que abrangem a crença em um Ser Superior e forma com que se busca estabelecer um relacionamento, em busca de apoio, com Ele. Esses valores podem tomar a forma de divinos, conceitos a respeito da divindade, rituais etc. e profanos ou humanos, manifestados através das atitudes com que as pessoas expressam sua religiosidade (romarias, sacrifícios de animais, rituais os mais diversos).

Os valores desempenham um papel importante na vida do empreendedor. Segundo (Hisrich; Peters, 2004) podem-se encontrar vários estudos empenhados em demonstrar a importância do que é importante para o empreendedor os valores que ele carrega. No entanto assinalam, estes autores, pesquisadores têm encontrado dificuldades em fazer associações, utilizando sistemas de valores, que diferenciem empreendedores de sucesso, mal-sucedidos, gerentes e a população em geral. Muitos estudos não obtiveram sucesso em fazer essa diferenciação.

Tais dificuldades podem ser decorrentes de problemas metodológicos de pesquisa, como construtos mal definidos ou mesmo a utilização de escalas inadequadas à especificidade do estudo. Hisrich; Peters (2004) dizem que algumas escalas apesar de identificarem valores pessoais relacionados à liderança, agressividade, criatividade etc., em indivíduos empreendedores, da mesma forma possibilitaram a mesma identificação em pessoas que se destacaram em outras atividades.

Essas dificuldades, no entanto, não têm diminuído o interesse na realização de estudos sobre as possíveis influências dos valores, no comportamento do empreendedor e no seu sucesso empresarial. Nas palavras de Timmons (1999) é possível encontrar

comportamentos nos empreendedores que reflitam seus valores pessoais e éticos cujas origens estejam no seu passado, tendo sido desenvolvidos a partir da sua infância e se incorporado a eles. A cultura de um grupo também exerce influência sobre o indivíduo empreendedor, pois ela ajuda a forjar a sua escala de valores. Um estudo realizado no Havaí, com empreendedores oriundos de seis sub-culturas, identificou em um conjunto de respostas a uma questão aberta, sobre valores em geral (QUADRO 3), que, embora muitos deles fossem coincidentes, numa hierarquia eles variavam em grau de importância para cada etnia (MORRIS; SCHINDEHUTTE, 2005).

Quadro 3 - Valores mais importantes no dia-a-dia

Coreano	Vietnamita	Havaiano	Filipino	Chinês	Japonês
Família	Família	Família	Família	Família	Família
Dinheiro	Negócios/ trabalho duro	Negócios/ trabalho duro	Religião	Saúde	Saúde
Saúde	Saúde	Religião	Saúde	Dinheiro	Dinheiro
Amizade/ relacionamento	Dinheiro	Saúde	Negócios/ trabalho duro	Negócios/ trabalho duro	Negócios/ trabalho duro
Religião	Liberdade/ independência	Dinheiro	Amizade/ relacionamento	Diversão/ felicidade	Ajudar os outros/doação
Liberdade/ independência	Amizade/ relacionamento	Sucesso/ reconhecimento	Honestidade	Sucesso/ reconhecimento	Liberdade/ independência
Negócios/ trabalho duro	Diversão/ felicidade	Liberdade/ independência	Liberdade/ independência	Educação	Amizade/ relacionamento
Diversão/ felicidade	Educação	Honestidade	Educação	Honestidade	Respeito
Ajudar os outros/doação	Respeito	Amizade/ relacionamento	Sucesso/ reconhecimento	Amizade/ relacionamento	

Fonte: MORRIS; SCHINDEHUTTE, 2005, p. 466.

Para Morris; Schindehutte; Lesser (2002) tem-se dado muita atenção as características dos empreendedores em detrimento dos seus valores. Cabe aqui ressaltar que para Lezana; Tonelli (2004) valores são elementos componentes das características do empreendedor. Segundo Morris; Schindehutte; Lesser (2002) esse hiato é ainda maior quando se refere a outras culturas, que não as ocidentais. Para eles determinados valores como risco, individualismo, competitividade etc., em sub-culturas étnicas podem não ser tão importantes quanto o são, na cultura ocidental. Isso significa que em outras culturas o desejo de empreender pode estar mais fortemente associado a outros

valores. A distribuição de valores, segundo a hierarquia mostrada no QUADRO 3 é uma mostra dessa possibilidade. Dentro da própria cultura ocidental, judaico-cristã, a forma como o espírito do capitalismo se manifestou no passado foi diferenciada nas áreas de influência do catolicismo e do protestantismo (WEBER, 2001).

Concluindo estas considerações sobre necessidades, conhecimentos, habilidades e valores, recorre-se a Tonelli (1997, p. 28) podendo-se “afirmar que” elas são as “características determinantes do comportamento humano e, portanto, dos empreendedores”. Ainda segundo Tonelli (1997, p. 28) “isto significa que, toda vez que se altera uma delas (aquisição de conhecimento, surgimento de uma nova necessidade, desenvolvimento de habilidades ou modificação de valores) se estará modificando o comportamento”.

2.7 Identificação de características empreendedoras em empreendedores ou em potenciais empreendedores

A identificação de características empreendedoras em indivíduos que já sonham em ter o seu próprio negócio, *start-ups* ou mesmo naqueles que estão conduzindo as atividades de suas empresas, tem sido um processo que através dos anos desperta o interesse de pesquisadores. Desde as contribuições de McClelland (1961), sobre o papel da necessidade de realização, indicando que a motivação para realizar exerce uma função-chave no comportamento dos empreendedores, até as mais recentes como as de Miner (1996, 1997a), apresentando 4 tipologias de sucesso empreendedor, vários pesquisadores têm se debruçado sobre as ações que exercem determinados traços psicológicos sobre o desejo de empreender e posteriormente a instalação do negócio sobre o sucesso alcançado, ou não.

Hornaday (1982, p. 26-27) cita um total de 42 características que com frequência são listadas como próprias de indivíduos empreendedores, a saber:

Confiança; perseverança, determinação; energia, diligência; desembaraço; habilidade para assumir riscos calculados; dinamismo, liderança; otimismo; necessidade de realização; versatilidade, conhecimento do produto, mercado, maquinaria e tecnologia; criatividade; habilidade para influenciar outros; habilidade para conviver com outras pessoas; iniciativa; flexibilidade; inteligência; orientado para aclarar metas; hábil gestão do tempo, eficiência; habilidade para tomar decisões rapidamente; capacidade de responder positivamente a desafios; independência; honestidade, integridade; maturidade, equilíbrio; sensibilidade a sugestões e críticas; responsabilidade; previsão; exatidão, precisão; cooperatividade; orientação para o lucro; habilidade de aprender com seus erros; senso de poder; personalidade agradável; egotismo; coragem; imaginação, perceptividade; tolerância com a ambigüidade; agressividade; capacidade para divertir-se; eficácia; confiança; habilidade para demonstrar confiança nos subordinados; sensível aos outros.

Nesse total, 19 são listadas como sendo as mais citadas nos estudos que serviram de fonte para a relação de 42 características originais. Apesar de ser uma listagem com mais de 20 anos, muitas das características continuam a ser citadas e pesquisadas em todo o mundo. Isto pode ser confrontado com as características apresentadas no QUADRO 4, pág. 123 e no QUADRO 5 (ver pág. 356, nos anexos). As 19 características mais frequentes, segundo o estudo de Hornaday, foram:

Auto-confiança; perseverança, determinação; energia, diligência; desembaraço; habilidade para assumir riscos calculados; necessidade de realização; criatividade; iniciativa; flexibilidade; capacidade de responder positivamente a desafios; independência; previsão; dinamismo, liderança; versatilidade, conhecimento do produto, mercado, maquinaria e tecnologia; habilidade para conviver com outras pessoas; sensibilidade a sugestões e críticas; orientação para o lucro; perceptividade; otimismo (HORNADAY, 1982, p. 28).

Em outro levantamento, desta vez compilado por Timmons (1999, p. 218), utilizando Carland *et al.* (1988), Chandler; Jansen (1992) e McGrath *et al.* (1992) é apresentado no livro *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century*. Nele são mostradas diversas características associadas ao empreendedor, começando em 1848, com as sugeridas por J. S. Mill. A esta listagem foram adicionadas, pelo autor deste trabalho, como se pode verificar no QUADRO 4, a característica que Cantillon

associou aos empreendedores, em 1755, portanto anterior a Mill, e características sugeridas por autores mais recentes. No interstício de tempo desde Cantillon (1755) até os dias de hoje, é possível se observar que risco e inovação são duas palavras que não deixam de ser citadas. Essas duas palavras correspondem a características importantes no empreendedor e a própria essência do capitalismo, que busca incessantemente novos mercados e por consequência necessita de coisas novas a serem oferecidas ao consumidor.

Por outro lado observa-se uma miscelânea de características apresentadas pelos diversos autores que aparecem na compilação. Pela quantidade de características apresentadas é de se supor que elas não sejam universais, podem estar presentes em alguns empreendedores e ausentes em outros. Como alguns autores apontaram características empreendedoras a partir de dados anecdóticos, ou seja, pela simples observação de pessoas, em vez da coleta sistemática de dados e seu posterior processamento para a obtenção de informação, suas conclusões não podem ser estendidas para a população de empreendedores, como um todo.

Quadro 4 - Características empreendedoras citadas desde Cantillon (1755) até os dias atuais

Ano	Autores	Características
1755 ¹	R. Cantillon	Tende a lidar com incertezas e toma decisões racionais, assume riscos
1848 ²	J. S. Mill	Capacidade de enfrentar riscos
1917 ²	Max Weber	Fonte de autoridade formal
1934 ²	J. A. Schumpeter	Inovação; iniciativa
1954 ²	F. X. Sutton	Ânsia por responsabilidade
1959 ²	H. Hartman	Fonte de autoridade formal
1961 ²	D. C. McClelland	Assume riscos; tem necessidade de realização
1963 ²	L. E. Davids	Ambição; desejo de ser independente, responsabilidade; autoconfiança
1964 ²	H. B. Pickle	Direção pelo intelecto; relações humanas; habilidade de comunicação; conhecimento técnico
1971 ²	M. Palmer	Mede os riscos
1971 ²	J. A. Hornaday e J. Aboud	Necessidade de realização; autonomia; agressão; poder; reconhecimento; inovativo/independente
1973 ²	D. G. Winter	Necessidade de poder
1974 ²	C. Borland	Locus interno de controle
1974 ²	P. R. Liles	Necessidade de realização
1977 ²	Y. Gasse	Orientado por valores pessoais
1978 ²	J. A. Timmons	Direcionado/auto-confiante; orientado por metas; assume riscos moderados; locus de controle; criatividade/inovação
1980 ²	D. L. Sexton	Energizado/ambicioso; recuos positivos
1981 ²	J. A. Welsh e J. F. White	Necessidade de controlar; busca responsabilidades; auto-confiante/direcionado; aceita desafios; assume riscos moderados
1982 ²	W. C. Dunkelberg e A. C. Cooper	Direcionado ao crescimento; direcionado à independência; direcionado a fazer as coisas com suas próprias mãos
1982 ³	F. Hoy e D. Hellriegel	Preferência por tarefas técnicas em vez de tarefas administrativas
1983 ³	C. M. Pavett e A. W. Lau	Conceitual, humano e politicamente competente; familiarizado tecnicamente em um campo especializado
1985 ³	I. C. MacMillan, R. Siegel e P. SubbaNarisimha	Familiaridade com o mercado; capaz de suportar esforço intenso, habilidade de liderança
1985 ⁴	P. F. Drucker	Inovador, criador de novos mercados e novos consumidores
1986 ³	A. B. Ibrahim e J. R. Goodwin	Habilidade para delegar, gestor de relações com o cliente e empregados; habilidades interpessoais
1987 ³	H. Aldrich e C. Zimmer	Em rede com pessoas que controlam recursos importantes e que têm habilidades e competências relevantes
1987 ³	C. W. Hofer e W. R. Sandberg	Conduz a empresa desde sua criação até a sua estabilização; habilidade para claramente comunicar metas; habilidade para motivar outros a se comportarem de maneira sinérgica
1987 ³	E. H. Schein	Fortes habilidades de gestão com altos níveis de responsabilidade e autoridade; especialista versus gestor geral
1987 ³	J. A. Timmons, D. F. Muzyka, J. J. Stevenson e W. D. Bygrave	Habilidade para pressentir e reconhecer vantagens durante a busca de oportunidades
1989 ³	T. L. Wheelen e J. D. Hunger	Habilidade para implementar estratégia com programas, procedimentos, orçamentos, avaliações etc.
1992 ³	G. N. Chandler e E. Jansen	Habilidade pessoal para reconhecer oportunidades
1992 ⁵	R. G. McGrath, I. C. MacMillan, e S. Scheinberg	Individualismo alto; distanciamento do improdutivo; fuga da incerteza e masculinidade
1994 ⁶	N. G. Boyd e G. S. Vozikis	Auto-eficácia
2005 ⁷	S. Beugelsdijk e N. Noorderhaven	Mais individualmente orientado do que o resto da população
2006 ⁸	K.R.G. Nair e Anu Pandey	Inovativo

Fontes: ¹ CANTILLON, Richard. *Essai sur la nature du commerce en général*. Londres: Chez Fletcher Gyles dans Holborn, 1755. p. 62-75; ² CARLAND, J. W. *et al.* Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. *Academy of Management Review*, v. 9, n. 2, 1984, p. 356; ³ CHANDLER, G. N.; JANSEN, E. The founder's self-assessed competence and venture performance. *Journal of Business Venturing*, v. 7, n. 3, 1992, p. 233-236; ⁴ DRUCKER, Peter F. *Innovation and entrepreneurship*. New York: Harper Business, 1993; ⁵ MCGRATH, V. *et al.* Elitists, risktakers, and rugged individualists? An exploratory analysis of cultural differences between entrepreneurs and non-entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, v. 7, n. 2, 1992, p. 115-135; ⁶ BOYD, Nancy G.; VOZIKIS, George S. The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 18, n. 4, 1994. p. 63-74; ⁷ BEUGELSDIJK, Sjoerd; NOORDERHAVEN, Niels. Personality characteristics of self-employed: an empirical study. *Small Business Economics*, v. 24, n. 2, 2005. p.159-167; ⁸ NAIR, K.R.G.; PANDEY, Anu. Characteristics of entrepreneurs: an empirical analysis. *The Journal of Entrepreneurship*, v.15, n.1, 2006. p. 47-61.

Nota: As legendas ^{2,3} e ⁵ correspondem a fontes *apud* TIMMONS, J. *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century*. New York: Irwin/McGraw-Hill, 1999. As legendas ^{1,4,6,7} e ⁸ correspondem a fontes consultadas diretamente pelo autor.

Outra compilação sobre características do empreendedor, posterior a efetuada por Carland *et al.* (1984) e aquela utilizada por Timmons (1999), é a que apresenta Gartner (1988). Essa compilação, é apresentada no QUADRO 5 (ver pág. 356, nos anexos), com acréscimos do autor deste trabalho, além de apresentar diversas concepções de características que o empreendedor presumidamente possua, e/ou razões que o levaram a empreender, detalha as definições operacionais sobre o que é um empreendedor.

Gartner, além do mais, informa qual tipo de amostra foi coletado (fundadores, donos de pequenas empresas, estudantes universitários etc.), quando houve pesquisa de campo, e classifica o tipo de estudo que cada autor utilizou: normativo/teórico ou empírico.

Ressaltando que o autor deste trabalho fez acréscimos à compilação de Gartner, com o intuito de atualizar as informações, pode-se afirmar que há maior incidência de estudos empíricos, levando a crer que a maior parte das contribuições da academia, ao estudo do empreendedorismo, é resultante da coleta, processamento e análise de dados que refletem traços psicológicos e o comportamento empresarial dos indivíduos estudados.

Um fato observado é a profusão das chamadas características empreendedoras. Um grande número de traços de personalidade de empreendedores tem sido explorado e que três entre eles se destacam: necessidade de realização, *locus* de controle e gestão de riscos (SMITH-HUNTER; KAPP; YONKERS, 2003). Muitas dessas características já foram citadas nas compilações de Hornaday (1982), de Timmons (1999), porém outras mais têm surgido em novos estudos. Essa profusão de características torna difícil comparar os diversos resultados dos estudos já realizados. No campo da psicologia do

empreendedor, por exemplo, duas correntes concentram-se em atributos diferentes. A primeira tradicionalmente tem focado as características relacionadas à realização, risco e controle interno; a segunda o caminho da cognição social, ou seja, a influência da cultura, educação, experiência etc. (SMITH-HUNTER; KAPP; YONKERS, 2003). As informações apresentadas no QUADRO 6 (ver pág. 363, nos anexos) resumizam algumas das mais citadas características de personalidade e mais estudados processos cognitivos associados ao empreendedor, segundo Gouatarbés (2006). Um outro caminho que tem sido percorrido, ainda pouco estudado, tem se concentrado em investigar a personalidade proativa do empreendedor (GOUATARBÉS, 2006). Para Bateman; Crant (1993, p. 103), criadores da Escala de Personalidade Proativa, esse tipo de comportamento pode ser “definido como uma tendência relativamente estável para provocar mudanças no ambiente”. Aplicações da escala em amostra de estudantes de graduação e pós-graduação resultaram em correlações positivas entre os construtos personalidade proativa, necessidade de realização e necessidade de dominar (BATEMAN; CRANT, 1993). Em outro estudo, com 181 estudantes, metade cursando graduações e a outra parte realizando pós-graduação, foi encontrada forte associação entre intenções empreendedoras e personalidade proativa (CRANT, 1996).

Essa profusão de características e caminhos, como já foi dito, tem criado dificuldades na comparação entre diversos estudos, através de meta-análise, devido ao fato de que os pesquisadores usam operacionalizações as mais variadas, tanto de variáveis dependentes quanto independentes, provocando a possibilidade de se comparar coisas díspares ao se confrontar os resultados desses estudos (RAUSCH; FRESE, 2000). Entretanto essas dificuldades não impedem a continuidade dessa busca pelas razões que melhor contribuem para despertar o desejo de empreender, a abertura

de um negócio e seu posterior sucesso, pois “o relacionamento entre o empreendedor, características de personalidade, valores e outras dimensões ajuda a explicar porque alguns se tornam empreendedores e outros não” (GOUTARBES, 2006, p. 1).

2.8 Métodos utilizados para identificação de características empreendedoras

Embora os resultados de pesquisas sobre empreendedorismo muitas vezes sejam inconclusivos, e vários estudos sobre fatores de personalidades tenham atraído críticas, vez por outra contundentes até, não se deve abandonar os caminhos oferecidos pela psicologia; talvez isso tenha ocorrido pela forma como se procurou associar traços de personalidade com as atividades econômicas exercidas pelo empreendedor (HISRICH, 2000).

Um dos pesquisadores que recebeu muitas críticas foi McClelland (1961) ao utilizar pesquisa em histórias infantis para detectar influências no desenvolvimento de necessidade de realização e o TAT (Teste de Apercepção Temática) com executivos indianos (McCLELLAND; WINTER, 1970). O TAT, por ser um teste projetivo, de cunho qualitativo, necessita de pessoas altamente qualificadas no campo da psicologia (HORNADAY; ABOUD, 1971). Seus resultados podem ser controversos e gerar muitas críticas quanto às conclusões deles tirados. Deve-se, no entanto, se considerar o fato de que, apesar das críticas, McClelland continua a ser amplamente citado pela sua contribuição ao estudo das características do empreendedor. Por conta das dificuldades de aplicação e interpretação do TAT, grande parte dos pesquisadores de características/traços empreendedores têm utilizado testes objetivos, com escalas somadas do tipo Likert, de cinco, sete, nove ou onze pontos, aí se destacando as de cinco pontos. Esses testes têm propiciado a utilização de variadas técnicas estatísticas

para buscar associações entre propensão a empreender com características demográficas, psicológicas, econômicas, culturais e ambientais. Um levantamento aleatório em artigos e *papers* vindos a público entre 2001-2006, mostra a predominância dessas técnicas (QUADRO 7) em pesquisas mais recentes.

Quadro 7 - Técnicas quali-quantitativas utilizadas na pesquisa de características empreendedoras

Pesquisador(es)	Características	Técnicas utilizadas
KOEN, Peter A. <i>et al.</i> (2001)	Habilidades cognitivas.	Correlação, regressão.
HOEHN, Manuela N. <i>et al.</i> (2002)	Persuasão e habilidades sociais.	Análise fatorial, variância e teste <i>t</i> .
SMITH, Robert (2002)	Propagação de valores. *	Histórias.
UCBASARAN, Deniz; WESTHEAD, Paul (2002)	Identificação de oportunidades.	Análise fatorial, variância.
BAUM, J. Robert; BIRD, Barbara; CHARDAVOYNE, Nicole A. (2003)	Inteligência prática.	SEM.
WIKLUND, Johan; DELMAR, Frédéric; SJÖBERG, Karin. (2004)	Capital humano.	Análise de eventos históricos.
HMIELESKI, Keith M.; CORBETT, Andrew C. (2006)	Propensão à improvisar.	Correlação, regressão, análise fatorial.
KIKUL, Jill; GUNDRY, Lisa K. (2002)	Personalidade proativa.	Correlação, regressão, análise fatorial.
PHAN, Phillip H; WONG, Poh Kam; WANG, Clement K. (2002)	Crenças, propensão à empreender.	Correlação, regressão, análise fatorial.
SCHIMITT-RODERMUND, Eva; VONDRACEK, Fred W. (2002)	Propensão à empreender.	Correlação, regressão.
STEWART JR., Wayne H. <i>et al.</i> (2003)	Necessidade de realização, propensão a lidar com riscos e preferência por inovação.	Correlação, regressão.
LUTHANS, Fred; IBRAYEVA, Elina S. (2006)	Auto-eficácia.	SEM.
GUROL, Yonca; ATSAN, Nuray. (2005)	Propensão ao risco, tolerância à ambiguidade, <i>locus</i> de controle, necessidade de realização, inovação, auto-confiança.	Teste <i>t</i> .
BEUGELSDIJK, Sjoerd; NOORDERHAVEN, Niels. (2005)	Responsabilidade, esforço.	Regressão.
BROLLO, Milton X. (2006)	Competitividade, autonomia, realização, mudança e auto-eficácia.	Análise fatorial.
WONG, Wing-Ki; CHEUNG, Hong-Man; VENUVINOD, Patri K. (2005)		Regressão, análise fatorial.
KORUNKA, Christian <i>et al.</i> (2003)	Necessidade de realização, propensão a riscos, iniciativa, <i>locus</i> de controle e auto-realização.	Análise fatorial.
ENVICK, Brooke R.; LANGFORD, Margaret. (2003)	Neuroticismo (ajustamento), extroversão (sociabilidade), consciência, afabilidade e franqueza.	Variância.
LOPES JR, Gumersindo Sueiro; SOUZA, Eda Castro Lucas de (2005)	Realização, planejamento, poder e inovação.	Análise fatorial.
MORIANO, Juan A.; SÁNCHEZ, M ^a Luisa; PALACÍ, Francisco J. (2004)	Valores, auto-eficácia, riscos, <i>locus</i> de controle.	Não informado, aparentemente teste <i>t</i>

Fonte: Compilação própria.

No QUADRO 8 pode-se observar a incidência de três características que segundo Schutjens; Stam, (2006) têm aparecido repetidamente em inúmeros estudos sobre diferenças entre empreendedores e não-empreendedores. Essas três características que segundo Rausch; Frese (2000) se têm destacado nos estudos sobre empreendedorismo que abordam traços de personalidade, são necessidade de realização, *locus* de controle interno e propensão a lidar com riscos.

Elementos dessas três características podem ser encontrados nas competências empreendedoras pessoais que o EMPRETEC, órgão ligado a ONU já citado anteriormente, procura reforçar através dos seus *workshops*. Esses *workshops*, com duração de 10 dias, através de capacitação empreendedorial buscam despertar os seus participantes para o reforçamento de 10 competências empreendedoras (EMPRETEC, 2006). Esses treinamentos utilizam conhecimentos obtidos através de uma ampla pesquisa conduzida por McClelland e associados para a USAID (KOLSHORN; TOMECKO, 1995) através das empresas de consultoria americanas, Management Systems International (MSI) e McBer & Company (EMPRETEC, 2006).

Segundo Kolshorn; Tomecko (1995) os resultados dessa pesquisa, que durou vários anos e abrangeu países de três continentes, sugeriram a existência de dez características associadas ao êxito empreendedor concentradas em três grupos. Esses três grupos são: realização, planejamento e poder (SEBRAE-ES, 2005). A distribuição das características por grupo segue a seguinte ordem:

realização (busca de oportunidade e iniciativa, exigência de qualidade e eficiência, correr riscos calculados, persistência e comprometimento); planejamento (estabelecimento de metas, busca de informações, planejamento e monitoramento sistemático); poder (persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança) (SEBRAE-ES, 2005, p. 9-11).

Os *workshops* EMPRETEC foram desenvolvidos pela MSI e seus materiais de apoio já estão traduzidos do inglês para o francês, russo, espanhol e português (EMPRETEC, 2006). Para identificar características empreendedoras nos participantes dos seus *workshops*, que no Brasil são conduzidos pelo SEBRAE, é utilizado durante o treinamento em vez do TAT, originalmente usado por McClelland, um questionário com 55 questões. Esse questionário é restrito ao material utilizado no *workshop*, porém pode ser encontrado em Paletta (2001), bem como descrições de resultados, com a sua utilização, têm sido relatados em publicações acadêmicas (LOPES JR; SOUZA, 2005) e anais de congressos (AYRES, 2003).

Algumas descrições dos construtos desse conjunto de características podem vistas no QUADRO 8 e em Paleta (2001, p. 43-45).

Quadro 8 - Construtos utilizados pelo EMPRETEC para identificar características empreendedoras

(continua)

AYRES	VIDAL; SANTOS F ^o
Busca de oportunidade e iniciativa - Capacidade de se antecipar aos fatos e criar novas oportunidades de negócios, desenvolver novos produtos e serviços, propor soluções inovadoras.	Iniciativa e busca de oportunidades - Age para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços. A experiência anterior propiciou ao empreendedor uma visão ampla das oportunidades pertinentes ao mercado varejista.
Persistência - Enfrentar os obstáculos decididamente, buscando o sucesso a todo custo, mantendo ou mudando as estratégias, de acordo com as situações.	
Correr riscos calculados - Disposição de assumir desafios ou riscos moderados e responder pessoalmente por eles.	Correr riscos calculados - Avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente.
Exigência de qualidade e eficiência - Decisão de fazer sempre mais e melhor, buscando satisfazer ou superar as expectativas de prazos e padrões de qualidade.	
Comprometimento - Faz sacrifício pessoal ou despende esforço extraordinário para completar uma tarefa; colabora com os subordinados e até mesmo assume o lugar deles para terminar um trabalho; esmera-se para manter os clientes satisfeitos e coloca a boa vontade a longo prazo acima do lucro a curto prazo.	Comprometimento - Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário ao atingimento de metas e objetivos.
Busca de informações - Busca pessoalmente obter informações sobre clientes, fornecedores ou concorrentes; investiga pessoalmente como fabricar um produto ou prestar um serviço; consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial.	Busca de informações - Dedicar-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes.

Quadro 8 - Construtos utilizados pelo EMPRETEC para identificar características empreendedoras

(conclusão)	
AYRES	VIDAL; SANTOS Fº
Estabelecimento de metas - Assume metas e objetivos que representam desafios e tenham significado pessoal; define com clareza e objetividade as metas de longo prazo; estabelece metas de curto prazo mensuráveis.	
Planejamento e monitoramento sistêmicos - Planeja dividindo tarefas de grande porte em sub-tarefas com prazos definidos; revisa constantemente seus planos, considerando resultados obtidos e mudanças circunstanciais; mantém registros financeiros e os utiliza para tomar decisões.	
Persuasão e rede de contatos - Utiliza estratégias para influenciar ou persuadir os outros; utiliza pessoas-chave como agentes para atingir seus objetivos; atua para desenvolver e manter relações comerciais.	Persuasão e redes de contato - Utiliza pessoas-chave como agentes para atingir seus próprios objetivos.
Independência e auto-confiança- Busca autonomia em relação a normas e procedimentos; mantém seus pontos de vista mesmo diante da oposição ou de resultados desanimadores; expressa confiança na sua própria capacidade de complementar tarefa difícil ou de enfrentar desafios.	Independência e auto-confiança - Expressa confiança na sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio. A vivência de comércio ajudou o empreendedor a fortalecer sua auto-estima.

Fonte: AYRES, 2003; VIDAL; SANTOS FILHO, 2003.

Apesar das normas desse instrumento aparentemente não estarem disponíveis, pela quantidade de aplicações já feita, nos diversos *workshops* realizados no país, é possível que exista um banco de dados, mesmo disperso, que possa ser utilizado em processos de validade concorrente. Isso pode ser muito útil para pesquisadores que estejam desenvolvendo instrumentos para identificação de características empreendedoras com fatores e construtos semelhantes. Como um dos grandes problemas nos estudos sobre características empreendedoras tem sido a comparação entre os vários resultados obtidos devido muitas vezes à falta de clareza na descrição de amostras e resultados de testes estatísticos que possam ser comparados (RAUSCH; FRESE, 2000), é recomendável essa utilização.

2.9 Considerações finais do capítulo

No capítulo 1 foi apontado não ter sido encontrado um instrumento, no Brasil, para detectar potencial empreendedor que utilize a técnica de cenários (vinhetas), leve

em conta a cultura regional, ou nacional, como maneira de expressar sentimentos, crenças e valores, seja confiável, válido e tenham sido utilizadas técnicas psicométricas na sua construção.

Apontou-se também que esse problema pode ser enfrentado através da construção de uma escala que elimine essas deficiências citadas no parágrafo anterior. Esta é uma maneira que se apresenta como adequada para enfrentar e sanar o problema.

Neste capítulo foi apresentada uma revisão da literatura que mostrou a evolução de estudos que foram realizados sobre empreendedorismo e culminou relacionando as idéias de McClelland que, adaptadas ou não, ainda são utilizadas em todo o mundo. Essas idéias serviram de inspiração para o delineamento da escala de potencial empreendedor que aqui se propõe.

Nos próximos capítulos serão mostrados os procedimentos metodológicos utilizados para a construção da escala, os resultados obtidos que por sua vez culminaram com o produto final que se propôs criar como forma de enfrentar o problema apresentado no capítulo 1, as conclusões e recomendações finais.

3 METODOLOGIA

Neste capítulo são abordados os procedimentos metodológicos utilizados para a construção do questionário de pesquisa, determinação da confiabilidade da escala e sua validação. Na definição desses procedimentos foram observadas as recomendações de Nunnally (1987), Nunnally; Bernstein (1994); DeVellis (2003), Netemeyer; Bearden; Sharma (2003), Muniz *et al.* (2005), Morales Vallejo; Urosa Sanz; Blanco Blanco (2003) e Martinez Arias (1996).

3.1 Premissa básica

O modelo trabalhado está baseado na literatura existente, na clássica e na mais recente, e integra vários fatores que têm sido estudados durante décadas como relacionados à atitude ou ao potencial empreendedor. Tais estudos ainda não puderam ser considerados conclusivos, e, portanto, devem continuar (HISRICH, 2000). Estudos como os de McClelland; Burnham (1976), Brockhaus; Horwitz (1986), Lee (1997), Green *et al.* (1996), De Noble; Jung; Ehrlich (1999), Langan-Fox; Roth (1995), Kristiansen; Indarti (2004), entre outros, têm apresentado resultados que remetem a novos ou não levam às mesmas conclusões quando replicados. Esses resultados têm deixado alguns pesquisadores surpresos (BAUM; LOCKE, 2004), dado que empreendedores citam traços e características como a razão do seu sucesso (SEXTON, 2001). A busca de um protótipo do empreendedor universal não tem apresentado resultados animadores. A literatura mostra que a intensidade das correlações, quando existem, entre traços de personalidade e outras variáveis muda à medida que esses traços e variáveis são pesquisados em outros ambientes.

Estudos comparativos com empreendedores ou com estudantes da área de negócios, quando comparados com não-empreendedores ou estudantes sem desejo de empreender, têm mostrado escores diferentes quanto a diversos traços e características (BARON; MARKMAN, 1999; MORIANO; SANCHEZ; PALACI, 2004; PRAAG; SLUIS; BEUGELSDIJK; NOORDERHAVEN, 2005; VAN EEDEN *et al.*, 2004; WITTELOOSTUIJN, 2004).

Apesar disso, o interesse pela pesquisa de características empreendedoras tem-se renovado e apresentado crescimento (BAUM; LOCKE, 2004). Esse interesse aportou no Brasil e resultados de estudos na área têm sido apresentados por Lopes Jr.; Souza (2005, 2006); Nascimento Jr; Dantas; Santos (2005).

Hisrich (2000, p. 96) entende que “futuros estudos de empreendedorismo necessitam cuidadosamente definir as variáveis a serem estudadas e pesquisá-las em apropriadas condições situacionais/estruturais”. Defende-se, aqui, que um instrumento a ser utilizado para identificar traços ou características deve ser validado no ambiente (situação/estrutura) onde for aplicado, seja esse instrumento original ou adaptado.

Por conta disso o que aqui se procurou foi desenvolver um instrumento validado para um ambiente específico, utilizando-se cenários ou vinhetas como instrumentos facilitadores da compreensão, pelos pesquisados, das questões que lhes seriam apresentadas para compor o perfil dos seus traços/características empreendedoras.

Vinhetas são pequenas histórias ou cenários (que mostram situações reais ou hipotéticas), descrições reduzidas de fatos ou eventos que visam criar condições para a melhor compreensão de uma determinada situação. As vinhetas procuram simular eventos que possam, ou não, acontecer de fato (GOULD, 1996) e/ou pequenas

descrições de situações entre pessoas (ALEXANDER; BECKER, 1978), que ajudem a captar comportamentos em entrevistados (GALANTE *et al.*, 2003).

As vinhetas têm sido usadas desde a década de 50 nos mais diversos campos do conhecimento, como antropologia, sociologia, ciência política, ética, criminologia, psicologia, serviço social, enfermagem, mercadologia, medicina, educação, etc.

Em pesquisa com indivíduos, muitas vezes o pesquisador depara-se com situações em que o pesquisado não entende as questões apresentadas ou não se sente a vontade para respondê-las. A vinheta entra como um meio auxiliar ao trabalho do pesquisador, quer seja facilitando a compreensão da pergunta que é feita, quer seja criando uma situação em que o pesquisado é indagado de forma indireta.

No caso de características empreendedoras pode acontecer que o entrevistado não entenda bem as situações porque nunca as tenha vivenciado ou não tenha nenhuma referência a respeito. Pode ocorrer, por outro lado, que ele queira valorizar demasiado suas qualidades ou mesmo apresentar como existentes algumas que não as tem. Pode até acontecer o inverso. Aí entram as vinhetas criando situações hipotéticas que ajudam a compreensão das questões que são apresentadas ou captam indiretamente o pensamento do entrevistado quanto aos tópicos em pauta.

Em relação às características empreendedoras que definem o potencial de uma pessoa para empreender, levou-se em consideração que, apesar das controvérsias geradas e relatadas na literatura, a busca por quais são elas ainda vai continuar. Cabe portanto ao pesquisador, a partir do que ele encontrou, como o estado da arte na área, optar por um modelo, adaptar um existente ou desenvolver o seu próprio.

Na literatura pesquisada aparecem, de forma continuada, diversas características ou fatores ligados ao empreendedorismo, a saber: reconhecimento de oportunidades,

persistência, gestão de riscos, definição de metas, busca de informações, capacidade de persuadir, capacidade de montar rede de relações e auto-confiança. Esses fatores têm sido apresentados como construtos – construções teóricas que buscam explicar, ou descrever, essas características.

Para Hair Jr.; Bush; Ortinau (2000, p. 62) “construto é um conceito ou idéia acerca de um objeto, atributo, ou fenômeno que carece ser medido”. Como o construto é uma abstração, normalmente não é observado de forma direta, o que obriga a medi-lo de forma indireta (HAIR JR.; BUSH; ORTINAU, 2000).

Os construtos que fazem parte da escala estão distribuídos em 3 categorias ou blocos: realização, planejamento (resolução de problemas) e poder (influência/relação com as pessoas), ou seja, se agregam em 3 conjuntos (KOLSHORN, TOMECKO, 1995; LOPES JUNIOR; SOUZA, 2005, 2006).

Essas categorias ou blocos surgiram originalmente nos trabalhos de McClelland que resultaram em uma escala para identificar a existência de características empreendedoras. A escala criada por McClelland (EMPRETEC, 2006) através da MSI e McBer, contém diversos fatores incluídos nos blocos citados no parágrafo anterior. Essa escala, de uso restrito, no Brasil é utilizada nos programas de treinamento do EMPRETEC. Esses fatores, utilizados nas mais variadas combinações, em diversas outras escalas sobre comportamento empreendedor, aqui são empregados como componentes do modelo teórico da escala de potencial empreendedor, a saber: capacidade de realização, capacidade de planejamento e desejo de poder. Essa definição quanto aos construtos empregados apresenta a vantagem de já se dispor, na literatura, de uma descrição bem fundamentada desses elementos, elaborados tanto por McClelland, quanto por outros pesquisadores. Aqui serão utilizadas, entretanto, novas formulações

de itens, secundados por pequenas historietas na forma de cenários ou vinhetas e uma escala contínua de 11 pontos combinada com a de tipo Likert, em vez da escala tipo Likert de cinco pontos utilizada por McClelland.

Os construtos utilizados na elaboração da escala são dados a seguir:

- Bloco de realização (reconhecimento de oportunidades, persistência, busca de qualidade, eficiência, gestão de riscos);
- Bloco de planejamento (definição de metas, busca de informações, planejamento contínuo, controle permanente);
- Bloco de poder (capacidade de persuadir, capacidade de montar rede de relações, autoconfiança)
- Bloco de intenção de empreender (desejo de empreender).

Os dados coletados durante o processo de montagem da escala também poderão ser utilizados para a verificação de uma possível influência dos traços e características sobre a intenção de empreender. Para isso foi adicionado um novo construto à escala: desejo de empreender ou intenção empreendedora. Essa adição acrescenta mais um bloco a escala, embora com apenas um construto. Em situações onde busque-se identificar apenas o potencial empreendedor serão usados os construtos dos três primeiros blocos. Quando houver interesse em se verificar se existe desejo de empreender serão usados todos os blocos.

Entre os pesquisadores existe uma controvérsia quanto à forma de tratar dados coletados através de escalas tipo Likert, Stapel ou diferencial semântico. Entendem alguns que essas escalas são do tipo ordinal, ou seja, apenas ordenam as respostas em uma forma que atenda as condições de “maior do que” ou “menor do que”. Outros, no entanto, tratam seus dados coletados utilizando essas escalas como se fossem

intervalares, ou seja, incluindo as características ordinais, porém lhes anexando o conceito ou idéia do distanciamento igual entre um intervalo e outro. Nesse caso a distância entre 1 e 2 ou entre 7 e 8 é sempre a mesma, o que não ocorre com dados ordinais.

Nessas situações o pesquisador aparentemente dispõe de dados que são ordinais, mas ele artificialmente os interpreta de forma intervalar, assumindo distâncias iguais entre os intervalos e um zero arbitrário. Através desse artifício os dados podem ser processados utilizando-se técnicas estatísticas mais sofisticadas. Ao utilizar esse procedimento surge uma escala que se convencionou chamar de ordinal-intervalar, pois a ela foram incorporadas distâncias artificiais a uma mensuração que originalmente se apresentava como sendo ordinal. Os procedimentos para a criação de uma escala deste tipo são: inicialmente definir frases descritivas de concordância ou discordância quanto a uma determinada afirmativa e a seguir números cardinais que representem as distâncias arbitrariamente criadas. Com isso se cria uma pseudo-relação entre as frases e os números a elas associados (HAIR JR.; BUSH; ORTINAU, 2000).

Controvérsias quanto a isso podem ser encontradas na literatura. Kerlinger (1988, p. 457) diz que “no estado atual das técnicas de medição, não é possível estar-se seguro de que os instrumentos de medição tenham intervalos iguais”. No entanto acrescenta que as conseqüências advindas da utilização, pelo pesquisador, de medições ordinais como se fossem intervalares não serão catastróficas se ele for cuidadoso na construção da escala e parcimonioso na sua interpretação – o que significaria, para ele que se esses cuidados forem tomados medições ordinais podem ser tratadas como sendo intervalares (KERLINGER, 1988). Esses procedimentos têm-se generalizado na psicologia e na educação. Diversas variações com escalas ordinais-intervalares têm sido

criadas e usadas por pesquisadores para a coleta de dados sobre o estado da mente, medindo-se traços de personalidade, sentimentos, atitudes, crenças e percepções.

Por conta disso, para medir o posicionamento do entrevistado em relação ao enunciado de cada item/variável foi utilizada uma escala de atitudes de 11 pontos. Essa escala é uma combinação das escalas tipo Likert, numérica e gráfica/contínua. Explicações detalhadas sobre essas escalas podem ser encontradas em Cooper; Schlindler (2001), Hair; Bush; Ortinau (2000) e Malhotra (2006). Ventegodt; Merrick; Anderson (2003) sugerem o uso de escala que combine esses três modelos, com o uso de 11 pontos. Esses autores inclusive desenvolveram uma escala combinada simplificada. No entanto, mesmo simplificada, essa escala é de entendimento difícil para pessoas de menor grau de escolaridade, o que pode ensejar erros de compreensão e preenchimento. Uma adaptação do modelo sugerido por Ventegodt; Merrick; Anderson (2003) foi, por conseguinte desenvolvida para esta pesquisa, incluindo-se na escala contínua uma divisão milimétrica (FIG. 17). Escalas de 11 pontos (0-10), segundo argumentam Cummins (2002); Cummins; Gullone (2000) podem ser mais intuitivas. Além disso, apresentam confiabilidade (CUMMINS, 2000) e validade (PRESTON; COLMAN, 2000) equivalentes com escalas de menor número de pontos.

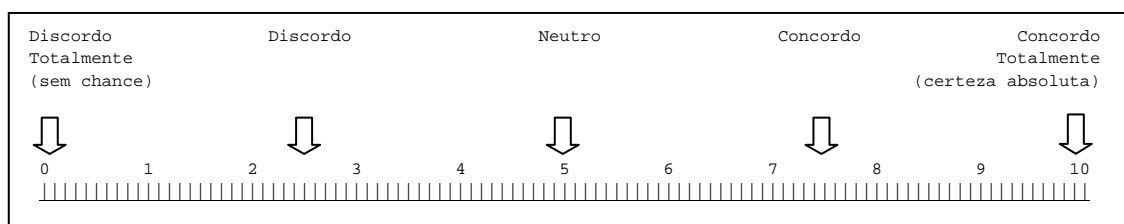


FIGURA 17 - Escala combinada para atitudes

Fonte: Adaptada de VENTEGODT; MERRICK; ANDERSON, 2003, p. 966.

A escala aqui apresentada é do tipo contínuo. Escalas desse tipo não são muito populares, quando comparadas com as classificadas como discretas, porém podem

representar melhor os traços que pretendem medir, se de fato forem utilizadas na forma contínua (FERRANDO, 2003). A vantagem desta escala é que ela aproveita as facilidades de entendimento do modelo proposto por Likert, com um modelo gráfico contínuo, em que o entrevistado pode escolher uma posição onde o valor assinalado seja decimal. Na realidade ele disporá de 100 gradações. Uma outra vantagem será em termos de raciocínio: é mais fácil uma escolha até dez ou cem, do que sete ou nove. Uma possível alternativa seria uma gradação até cinco, que é submúltiplo de dez. No entanto, diminui-se, assim, o leque de alternativas, apesar de ser esse o modelo mais utilizado nas escalas tipo Likert. A escala aqui adaptada tem a vantagem, pelas suas características, de ser intervalar, com existência de zero, mesmo sendo um valor arbitrariamente atribuído. Isso permite a utilização de média aritmética, desvio-padrão, correlação, testes t e F além de outros classificados, na estatística, como paramétricos (COOPER; SCHLINDLER, 2001).

A escala aqui utilizada é do tipo somada: os pontos atribuídos a cada item, em cada construto, pelo pesquisado serão somados e obter-se-á o total para o construto. Isso dará a sua pontuação para cada fator. A soma dos pontos de todos os fatores dará o escore de potencial empreendedor do pesquisado. Exemplificando: para se identificar a capacidade de persuadir serão somados os pontos obtidos em todas as frases (número a ser definido posteriormente) que fizerem parte desse construto e divididos pelo número de frases. Se o construto tiver 4 frases o intervalo de pontos irá de 0 a 44. A mediana (22 pontos) definirá o ponto de corte para maior ou menor potencial empreendedor, em suas várias possíveis gradações, por ser uma distribuição contínua. A soma de todos os fatores ou construtos dará o total de potencial empreendedor.

A escala também é multiitens. Escalas multiitens são complexas e exigem conhecimento de teorias que expliquem os construtos subjacentes a elas e análise de dados secundários e pesquisa qualitativa (MALHOTRA, 2006). Um aspecto importante, e que não deve ser negligenciado, é a avaliação da escala, para a verificação de sua precisão e aplicabilidade, o que obriga que sejam realizados diversos testes para a aferição da confiabilidade e validade (MALHOTRA, 2006). A FIG. 18 mostra alguns procedimentos utilizados para a execução de uma avaliação de escala.

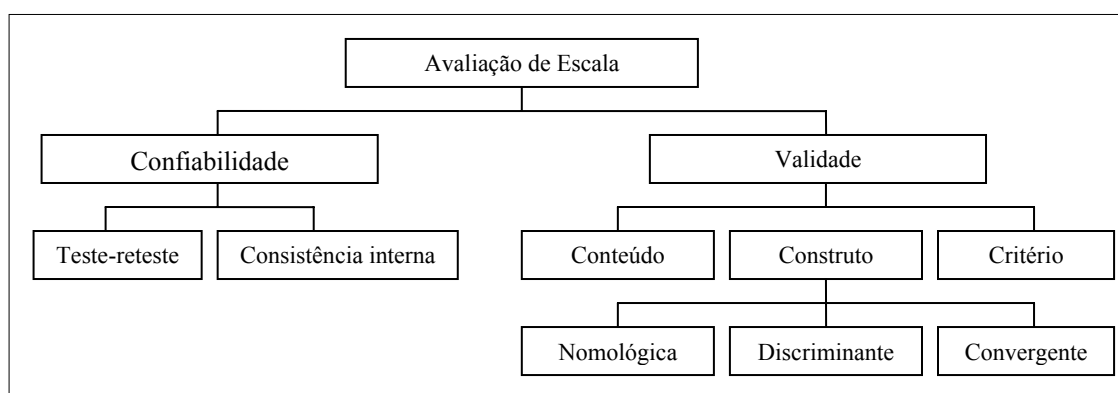


FIGURA 18 – Procedimentos para avaliação de escala
 Fonte: MALHOTRA, 2006, p. 275.

Na elaboração de escalas, portanto, devem ser seguidos procedimentos rigorosos, quanto à metodologia, para que a mesma possa ser confiável e válida. Confiabilidade e validade são conceitos que, embora diferentes, estão relacionados. A confiabilidade mostra se os resultados produzidos pela escala são consistentes e em que grau estão livres de erros aleatórios, enquanto a validade procura ver as diferenças entre os escores obtidos e os escores reais, ou seja, se mede exatamente o que pretende medir (MALHOTRA, 2006; ZIKMUND, 2006).

A confiabilidade pode ser verificada através de teste-reteste, quando se aplica o questionário à mesma pessoa com intervalo de alguns dias, ou do cálculo do alfa de Cronbach, também conhecido como teste de consistência interna (PASQUALI, 2003).

Pode ser utilizada também a análise fatorial exploratória. O primeiro é de difícil aplicação, por nem sempre os pesquisados estarem dispostos a um reteste. Foram utilizados, portanto, nesta pesquisa, o alfa de Cronbach e a análise fatorial exploratória para testes de confiabilidade.

Tomam-se aqui de Malhotra (2006, p. 278-279) as diversas definições das várias formas de se obter a validação de uma escala:

- Conteúdo – por vezes chamada de validade nominal, que consiste em uma avaliação subjetiva, porém sistemática, da representatividade do conteúdo de uma escala para o trabalho de mensuração em questão;
- Critério – examina se a escala de medida funciona conforme o esperado em relação a outras variáveis selecionadas como critérios significativos;
- Construto – indica que construto ou característica a escala está medindo. Procura-se responder a questões teóricas, como a por que a escala funciona e que deduções podem ser feitas em relação à teoria subjacente à escala;
- Convergente – mede a extensão pela qual a escala se correlaciona positivamente com outras medidas do mesmo construto;
- Discriminante – avalia até que ponto uma medida não se correlaciona com outros construtos, dos quais se supõe que difira;
- Nomológica – determina o relacionamento entre construtos teóricos. Procura confirmar correlações significativas entre os construtos, conforme previstas por uma teoria.

Foram utilizados, na elaboração da escala, dois tipos de validade: de conteúdo e de construto. A validação de conteúdo abrangeu o quanto os itens da escala cobriram os traços de personalidade do empreendedor que foram utilizados. Foi mensurada, através de julgamento de especialistas, professores de empreendedorismo, quanto ao que os itens representam o construto ao qual teoricamente estão relacionados. O julgamento foi feito através de uma pontuação indo de 1 (desnecessário), passando por 5 (útil mas não essencial) até 10 (essencial). Os itens que atingiram uma média de, no mínimo, 6, foram mantidos.

A validação de construto foi realizada através de métodos estatísticos. Foi utilizada a análise fatorial. Análise fatorial, nas suas diversas formas tem sido usada para validação por pesquisadores como: Capelleras; Veciana (2001); Diniz; Almeida (2005); Klein; Astrachan; Smyrniotis (2005); Liao; Murphy; Welsch (2005). Análises fatoriais mais complexas têm sido realizadas utilizando-se o *software* LISREL 8[®] (JÖRESKOG; SÖRBOM, 2001). Neste trabalho utilizou-se o *software* SPSS[®] (*Statistical Package for the Social Sciences*), versão 13.

Quanto aos procedimentos, para a elaboração de escalas, diversos autores têm proposto suas recomendações. Churchill Jr (1979) propõe 8 passos, com *feedback* em alguns deles, se algo der errado. Esses passos são mostrados na FIG. 19.

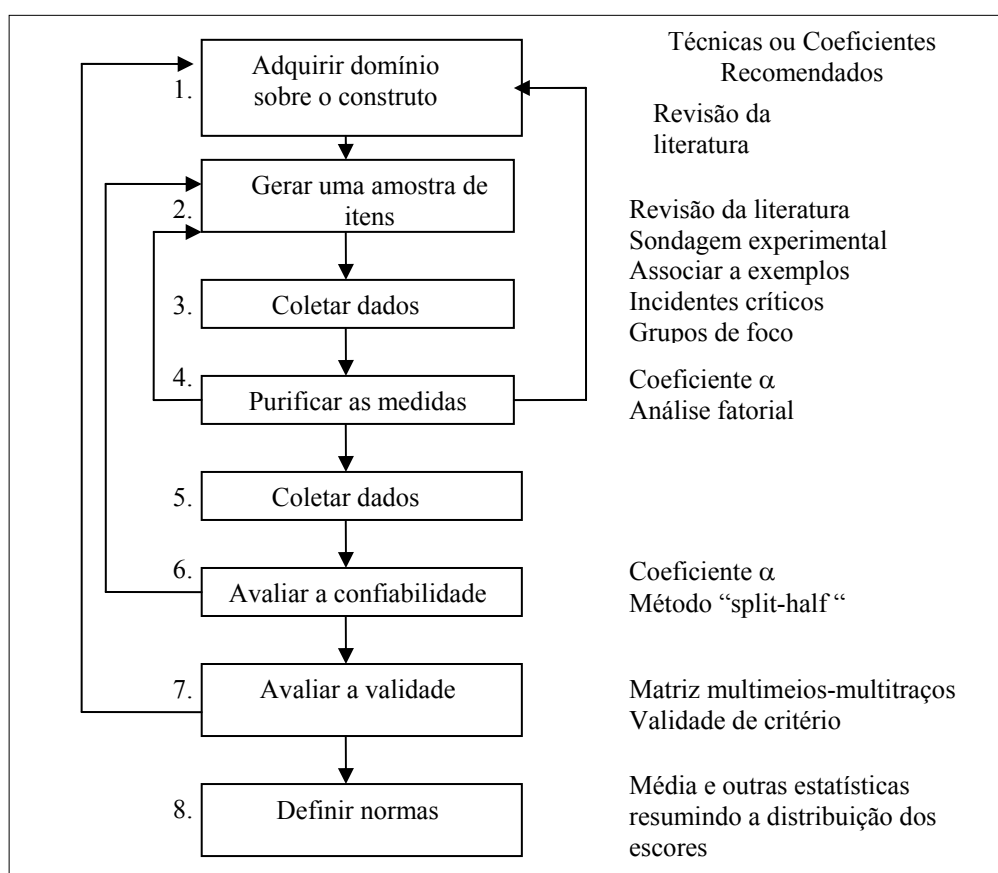


FIGURA 19 – Procedimentos sugeridos por Churchill Jr. para melhores mensurações
Fonte: CHURCHILL JR., 1979, p. 64.

Por seu turno, Spector (1992) sugere um modelo mais simples, com 5 passos (FIG. 20):

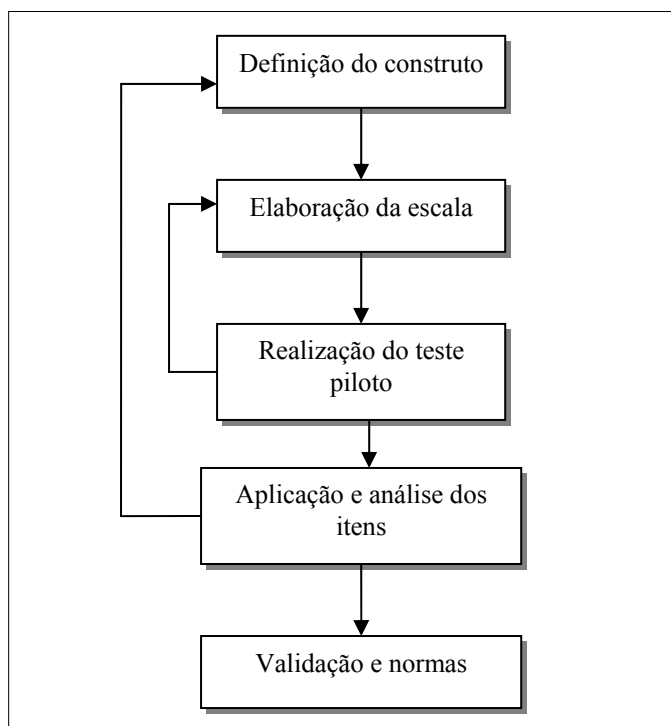


FIGURA 20 – Passos principais na elaboração de uma escala somada
Fonte: SPECTOR, 1992, p. 8.

Entende-se aqui que o modelo sugerido por Spector (1992) sintetiza muito a construção de escalas, e que é necessário um maior detalhamento.

Um modelo mais detalhado, composto de 9 passos, é sugerido por Malhotra (2006) o qual é mostrado na FIG. 21. Esse modelo, como os anteriores, também contempla possibilidades de feedback, quando algo dá errado, em decorrência de falha na aplicação de questionários, dificuldade com a amostra que foi definida anteriormente ou distribuição inadequada dos dados na curva normal.

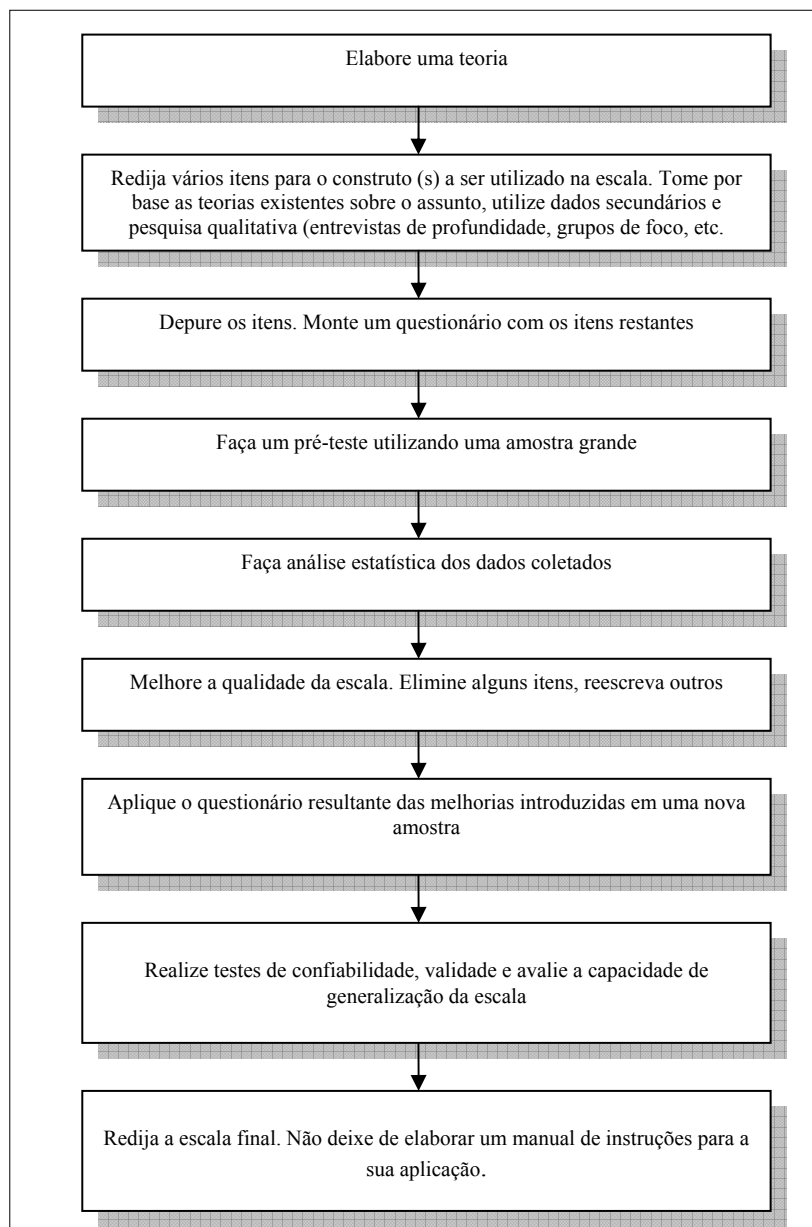


FIGURA 21 – Fluxo de ações para a elaboração de uma escala multiitens
Fonte: Adaptado de MALHOTRA, 2006, p. 274.

Uma análise comparativa das três sugestões mostra que elas, em maior ou menor grau, propõem em linhas gerais que se adquira domínio teórico sobre o construto, a partir daí gere-se uma determinada quantidade de itens, teste-se os itens, verifique-se a confiabilidade e a validade da escala e, por último estabeleçam-se as regras ou normas de aplicação da escala e sua confrontação com resultados obtidos em um grupo de referência (QUADRO 9).

Quadro 9 - Comparação das sugestões de Churchill, Spector e Malhotra

CHURCHILL	SPECTOR	MALHOTRA
Adquirir domínio sobre o construto	Define o construto	Elabore uma teoria
Gerar uma amostra de itens	Elabora a escala	Redija vários itens para o construto (s) a ser utilizado na escala. Tome por base as teorias existentes sobre o assunto, utilize dados secundários e pesquisa qualitativa (entrevistas de profundidade, grupos de foco, etc.
Coletar dados	Realiza o teste piloto	Faça um pré-teste utilizando uma amostra grande
Purificar as medidas		Depure os itens. Monte um questionário com os itens restantes
Coletar dados		Faça análise estatística dos dados coletados
		Melhore a qualidade da escala. Elimine alguns itens, reescreva outros
		Aplique o questionário resultante das melhorias introduzidas em uma nova amostra
Avaliar a confiabilidade	Aplicação e análise dos itens	Realize testes de confiabilidade, validade e avalie a capacidade de generalização da escala
Avaliar a validade	Validação e normas	Redija a escala final. Não deixe de elaborar um manual de instruções para a sua aplicação.
Definir normas		

Fonte: CHURCHILL JR., 1979, p. 64; MALHOTRA, 2006, p. 274; SPECTOR, 1992, p. 8.

Esse caminho de forma detalhada é sugerido também por Pasquali (1998). Dão-se a seguir, de forma sintética, as recomendações de Pasquali (1998) para a elaboração e validação de uma escala, sintetizando-se o pensamento e as recomendações daquele pesquisador.

Passos a serem seguidos:

- Definição da dimensionalidade dos construtos
- Conceptualização dos construtos
- Definição constitutiva – dizer o que representa o construto
- Definição operacional – dizer como o construto será medido.
- A operacionalização do construto
- Fontes dos Itens – testes semelhantes já relatados na literatura e entrevistas com a população-alvo.

– Regras de Construção de Itens

a) Critérios para a construção dos itens

1. Comportamental – o item deve refletir um comportamento.
2. Objetividade ou desejabilidade – o item deve se referir a um comportamento de fato ensejando uma atitude.
3. Simplicidade – o item não pode conter mais de uma idéia.
4. Clareza: o item deve estar redigido de forma clara e no nível do estrato menos escolarizado da população ao qual é destinado; recomendam-se frases curtas, que não acarretem dúvidas.
5. Relevância – o item deve estar redigido de forma que seja consistente com o traço para o qual foi definido e coerente com as outras frases que compõem o fator.
6. Precisão: o item não pode ser uma repetição dos itens anteriores.
7. Variedade:
 - I. não usar uma palavra de forma repetida.
 - II. metade dos itens devem ser redigidos em forma positiva e metade negativa.
8. Modalidade: não usar frases como palavras do tipo maravilhoso, estupendo, etc.
9. Tipicidade: usar frases condizentes com o atributo que está sendo medido.
10. Credibilidade (validade de face) a frase não pode parecer ridícula, infantilizada.

Critérios referentes ao conjunto dos itens

11. Amplitude: cobrir toda a extensão do atributo.

12. Equilíbrio: é necessário que existam itens fáceis, médios e difíceis (aptidões) ou fracos, moderados e extremos (atitudes).

- Quantidade de Itens – não mais do que 10% de itens além dos requeridos para o instrumento final.
- A análise teórica dos itens – análise semântica e realização de uma análise teórica dos itens utilizando juízes.
- Semântica – verificar a inteligibilidade dos itens pelo estrato de menor escolaridade da população-alvo e para evitar deselegância na formulação das frases testar também com o estrato mais escolarizado (“validade aparente”).
- Análise dos juízes – análise de conteúdo, ou mais apropriadamente análise de construto.
- Definição da amostra, redação das instruções, aplicação dos questionários com a coleta dos dados.
- Análise empírica para o estabelecimento da dimensionalidade – análise fatorial exploratória (carga fatorial, *eigenvalue*, comunalidades).
- Análise dos itens (índices de dificuldade e discriminação)
- Validação
- Estabelecimento de normas.

3.2 Fases definidas para o processo metodológico

Na definição dos procedimentos metodológicos a serem seguidos utilizou-se de forma adaptada as recomendações de Malhotra (2006), Churchill Jr. (1979), Spector

(1992) e Pasquali (1998). A metodologia adotada nesta tese para o desenvolvimento da escala de potencial empreendedor, portanto, teve as seguintes fases:

a) Procedimentos iniciais

- Entrevistas de profundidade com quatro empresários de sucesso para coleta de informações sobre o seu despertar para o empreendedorismo e pinçar frases ou termos, presentes na sua trajetória profissional, relacionados com características empreendedoras (ver Roteiro da Entrevista de Profundidade, pág. 264 nos apêndices);
- Revisão da bibliografia e aquisição de domínio sobre os construtos a serem utilizados na confecção da escala.

b) Pesquisa de campo, processamento e análise dos dados

- Definição da área geográfica para a coleta de dados;
- Definição do tamanho das amostras de estudantes, professores e empresários;
- Determinação inicial do número de itens da escala;
- Estruturação do modelo simbólico para geração da escala, conceptualização dos construtos e redação dos itens componentes dos mesmos;
- Redação e montagem do questionário da pesquisa a ser feita com os estudantes e os professores de empreendedorismo;
- Aplicação do questionário em 400 estudantes universitários e 10 professores de empreendedorismo para testar o instrumento (confiabilidade e validade) e proceder a eliminação de itens e construtos;

- Utilização dos resultados obtidos com a pesquisa realizada com estudantes e professores na montagem do questionário da pesquisa a ser feita com os empresários;
- Seleção de sub-amostras: uma com empresários classificados como empreendedores e outra como não-empreendedores;
- Aplicação de questionário, resultante do aprimoramento do anteriormente aplicado em estudantes e professores, nas sub-amostras de empresários;
- Comparação dos resultados obtidos com os empresários classificados como empreendedores e não-empreendedores;
- Redação dos cenários/vinhetas e, quando necessário, ajuste das frases (itens) para a composição das variáveis do questionário final;
- Seleção da amostra de estudantes de administração participantes da validação de construto;
- Aplicação dos questionários e processamento dos dados obtidos;
- Análise dos resultados, montagem da escala de potencial empreendedor, normas e redação final da tese.

Como área geográfica para a realização da pesquisa foi estabelecido o estado de Alagoas, e no caso específico da aplicação de questionários com os empresários optou-se por três municípios, a saber: Maceió (797,759 hab. e capital do estado), Arapiraca (186.466 hab. e principal cidade do Agreste alagoano, localizado no centro geográfico do estado) e Delmiro Gouveia (42,995 hab. e cidade industrial no extremo-oeste do estado, situada na região do Semi-Árido alagoano). O critério, para a escolha dos

municípios, foi estarem localizados em regiões distintas, e possuírem culturas empresariais diferenciadas.

Em relação às amostras, para a coleta dos dados da pesquisa, foram definidas quatro:

- a) Professores de empreendedorismo: em número de 10 escolhidos por acessibilidade, para a validação de conteúdo após a elaboração dos itens.
- b) Empresários: em número de 100, obtidos por acessibilidade e procedimento “bola de neve”, e classificados em dois grupos: empreendedores e não-empresários. Os primeiros definidos operacionalmente como aqueles que sobreviveram pelo menos 5 anos, com suas empresas funcionando ininterruptamente, e os segundos como os que não conseguiram superar a barreira dos 5 anos.
- c) Estudantes: em número de 400 para o pré-teste e 400 para o estabelecimento da validação da escala. A população escolhida para ser amostrada, no pré-teste, foi composta pelos alunos do curso de administração à distância, da Universidade Federal de Alagoas (UFAL). No caso da ocorrência de algum imprevisto, uma das alternativas definidas foi a sua substituição por uma amostra de alunos dos vários cursos de administração existentes na cidade de Maceió-Al. Outra alternativa estabelecida, no caso das duas anteriores não poderem ser utilizadas, foi a utilização de uma amostra de alunos da UNISUL (Santa Catarina), do curso presencial de administração da UFAL e de universidades localizadas em Recife (Pernambuco). Nesse caso a área geográfica para a aplicação da primeira parte da pesquisa seria ampliada para

outros estados da federação. Quanto à validação da escala estabeleceu-se que seria com alunos do curso presencial de administração da UFAL.

A FIG. 22 sintetiza o fluxo dos passos na execução da metodologia utilizada para a montagem da escala de potencial empreendedor.

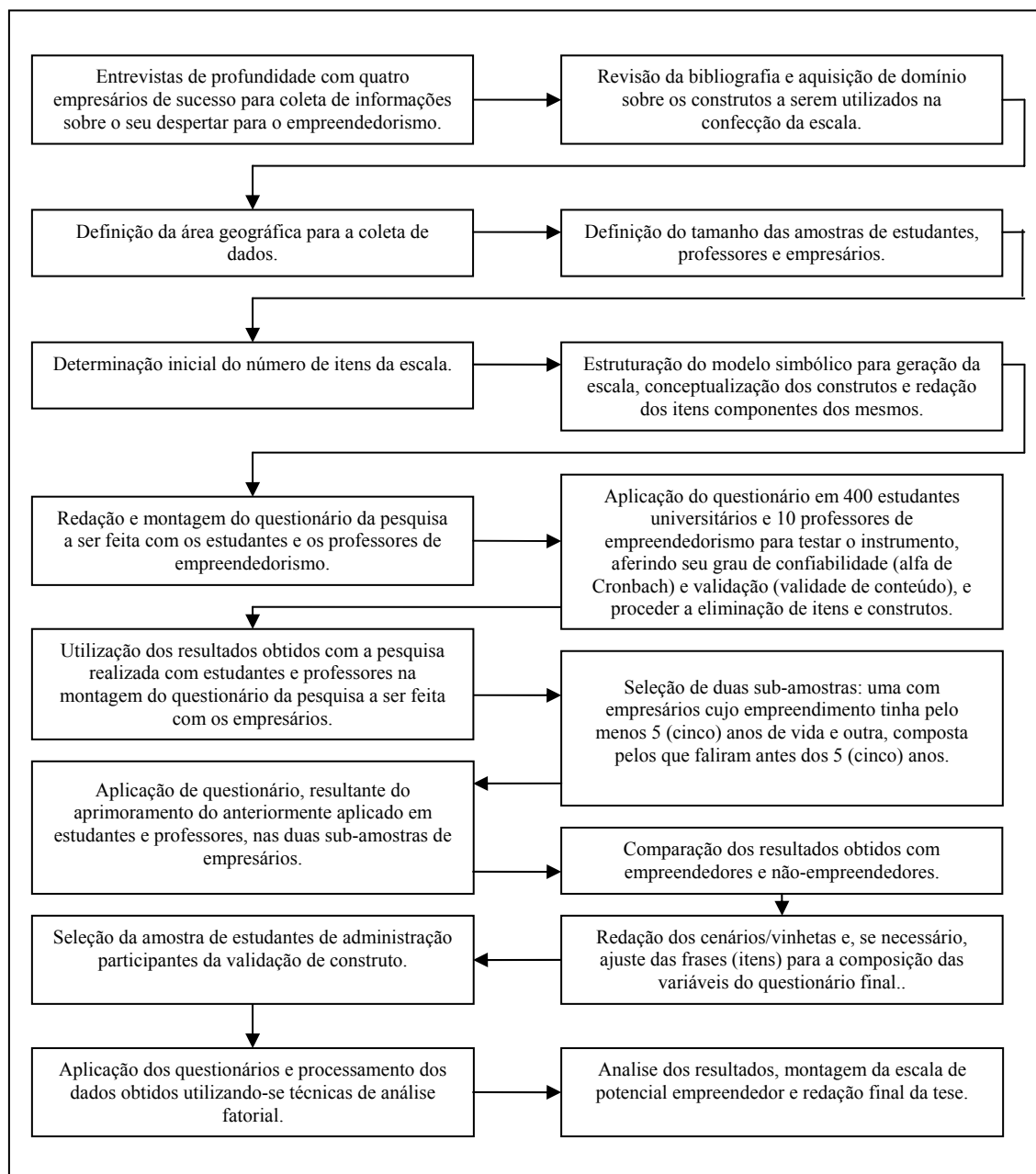


FIGURA 22 – Fluxo dos passos na execução da metodologia para a montagem da escala de potencial empreendedor.

3.3 Dificuldades associadas à metodologia

As dificuldades esperadas na primeira fase da pesquisa estiveram relacionadas ao acesso aos estudantes universitários e sua disponibilidade para responder os questionários. Esperaram-se também dificuldades quanto acesso aos empresários, metade dos quais serviriam de modelo para o estabelecimento dos parâmetros a serem utilizados na escala.

Por conta das dificuldades esperadas foram estabelecidos procedimentos alternativos, como buscar o auxílio dos estudantes filiados à empresa júnior, do Curso de Administração da Universidade Federal de Alagoas (para intermediar o acesso aos empresários) e a utilização de alunos de outros cursos, porém relacionados à área de negócios, se a amostra de discentes entrevistados não fosse completada.

3.4 Cronograma de execução dos trabalhos

O cronograma estabelecido para o trabalho previa um período de seis meses para a execução dos trabalhos de pesquisa de campo, tempo considerado suficiente para a aplicação de todos os questionários. Para a análise dos dados, redação da tese, sua defesa e ajustes finais, foram previstos mais seis meses. As dificuldades relatadas no item 3.3 inviabilizaram o cumprimento do cronograma na íntegra.

O cronograma foi então alterado. Por conta disso as etapas da pesquisa foram realizadas dentro dos períodos relacionados a seguir: 1ª fase (estudantes) – 10 de janeiro a 27 de julho de 2007; 2ª fase (professores) – 30 de julho a 10 de agosto de 2007; 3ª fase (empresários) – 13 a 24 de agosto; 4ª fase (estudantes da UFAL) - 27 a 31 de agosto. A análise final dos dados e conclusão da tese ocorreu entre 3 de setembro e 28 de dezembro de 2007.

4 PROCEDIMENTOS, RESULTADOS E ANÁLISE

Neste capítulo são apresentados, os passos utilizados para a construção da escala, seus resultados e respectivas análises, culminando com a conclusão do instrumento proposto para medir o potencial empreendedor.

4.1 Definições e fases

Posteriormente a realização das entrevistas de profundidade com os quatro empresários de sucesso e a revisão da bibliografia – para a execução da pesquisa que levou a elaboração da escala na forma como definido no capítulo da metodologia – foi delimitada a área geográfica para a coleta de dados, determinaram-se os tamanhos das amostras e se estabeleceram os demais passos a serem seguidos para que todas as etapas ou fases fossem cumpridas.

4.1.1 Área geográfica

Como área geográfica foi definido inicialmente o estado de Alagoas, e dentro do seu território, como já citado na metodologia, três cidades com culturas empresariais distintas, a saber: Maceió, Arapiraca e Delmiro Gouveia. Entretanto, como será visto adiante, problemas com a aplicação dos questionários obrigaram, para a primeira fase da pesquisa, a ampliação da área – anteriormente circunscrita ao estado de Alagoas – com a inclusão de outros estados.

4.1.2 Amostras

Em relação as amostras, para a coleta dos dados da pesquisa, foram utilizadas quatro, conforme o planejado: estudantes, professores de empreendedorismo, empresários e novamente estudantes. O quantitativo de pessoas em algumas amostras,

como será visto adiante, no detalhamento dos resultados, sofreu alteração devido a problemas ocorridos com a coleta de dados.

4.1.3 Número de itens da escala

Não é fácil se determinar o número de itens de uma escala somada. Em primeiro lugar deve-se levar em consideração a disponibilidade de tempo e a disposição das pessoas em responder um questionário. Para Malhotra (2006, p. 296) “a maioria dos entrevistados não está disposta a dedicar grande esforço para dar informações. Por isso, o pesquisador deve minimizar o esforço exigido do entrevistado”. Nunnally (1994, p. 300) diz que “os 50 minutos tradicionais para uma aula obviamente limitam o número de itens”. Ele se refere, no caso, a uma aplicação de questionário em sala de aula. Morales Vallejo; Urosa Sanz; Blanco Blanco (2003) admitem que não existe um número ótimo de itens. Porém sugerem, para um teste inicial que se utilize mais itens do que os pretendidos para a escala final. Como seria utilizada a técnica de análise fatorial, para a definição de quais construtos fariam parte da escala final, após o teste do modelo proposto, foram levadas em consideração as sugestões de Hair; Black; Babin; Anderson; Tatham (2006). Esses autores sugerem, como regra de bolso, “um mínimo de 5 observações e como valor mais adequado 10 observações por variável” (HAIR; BLACK; BABIN; ANDERSON; TATHAM, 2006, p. 113). Considerou-se inicialmente então que a escala poderia ter um mínimo de 50 itens, o que aplicados em uma amostra de 400 pessoas dariam uma relação de 1 para 8, portanto dentro do intervalo sugerido pelos autores citados. A aplicação de um questionário, com esse número de itens ou questões, estimou-se que caberia dentro do período de uma aula. Esperava-se com isso que o número de questões iniciais fosse suficiente para gerar uma escala final com um máximo de 39 itens, o que daria em média 3 questões por construto, em um total de 13

fatores. Optou-se, no entanto, por se gerar inicialmente um maior número de itens dado que, no processo de análise, muitos deles poderiam ser eliminados por não apresentarem valores aceitáveis no tocante à correlação item-total, ou, a sua simples exclusão melhoraria o alfa de Cronbach do construto ao qual estavam agregados. Por conta dessa opção foram gerados 128 itens ou frases.

4.1.4 Fases

Como definido no capítulo da metodologia o processo de elaboração da escala foi estabelecido tendo várias fases, ou passos, a serem seguidos procurando-se atender critérios propostos por Pasquali (1998). Várias dessas fases estão aqui novamente listadas detalhando-se a seguir o processo de sua execução. Algumas delas, quando executadas, sofreram alterações devido as dificuldades surgidas durante sua implementação. As alterações foram realizadas com o intuito de permitir que a construção da escala pudesse ser concluída. As fases são:

- Estruturação do modelo simbólico para geração da escala, conceptualização dos construtos e redação dos itens componentes dos mesmos;
- Redação e montagem do questionário da pesquisa a ser feita com os estudantes e os professores de empreendedorismo;
- Aplicação do questionário em 400 estudantes universitários e 10 professores de empreendedorismo para testar o instrumento (confiabilidade e validade) e proceder a eliminação de itens e construtos;
- Utilização dos resultados obtidos com a pesquisa realizada com estudantes e professores na montagem do questionário da pesquisa a ser feita com os empresários;

- Seleção de duas sub-amostras de empresários: uma com aqueles classificados como empreendedores e a outra com os não-empreendedores;
- Aplicação de questionário, resultante do aprimoramento do anteriormente aplicado em estudantes e professores, nas duas sub-amostras de empresários;
- Comparação dos resultados obtidos com os empresários classificados como empreendedores e não-empreendedores;
- Redação dos cenários/vinhetas e, quando necessário, ajuste das frases (itens) para a composição das variáveis do questionário final;
- Seleção da amostra de estudantes de administração participantes da validação de construto;
- Aplicação dos questionários e processamento dos dados obtidos utilizando-se técnicas de análise fatorial;
- Análise dos resultados, montagem da escala de potencial empreendedor, normas e redação final da tese.

4.2 Passos iniciais

A ação inicial foi a estruturação do modelo simbólico (FIG. 23). Sequencialmente foram definidos os construtos, feita a sua conceptualização e a elaboração das frases componentes dos mesmos (ver APÊNDICE A, pág. 231). Os construtos primários agregam-se em 3 conjuntos a perfazer o potencial para empreender, como mostrado no modelo gráfico da FIG. 23.

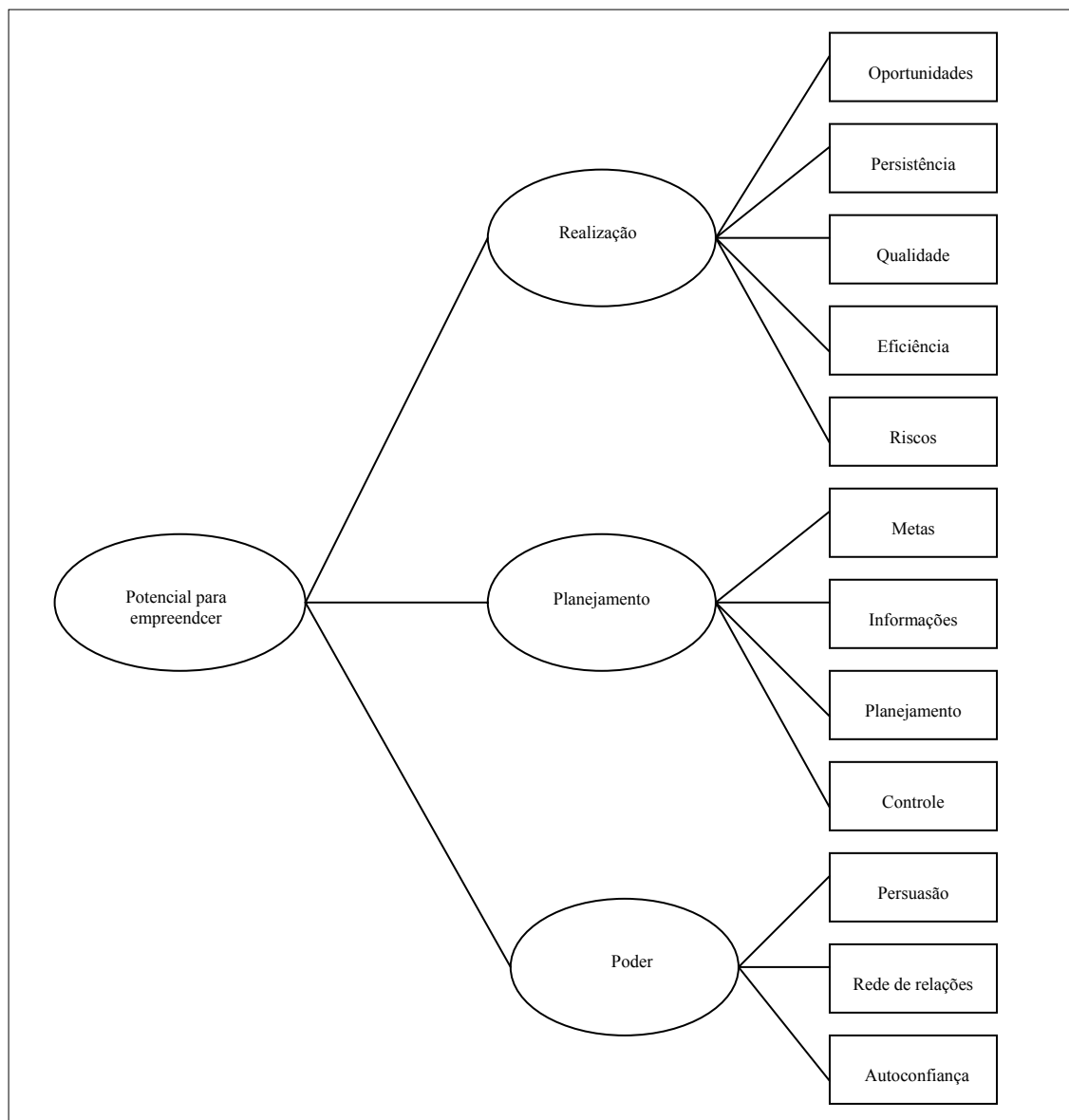


FIGURA 23 - Modelo teórico de potencial empreendedor

O passo seguinte foi a montagem do questionário, que conteve 128 frases ou itens, para a realização do teste de consistência interna e verificação da confiabilidade dos itens (ver APÊNDICE B, pág. 241). Para a aplicação do questionário estava prevista uma amostra aleatória de alunos do curso de administração à distância da Universidade Federal de Alagoas em número de 400. Dificuldades operacionais impossibilitaram a utilização de sorteio e distribuíram-se os questionários aos alunos que compareceram a uma reunião com instrutores e monitores. O retorno dos questionários ficou aquém do

esperado, somente 124 devolveram o material adequadamente preenchido, e foi necessário recorrer a alunos de outras escolas. Existiam duas alternativas programadas: utilizar alunos de outras escolas de administração da cidade de Maceió (AL) ou usar da UNISUL (SC) e de escolas de Recife (PE). Optou-se por uma solução mista coletando dados em Maceió, Recife e várias cidades de Santa Catarina, sendo que ainda foi possível coletar dados junto a estudantes da UTFPR, *campus* de Pato Branco (PR) e alguns alunos de mestrado da UFSC e UFRPE. Isso permitiu ampliar a amostra e ter dados de estudantes de quatro estados da federação, oriundos de 81 cidades diferentes. Ao todo foram entrevistados 664 estudantes conforme discriminação na TAB. 2.

Tabela 2 – Número de alunos entrevistados, por escola e sexo

Escola	Categorização dos entrevistados			
	Total	Sexo		
		Masculino	Feminino	Sem informe
UFAL (à distância) ⁽¹⁾	124	81	43	-
UFAL (<i>Campus</i> de Maceió) e ESAMC (Maceió) ⁽²⁾	263	152	110	1
UNISUL ⁽³⁾ (<i>Campus</i> de Araranguá)	7	6	1	-
UNISUL (<i>Campus</i> de Tubarão)	77	50	27	1
UNISUL (<i>Campus</i> de Braço do Norte)	23	7	16	-
UNISUL (<i>Campus</i> de Içara)	28	19	9	-
UPE ⁽⁴⁾ (<i>Campus</i> de Recife) e UNICAP ⁽⁵⁾ (Recife)	50	38	12	-
UFTPR ⁽⁶⁾ (<i>Campus</i> de Pato Branco)	71	28	43	-
Alunos de mestrado (UFSC ⁽⁷⁾ e UFRPE ⁽⁸⁾)	3	2	1	-
Não informou a escola	18	5	5	8
Total	664	388	267	9

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes de sete universidades.

⁽¹⁾ Universidade Federal de Alagoas.

⁽²⁾ Escola Superior de Administração, Marketing e Comunicações (Maceió - AL).

⁽³⁾ Universidade do Sul de Santa Catarina.

⁽⁴⁾ Universidade do Estado de Pernambuco.

⁽⁵⁾ Universidade Católica de Pernambuco.

⁽⁶⁾ Universidade Federal Tecnológica do Paraná.

⁽⁷⁾ Universidade Federal de Santa Catarina.

⁽⁸⁾ Universidade Federal Rural de Pernambuco.

A época da pesquisa a maioria dos entrevistados (78%) exercia algum tipo de atividade remunerada, sendo que aproximadamente 20% possuía negócio próprio, era

sócio em algum empreendimento ou trabalhava no negócio familiar. Apenas um pequeno percentual (17%) não exercia atividade remunerada (TAB. 3).

Tabela 3 – Condição dos alunos entrevistados quanto a atividade exercida

Condição	Frequência	%
Empreendedores ou membros da família	131	19,7
Bancários	87	13,1
Empregados em empresas industriais, comerciais e de serviços	182	27,4
Funcionários de instituições públicas	109	16,4
Empregados em organizações não-governamentais	7	1,1
Bolsistas	4	0,6
Não trabalham	113	17,0
Não informaram	31	4,7
Total	664	100,0

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes de sete universidades.

Para a seleção dos itens a serem usados na aplicação com os professores e empresários optou-se pelo uso da análise de itens mediante a correlação item-total (*corrected item-total correlation*) e confiabilidade da escala usando-se o coeficiente α de Cronbach. A correlação item-total na verdade trata-se da correlação do item em questão com a soma dos demais itens. Para a execução deste procedimento se montou uma tabela, adaptada de Morales Vallejo; Urosa Sanz; Blanco Blanco (2003, p. 83), que permitiu a eliminação passo a passo dos itens com correlação item-total inferior a 0,3 e α inferior a 0,65.

Não existe um valor padrão para o α de Cronbach ser considerado bom (KLINE, 1998). Hair *et al.* (2005) consideram baixo um valor inferior a 0,6 e entre 0,6 e 0,7 moderado. Morales Vallejo; Urosa Sanz; Blanco Blanco (2003) vêem como questionáveis alfas inferiores a 0,6. Kline (1998) diz que se o alfa for inferior a 0,5 pode ser que se tenha 50% da variância observada sendo decorrente de erro aleatório. Por conta destas opiniões optou-se então operacionalmente por um valor entre 0,6 e 0,7: $\alpha >$

6,5. O corte de itens, em alguns casos, ocorreu em função da necessidade de diminuição da sua quantidade ou por se considerar que sua supressão não afetaria o construto.

4.3 Resultados obtidos com a primeira aplicação do questionário

Inicialmente os itens foram agrupados de acordo com os construtos para os quais foram intencionalmente criados e grupo a grupo procedeu-se o cálculo de suas médias, desvios padrões e correlações. Seguiu-se nesse caso um procedimento recomendado por Morales Vallejo; Urosa Sanz; Blanco Blanco (2003) com o objetivo de se verificar o comportamento de cada item individualmente e em relação aos demais componentes do construto.

Com o processamento e análise dos dados foi possível a eliminação de 69 itens e 5 construtos que não alcançaram os patamares mínimos do ponto de corte.

A TAB. 4 sintetiza os procedimentos que foram utilizados para o construto oportunidade. As demais tabelas que sintetizam os procedimentos utilizados nos outros construtos podem ser encontradas nos apêndices (TAB. 5 a 18, páginas 265 a 278). A razão pela qual diversas tabelas estão nos apêndices é que são muito extensas.

Tabela 4 – Redução do número de itens do construto oportunidade

(continua)					
Itens	Correlação do item com a soma dos demais	Permanência do item no construto	Média	Desvio padrão	Alfa se o item for eliminado
Sinto-me capaz de identificar oportunidades de negócios e sair lucrando com isso	0,465	Sim	7,159	1,980	0,582
Vivo em estado de alerta para alguma oportunidade que me possa surgir	0,437	Sim	7,827	1,747	0,627
Creio sinceramente que as oportunidades estão aí para serem identificadas	0,395	Sim	8,313	1,681	0,593
Gosto de me informar sobre as necessidades das pessoas	0,381	Sim	7,735	1,775	0,656

Tabela 4 – Redução do número de itens do construto oportunidade

Itens	Correlação do item com a soma dos demais	Permanência do item no construto	Média	Desvio padrão	(conclusão)
					Alfa se o item for eliminado
Percebo as necessidades dos outros e como elas podem ser satisfeitas	0,381	Sim	7,567	1,553	0,595
Eu procuro fazer as coisas antes dos outros para sair na frente	0,279	Não	6,234	2,449	0,628
Sou sensível às novidades que são fonte de novas oportunidades	0,257	Não	7,295	2,159	0,599
Fazer o que os outros estão fazendo não ajuda a sobrevivência de um negócio	0,189	Não	6,558	2,493	0,570
<i>Confiabilidade inicial do construto (α)</i>	<i>0,638</i>				

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes de sete universidades.

Nota: Foram eliminados 3 itens por não terem atingido 0,3 na correlação de cada um com a soma dos demais. O α obtido com a eliminação dos itens atingiu 0,688.

⁽¹⁾ A partir do ponto de corte.

O construto **Oportunidade** com 8 itens iniciais, foi reduzido para 5 itens e seu α de Cronbach subiu de 0,638 para 0,688. A menor média foi 6,234, em um máximo possível de 10 e a maior dispersão alcançou 2,493 desvios padrão. O construto **Persistência**, também com 8 itens iniciais, ao apresentar um α de 0,707 manteve o mesmo número de itens. Sua menor média e maior desvio padrão foi 7,376 e 2,6104, respectivamente. O construto **Eficiência** foi reduzido de 10 para 7 itens. Seu α de Cronbach subiu de 0,674 para 0,677. A decisão de corte dos itens levou em consideração a correlação item-total. O construto **Metas** teve uma redução de 2 itens, em um total de 9. Seu α de Cronbach subiu de 0,787 para 0,816. O construto **Informações** diminuiu 1 item em 8. O aumento do seu α de Cronbach foi insignificante. Passou de 0,734 para 0,747. O construto **Planejamento** teve um corte de 4 itens em 8 e ampliou o seu α de Cronbach de 0,582 para 0,669. O construto **Controle**, em 8 itens

teve um corte de 3 e mudou o seu α de Cronbach de 0,713 para 0,760. O construto **Persuasão** ampliou o seu α de Cronbach de 0,648 para 0,756 quando foi realizado o corte de 3 itens e 6 restantes. O construto **Rede de Relações** teve uma redução de 3 itens nos 8 que o compunham e aumentou seu α de Cronbach de 0,569 para 0,659. Por último o construto **Intenção de Empreender** que tinha 8 itens teve uma redução de 3 e ampliou seu α de Cronbach de 0,773 para 0,864.

Os construtos **Qualidade**, **Riscos**, **Autoconfiança**, **Realização** e **Poder** não obtiveram alfas superiores a 0,65 e foram eliminados. Seus maiores valores α foram respectivamente: 0,612; 0,611; 0,610; 0,625 e 0,620.

Ao todo foram eliminados 69 itens. Com a diminuição dos itens e construtos elaborou-se um novo questionário, desta vez com o objetivo de aplicá-lo em empreendedores de sucesso, ou seja, aqueles que foram definidos operacionalmente como sendo os que atingiram pelo menos 5 anos com suas empresas funcionando, e empreendedores que não obtiveram sucesso, aqueles que não lograram alcançar os 5 anos.

4.4 Validação de conteúdo do questionário destinado aos empreendedores (segunda aplicação)

Antes da aplicação do questionário para os empreendedores, tal como estava planejado, buscou-se a validação de conteúdo utilizando-se professores de empreendedorismo. Ao questionário adicionou-se a descrição dos construtos (ver APÊNDICE C, pág. 248). Esse questionário foi enviado a 15 professores de empreendedorismo. Infelizmente a taxa de resposta não foi a esperada. Apenas 5 professores responderam, ou seja, aproximadamente 33%. Utilizando-se a avaliação desses professores foram eliminados mais 2 itens. No construto Intenção de Empreender

foi eliminado o item “Pretendo sempre trabalhar como empregado em alguma empresa”; no construto Eficiência foi suprimido o item “Se for necessário fazer algo, faço antes que alguém me diga que devo fazê-lo”. As médias desses itens, na pontuação atribuída pelos professores, foram 3,2 e 5,4 respectivamente, ficando, portanto abaixo da média 6,0 que tinha sido estipulada para que um item permanecesse na escala.

4.5 Resultados do levantamento com o questionário destinado aos empreendedores (terceira aplicação)

Para a pesquisa com os empreendedores foi utilizada uma amostra de 100 empresários alagoanos, como anteriormente planejado. No questionário utilizado para a coleta de dados, além dos 57 itens remanescentes do primeiro e segundo instrumentos já aplicados, foram acrescentadas 12 questões para auto-avaliação do entrevistado, solicitados alguns dados demográficos sobre o mesmo e sua empresa (ver TAB. 19) e inserida uma pergunta aberta sobre sua vida profissional (ver APÊNDICE D, pág. 253). O número de respostas a essa pergunta foi mínimo e optou-se pelo seu descarte. Os escores das respostas dos 100 empreendedores podem ser vistos na TAB. 20, pág. 279 nos apêndices.

Tabela 19 – Características demográficas dos empreendedores e suas empresas

Características	(continua)	
	Frequência	Frequência percentual
Faixa Etária		
Até 25 anos	5	5
Mais de 25 até 35 anos	33	33
Mais de 35 até 45 anos	26	26
Mais de 45 até 55 anos	21	21
Mais de 55 anos	15	15
Sexo		
Masculino	61	61
Feminino	39	39

Tabela 19 – Características demográficas dos empreendedores e suas empresas

Características	Frequência	(conclusão)
		Frequência percentual
Escolaridade		
1º Grau incompleto	1	1
1º Grau Completo	5	5
2º Grau incompleto	2	2
2º Grau completo	39	39
3º Grau incompleto	11	11
3º Grau completo	32	32
Pós-Graduação	8	8
Mestrado	1	1
Doutorado	1	1
Região do estado onde atua		
Capital	75	75
Interior	25	25
Ramo empresarial que explora		
Indústria	10	10
Comércio	57	57
Serviços	33	33
Idade do negócio		
Menos de 5 anos	50	50
5 até 10 anos	30	30
Mais de 10 até 15 anos	8	8
Mais de 15 até 20 anos	5	5
Mais de 20 até 25 anos	3	3
Mais de 25 até 30 anos	2	2
Mais de 30 anos	2	2

Fonte: Dados da pesquisa com empresários.

Nota: n = 100

A maioria dos entrevistados (69%) declarou idade entre 26 e 45 anos e nessa faixa etária 61% são do sexo masculino mostrando a predominância deste gênero entre os pesquisados. Somente 8% dos entrevistados não concluiu o 2º grau e 10% alcançaram a pós-graduação.

Antes de se efetuar o cálculo do α de Cronbach para a verificação da consistência interna da escala procedeu-se a separação dos escores totais dos empreendedores pesquisados em dois grupos: o primeiro contendo os valores iguais ou inferiores ao primeiro quartil e o segundo os iguais ou superiores ao terceiro quartil. Esse procedimento teve a finalidade de realizar o teste de médias comparando os dois

grupos extremos. Utilizou-se o teste t de Student, para amostras independentes. Para a verificação da homogeneidade das variâncias utilizou-se o teste de Levene para a igualdade das variâncias. Quando não ocorre homogeneidade nas variâncias é possível se realizar o cálculo do teste t usando-se um algoritmo que considera como inexistente essa homogeneidade. O *software* SPSS[®] oferece resultados com as duas opções (NORUŠIS, 2006). O processamento dos dados mostrou que em todos os itens dos construtos o grupo dos 25% superiores possuía média superior a do grupo dos 25% inferiores. O teste de Levene só detectou homogeneidade nas variâncias em dois itens. Optou-se portanto pela utilização dos resultados dados em segunda opção, ou seja sem homogeneidade das variâncias, para o teste t em termos de sua significância. Usando-se o critério de $p < 0,05$ (bilateral) a hipótese de nulidade pôde ser definida como:

$$H_0: \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1: \mu_1 \neq \mu_2$$

As saídas do SPSS mostraram valores $p < 0,05$ em quase todos os itens (TAB. 21, pág. 287 nos apêndices). Dois itens pertencentes ao construto, intenção empreendedora: “Mesmo que eu trabalhe para outrem não abandonarei o desejo de ter meu próprio negócio” e “Minha maior realização será ter o meu próprio negócio”, não apresentaram diferenças significativas ($p = 0,212$ e $p = 0,228$). Aceitou-se, portanto, nesse caso H_0 o que sugere que esses dois itens não discriminam bem os dois grupos.

O passo seguinte foi a aplicação do teste de α de Cronbach para a verificação da consistência interna dos itens, em cada fator e na escala como um todo. Para a verificação da consistência interna existem vários procedimentos, como o teste-reteste, o método de Kuder-Richardson, também conhecido como K-R 20 e o já citado α de Cronbach.

Os valores do α de Cronbach de cada construto alcançaram o patamar de “muito bom” e em alguns casos, o de “excelente”, conforme a classificação de Hair *et al.* (2005). O valor do α para a escala como um todo, incluindo ou não o construto intenção de empreender, superou 0,95. Esses valores indicam que os empreendedores que responderam o questionário foram consistentes em suas respostas, valorando de forma muito próxima os itens dentro de cada construto. A TAB. 22 mostra os resultados por construto e para a escala como um todo, com e sem a inclusão do construto intenção de empreender.

Tabela 22 – Alfas de Cronbach por construto e totais da escala, com e sem o construto intenção de empreender

Construtos	Alfas de Cronbach
Intenção de empreender	0,885
Oportunidade	0,833
Persistência	0,893
Eficiência	0,871
Informações	0,907
Planejamento	0,847
Metas	0,903
Controle	0,907
Persuasão	0,864
Rede de relações	0,886
Total da escala sem o construto intenção de empreender	0,974
Total da escala com o construto intenção de empreender	0,972

Fonte: Dados da pesquisa com empresários.

Na seqüência aplicou-se o teste t de Student aos somatórios dos itens de cada construto e ao total da escala (TAB. 23), desta vez comparando os dois grupos de empreendedores: os de sucesso e os que fracassaram com menos de cinco anos.

Tabela 23 - Teste t de igualdade de médias

	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferença das médias	Erro padrão da diferença	IC de 95% para a diferença	
						Inferior	Superior
Oportunidade	3,361	70,415	0,001	1,130	0,336	0,460	1,801
Persistência	2,999	68,345	0,004	0,710	0,267	0,268	1,332
Eficiência	2,840	75,246	0,006	0,715	0,252	0,213	1,217
Informações	2,083	67,147	0,041	0,571	0,274	0,024	1,119
Planejamento	2,817	80,686	0,006	0,927	0,330	0,272	1,583
Metas	3,961	69,377	0,000	1,169	0,295	0,580	1,757

(continua)

Tabela 23 - Teste *t* de igualdade de médias

	<i>t</i>	<i>gl</i>	Sig. (bilateral)	Diferença das médias	Erro padrão da diferença	(conclusão)	
						IC de 95% para a diferença	
						Inferior	Superior
Controle	2,322	75,518	0,023	0,800	0,344	0,114	1,486
Persuasão	2,343	80,160	0,022	0,597	0,255	0,090	1,104
Rede de relações	1,671	82,115	0,099	0,460	0,275	-0,088	1,007
Intenção de empreender	0,848	94,425	0,398	0,297	0,351	-0,399	0,994
Escala	3,436	63,534	0,001	0,795	0,231	0,333	1,257
Escala + Int. de empreender	3,402	63,348	0,001	0,760	0,223	0,313	1,206

Fonte: Dados da pesquisa com empresários.

As médias do grupo dos empreendedores de sucesso foram mais altas do que as do grupo dos não bem-sucedidos. Quanto à homogeneidade das variâncias só duas delas corroboraram a hipótese nula de igualdade das variâncias ao apresentar valor $p > 0,05$. Usou-se então a alternativa do SPSS[®] para quando inexistente homogeneidade entre as variâncias. O teste *t* foi significativo em quase todos os construtos ($p < 0,05$) – exceto nos referentes à intenção de empreender ($p = 0,398$) e rede de relações ($p = 0,099$) – mostrando que na maioria deles os dois grupos estudados diferem e que os bem sucedidos obtiveram maiores escores médios do que os que fracassaram em seus negócios.

4.5.1 Validação dos dados obtidos com os empreendedores

Para a validação de construto Morales Vallejo; Urosa Sanz; Blanco Blanco (2003) sugerem, entre outros métodos, a que se proceda a uma análise de correlação, podendo ser usados outros testes e escalas, sub-escalas de outros testes similares ou perguntas abrangentes que envolvam o conteúdo da escala que está sendo construída. Por conta dessa sugestão optou-se por criar uma pergunta do tipo: "Quanto o senhor acha que possui das seguintes características: estar sempre procurando uma boa oportunidade de negócios; ser persistente no que faz; buscar sempre oferecer um produto ou serviço de qualidade; ser eficiente no que faz; ser capaz de assumir riscos

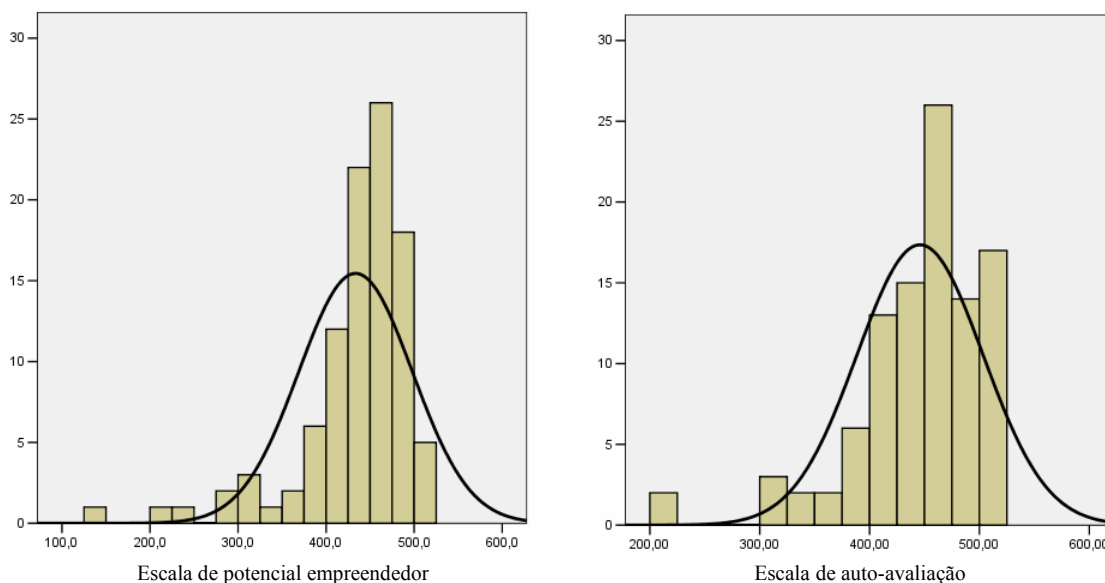
planejados; ter sempre metas a alcançar; estar sempre procurando informações que o ajudem a fazer seus negócios funcionarem melhor; sempre planejar o que vai fazer; controlar tudo que acontece no seu negócio/empreendimento; ser capaz de persuadir as pessoas; possuir uma rede de relacionamentos com pessoas que possam ser úteis para seus negócios; confiar em sua capacidade de fazer as coisas em vez de esperar que elas aconteçam em uma escala de 0 a 10”.

Essa pergunta foi dividida em doze questões, para facilitar seu entendimento pelos entrevistados, e incluída no final do questionário destinado aos empreendedores (ver APÊNDICE D, pág. 253).

O somatório dos pontos obtidos nessas questões permitiu a criação de uma variável que recebeu o nome de auto-avaliação. Essa variável foi então correlacionada com o total de pontos da escala. Dado que as distribuições dos totais de pontos obtidos, tanto pelos empreendedores como pelos não-empreendedores, se mostraram assimétricas utilizou-se na verificação da existência de correlações o teste não-paramétrico do ρ de Spearman, em vez do teste paramétrico r de Pearson.

Segundo Barbetta (2006) dados distribuídos de forma assimétrica nas variáveis podem comprometer uma análise de correlação. Nesse caso a utilização de procedimentos não-paramétricos como o ρ de Spearman, que não exige distribuição normal, é uma alternativa ao r de Pearson. Pelo GRAF. 5 observa-se que as variáveis em estudo não possuem distribuição normal. Portanto, optou-se pela alternativa da utilização do procedimento não-paramétrico, ou seja, o ρ de Spearman (TAB. 24).

Gráfico 5 – Distribuição dos empreendedores segundo os escores obtidos na escala de potencial empreendedor e na sua auto-avaliação.



Fonte: Dados da pesquisa com empresários.

As hipóteses de trabalho foram:

$$H_0: \rho_s = 0$$

$$H_1: \rho_s \neq 0$$

Tabela 24 - Resultados obtidos com a utilização do coeficiente de Spearman

Variáveis	Pontuação do empreendedor na escala	Auto-avaliação do empreendedor
Pontuação do empreendedor na escala	1,000	
Auto-avaliação do empreendedor	⁽¹⁾ ⁽²⁾ 0,670	1,000

Fonte: Dados da pesquisa com empresários.

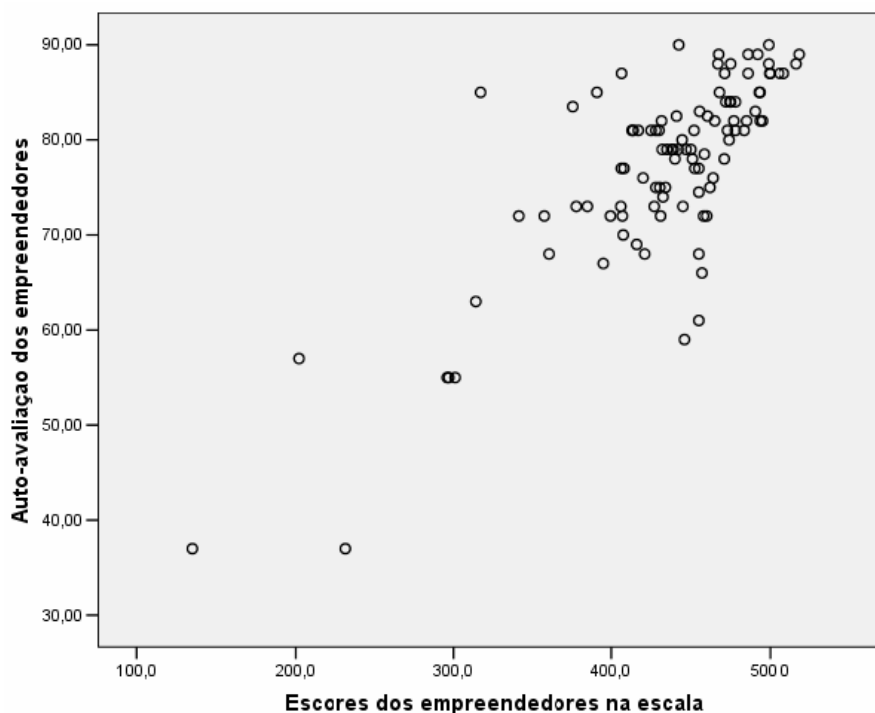
Nota: A escala não inclui o construto intenção de empreender.

⁽¹⁾ ρ de Spearman .

⁽²⁾ A correlação é significativa no nível 0,01 (unilateral) - $p(0,000) < 0,01$.

Uma correlação significativa, com força moderada e positiva foi encontrada para os escores da pontuação obtida na escala, pelos empresários pesquisados e sua auto-avaliação quanto a características empreendedoras (ver GRAF. 6). A força de um relacionamento da magnitude de 0,670 pode ser considerada moderada tendendo a forte. Dancey; Reidy (2006) consideram que de 0,4 a 0,6 é moderado e de 0,7 a 0,9 é forte.

Gráfico 6 – Correlação dos escores da auto-avaliação do empreendedor e sua pontuação na escala de potencial empreendedor



Fonte: Dados da pesquisa com empresários.

A conclusão por conta dos resultados obtidos com a aplicação do questionário com os empreendedores, segmentando-os em dois grupos, foi de que a escala é capaz de mostrar diferenças entre os que foram bem-sucedidos e os que fracassaram. O ponto de corte, definido operacionalmente em 5 anos de funcionamento do negócio, para discriminar o sucesso e o fracasso do empreendedor e separar os dois grupos mostrou-se adequado. É possível então se utilizar o período mínimo de 5 anos para classificar um empreendedor como bem-sucedido.

4.6 Resultados obtidos com a quarta aplicação

Para se fazer a validação final da escala, fez-se novo levantamento, desta vez em estudantes da Universidade Federal de Alagoas (ver APÊNDICE E, pág. 257).

Os passos seguidos nessa fase serão apresentados na seqüência, estruturada em quatro subseções: 1 – redação dos cenários; 2 – seleção da amostra de estudantes universitários; 3 – aplicação dos questionários; 4 – processamento dos dados; 5 – análise dos resultados obtidos; 6 – reprocessamento dos dados da pesquisa com os empreendedores, se necessário; 7 – montagem da escala em sua estrutura final, inclusos os procedimentos de cálculo para identificar o grau de potencial empreendedor, gráfico comparativo com os empreendedores pesquisados anteriormente e normas interpretativas dos resultados.

4.6.1 Redação dos cenários

Para a redação dos cenários ou vinhetas que foram intercalados entre os blocos de construtos, agrupados em três grupos, utilizou-se como fonte de inspiração as informações obtidas com quatro empreendedores de sucesso. As citadas informações foram obtidas em entrevistas de profundidade (ver roteiro da entrevista no Apêndice G, pág. 264) onde os empreendedores fizeram um relato de suas vidas profissionais, desde seus primórdios até os dias atuais.

4.6.2 Seleção da amostra de estudantes universitários

A amostra de estudantes para a pesquisa de validação de construto inicialmente estava prevista para ser realizada com universitários matriculados no curso de administração da UFAL. As dificuldades encontradas com os estudantes durante a aplicação da primeira pesquisa sinalizaram a necessidade de se buscar opções alternativas. O tamanho da amostra pretendido (400 alunos) mostrou-se inviável de ser alcançado no curso presencial de administração por várias razões: absenteísmo, falta de cooperação por parte de alguns professores para ceder seu horário de aula para a

aplicação dos questionários e o tempo disponível para concluir a pesquisa dado que os estudantes estavam prestes a sair em férias. A alternativa encontrada foi recorrer a estudantes dos cursos de economia e ciências contábeis, também ligados a área de negócios, a exemplo dos de administração, para a coleta de dados. Com a utilização dessa estratégia foi possível a aplicação de 455 questionários, ultrapassando portanto os 400 pretendidos inicialmente. A amostra foi por acessibilidade.

4.6.3 Aplicação dos questionários

Para a aplicação dos questionários foram contactados professores dos cursos anteriormente citados. Os que concordaram em ceder o seu espaço de aula fizeram a apresentação do pesquisador, os objetivos da pesquisa e indagaram quais alunos se prontificavam a participar. Todos aqueles que concordaram em participar receberam uma cópia do questionário para o preenchimento imediato. A média de tempo para responderem o questionário foi de 20 minutos.

4.6.4 Processamento dos dados

Concluído todo o levantamento os questionários tiveram os seus dados transferidos para meio digital com a utilização do *software* estatístico SPSS[®] que também foi utilizado para o processamento dos dados. Além do SPSS[®] foram utilizados os softwares Excel[®] e Minitab[®].

4.6.5 Resultados obtidos e análise

Inicialmente foram verificados os dados demográficos dos estudantes pesquisados, através de distribuições de frequência absoluta e percentual (TAB. 25).

Tabela 25 – Dados demográficos dos estudantes pesquisados na UFAL

Discriminação	Frequência	Percentual
Curso que frequenta		
Administração	214	47,0
Ciências Contábeis	122	26,8
Economia	119	26,2
Período que cursa		
1º ano	102	22,4
2º ano	136	29,9
3º ano	88	19,3
4º ano	71	15,6
Não informou	58	12,7
Sexo		
Masculino	247	54,3
Feminino	204	44,8
Não informou	4	,9
Faixa etária		
Até 22 anos	291	64,0
23 a 28 anos	109	24,0
29 a 34 anos	17	3,7
35 a 40 anos	9	2,0
Mais de 40 anos	4	,9
Não informou	25	5,5
Existência de negócio sendo explorado por familiar		
Sim	279	61,3
Não	162	35,6
Não informou	14	3,1
Tipo de parentesco com os empreendedores		
Consangüíneo de 1º grau ¹	140	30,8
Consangüíneo de 2º grau ²	109	24,0
Consangüíneo de 3º grau ³	23	5,1
Outros tipos ⁴	7	1,5
Ninguém	162	35,6
Não informou	14	3,1

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas

Notas: n = 455.

¹ Pais e irmãos. ² Avós, tios. ³ Primos. ⁴ Padrastos, sogros e cunhados.

O curso com maior participação de entrevistados foi o de administração (47%) enquanto os demais contribuíram, cada um, com percentuais muito próximos (26,8 e 26,2). Quanto ao gênero a maior participação foi do sexo masculino (54,3%) enquanto por faixa etária o destaque ficou com os estudantes de idade inferior aos 23 anos (64%).

A maioria dos entrevistados (61,3%) relatou possuir algum familiar explorando negócio. No nível de consangüinidade de 1º grau foi relatado um quantitativo de 140 pessoas (30,8%).

Não foi relatada pelos pesquisados nenhuma dificuldade quanto ao preenchimento do questionário. Estar freqüentando um curso ligado a área de negócios e ter parentes empreendedores pode ter ajudado na compreensão do mesmo.

4.6.5.1 Análise dos itens

O primeiro procedimento para a análise dos itens foi a inspeção dos dados de cada um deles e a realização do seu somatório. Para facilitar a elaboração das tabelas os itens foram todos codificados. A relação dos códigos e seus respectivos itens pode ser encontrada no APÊNDICE F, pág. 262.

Tabela 26 - Estatísticas descritivas da amostra de estudantes da UFAL ⁽¹⁾

em	Média	Desvio padrão	Item	Média	Desvio padrão	Item	Média	Desvio padrão
Int3	7,111	2,384	Efi9	8,047	1,7612	Me1	7,593	2,0177
Int8	7,206	2,451	Efi8	8,256	2,0382	Co5	7,381	2,1360
Int6	6,576	2,907	Efi5	7,872	2,1109	Co4	7,014	2,5715
Int7	6,351	2,660	Inf8	9,212	1,2189	Co6	7,417	2,2080
Op8	7,018	1,9200	Inf5	9,013	1,2880	Co1	7,977	1,8933
Op1	7,302	2,0462	Inf2	8,833	1,3322	Co2	8,216	1,7876
Op3	8,207	1,6890	Inf4	9,030	1,2567	Per2	7,495	1,8522
Op5	7,404	1,9338	Inf7	9,321	1,0705	Per8	7,824	1,7038
Op7	7,119	1,8385	Inf1	8,396	1,4744	Per6	7,604	1,6838
Pe2	8,537	1,4968	Inf3	8,357	1,5574	Per4	7,673	1,7916
Pe4	9,147	1,2471	Pl7	7,485	2,0300	Per7	8,024	1,7650
Pe7	8,503	1,4147	Pl4	7,638	1,9091	Per5	7,749	1,7361
Pe6	8,740	1,4423	Pl3	6,494	2,2796	Rr1	7,802	1,8945
Pe8	8,133	1,8658	Pl6	7,203	2,4719	Rr5	7,958	1,8010
Pe3	8,662	1,6352	Me2	7,778	1,9861	Rr4	8,232	1,8431
Pe1	8,036	1,7848	Me8	7,435	2,2721	Rr8	8,512	1,5153
Pe5	8,092	1,8233	Me9	8,281	1,8302	Rr7	8,227	1,7880
Efi1	8,451	1,9873	Me5	7,860	1,9422	Soma ⁽¹⁾	424,558	51,6639
Efi7	8,398	1,4399	Me3	7,465	2,1473	
Efi4	8,857	1,5029	Me7	7,280	1,9885	

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas

Nota: ⁽¹⁾ n = 455. ⁽²⁾ Somatório dos pontos de todos os itens.

Como pode ser visto na TAB. 26, existiu uma certa dispersão nas respostas dadas em cada um dos itens. As médias oscilaram de 6,4 a 9,3 e os desvios padrões de 1,1 a 2,9, mas, não aparentaram comprometer a maior parte dos itens levando a sua eliminação. Decidiu-se então pela continuação da análise utilizando-se então o teste *t* e o alfa de Cronbach.

Autores como Morales Vallejo; Urosa Sanz; Blanco Blanco (2003), Morales Vallejo (2006), recomendam em cada item se fazer uma comparação de dois grupos, no caso abrangendo os 25% com pontuação mais baixa e os com 25% de pontuação mais alta, utilizando o teste *t* para amostras independentes. Na TAB. 27, pág. 288 nos apêndices, têm-se as estatísticas descritivas da comparação dos dois grupos. As médias mais altas foram todas obtidas pelo grupo 2, ou seja, os 25% com maiores pontos em cada item. O teste *t* de amostras independentes (TAB. 28, pág. 291 nos apêndices) indicou diferenças estatisticamente significativas ($p < 0,01$) e os itens podem discriminar os dois grupos. Dado que o teste de Levene somente apontou homogeneidade das variâncias em 2 itens utilizou-se os resultados fornecidos pelo SPSS[®] na opção em que não é assumida essa condição.

O passo seguinte na análise dos itens foi a verificação da confiabilidade utilizando-se o alfa de Cronbach. Os resultados obtidos indicaram a excelência do alfa obtido ($\alpha = 0,951$). Segundo Kline (1998), apesar de concordância entre os autores quanto o que poderia ser chamado de “padrão-ouro” para os coeficientes de confiabilidade, pode-se utilizar como referência: 0,9 para excelente; 0,8 para muito bom; 0,7 para adequado. A sugestão de Morales Vallejo (2007) é de que esteja presente, em resultados de pesquisas em geral ou em pesquisas teóricas, pelo menos um alfa mínimo de 0,6. Na TAB. 29, pág. 292 nos apêndices, são mostrados, item a item, os

alfas correspondentes a confiabilidade da escala se o item fosse suprimido, bem como as correlações item-total. Nela pode ser visto que a eliminação de itens não afetaria substancialmente a confiabilidade da escala.

4.6.5.2 Aplicação da primeira análise de componentes principais

Dados os bons resultados obtidos com o alfa de Cronbach prosseguiu-se com a análise dos itens, desta vez utilizando-se a análise fatorial - mais propriamente a análise de componentes principais - que Pasquali (2003) considera um instrumento importante na psicometria como elemento a ser utilizado em processos de validação de testes psicológicos.

O questionário aplicado aos estudantes contemplou itens que em teoria poderiam se agregar em 9 fatores correspondendo ao potencial empreendedor (oportunidade, persistência, eficiência, informações, planejamento, metas, controle, persuasão e rede de relações) e mais 1 outro que foi denominado de intenção de empreender. O papel da análise multivariada dos itens foi verificar se de fato eles se agregavam da forma como pressupõe a teoria que influenciou a sua elaboração. Para Gimenez; Inácio Jr. (2006) o método Kaiser de rotação de fatores é o que se mostra adequado, para utilização na análise de componentes principais, onde se objetiva verificar se existe, ou não, essa agregação.

Muitas vezes a análise de componentes principais e a análise fatorial comum (PCA e FA em suas siglas inglesas) são chamadas indistintamente de análise fatorial. Na verdade são modelos semelhantes mas que usam procedimentos diferentes na forma de tratar as variáveis (HAIR *et al.*, 2005). Se as comunalidades – estimativas de variância compartilhada entre as variáveis (GARSON, 2007) – apresentarem valores

acima de 0,60 na maior parte das variáveis, os resultados da PCA e FA serão basicamente idênticos (HAIR *et al.*, 2006). Segundo Tabachnick; Fidell (1996) as duas modalidades podem e são utilizadas em psicologia na elaboração de escalas. Portanto quando aqui houver referência a análise fatorial, de forma genérica, estar-se-á referindo à análise de componentes principais.

Quanto as suposições críticas para que se possa utilizar a análise fatorial, segundo Hair *et al.* (2006) a violação dos pressupostos de linearidade, homocedasticidade, bem como os desvios da normalidade, só a afeta se diminuírem as correlações obtidas, porém não são assim tão determinantes dado que na realidade elas são mais conceituais do que estatísticas.

Um aspecto importante na análise fatorial é o tamanho da amostra. O tamanho mínimo é 5 vezes o número de variáveis envolvidas na análise (HAIR *et al.*, 2005) sendo mais adequado 10 vezes em vez de 5 (HAIR *et al.*, 2006). Segundo Hair *et al.* (2006) uma amostra com menos de 50 casos não é adequada e sugerem pelo menos 100 casos. Mais exigentes, Tabachnick; Fidell (1996) ampliam esse número para 300 casos.

Especificamente nesta pesquisa, com 57 variáveis, a proporção foi de quase 8 para 1, portanto bem acima do mínimo ($n=285$). Por outro lado a quantidade de casos analisados ($n=455$) superou o mínimo recomendado por Tabachnick; Fidell (1996).

Dado que foram atendidas essas recomendações buscou-se também verificar o atendimento das condições de aplicabilidade da análise fatorial. Os procedimentos foram: análise da matriz de correlações para comprovar a existência de um número considerável de correlações acima de 0,30; execução do teste de esfericidade de

Bartlett; o teste de adequação amostral de Kaiser-Meyer-Olin (KMO) e a análise de resíduos.

O primeiro passo foi a verificação das correlações entre as variáveis, pois caso não existam a análise fatorial torna-se inadequada. Uma verificação visual pode indicar a existência e o nível dessas correlações. Outra forma de se proceder essa verificação é através do uso do teste de esfericidade de Bartlett, onde se testa a hipótese nula de que os coeficientes de correlação são iguais a zero (URIEL JIMÉNEZ; ALDAS MANZANO, 2005).

O segundo passo foi a aplicação do teste de adequação amostral (KMO). Segundo Kaiser (1974), citado por Cepeda-Benito; Reig-Ferrer (2004) valores de adequação amostral (KMO) acima de 0,80 ou 0,90 são excelentes, entre 0,50-0,60 aceitáveis e abaixo de 0,50 inaceitáveis.

O terceiro passo foi a análise dos resíduos. O SPSS informa o percentual de resíduos com valores acima de 0,05. Quanto mais próximo de zero for esse percentual mais se adequam os dados a execução de uma análise fatorial (GARCÍA JIMENEZ; GIL FLORES; RODRÍGUEZ GÓMEZ, 2000).

Os resultados obtidos com o processamento dos dados mostraram um número considerável de correlações superiores a 0,30 (TAB. 30, pág. 294 nos apêndices) com a maioria mostrando-se significantes ($p < 0,05$) indicando a possibilidade de se continuar os procedimentos da análise fatorial (TAB. 31, pág. 298 nos apêndices). O teste KMO (TAB. 32, pág. 301 nos apêndices) apresentou como resultado um valor de 0,923, excelente segundo Kaiser, e o teste de esfericidade de Bartlett (TAB. 32, pág. 301 nos

apêndices) rejeitou a hipótese nula de que os coeficientes de correlação são iguais a zero ($\chi^2 = 15.745,77$; $gl = 1.596$; $p < 0,001$).

A matriz de correlações anti-imagem (TAB. 33, pág. 302 nos apêndices) que no SPSS[®] corresponde as correlações parciais (correlações entre variáveis levando em conta o efeito de outras variáveis) mostrou 98,9% de coeficientes com valores inferiores a 0,30. Entendeu-se então ser possível a fatorização, afóra o fato de que os valores da diagonal da matriz anti-imagem que representam a medida de adequação amostral (MSA na sua sigla inglesa), uma outra medida que verifica a adequação da análise, mostraram-se todos acima de 0,8 e portanto no nível de admiráveis seguindo-se a interpretação de Hair *et al.* (2006). A TAB. 34, pág. 306 nos apêndices, sintetiza essa informação.

A hipótese nula testada foi que através da análise fatorial os 57 itens da escala de potencial empreendedor não se agregariam em 10 grupos ou fatores.

Para a execução da análise fatorial utilizou-se o procedimento de componentes principais com solução fatorial sem rotação e com rotação varimax. O critério para seleção do número de fatores foi o de Kaiser, ou seja, com autovalores acima de 1. Autovalores (*eigenvalues*) são o resultado do somatório das cargas fatoriais do fator, elevadas ao quadrado, e servem para mostrar o seu peso em relação ao todo. O autovalor dividido pelo número de variáveis sob análise produz o percentual de variância que o fator explica.

A saída do SPSS mostrou inicialmente as comunalidades (valores entre 0 e 1) que explicam a proporção de variância dos componentes ou fatores e são obtidas, em cada variável, pelo somatório das cargas dos fatores elevadas ao quadrado.

fator com as correlações item-total mostradas na TAB. 29 (pág. 292 nos apêndices). Os valores são muito semelhantes e não mostram discrepâncias que superem 5%. Estes resultados confirmaram a força ou a fragilidade discriminante de cada um dos itens.

Na sequência, antes de se analisar a matriz com rotação, verificou-se a matriz reproduzida e de correlações residuais (TAB. 38, pág. 312 nos apêndices), que mostra acima da diagonal a matriz de correlações reproduzidas, ou seja, as correlações resultantes da informação gerada pela solução fatorial encontrada. Essas correlações são obtidas quando se multiplica a matriz fatorial pela sua transposta. Na mesma tabela, abaixo da diagonal tem-se a matriz de resíduos que representa a diferença entre a matriz de correlações original e a reproduzida. Quando a maioria dos resíduos tem valores pequenos, abaixo de 0,05, a análise fatorial deu bons resultados. A matriz apresentou 9% de resíduos acima de 0,05, por conseguinte 91% dos valores foram pequenos, o que demonstrou os bons resultados obtidos com a análise fatorial.

Com essa confirmação passou-se à análise da matriz de componentes com rotação varimax (TAB. 39, pág. 318 nos apêndices). Nessa tabela os itens foram agrupados segundo os seus construtos teóricos, com seus respectivos alfas de Cronbach, e foram adicionadas as comunalidades de cada item e o alfa da escala se o item for eliminado. Foram acrescentados também os autovalores de cada componente ou fator e a porcentagem do traço (participação percentual do fator na quantidade total da variância).

Oito itens mostraram-se problemáticos. O item Pe8 “Tenho um rumo traçado e procuro segui-lo, mesmo quando enfrento obstáculos”, criado para compor a sub-escala ou construto “Persistência”, carregou com maior força na sub-escala “Metas” e com menor intensidade na sua própria. O item Pe5 “Não confundo persistência com teimosia

e só persisto se vejo chances de sucesso”, também um dos componentes da sub-escala ou construto “Persistência”, carregou com maior força na sub-escala “Eficiência”. O item Efi9 “Quando é preciso mudar tudo, para ter melhor resultado, mudo”, da sub-escala ou construto “Eficiência”, carregou com intensidade semelhante nas sub-escalas “Controle”, “Persistência” e no fator 12 que não estava teoricamente associado a nenhuma sub-escala. O item Efi8 “Se eu fizer mais rápido, de forma melhor e com menor custo, saio ganhando”, da sub-escala ou construto “Eficiência”, carregou no fator 12, em vez de o fazer na sua sub-escala. O item Efi5 “Não preciso que ninguém me cobre para que as coisas sejam feitas corretamente”, da sub-escala ou construto “Eficiência”, carregou com intensidade quase igual nos fatores 11 e 12, em vez de o fazer na sua própria. Os itens Inf1 “Busco constantemente novos conhecimentos” e “Inf3 “Tenho ânsia de aprender para poder enfrentar novos desafios”, da sub-escala “Informações”, carregaram no fator 11, teoricamente não-associado a uma sub-escala. Finalmente o item Rr1 “Sou capaz de estabelecer rede de relações e utilizá-la para alcançar meus propósitos”, da sub-escala “Rede de Relações” carregou com intensidade semelhante na sua própria e na sub-escala “Persuasão”.

Decidiu-se então eliminá-los e realizar uma nova análise fatorial. Levou-se em consideração também ser importante essa redução, para tornar mais rápido o processo de leitura e resposta dos itens da escala em sua versão final. Não se deixou de atentar porém para o fato de que cada fator deveria ter no mínimo 3 itens com cargas altas, conforme recomendação de Norušis (2006).

4.6.5.3 Aplicação da segunda análise de componentes principais

Nessa fase o primeiro passo foi verificar as diferenças entre os grupos dos 25% das pontuações menores e 25% das pontuações maiores após a eliminação dos 8 itens.

As diferenças continuaram pois o segundo grupo obteve as maiores médias em todos os itens. O teste t mostrou que as diferenças eram significativas ($p < 0,001$).

O segundo passo foi o levantamento das condições necessárias a aplicação da análise fatorial. Uma verificação visual confirmou a existência de um número considerável de correlações acima de 0,30 (TAB. 40, pág. 320 nos apêndices) com 94% do total de correlações (TAB. 41, pág. 323 nos apêndices) sendo significativas ($p < 0,01$). A aplicação do teste KMO (TAB. 42, pág. 325 nos apêndices) mostrou um valor de 0,917, ligeiramente menor do que o da análise fatorial anterior, mas, ainda classificado como excelente. O teste de esfericidade de Bartlett (TAB. 42, pág. 325 nos apêndices), por outro lado rejeitou a hipótese nula de que os coeficientes de correlação são iguais a zero ($\chi^2 = 13.663,818$; $gl = 1.176$; $p < 0,001$).

Os coeficientes mostrados na matriz de correlações anti-imagem (TAB. 43, pág. 326 nos apêndices) indicaram a possibilidade da fatorização. Por outro lado os valores da diagonal da matriz anti-imagem que indicam a medida de adequação amostral (*Measure of Sampling Adequacy* ou MSA na sua sigla inglesa) mostraram-se superiores a 0,8 podendo ser classificados como admiráveis.

Comprovada a adequação de se proceder a análise fatorial procedeu-se o processamento dos dados estabelecendo-se como hipótese nula a ser testada a afirmação de que através da análise fatorial os agora 49 itens, da escala de potencial empreendedor, não se agregariam em 10 grupos ou fatores.

Os resultados obtidos mostraram que utilizando o critério Kaiser a solução apresentada concentrou-se em 10 componentes ou fatores, explicando 67,2% da variância total (TAB. 44, pág. 329 nos apêndices). Não houve perda de informação,

com a eliminação dos itens, que pudesse comprometer a escala. Rechaçou-se então a hipótese nula.

Buscou-se então verificar se a matriz de componentes (TAB. 45, pág. 331 nos apêndices) deu bons resultados utilizando-se a matriz de correlações reproduzidas (TAB. 46, pág. 332 nos apêndices). A quantidade de resíduos acima de 0,05 aumentou de 9% para 10%. Entendendo-se que esse resultado não é comprometedor procedeu-se a rotação dos fatores utilizando-se o método varimax.

Os resultados apresentados pela rotação dos fatores (TAB. 47, pág. 336 nos apêndices) mostraram todos os itens carregando com maior intensidade em apenas uma sub-escala ou fator. Todos os alfas de Cronbach das sub-escalas ultrapassaram 0,75, ou seja, adequados considerando-se que algumas sub-escalas têm apenas 3 questões. O alfa geral atingiu 0,945, um grau de excelência segundo Hair *et al.* (2005).

Atingido esse nível de seleção de itens e sua devida agregação nos construtos definidos anteriormente, em acordo com a teoria que busca explicar a existência de determinados traços em empreendedores, obteve-se uma escala composta por 10 fatores: intenção de empreender, oportunidade, persistência, eficiência, informações, planejamento, metas, controle, persuasão e rede de relações. O primeiro fator sendo adequado para a descoberta de possíveis futuras intenções empresariais e apropriado para utilização em cursos onde os professores ou instrutores estejam interessados em obter essa informação.

Em situações onde se busque intraempreendedores esse fator pode ser desconsiderado no preenchimento do questionário que compõe a escala de potencial empreendedor. É importante frisar que as vinhetas necessitarão sofrer uma adaptação a

essa nova situação retratando o interesse em intraemprender. Intraemprender significa empreender, mas, em vez de abrir o seu próprio negócio atua-se em negócios alheios, entidades não-governamentais, em empreendedorismo social, instituições públicas, entidades religiosas, etc.

4.6.5.4 Aplicação da terceira análise de componentes principais

Dado o interesse em uma escala que pudesse ser aplicada também para a detecção de potencial intraempreendedor e com a consequente exclusão dos itens referentes a intenção de empreender, especificamente direcionados para a abertura do próprio negócio, a pergunta que surgiu foi: os itens restantes continuariam se agregando nos mesmos fatores e mantendo um alto alfa de Cronbach?

Buscou-se a resposta a essa indagação submetendo os dados, agora com a exclusão dos quatro itens do construto intenção de empreender, a uma nova análise fatorial.

O primeiro passo foi um novo levantamento das condições necessárias a aplicação da análise fatorial. A verificação visual confirmou novamente a existência de um número considerável de correlações acima de 0,30 (TAB. 48, pág. 338 nos apêndices) com 92% do total de correlações (TAB. 49, pág. 341 nos apêndices) sendo significativas ($p < 0,001$). A aplicação do teste KMO (TAB. 50, pág. 343 nos apêndices) apresentou um valor de 0,919, ligeiramente maior do que o da análise fatorial anterior, sendo classificado como excelente. O teste de esfericidade de Bartlett (TAB. 50, pág. 343 nos apêndices), mais uma vez rejeitou a hipótese nula de que os coeficientes de correlação são iguais a zero ($\chi^2 = 12.169,926$; $gl = 990$; $p < 0,001$).

Na seqüência foram verificados os coeficientes da matriz de correlações anti-imagem (TAB. 51, pág. 344 nos apêndices) os quais indicaram a possibilidade da fatorização. Os valores da diagonal da matriz anti-imagem que (níveis de MSA) mostraram-se superiores a 0,8, ou seja, admiráveis.

Como os dados eram adequados a realização da análise fatorial realizou-se o seu processamento estabelecendo-se como hipótese nula a ser testada a afirmação de que através da análise fatorial os 45 itens da escala não se agregariam em 9 grupos ou fatores.

Utilizando-se o critério Kaiser a solução apresentada mostrou 9 componentes ou fatores, explicando 65,8% da variância total (TAB. 52, pág. 347 nos apêndices). Houve perda de informação, com a eliminação dos itens, mas não a ponto de comprometer a escala. O mínimo recomendado por Hair et al. (2005) é 60% da variância total. O resultado está acima desse mínimo. Rechaçou-se então a hipótese nula.

O passo seguinte foi a verificação dos resultados da matriz de componentes (TAB. 53, pág. 348 nos apêndices) visando a comprovação dos seus bons resultados, para isso utilizando-se a matriz de correlações reproduzidas (TAB. 54, pág. 349 nos apêndices). A quantidade de resíduos acima de 0,05 aumentou de 10% para 11%. Entendendo-se, mais uma vez, que esse resultado não era comprometedor procedeu-se a rotação dos fatores utilizando-se o método varimax.

Os resultados apresentados pela rotação dos fatores (TAB. 55, pág. 352 nos apêndices) mostraram novamente todos os itens carregando com maior intensidade em apenas uma sub-escala ou fator. Os alfas de Cronbach das sub-escalas ultrapassaram

0,75, ou seja, adequados considerando-se que algumas sub-escalas tinham apenas 3 questões e o alfa de Cronbach total atingiu mais uma vez grau de excelência ($\alpha=0,046$).

A adequada distribuição dos itens dentro dos seus respectivos construtos validou a escala excluindo o construto intenção de empreender e indicou-a também para utilização em identificação de potencial intraempreendedor.

4.6.6 Reprocessamento dos dados da pesquisa com os empreendedores

Com a validação da escala foram reprocessados os dados coletados na pesquisa com os empreendedores, desta vez eliminando os itens Pe5, Pe8, Efi5, Efi8, Efi9, Inf1, In3 e Rr1. Os resultados possibilitaram a geração das médias (TAB. 56), por construto, dos empreendedores de sucesso e com isso se estabelecer parâmetros para comparação com os resultados individuais das pessoas que no futuro venham a responder as perguntas do questionário da Escala de Potencial Empreendedor.

Tabela 56 - Médias, desvios padrões dos empreendedores de sucesso

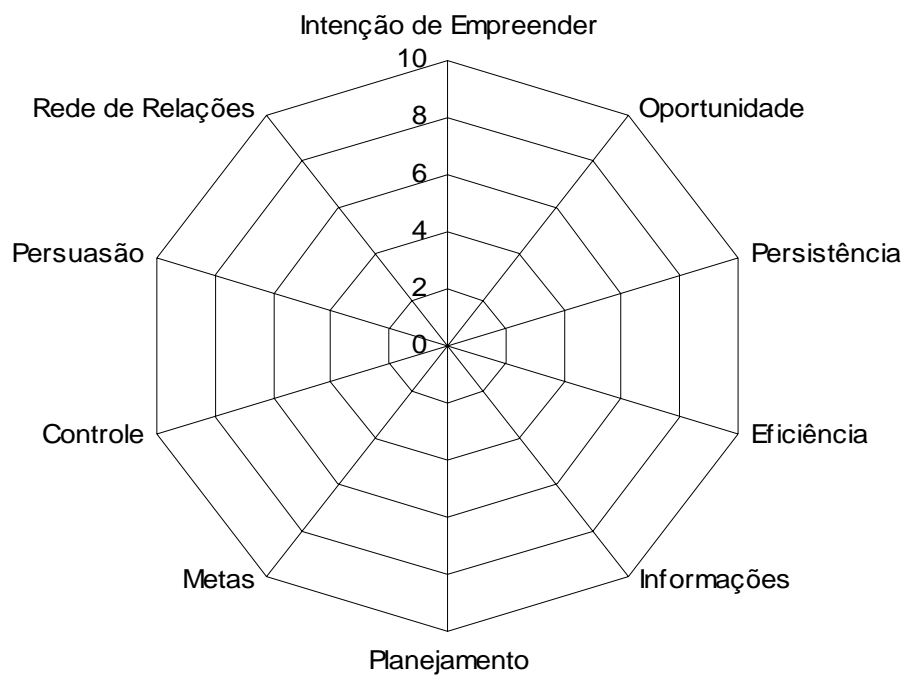
Discriminação	Sucesso	
	Média	Desvio padrão
Intenção de empreender	8,87	1,57
Oportunidade	8,07	1,03
Persistência	8,92	0,83
Eficiência	9,10	0,86
Informações	8,96	0,79
Planejamento	8,24	1,21
Metas	8,53	0,88
Controle	8,31	1,16
Persuasão	8,36	0,93
Rede de relações	8,62	1,09
Total da escala	8,55	0,60
Total da escala com intenção de empreender	8,58	0,57

4.6.7 Montagem da escala em sua estrutura final

Com a definição dos itens finais da escala e sua validação através da análise fatorial e com o reprocessamento dos dados da pesquisa com os empreendedores, subtraindo os itens que foram excluídos no processo de validação, chegou-se a fase final da tese, ou seja, a elaboração da escala e a definição dos procedimentos de cálculo do potencial empreendedor. Criou-se então um livreto contendo as instruções de preenchimento das questões, as vinhetas, a folha de cálculos, a tabela e o gráfico comparativo com o potencial empreendedor dos empreendedores de sucesso pesquisados, a forma de interpretar os resultados e uma folha de proposições do respondente visando melhorar o seu próprio potencial.

Com isso concluiu-se a montagem da escala de potencial empreendedor, testada e validada com empresários e estudantes universitários da área de negócios. Nesta escala buscou-se refletir no enunciado de cada item a forma como, na cultura brasileira e especialmente na alagoana, é expressada a maneira das pessoas referirem-se a certos aspectos dos traços de personalidade, ou características, do empreendedor. Apresenta-se a seguir, em forma de caderno, (ver nas folhas de 189 a 200) a Escala de Potencial Empreendedor.

*Escala de
Potencial
Empreendedor*



Escala de Potencial Empreendedor

Comentários iniciais

Este questionário é composto de duas partes: intenção de empreender e escala de potencial empreendedor propriamente dita. A primeira parte destina-se àqueles que têm o propósito de em algum momento iniciar ou adquirir um negócio. A segunda parte contempla os primeiros e àqueles que mesmo não possuindo o desejo de iniciar um negócio próprio apresentem características empreendedoras que possam ser úteis na atividade que exercem. Os primeiros aqui serão classificados como empreendedores e os segundos como intraempreendedores.

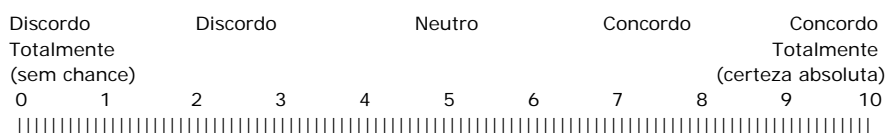
Recomendações

Antes de iniciar pense sobre as suas aspirações, desejos etc. sobre o seu futuro. Como pretende enfrentar os obstáculos pela sobrevivência.

Instruções para um preenchimento correto

Este questionário tem como objetivo de identificar qual é o seu potencial para tornar-se empreendedor. Para tanto o resultado obtido por você, respondendo as questões que se seguem, será comparado com os resultados alcançados por empreendedores que já suplantaram a barreira dos cinco anos com suas empresas funcionando. O questionário foi montado utilizando um diálogo entre dois amigos e uma série de frases. Por favor, não deixe nenhuma frase sem resposta. Não existem situações certas ou erradas. A sua resposta deve refletir o seu comportamento, ou seja, a forma como você entende as coisas, age ou agiria em determinadas circunstâncias. Em caso de dúvida, opte pela opção que mais se aproxima de sua maneira de ser.

Cada frase oferece um leque de possibilidades que vão de 0 (zero) a 10 (dez). O 0 (zero) significa que você discorda totalmente do enunciado da frase e o 10 (dez) que você concorda totalmente. Entre esses números, qualquer valor intermediário poderá ser o da sua escolha e representar como você pensa, age ou agiria. Para ajudá-lo, em sua decisão, mostra-se a seguir a escala em forma de régua.



Dá-se a seguir um exemplo prático para melhor entendimento. Na afirmação “Gosto de realizar coisas novas”, se você discordar, porém com pouca intensidade, a escolha poderá ser 4 ou 4,5, o que representará só 40% ou 45 % de chances de haver interesse de sua parte em realizar coisas novas.

Gosto de realizar coisas novas..... [4,5]

Vamos ao diálogo entre os dois amigos.

Antônio tem um sonho: tornar-se dono do seu próprio nariz, ou seja, em vez de trabalhar para outra pessoa, trabalhar para ele mesmo. Sempre que Antônio conversa com seus amigos ele diz:

— *Um dia, se Deus quiser, vou trabalhar para mim mesmo e não vou mais aturar ordens de ninguém!*

Joaquim, o melhor amigo de Antônio e há algum tempo dono do seu próprio negócio, pergunta sempre:

— *Antônio, o que você já fez para alcançar esse objetivo? Já marcou uma data para deixar o emprego, já definiu o tipo de coisa que vai fazer?*

— *Não, mas um dia eu chegarei lá! — diz Antônio, demonstrando segurança.*

Agora, pense em você. Existe alguma semelhança ou você difere de Antônio? Atribua um valor, as frases a seguir, colocando a sua opinião, em forma de concordância ou discordância, de acordo com a escala apresentada anteriormente. Lembre-se, quanto mais você se aproxima de 0 (zero) mais discorda do enunciado da frase. Por outro lado, quanto mais você se aproxima de 10 (dez) mais concorda com o enunciado da frase. Coloque o valor (escore) que você definiu, como sendo representativo do seu comportamento, no espaço que está dentro dos colchetes.

Reservado
à digitação.

Com certeza um dia terei meu próprio negócio.....	[____]	v1
Mesmo que eu trabalhe para outrem não abandonarei o desejo de ter meu próprio negócio.....	[____]	v2
Minha maior realização será ter o meu próprio negócio.....	[____]	v3
Ser auto-empregado, um empreendedor sempre foi minha aspiração.....	[____]	v4

Continuando.

Certo dia Joaquim se encontra com Antônio e dispara:

— *E aí, continua com aquela idéia de abrir um negócio?*

— *Claro você me conhece! — responde Antônio. — Eu sou persistente, duro na queda. Quando caio me levanto e vou em frente. Mas, nesse caso é preciso ir devagar, com cautela. Não adianta correr, por o carro na frente dos bois.*

— *Sei disso muito bem! — retruca Joaquim.*

— *Eu gosto das coisas bem feitas. Por isso ainda não comecei. Mas isso não importa, eu não sou apressado. Para mim só interessa a definição de que vou abrir um negócio. O momento certo será quando eu encontrar uma oportunidade que me leve a acreditar que terei sucesso. No momento estou alerta, buscando oportunidades. Quando surgir aquela que eu considere a certa, acredito eu, então será hora de começar — diz Antônio.*

Pense em você. Será que seus pensamentos, aspirações, ações, são semelhantes aos de Antônio, ou diferem? Posicione-se, valorando em termos de concordância/discordância, ao pontuar as frases a seguir.

Percebo as necessidades dos outros e como elas podem ser satisfeitas.....	[____]	v5
Gosto de me informar sobre as necessidades das pessoas.....	[____]	v6
Vivo em estado de alerta para alguma oportunidade que me possa surgir.....	[____]	v7
Sinto-me capaz de identificar oportunidades de negócios e sair lucrando com isso.....	[____]	v8
Creio sinceramente que as oportunidades estão aí para serem identificadas.....	[____]	v9
Entendo que os obstáculos existem para serem superados.....	[____]	v10
Quando levo um tombo levanto e continuo.....	[____]	v11
Quando cometo um erro de planejamento, redefino as coisas e vou em frente.....	[____]	v12
Encaro o fracasso como fonte de aprendizado para não cometer o mesmo erro novamente.....	[____]	v13
Não me deixo abater pelo fracasso.....	[____]	v14
Busco, de forma permanente, atingir meus objetivos.....	[____]	v15
Gosto de cumprir prazos.....	[____]	v16
Gosto de realizar meus trabalhos de forma correta e dentro dos prazos estabelecidos.....	[____]	v17
Quando é preciso, faço as adaptações necessárias para que as coisas funcionem.....	[____]	v18

Continuação do diálogo.

Joaquim se interessa pelo assunto e continua:

— *Essas coisas são muito próprias de você. Eu te conheço. Você é aquele tipo de pessoa que, para fazer as coisas, primeiro tem que se informar bem, aprender, planejar como fazer, definir aonde pretende chegar, quanto vai ganhar.*

— *Isso mesmo!* — *diz Antônio.* — *Eu gosto de fazer as coisas, como se diz, bem arrumadinhas. Você também é assim!*

— *É verdade!* — *retruca Joaquim.* — *Eu, assim como você, gosto de fazer as coisas planejadas, controladas. Acredito, embora não saiba se estou certo ou errado, que as coisas têm que ser assim.*

Você pensa igual a Antônio e Joaquim, ou é diferente deles? Nas frases a seguir atribua um valor ao seu grau de concordância/discordância com o enunciado. Lembre-se, quanto mais próximo de 0 (zero) maior a discordância e quanto mais próximo de 10 (dez) maior a concordância.

Quando estou em determinado ramo, tenho que aprender tudo sobre ele.....	[____]	v19
Quero saber cada vez mais, pois só assim sairei na dianteira.....	[____]	v20
Procuo estar informado sobre as coisas pertinentes ao que faço.....	[____]	v21
O mundo é dinâmico e preciso acompanhá-lo buscando sempre novos conhecimentos.....	[____]	v22
Se for preciso, pedirei ajuda a especialistas que me ensinem como fazer as coisas da melhor forma.....	[____]	v23

Não consigo fazer nada sem um planejamento bem detalhado.....	[____]	v24
Quem não consegue planejar suas atividades tende a fracassar.....	[____]	v25
Só sei se estou acertando se tiver um planejamento das minhas atividades.....	[____]	v26
Defino onde quero chegar e detalho todos os passos que devo seguir.....	[____]	v27
O que pretendo alcançar está claramente definido.....	[____]	v28
Sei determinar claramente quais são meus objetivos e metas.....	[____]	v29
Sei que posso definir meus rumos de curto, médio e longo prazo.....	[____]	v30
Sei onde pretendo chegar e o quanto pretendo alcançar.....	[____]	v31
Tenho convicção que vou alcançar meus objetivos e metas.....	[____]	v32
Sou capaz de traçar um rumo e estabelecer os ganhos que vou ter no final.....	[____]	v33
Gosto de estabelecer objetivos e metas para me sentir desafiado.....	[____]	v34
Meus controles me auxiliam na revisão de meus planos.....	[____]	v35
Costumo fazer anotações e manter registros das minhas ações.....	[____]	v36
Consulto meus registros antes de tomar decisões.....	[____]	v37
Vejo o planejamento como um guia para controlar as minhas ações.....	[____]	v38
Costumo verificar se as coisas estão acontecendo como planejei.....	[____]	v39

Finalização do diálogo.

— *Uma coisa que eu ainda não tenho, e você já conseguiu montar — diz Antônio — é uma boa rede de relacionamentos.*

— *Quanto a isso não se preocupe! — retruca Joaquim — Você tem qualidades! Em minha opinião sua capacidade de convencer as pessoas é boa, você se entrosa fácil, e quanto à rede de relacionamentos eu discordo de sua auto-avaliação. Chego até a pensar que ela é melhor do que a minha — finaliza Joaquim.*

— *Bondade sua! — diz Antônio, enquanto tenta disfarçar um sorriso de satisfação.*

— *Vá em frente, Antônio! Eu acredito em você! — encerrando a conversa e despedindo-se.*

Antônio e Joaquim têm essas características. Em que grau você acha que as possui? Leia as frases a seguir e coloque, dentro dos colchetes, o valor, na escala de 0 a 10, que representa o seu grau de concordância/discordância com o enunciado da frase.

Reservado
à digitação.

Posso convencer pessoas a superar conflitos e atuar em equipe objetivando alcançar determinado resultado.....	[____]	v40
Sou capaz de estimular as pessoas a realizarem tarefas para as quais estão desmotivadas.....	[____]	v41
Sei quais as palavras e ações adequadas para estimular as pessoas.....	[____]	v42
Tenho formas de convencer as pessoas a mudarem de opinião.....	[____]	v43
Ajo de forma a motivar as pessoas e manter alto o moral em qualquer situação.....	[____]	v44
Sei que sou capaz de liderar uma equipe e atingir metas.....	[____]	v45

- Procuo estabelecer uma boa rede de relacionamentos com conhecidos, amigos e pessoas que possam me ser úteis..... [____] v46
- Procuo manter contato constante com as pessoas de minha rede de relações..... [____] v47
- Tenho como manter contato fácil com as pessoas de minha rede de relações..... [____] v48
- Sempre que posso procuro atender as solicitações que me fazem as pessoas de minha rede de relações..... [____] v49

Nome: _____

Sexo: Masculino [] Feminino [] Data de nascimento: ____/____/____

PASSE ÀS PÁGINAS SEGUINTE PARA CALCULAR O SEU GRAU DE POTENCIAL EMPREENDEDOR, COMPARÁ-LO COM OS RESULTADOS DE UMA AMOSTRA DE EMPREENDEDORES DE SUCESSO E VERIFICAR O SEU GRÁFICO DE DISTRIBUIÇÃO DE ESCORES POR CADA CARACTERÍSTICA QUE AJUDOU A FORMAR O SEU PERFIL.

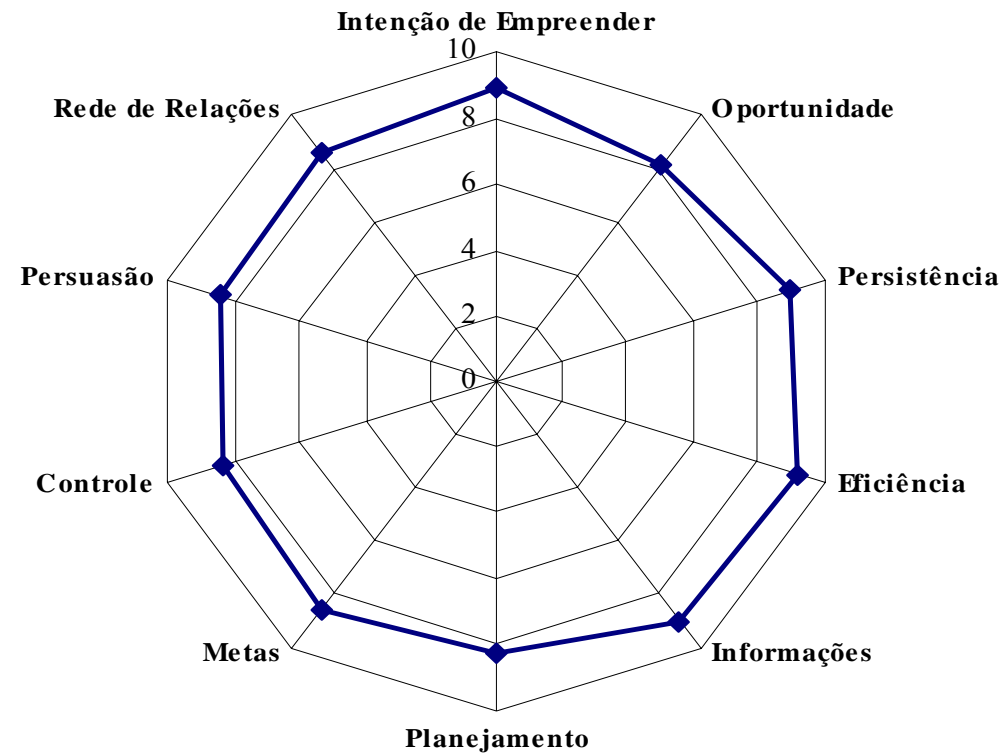
Cálculo dos pontos obtidos e comparação com empreendedores de sucesso

Cálculo da sua pontuação para Intenção de Empreender	Você	Empreendedores	Você - Empreendedores
Transfira e some os pontos obtidos nas questões: $\frac{\quad}{v1} + \frac{\quad}{v2} + \frac{\quad}{v3} + \frac{\quad}{v4} = \frac{\quad}{4} =$ →		8,9	
Cálculo do seu Potencial Empreendedor			
Transfira e some os pontos obtidos nas questões: $\frac{\quad}{v5} + \frac{\quad}{v6} + \frac{\quad}{v7} + \frac{\quad}{v8} + \frac{\quad}{v9} = \frac{\quad}{OP} / 5 =$ → OPORTUNIDADE		8,1	
Transfira e some os pontos obtidos nas questões: $\frac{\quad}{v10} + \frac{\quad}{v11} + \frac{\quad}{v12} + \frac{\quad}{v13} + \frac{\quad}{v14} + \frac{\quad}{v15} = \frac{\quad}{PES} / 6 =$ → PERSISTÊNCIA		8,9	
Transfira e some os pontos obtidos nas questões: $\frac{\quad}{v16} + \frac{\quad}{v17} + \frac{\quad}{v18} = \frac{\quad}{EFI} / 3 =$ → EFICIÊNCIA		9,1	
Transfira e some os pontos obtidos nas questões: $\frac{\quad}{v19} + \frac{\quad}{v20} + \frac{\quad}{v21} + \frac{\quad}{v22} + \frac{\quad}{v23} = \frac{\quad}{INF} / 5 =$ → INFORMAÇÕES		9,0	
Transfira e some os pontos obtidos nas questões: $\frac{\quad}{v24} + \frac{\quad}{v25} + \frac{\quad}{v26} + \frac{\quad}{v27} = \frac{\quad}{PLA} / 4 =$ → PLANEJAMENTO		8,2	
Transfira e some os pontos obtidos nas questões: $\frac{\quad}{v28} + \frac{\quad}{v29} + \frac{\quad}{v30} + \frac{\quad}{v31} + \frac{\quad}{v32} + \frac{\quad}{v33} + \frac{\quad}{v34} = \frac{\quad}{MET} / 7 =$ → METAS		8,5	
Transfira e some os pontos obtidos nas questões: $\frac{\quad}{v35} + \frac{\quad}{v36} + \frac{\quad}{v37} + \frac{\quad}{v38} + \frac{\quad}{v39} = \frac{\quad}{CON} / 5 =$ → CONTROLE		8,3	
Transfira e some os pontos obtidos nas questões: $\frac{\quad}{v40} + \frac{\quad}{v41} + \frac{\quad}{v42} + \frac{\quad}{v43} + \frac{\quad}{v44} + \frac{\quad}{v45} = \frac{\quad}{PER} / 6 =$ → PERSUASÃO		8,4	
Transfira e some os pontos obtidos nas questões: $\frac{\quad}{v46} + \frac{\quad}{v47} + \frac{\quad}{v48} + \frac{\quad}{v49} = \frac{\quad}{REL} / 4 =$ → REDE DE RELAÇÕES		8,6	
Obtenha seu potencial empreendedor: $PE=(OP+PES+EFI+INF+PLA+MET+COM+PER+REL)/45=$ →		8,6	

AGORA LEVE SEUS RESULTADOS PARA A PRÓXIMA FOLHA

Gráfico de plotagem dos seus pontos comparados com a média de alguns empreendedores de sucesso

Coloque um x (xis) sobre a linha que vai do ponto 0 ao 10, para cada uma das características empreendedoras apresentadas, de acordo com o escore que você obteve nos cálculos da página anterior. Ligue os pontos com uma linha. Agora compare o seu resultado com a média de 50 empreendedores de sucesso.



Interpretação de seus resultados

Muito bem. Agora que você tem os seus resultados é necessário interpretá-los. Não fique desapontado se eles ficaram muito distantes dos empreendedores que ultrapassaram a barreira dos 5 anos. Você pode chegar lá também. Muitas das características atribuídas aos empreendedores podem ter sua intensidade melhorada através de treinamentos e mesmo através de uma maior dedicação do futuro empreendedor em superar suas próprias limitações. Para que você possa fazer isso, ou saber como procurar ajuda, é necessário conhecer o que significa de fato cada uma delas. Veja na seqüência o significado das características que compõem o teste que você respondeu. A escala utilizada no teste foi criada com seu foco direcionado para essas descrições que são dadas a seguir.

Significado de cada uma das características

Intenção de Empreender

Prenunciar a intenção de possuir, quer seja adquirindo de outrem ou partindo do zero, um negócio próprio.

Oportunidade

Mostrar que dispõe de senso de oportunidade, ou seja, está atento ao que acontece à sua volta e a partir daí, ao identificar as necessidades das pessoas ou do mercado, ser capaz de aproveitar situações incomuns para iniciar novas atividades ou negócios.

Persistência

Capacidade de manter-se firme na busca do sucesso, demonstrando persistência para alcançar seus objetivos e metas, superando obstáculos pelo caminho. Capacidade de distinguir teimosia de persistência, admitir erros e saber redefinir metas e estratégias.

Eficiência

Capacidade de fazer as coisas de maneira correta e, caso seja necessário, promover rapidamente mudanças para se adaptar as alterações ocorridas no ambiente. Capacidade de encontrar e conseguir operacionalizar formas de fazer as coisas melhor, mais rápidas e mais baratas. Capacidade de desenvolver ou utilizar procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo. Capacidade de ser proativo.

Informações

Disponibilidade para aprender e demonstrar sede de conhecimentos. Interesse em encontrar novas informações em sua área de atuação ou mesmo fora dela. Estar atento a todos os fatores, internos e externos, relacionados à sua organização/empresa. Interesse em saber como fabricar produtos ou fornecer serviços. Disponibilidade para buscar ajuda de especialistas em assuntos técnicos ou comerciais.

Planejamento

Disponibilidade para planejar suas atividades definindo objetivos. Capacidade de planejar detalhando tarefas. Ser capaz de atuar com o planejamento, a execução e o controle. Acreditar na importância do planejamento.

Metas

Capacidade de mostrar determinação, senso de direção e de estabelecer objetivos e metas definindo de forma clara aonde pretende chegar. Capacidade de definir rumos e objetivos mensuráveis.

Controle

Capacidade de acompanhar a execução dos planos elaborados, manter registros e utilizá-los no processo decisório, checar o alcance dos resultados obtidos, e de realizar mudanças e adaptações sempre que necessário.

Persuasão

Habilidade para influenciar pessoas quanto à execução de tarefas ou de ações que viabilizem o alcance de seu objetivo. Capacidade de convencer e motivar pessoas, liderar equipes e estimulá-las usando as palavras e ações adequadas para influenciar e persuadir.

Rede de relações

Habilidade para influenciar pessoas quanto à execução de tarefas ou de ações que viabilizem o alcance de seu objetivo. Capacidade de convencer e motivar pessoas, liderar equipes e estimulá-las usando as palavras e ações adequadas para influenciar e persuadir.

O que deve ser feito para melhorar suas características

Estabeleça objetivos e metas para a melhoria de suas características. Não esqueça que a meta é a quantificação do objetivo.

Característica	Objetivo	Meta
Ex.: <i>Oportunidade</i>	<i>Ampliar a minha capacidade de detectar boas oportunidades para iniciar um negócio.</i>	<i>Frequentar, nos próximos 6 meses, 1 curso sobre identificação de nichos de mercado. Dedicar 3 horas semanais ao estudo de oportunidades para novos negócios.</i>
Você:		

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE OS OBJETIVOS, CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES

Esta tese teve como objetivo principal o desenvolvimento e validação de uma escala para identificar características ou traços de personalidade empreendedorísticas através da utilização de um questionário contendo frases (itens), agrupadas em construtos e apoiadas por vinhetas ou cenários, relacionadas ao empreendedorismo.

5.1 Considerações sobre a pesquisa

A intenção subjacente foi poder-se dispor de um instrumento capaz de mensurar o potencial que uma pessoa possui para tornar-se empreendedor.

Como objetivos secundários, estabeleceu-se a obtenção, através de técnicas estatísticas, de construtos ou fatores que apontassem o potencial empreendedor e a definição de parâmetros, a partir de características encontradas em empreendedores, que servissem para identificar potencial empreendedor.

Com o intuito de atingir esses objetivos, foram entrevistados inicialmente quatro empreendedores de sucesso, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre o que se produziu mundialmente a respeito do assunto, e a partir daí decidiu-se utilizar construtos semelhantes aos que foram propostos inicialmente por McClelland e que são usados, adaptados ou não, em diversos países dos cinco continentes.

A descrição dos construtos levou em consideração proposições de McClelland e de outros autores que ampliaram as suas considerações sobre o tema. Ao todo foram gerados 15 construtos, totalizando-se 128 itens ou frases. Foi elaborado, então, um questionário com esses itens ou frases, mais algumas questões demográficas como sexo, idade, curso que frequenta, se é empregado ou empreendedor etc. Uma primeira

aplicação da pesquisa, junto a 664 estudantes em 4 estados da federação, levou à redução desses 128 itens para 59 e a um total de 10 construtos.

Uma nova aplicação realizada com 5 professores de empreendedorismo, visando à validação dos construtos, levou à redução de mais 2 itens. Ao todo sobraram 57, dos quais 4 para identificar a intenção de empreender e 53 para compor a escala propriamente dita de potencial empreendedor.

Buscou-se, então, levantar a aplicabilidade desse questionário com 57 itens, utilizando-se dois grupos de empreendedores: aqueles que obtiveram sucesso e aqueles que fracassaram. O ponto de corte foi estabelecido operacionalmente como sendo cinco anos de criação da empresa. Os empreendedores que superaram os cinco anos com suas empresas em atividade foram considerados bem-sucedidos e aqueles que não conseguiram chegar a esse patamar foram classificados como fracassados. Ao todo foram entrevistados 100 empresários alagoanos, alguns já radicados fora do estado, mas com cultura empresarial alagoana.

Os resultados do questionário aplicado a esses empresários mostraram que esse instrumento tem capacidade discriminativa e que com sua utilização é possível separar os entrevistados em dois grupos distintos. Empresários de sucesso obtiveram, em média, pontuações mais elevadas do que aqueles que não conseguiram superar a marca dos cinco anos.

Por último, foi construído um outro questionário, com a adição de vinhetas (diálogos entre um empreendedor e um empreendedor em potencial) aos 57 itens componentes dos vários construtos ligados ao perfil de quem empreende. Os resultados dessa última aplicação permitiram a elaboração da escala de potencial empreendedor,

em seu modelo final, além das normas de aplicação, contagem de pontos e interpretação dos resultados.

Atendeu-se, portanto, aos objetivos que foram estabelecidos para esta tese. Foi criada uma escala e foram estabelecidas as suas normas. Como parâmetros utilizaram-se as pontuações obtidas, no questionário de pesquisa, pelos empresários classificados como empreendedores. A partir daí estabeleceu-se uma escala comparativa de resultados com os dados brutos e criou-se um gráfico radial para plotagem de pontos, os quais poderão ser utilizados para se fazer a comparação, com o resultado individual, de uma pessoa que ainda não é empreendedora, mas que preenche o questionário da escala, e o resultado dos empreendedores de sucesso.

5.2 Limitações

A escala, apesar dos esforços realizados para sua elaboração, como muitas outras escalas, possui limitações e requer aperfeiçoamentos. Como uma limitação pode-se citar o universo restrito da pesquisa. A aplicação em todos, ou em uma amostra maior, de municípios alagoanos, ou se tivesse abrangido regiões de outros estados da federação poderia ter dado maior robustez aos resultados. O número de empreendedores pesquisados além de ser pequeno foi restringido a empresários alagoanos. A população de empresários brasileiros seria a ideal. Por outro lado também seria ideal ampliar para todo o país a população de estudantes pesquisados. Isto não invalida a escala, apenas limita o seu alcance. Por outro lado cria um desafio para outros pesquisadores, que poderão participar do processo do seu aperfeiçoamento. Como é necessário que seja ampliada a amostra de empreendedores de sucesso, para que os parâmetros sejam cada vez mais representativos, a participação de pesquisadores de todo o país será bem-vinda. Outra limitação é que a escala foi testada em poucos ambientes. É importante que

ela seja testada em outros âmbitos, além dos meios universitários. Por fim, outra limitação, a escala não foi comparada com escalas assemelhadas, que mesmo sem estarem destinadas a identificar potencial empreendedor possuem construtos semelhantes, para se fazer a validação convergente. Tais escalas podem ser encontradas em estudos relacionados a vários campos do saber, notadamente a psicologia e a educação.

Outra limitação foi a ausência de posicionamentos do autor quanto as teorias apresentadas. Dado o fato de que o trabalho não teve fundo teórico, não se procurou dissecar e discutir as diversas contribuições, no campo das teorias, sobre o assunto em pauta, o empreendedorismo. As teorias foram usadas apenas como referencial no processo de contextualização e identificação de traços, características e construtos que pudessem servir de elementos auxiliares na elaboração da escala.

5.3 Recomendações

Recomenda-se, portanto, que outros pesquisadores ao utilizarem a escala procurem diminuir, ou eliminar as limitações aqui apontadas, quer seja pela ampliação do tamanho das amostras, da amplitude do universo da pesquisa ou pelo uso de outras técnicas de validação, como, por exemplo, a análise fatorial confirmatória, através da modelagem de equações estruturais.

Outra recomendação é que a escala seja aplicada em incubadoras de empresas, em todo o país, e seus resultados sejam utilizados para traçar um perfil dos incubados em todo o território nacional.

Acredita-se assim que a medida que mais e mais pesquisadores venham a utilizar a escala, a mesma poderá receber aportes significativos de aperfeiçoamentos que poderão ampliar o seu grau de confiabilidade e validade.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABBAD, Gardênia; MENEZES, Pedro P. M. Locus de controle: validação de uma escala em situação de treinamento. *Estudos de Psicologia*, v. 9, n. 3, p. 441-450, 2004.

ACS, Zoltan. How is entrepreneurship good for economic growth? *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, v. 1, n. 1, p. 97-107, 2006.

ACS, Zoltan J.; ARMINGTON, Catherine. Entrepreneurial activity and economic growth. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley: Babson College, 2002. Disponível em: <http://www.babson.edu/entrep/fer/Babson2002/XI/XI_P1/XI_P1.htm>. Acesso em: 2 dec. 2006.

ACS, Zoltan J.; AUDRETSCH, David B. Introduction to the handbook of entrepreneurship research. In: ACS, Zoltan J.; AUDRETSCH, David B. (Ed.). *Handbook of entrepreneurship research*. New York: Springer, 2003. p. 3-20.

ACS, Zoltan J.; VARGA, Attila. Entrepreneurship, agglomeration and technological change. *Small Business Economics*, v. 24, p. 323-334, 2005.

AJZEN, Icek. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, v. 50, p. 179-211, 1991.

AJZEN, Icek. Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology*, v. 52, p. 27-58, 2001.

AJZEN, Icek. Attitudes. In: FERNANDEZ BALLESTEROS, R. (Ed.). *Encyclopedia of psychological assessment*. London: Sage, 2002a. v. 1, p. 110-115.

AJZEN, Icek. Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, v. 32, p. 665-683, 2002b.

AJZEN, Icek; DRIVER, B. L. Application of the theory of planned behavior to leisure choice. *Journal of Leisure Research*, v. 24, n. 3, p. 207-224, 1992.

AJZEN, Icek; FISHBEIN, M. The influence of attitudes on behavior. In: ALBARRACÍN, D.; JOHNSON, B. T.; ZANNA, M. P. (Ed.). *The handbook of attitudes*. Mahwah: Erlbaum, 2005.

ALEXANDER, Cheryl S.; BECKER, Henry J. The use of vignettes in survey research. *Public Opinion Quarterly*, v. 42, n. , p. 93-104, 1978.

ALLINSON, Christopher W.; CHELL, Elisabeth; HAYES, John. Intuition and entrepreneurial behavior. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, v. 9, n. 1, p. 31-43, 2000.

ALSOS, Gry Agnete; KAIKKONEN, Virpi. Opportunities and prior knowledge: a study of experienced entrepreneurs. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley:

Babson College, 2004. Disponível em: < http://www.babson.edu/entrep/fer/fer_2004/web-content/Section%20XIII/P1/XIII-P1.html>. Acesso em: 2 dec. 2006.

ARDICHVILI, Alexander; CARDOZO, Richard; RAY, Sourav. A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, v. 18, p. 105-123, 2003.

ARMITAGE, Christopher J.; CONNER, Mark. Efficacy of the theory of planned behaviour: a meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, v. 40, p. 471-499, 2001.

AUDET, Josée. L'intention de créer sa propre entreprise: un désir bien ancré en soi ou un état d'âme passager? In: ASAC, 2003, Halifax. *Papers...Halifax: ASAF*, 2003. Disponível em: <<http://www.sauder.ubc.ca/research/researchcentres/era/arena2/Papers/ASAC2003.pdf>>. Acesso em: 3 nov. 2003.

AUDRETSCH, David B. *et al. Does self-employment reduce unemployment?* Jena: Max Planck Institute of Economics, 2005 (Papers on Entrepreneurship Growth and Public Policy - Texto para discussão).

AUTIO, Eekko *et al.* Entrepreneurial intent among students: testing an intent model, in Asia, Scandinavia, and USA. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesly: Babson College, 1997. Disponível em: < <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers97/autio/aut1.htm>>. Acesso em: 2 dec. 2006.

AUTIO, Eekko *et al.* Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, v. 2, n. 2, p. 145-160, 2001.

AUTIO, Erkko; ANTONAKIS, John. *How do entrepreneurs do it?: toward an integrated process model of entrepreneurial leadership*. Lausanne: Institut Stratège, École des HEC, Université de Lausanne, 2005 (Working Paper 02-2005). Publicado posteriormente como: Entrepreneurship and leadership. In: BAUM, R.; FRESE, M.; BARON, R. (Ed.). *The psychology of entrepreneurship* Mahwah: Lawrence Erlbaum, 2006 (SIOP Organizational Frontiers Series).

AYRES, K. V. Incidência de estresse e características de empreendedorismo: contribuições e ameaças ao desempenho dos empreendedores de empresas incubadas. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, 27., 2003. Atibaia. *Anais... Atibaia: ANAPAD*, 2003.

AYYAGARI, Meghana; BECK, Thorsten; DEMIRGÜÇ-KUNT, Asli. *Small and medium enterprises across the globe: a new database*. Washington: World Bank, 2003.

BAMBERG, Sebastian; AJZEN, Icek; SCHMIDT, Peter. Choice of travel mode in the theory of planned behavior: the roles of past behavior, habit, and reasoned action. *Basic & Applied Social Psychology*, v. 25, n. 3, p. 175-187, 2003.

BANDURA, Albert. *Social foundations of thought and action: a social cognitive theory*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1986.

- BANDURA, Albert. Self-efficacy. In: RAMACHAUDRAN, V. S. (Ed.). *Encyclopedia of human behavior*. New York: Academic Press, 1994. v. 4, p. 71-81.
- BANDURA, Albert. *Self-efficacy in changing societies*. New York: Cambridge University Press, 1995.
- BANDURA, Albert; LOCKE, Edwin A. Negative self-efficacy and goal effects revisited. *Journal of Applied Psychology*, v. 88, n. 1, p. 87-99, 2003.
- BAPTISTA, Rui; ESCÁRIA, Victor; MADRUGA, Paulo. *Entrepreneurship, regional development and job creation: the case of Portugal*. Jena: Max Planck Institute of Economics, 2005 (Papers on Entrepreneurship Growth and Public Policy - Texto para discussão).
- BARBETA, Pedro A. *Estatística aplicada às ciências sociais*. Florianópolis: Ed. UFSC, 2006.
- BARON, Robert A.; MARKMAN, Gideon D. Cognitive mechanisms: potential differences between entrepreneurs and non-entrepreneurs. In: *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley: Babson College, 1999. Disponível em: <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers99/III/III_A/IIIA.html>. Acesso em: 2 dec. 2006.
- BATEMAN, Thomas S.; CRANT, J. The proactive component of organizational behavior: measure and correlates. *Journal of Organizational Behavior*, v. 14, n. 2, p. 103-118, 1993.
- BAUGHN, C. C. *et al.* Normative, social and cognitive predictors of entrepreneurial interest in China, Vietnam and the Phillipines. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, v. 11, n. 1, p. 57-77, 2006.
- BAUM, J. R. Motivation mediators of entrepreneurs' personal characteristics and new venture performance. In: ANNUAL CONFERENCE OF THE SOCIETY FOR INDUSTRIAL AND ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY, 16., 2001, San Diego. *Proceedings...* San Diego: SIOP, 2001.
- BAUM, J. R.; BIRD, Barbara; CHARDAVOYNE, Nicole A. The relationship of entrepreneur's learning orientations and practical intelligence to new venture performance. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley: Babson College, 2003. Disponível em: <<http://www.babson.edu/entrep/fer/BABSON2003/VII/VII-P1/VII-P1.html>>. Acesso em: 2 dec. 2006.
- BAUM, J. R.; LOCKE, E. A.; SMITH, K. G. A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, v. 44, n. 2, p. 292-303, 2001.
- BAUM, J. R.; LOCKE, Edwin A. The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, v. 89, n. 4, p. 587-598, 2004.
- BEGLEY, Thomas M.; BOYD, David P. A comparison of entrepreneurs and managers of small business firms. *Journal of Management*, v. 13, n. 1, p. 99-108, 1987a.

- BEGLEY, Thomas M.; BOYD, David P. Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and small businesses. *Journal of Business Venturing*, v. 2, n. 1, p. 79-93, 1987b.
- BENEDETTI, Maurício H. *et al.* As necessidades de auto-realização e a motivação do empreendedor: uma análise de empreendedores de micro e pequenas empresas da região de Barueri. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, 29., Brasília, 2005. *Anais...* Brasília: ANPAD, 2005.
- BERTERO, Carlos O. Editorial. *RAE Eletrônica*, v. 5, n. 1, 2006. Disponível em: <<http://www.rae.com.br/eletronica/index.cfm?FuseAction=Principal&Volume=5&numero=1&Ano=2006>>. Acesso em: 13 out. 2006.
- BEUGELSDIJK, Sjoerd; NOORDERHAVEN, Niels. Personality characteristics of self-employed: an empirical study. *Small Business Economics*, v. 24, p. 159-167, 2005.
- BHIDE, Amar. Bootstrap finance: the art of start-ups. *Harvard Business Review*, v. 70, n. 6, p. 109-117, 1992.
- BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel. F. *Dominando os desafios do empreendedor*. São Paulo: Makron Books, 2001.
- BIRLEY, Sue; WESTHEAD, Paul. A comparison of new firms in "assisted" and "non" assisted areas in Great Britain. *Entrepreneurship and Regional Development*, v. 4, n. 4, p. 299-338, 1992.
- BIRLEY, Sue; WESTHEAD, Paul. A taxonomy of business start-up reasons and their impact on firm growth and size. *Journal of Business Venturing*, v. 9, n. 1, p. 7-31, 1994.
- BOISOT, Max; MACMILLAN, Ian C. Crossing epistemological boundaries: managerial and entrepreneurial approaches to knowledge management. *Long Range Planning*, v. 37, p. 505-524, 2004.
- BOYD, Nancy G.; VOZIKIS George S. The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 18, n. 4, 1994. p. 63-74.
- BRICE JR., Jeff. The role of personality dimensions on the formation of entrepreneurial intentions. In: ANNUAL USASBE NATIONAL CONFERENCE, 18., Dallas, 2004. *Proceedings*. Disponível em: <www.sbaer.edu/research/usasbe/2004/pdf/29.pdf>. Acesso em: 15 oct. 2006
- BROCKHAUS, Robert H. I-E locus of control scores as predictors of entrepreneurial intentions. In: ANNUAL MEETING OF THE ACADEMY OF MANAGEMENT, 35., 1975, New Orleans. *Proceedings...* New Orleans: AOM, 1975.
- BROCKHAUS, Robert H. Risk-taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, v. 23, n. 3, p. 509-520, 1980.

BROCKHAUS, Robert H. The psychology of the entrepreneur. In: KENT, Calvin A.; SEXTON, Donald L.; SMILOR, Raymond W. (Ed.). *Encyclopedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs, 1982. p. 39-71.

BROCKHAUS, Robert H.; HORWITZ, Pamela S. The psychology of the entrepreneur. In: SEXTON, Donald L.; SMILOR, Raymond W. (Ed.). *The art and science of entrepreneurship*. Cambridge: Ballinger, 1986. p. 25-48.

BROCKHAUS, Robert H.; NORD, Walter R. An exploration of factors affecting the entrepreneurial decision: personal characteristics vs. environmental conditions. In: ACADEMY OF MANAGEMENT CONFERENCE, 39., 1979, Atlanta. *Proceedings...* Atlanta: AOM, 1979.

BROLLO, Milton X. *Intenções empreendedoras: um modelo econômico-psicológico entre estudantes universitários*. 2006. 216 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

BYGRAVE, William D. The entrepreneurial paradigm (II): chaos and catastrophes among quantum jumps? a philosophical look at its research methodologies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 14, n. 2, p. 7-30, 1989.

BYGRAVE, William D.; HOFER, Charles W. Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 16, n. 2, p. 13-22, 1991.

CANO GUILLÉN, Carlos Jesús; GARCÍA GARCÍA, Juan; GEA SEGURA, Ana Belén. Actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios. In: ROIG DOBÓN, Salvador et al (Ed.). *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*. Valencia: PUV, 2004. p. 143-160.

CANTILLON, R. *Essai sur la nature du commerce en général*. Londres: Chez Fletcher Gyles dans Holborn, 1755.

CAPELLERAS, Joan-Luis; VECIANA, José M. *Calidad de servicio en la enseñanza universitaria: desarrollo y validación de una escala de medida*. Barcelona: DEA/FCEE/UAB, 2001. (Documento de Trabalho).

CARDON, Melissa S. et al. A tale of passion: new insights into entrepreneurship from a parenthood metaphor. *Journal of Business Venturing*, v. 20, n. 1 p. 23-45, 2005.

CARLAND, James W. et al. Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. *Academy of Management Review*, v. 9, n. 2, p. 354-359, 1984.

CARLAND, James W. Who is an entrepreneur is a question worth asking. *American Journal of Small Business*, v. 12, n. 4, p. 33-39, 1988.

CARLAND, James W.; CARLAND, Jo Ann C.; CARLAND III, James W. A model of entrepreneurship: the process of venture creation. In: ANNUAL CONFERENCE OF THE SMALL BUSINESS INSTITUTE DIRECTORS' ASSOCIATION, 19., [S. 1.],

1995. *Proceedings...*[S. 1]: SBIDA, 1995. Disponível em: <<http://www.sbaer.uca.edu/research/sbida/1995/pdf/02.pdf>>. Acesso em: 10 oct. 2006.

CARREE, Martin; THURIK, Roy. The impact of entrepreneurship on economic growth. In: AUDRETSCH; David B.; ACS, Zoltan J. (Ed.). *Handbook of Entrepreneurship Research*, Boston/Dordrecht: Kluwer-Academic Publishers, 2003.

CARTER, Nancy M. *et al.* The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, v. 18, n. 1, p. 13-39, 2003.

CARTON, Robert B.; HOFER, Charles W.; MEEKS, Michael D. The entrepreneur and entrepreneurship: operational definitions of their role in society. In: ICSB SINGAPORE CONFERENCE, 1998, Singapore. *Proceedings...*Singapore: ICSB, 1998. Disponível em: <<http://www.sbaer.uca.edu/research/icsb/1998/pdf/32.pdf>>. Acesso em: 01 oct. 2006.

CARVALHO, Renata S.; ZERBINI, Thaís; ABBAD, Gardênia da S. Competências empreendedoras de pequenos empresários: construção e validação de uma escala. In: SOUZA, Eda C. L. de; GUIMARÃES, Tomás de A. (Org.). *Empreendedorismo: além do plano de negócio*. São Paulo: Atlas, 2005.

CASSON, Mark. The individual - opportunity nexus: a review of Scott Shane: a general theory of entrepreneurship. *Small Business Economics*, v. 24, p 423-430, 2005.

CEPEDA-BENITO, Antonio; REIG-FERRER, Abilio. Development of a brief questionnaire of smoking urges - Spanish. *Psychological Assessment*, 2004, v. 16, n. 4, p. 402-407, 2004.

CHANDLER, G. N.; JANSEN, E. The founder's self-assessed competence and venture performance. *Journal of Business Venturing*, v. 7, n. 3, p. 233-236, 1992.

CHEN, Chao C.; GREENE, Patricia G.; CREEK, Ann. Does entrepreneurs self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, v. 13, n. 4, p. 295-316, 1998.

CHURCHILL JR, Gilbert A. A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research*, v. 16, n. 1, p. 64-73, 1979.

CIAVARELLA, Mark A. *et al.* The big five and venture survival: is there a linkage? *Journal of Business Venturing*, v. 19, n. 4, p. 465-483, 2004.

COGLISER, Claudia C.; BRIGHAM, Keith H. The intersection of leadership and entrepreneurship: mutual lessons to be learned. *The Leadership Quarterly*, v. 15, p. 771-799, 2004.

COLLINS, Christopher J.; HANGES, Paul J.; LOCKE, Edwin A. The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: a meta-analysis. *Human Performance*, v. 17, n. 1, p. 95-117, 2004.

- COOPER, Arnold C.; HORNADAY, John A. VESPER, Karl H. The field of entrepreneurship over time. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley: Babson College, 1997. Disponível em: <<http://www.babson.edu/entrep/fer/papers97/cooper/coop1.htm>>. Acesso em: 2 dec. 2006.
- COOPER, Donald R.; SCHINDLER, Pamela S. *Business research methods*. New York: McGraw-Hill, 2001.
- CORBETT, A. C. Experiential learning within the process of opportunity identification and exploitation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 29, n. 4, 2005.
- CORNELIUS, Barbara; LANDSTRÖM, Hans; PERSSON, Olle. Entrepreneurial studies: the dynamic research front of a developing social science. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 30, n. 3, p. 375-398, 2006.
- COSTA, Geraldo V. da. *Cultura e valores organizacionais*. Florianópolis: Insular, 1999.
- CROMIE, Stanley. Assessing entrepreneurial inclinations: some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, v. 9, n. 1, p. 7-30, 2000.
- CUMMINS R. A. *Caveats to the comprehensive quality of life scale*. 2002. Disponível em: <<http://acqol.deakin.edu.au/instruments/index.htm>>. Acesso em: 30 oct. 2006.
- CUMMINS, R. A.; GULLONE, E. Why we should not use 5-point Likert scales: The case for subjective quality of life measurement. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON QUALITY OF LIFE IN CITIES, 2., 2000, Singapore. *Proceedings...* Singapore: National University of Singapore, 2000.
- CYPHER, James M.; DIETZ, James L. *The process of economic development*. New York: Routledge, 1997.
- DANCEY, Christine P.; REIDY, John. *Estatística sem matemática para psicologia*. Porto Alegre: Artmed, 2006.
- DE NOBLE, Alex F.; JUNG, Dong; EHRLICH, Sanford B. Entrepreneurial self-efficacy: the development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley: Babson College, 1999. Disponível em: <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers99/I/I_C/IC.html>. Acesso em: 2 dec. 2006.
- DEGEN, Ronald J. *O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial*. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.
- DINIZ, Antonio M.; ALMEIDA, Leandro S. Escala de integração social no ensino superior (EISES): metodologia de construção e validação. *Análise Psicológica*, v. 23, n. 4, p. 461-476, 2005.

- DJANKOV, Simeon *et al.* *Entrepreneurship: first results from Russia*. Washington D.C.: The World Bank, 2004. Disponível em: <<http://www1.worldbank.org/finance/assets/images/EntrepreneurshipRussia.pdf>>. Acesso em: 14 oct. 2006.
- DOLABELA, Fernando. *Pedagogia empreendedora*. São Paulo: Cultura, 2003.
- DORNELAS, José C. A. *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DRUCKER, Peter F. *Innovation and entrepreneurship*. New York: Harper Business, 1993.
- ECKHARDT, Jonathan T.; SHANE, Scott A. Opportunities and entrepreneurship. *Journal of Management*, v. 19, n. 3, p. 333-349, 2003.
- EMPINOTTI, Moacyr C. *Os valores a serviço da pessoa humana*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1994.
- EMPRETEC. *The Entrepreneurship Training Workshop*. EMPRETEC, 2006. Disponível em: <<http://www.empretec.net/DITE/EMPRETEC/empretec.nsf/mainunctad!OpenFrameSet>>. Acesso em: 7 oct. 2006.
- ENVICK, Brooke R.; LANGFORD, Margareth. The big-five personality model: comparing male and female entrepreneurs. *Academy of Entrepreneurship Journal*, v. 9, n. 1, p. 1-10, 2003.
- FAYOLLE, A. Teaching of entrepreneurship: outcomes from an innovative experience. In: INTERNATIONAL COUNCIL FOR SMALL BUSINESS CONFERENCE, 1998, Singapore. *Proceedings...* Singapore: ICSB, 1998. Disponível em: <<http://www.sbaer.uca.edu/research/icsb/1998/pdf/81.pdf>>. Acesso em: 19 oct. 2003.
- FAYOLLE, Alain; GAILLY, Benoît. *Using the theory of planned behaviour to assess entrepreneurship teaching programmes*. Louvain: CRECIS, 2005 (Working Paper, n. 05).
- FAYOLLE, Alain; GAILLY, Benoît; LASSAS-CLERC, Narjisse. Capturing variations in attitudes and intentions: a longitudinal study to assess the pedagogical effectiveness of entrepreneurship teaching programmes. Lion: EM LION, 2005 (Cahiers de Recherches, n. 11). Disponível em: <<http://www.em-lyon.com/WorkingPapers/2005-11.pdf>>. Acesso em: 21 oct 2006.
- FERRANDO, Pere J. A kernel density analysis of scale continuous typical-response scales. *Educational and Psychological Measurement*, v. 63, n. 5, p. 809-824, 2003.
- FERREIRA, Aurélio B. de H. *Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa*. Curitiba: Positivo, 2004.
- FILION, Louis J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. *Revista de Administração de Empresas*, v. 31, n. 3, p. 63-71, 1991.

- FILION, Louis J. Visão e relações: elementos para um metamodelo empreendedor. *Revista de Administração de Empresas*, v. 33, n. 6, p. 50-61, 1993.
- FILION, Louis J. From entrepreneurship to entreprenology. In: ICSB WORLD CONFERENCE, 42., 1997, San Francisco. *Proceedings...* San Francisco: ICSB, 1997.
- FILION, Louis J. Empresarios y propietarios-dirigentes de las PYME. In: Julien, P.A. (Ed.). *Las PYME: balance y perspectivas*. Cali: Universidad ICESI, 2003. p. 145-179.
- FILION, Louis J. Operators and visionaries: differences in the entrepreneurial and managerial systems of two types of entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, v. 1, n. 1-2, p. 35-55, 2004.
- FOSTER, J.; LIN, A. Individual differences in learning entrepreneurship and their implications for web-based instruction in e-business and e-commerce. *British Journal of Educational Technology*, v. 34, n. 4, 2003.
- FRANKE, Nikolaus; LUTHJE, Christian. Entrepreneurial intentions of business students: a benchmarking study. *International Journal of Innovation and Technology Management*, v. 1, n. 3, p. 269-288, 2004.
- FRESE, M.; RAUCH, A. The psychology of entrepreneurship. In: BALTES, P. B.; SMELSER, N. J. (Ed.). *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*. Oxford: Elsevier Science, 2002.
- GAGLIO, Connie M.; KATZ, Jerome. The psychological basis of opportunity identification: entrepreneurial alertness. *Small Business Economics*, v. 16. p. 95-111, 2001.
- GALANTE, Anderson C. *et al.* A vinheta como estratégia de coleta de dados de pesquisa enfermagem. *Revista Latino-americana de Enfermagem*, v. 11, n. 3, p. 357-363, 2003.
- GARCÍA JIMENEZ, Eduardo; GIL FLORES, Javier; RODRÍGUEZ GÓMEZ, Gregório. Análisis factorial. Madrid: La Muralla; Salamanca: Hespérides, 2000.
- GARSON, G. D. *Factor analysis*. In: GARSON, G. D. *Statnotes: topics in multivariate analysis*. 2007. Disponível em: <<http://www2.chass.ncsu.edu/garson/pa765/statnote.htm>>. Acesso em: 15 nov. 2007.
- GARTNER, William. Who is an entrepreneur? is the wrong question. *American Journal of Small Business*, v. 12, n. 4, p.11-32, 1988.
- GIMENEZ, Fernando A. P.; INÁCIO JR., Edmundo. Investigando o potencial empreendedor e de liderança criativa. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, 26., Salvador, 2002. *Anais...* Salvador: ANPAD, 2002.
- GIMENEZ, Fernando Antônio Prado; INÁCIO JR., Edmundo. Validação do instrumento Team Factors Inventory em empresas brasileiras. *Revista de Administração Contemporânea*, edição especial, 2006.

GOUATARBES, Benoit. *Why do people engage in start-up activities: personality traits and cognitive processes*. Paper presented at Seminar in Business Strategy and International Business. Helsinki University of Technology. Department of Industrial Engineering and Management - Institute of Strategy and International Business. Helsinki, 03/13/2006 - 04/27/2006. Disponível em: <http://www.tuta.hut.fi/studies/Courses_and_schedules/Isib/TU-91.167/seminar_papers_2006/seminar_schedule.php>. Acesso em: 17 may. 2006.

GOULD, Dinah. Using vignettes to collect data for nursing research studies: how valid are the findings? *Journal of Clinical Nursing*, v. 5, n. 4, p. 207-212, 1996.

GRANDE ESTEBAN, Idelfonso. *Características emprendedoras de los/las estudiantes de la Universidad Pública de Navarra*. Navarra: CEIN, 2001.

GRASSMAN, William E.; HADAD, Marilyn. *Psicologia: abordagens atuais*. Porto Alegre: Artmed, 2004.

GREEN, J. *et al.* The Russian entrepreneur: a study of psychological characteristics. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, v. 2, n. 1, 1996.

GRÉGOIRE *et al.* Is there conceptual convergence in entrepreneurship research? a co-citation analysis of *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 1981-2004. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 30, n. 3, p. 333-373, 2006.

GRUNDSTEN, Henri. *Entrepreneurial intentions and the entrepreneurial environment: a study of technology-based new venture creation*. 2004, 162 f. Tese (Doutorado em Ciência e Tecnologia) - Laboratory of Work Psychology and Leadership, Department of Industrial Engineering and Management, Helsinki University of Technology, Helsinki, 2004.

GUIISO, L.; SCHIAVARDI, F. *Learning to be an entrepreneur*. Londres: Centre for Economic Policy Research, 2005 (CEPR Discussion Paper n°. 5290). Disponível em: <http://www.cepr.org/pubs/dps/DP5290.asp>. Acesso em: 25 sep. 2006.

GUROL, Yonca; ATSAN, Nuray. Entrepreneurial characteristics amongst university students: some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education & Training*. v. 48, n. 1, p. 25-38, 2006.

HAIR JR., Joseph F.; BUSH, Robert P. ORTINAU, David J. *Marketing research: a practical approach for the new millennium*. New York: McGraw-Hill, 2000.

HAIR JR., Joseph F. *et al.* *Fundamentos de métodos de pesquisa em administração*. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HAIR JR., Joseph F. *et al.* *Multivariate data analysis*. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2006.

HALL, Calvin S.; LINDZEY, Gardner; CAMPBELL, John B. *Teorias da personalidade*. Porto Alegre: Artmed, 2000.

- HAMBLETON, Ronald K., PATSULA, Liane. Increasing the validity of adapted tests: myths to be avoided and guidelines for improving test adaptation practices. *Association of Tests Publishers*, 1999. Disponível em: <<http://www.testpublishers.org/journal01.htm>>. Acesso em: 15 jan. 2006.
- HANSEMARK, Ove C. The effects of an entrepreneurship programme on need for achievement and locus of control of reinforcement. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, v. 4, n. 1, p. 28-50, 1998.
- HARRISON, R. T.; LEITCH, C. M. Entrepreneurial learning: researching the interface between learning and the entrepreneurial context. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 29, n. 4, p. 351-371, 2005.
- HINTON, Morna. The Victoria and Albert Museum. Silver Galleries II: learning style and interpretation preference in the discovery area. *Museum Management and Curatorship*, v. 17, n. 3, p. 253-294, 1998.
- HISRICH, Robert D. Can psychological approaches be used effectively: an overview. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, v. 9, n. 1, p. 93-96, 2000.
- HISRICH, Robert D.; DRNOVSEK, Mateja. Entrepreneurship and small business research: - a European perspective. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, v. 9, n. 2, p. 172-222, 2002.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. *Empreendedorismo*. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- HOEHN, Manuela N. *et al.* Show me the money! assessments of entrepreneurial social competence from two perspectives. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley: Babson College, 2002. Disponível em: <<http://www.babson.edu/entrep/fer/Babson2002/TOC/TOC.html>>. Acesso em: 2 dec. 2006.
- HORNADAY, John A.; ABOUD, John. The nature of entrepreneur. *Personnel Psychology*, v. 23, p. 47-54, 1970.
- HORNADAY, John A.; ABOUD, John. Characteristics of successful entrepreneurs. *Personnel Psychology*, v. 24, p. 141-153, 1971.
- HORNADAY, John A. Research about living entrepreneurs. In: KENT, Calvin A.; SEXTON, Donald L.; VESPER, Karl H. (Ed.). *Encyclopedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1982. p. 20-38.
- HRUBES, Daniel; AJZEN, Icek; DAIGLE, John. Predicting hunting intentions and behavior: an application of the theory of planned behavior. *Leisure Sciences*, v. 23, p. 165-178, 2001.
- HULL, David L.; BOSLEY, John J.; UDELL, Gerald G. Reviewing the heffalump: identifying potential entrepreneurs by personality characteristics. *Journal of Small Business Management*, v.18, p. 11-18, 1980.

IAKOVLEVA, Tatiana. Entrepreneurial performance in Russia. In: EUROPEAN SUMMER UNIVERSITY CONFERENCE, 2004, Twentee. *Proceedings...* Twentee, 2004. Disponível em: <http://www.utwente.nl/nikos/archief/research/conferences/esu/papers/iakovleva.pdf>. Acesso em: 01 oct. 2006.

IBRAYEVA, Elina S. *Entrepreneurship in transitional economies: testing a social cognitive model*. Tese (Doutorado) – Graduate College, University of Nebraska, Lincoln, 1999.

JÖRESKOG, Karl G.; SÖRBOM, Dag. *LISREL 8: user's reference guide*. Lincolnwood: SSI, 2001.

JOYNER, Brenda E.; PAYNE, Dinah. Evolution and implementation: a study of values, business ethics and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, v. 41, p. 297-311, 2002.

JUNG, Dong I. *et al.* Entrepreneurial self-efficacy and its relationship to entrepreneurial action: a comparative study between the US and Korea. *Management International*, v. 6, n. 1, p. 41-53, 2001.

KAISER, Henry F. An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, v. 39, n.1, p. 31-36, 1974 citado por CEPEDA-BENITO, Antonio; REIG-FERRER, Abilio. Development of a brief questionnaire of smoking urges - Spanish. *Psychological Assessment*, 2004, v. 16, n. 4, p. 402-407, 2004.

KANTIS, Hugo; ISHIDA, Masahiko, KOMORI, Masahiko. *Entrepreneurship in emerging economies: the creation and development of new firms in Latin America and East Asia*. New York: IADB, 2002.

KATZ, Jerome A. The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education 1876–1999. *Journal of Business Venturing*, v. 18, n. 2, p. 283-300, 2003.

KERLINGER, Fred. *Investigación del comportamiento*. Naucalpan de Juarez: McGraw-Hill, 1988.

KETS DE VRIES, Manfred F. R. The entrepreneurial personality: a person at the crossroads. *Journal of Management Studies*, v. 14, n. 1, p. 34-57, 1977.

KICKUL, Jill; GUNDRY, Lisa K. Prospecting for strategic advantage: the proactive entrepreneurial personality and small firm innovation. *Journal of Small Business Management*, v. 40, n. 2, p. 85-97, 2002.

KIESSLING, Timothy S.; RICHEY, R. Glenn. Examining the theoretical inspirations of a management guru: Peter F. Drucker and the Austrian School of Economics. *Management Decision*, v. 42, n. 10, p. 1269-1283, 2004.

KIRBY, David A. Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge? In: ICSB WORLD CONFERENCE, 47., 2002, San Juan. *Proceedings...* San Juan: ICSB, 2002.

- KIRZNER, Israel M. Perception, opportunity and profit: studies in the theory of entrepreneurship. Chicago: University of Chicago Press, 1979 *apud* KURATKO, D. *Entrepreneurship: theory, process and practice*. Cincinnati: South-Western, 2004.
- KLEIN, Sabine B.; ASTRACHAN, Joseph H.; SMYRNIOS, Kosmas X. The F-PEC scale of family influence: construction, validation, and further implication for theory. *Entrepreneurship Theory & Practice*, v. 29, n. 3, p. 321-347, 2005.
- KLIN, Rex B. *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: Guilford Press, 1998.
- KOEN, Peter A. *et al.* Cognition and personalities as predictors of resource attainment among corporate entrepreneurs. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley: Babson College, 2001. Disponível em: <<http://www.babson.edu/entrep/fer/Babson2001/XXIII/XXIIIB/XXIIIB.htm>>. Acesso em: 2 dec. 2006.
- KOLB, David. A. *Experiential learning: experience as the source of learning and development*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1984.
- KOLB, David A.; OSLAND, Joyce S.; RUBIN, Irwin M. *Organizational behavior: an experiential approach*. Upper Side River: Prentice Hall, 1995.
- KOLSHORN, Rainer; TOMECKO, Jim. *Understanding entrepreneurship and how to promote it*. Eschborn: GTZ/CEFE, 1995. Disponível em: <<http://www.cefe.net/products/papers/214324.htm>>. Acesso em: 01 oct. 2006.
- KOLVEREID, L. Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 21, n. 1, p. 47-57, 1996.
- KORUNKA, Christian *et al.* The entrepreneurial personality in the context of resources, environment and the startup process: a configurational approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 28, n. 1, p. 23-42, 2003.
- KRISTIANSEN, Stein; INDARTI, Nurul. Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. *Journal of Enterprising Culture*, v. 12, n. 1, p. 55-78, 2004.
- KRUEGER JR., Norris F.; BRAZEAL, Deborah V. Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 18, n. 3, p. 91-104, 1994.
- KRUEGER, N. F.; CARSRUD, A. L. Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship and Regional Development*, v. 5, p. 315-330, 1993.
- KRUEGER JR., Norris F.; REILLY, Michael D.; CARSRUD, Alan L. Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, v. 15, n. 5-6, p. 411-432, 2000.
- KURATKO, Donald F.; HODGETTS, R. M. *Entrepreneurship: theory, process and practice*. Cincinnati: South-Western, 2004.

LANGAN-FOX, J; ROTH, S. Achievement motivation and female entrepreneurs. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, v. 68, n. 3, p. 209-218, 1995.

LARSEN, H. H. Experiential learning as management development: theoretical perspectives and empirical illustrations. *Advances in Developing Human Resources*, v. 6, n. 4, 2004.

LEE, Jean. The motivation of women entrepreneurs in Singapore. *Women in Management Review*, v. 11, n. 2, p. 18-29, 1996.

LEFCOURT, Herbert M. Locus of control. In: ROBINSON, John P.; SHAVER, Phillip R.; WRIGHTSMAN, Lawrence S. (Ed.). *Measures of personality and social psychological attitudes*. San Diego: Academic Press, 1991. p. 420-425.

LEITE, Emanuel F. *Emanuel F. Leite*: inédito. Recife, PE, 14 out. 2006. Entrevista concedida, via Windows Live Messenger, a Paulo da Cruz Freire dos Santos.

LEITE, Emanuel. *O fenômeno do empreendedorismo: criando riquezas*. Recife: Bagaço, 2000.

LEZANA, Álvaro G. R., TONELLI, Alessandra. O comportamento do empreendedor. In: DE MORI, F. (Org.). *Empreender: identificando, avaliando e planejando um novo negócio*. Florianópolis: ENE, 2004.

LEWIN, K. *Teoria de campo em ciência social*. São Paulo: Pioneira, 1965.

LIAO, Jianwen; MURPHY, Patrick J.; WELSCH, Harold. Developing and validating a construct of entrepreneurial intensity. *New England Journal of Entrepreneurship*, v. 8, n. 2, p. 31-38, 2005.

LIMA, Afonso A. T. de F. de C., LEZANA, Álvaro G. R. O comportamento empreendedor como base para entender os problemas de gestão nos pequenos negócios. SIMPEP, 7., 2000, Bauru. *Anais...* Bauru: SIMPEP, 2000.

LIÑAN, Francisco; CHEN, Yi-Wen. *Testing the entrepreneurial intention model on a two-country sample*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2006. (Document de treball núm. 06/7). Disponível em: www.recercat.net/bitstream/2072/2213/1/UABDT06-7.pdf. Acesso em: 20 oct. 2006.

LIOUVILLE, Jacques. La fonction d'entrepreneur: Schumpeter revisité. In : CONGRES DE L'ACADÉMIE DE L'ENTREPRENEURIAT, 2., 2002, Bordeaux. *Actes...* Bordeaux: Académie de l'Entrepreneuriat, 2002. Disponível em: http://www.entrepreneuriat.com/actes_congres2.htm. Acesso em: 6 sep. 2006.

LITTUNEN, Hannu. Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, v. 6, n. 6, p. 295-309, 2000.

LLEWELLYN, David J.; WILSON, Kerry M. A hall of broken mirrors? re-evaluating the role of personality traits in entrepreneurial research. In: BRITISH ACADEMY OF

MANAGEMENT ANNUAL CONFERENCE, 15., 2003, Leeds. *Proceedings...* Leeds: BAM, 2003.

LONGEN, Márcia T. *Um modelo comportamental para o estudo do perfil do empreendedor*. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis, 1997.

LONGENECKER, J. G; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. *Small business management: an entrepreneurial emphasis*. Mason: South-Western, 2003.

LOPES JR, Gumersindo Sueiro; SOUZA, Eda Castro Lucas de. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas: construção de um instrumento de medida. *REAd*, v. 11, n. 6, 2005.

LOPES JR, Gumersindo Sueiro; SOUZA, Eda Castro Lucas de. Instrumento de Medida da Atitude Empreendedora – IMAE Construção e Validação de uma Escala. In: ENCONTRO DA ANPAD, 30., 2006, Salvador. *Anais...* Salvador: ANPAD, 2006.

LÓPEZ, Isidro de P.; SANTOS URDA, Begoña; BUENO HERNANDEZ, Yolanda. Las dimensiones del perfil del emprendedor: contraste empírico con emprendedores de éxito. In: ROIG DOBÓN, Salvador et al (Ed.) *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*. Valencia: PUV, 2004. p. 813-830.

LOUW, Lynette *et al*. Entrepreneurial traits of undergraduate students at selected South African tertiary institutions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, v. 9, n. 1, p. 5-26, 2003.

LUMPKIN, G T; ERDOGAN, Berrin. If not entrepreneurship, can psychological characteristics predict entrepreneurial orientation? a pilot study. In: USASBE/SBIDA ANNUAL NATIONAL CONFERENCE, 1999, San Diego. *Proceedings...* San Diego: USASBE, 1999. Disponível em: <<http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/1999/index.asp>>. Acesso em: 20 out. 2006.

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

LUTHANS, Fred; IBRAYEVA, Elina S. Entrepreneurial self-efficacy in Central Asian transition economies: quantitative and qualitative analyses. *Journal of International Business Studies*, v. 37, n. 1, p. 92-110, 2006.

LUTHANS, Fred; STAJKOVIC, Alexander D.; IBRAYEVA, Elina. Environmental and psychological challenges facing entrepreneurial development in transitional economies. *Journal of World Business*, v. 35, n. 1, p. 95-110, 2000.

LÜTHJE, C.; FRANKE, N. The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R &D Management*, v. 33, n. 2. p. 135-147, 2003.

- MAINEMELIS, Charalampos; BOYATZIS, Richard E.; KOLB, David A. Learning styles and adaptive flexibility: testing experiential learning theory. *Managerial Learning*, v. 33, n. 1, p. 5-33, 2002.
- MALHOTRA, Naresh. *Pesquisa de marketing: uma orientação*. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- MARKMAN, Gideon D.; BALKIN, David B.; BARON Robert A. Inventors and new venture formation: the effects of general self-efficacy and regretful thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 27, n. 2, p. 149-165, 2002.
- MARKMAN, Gideon D.; BARON, Robert A. Person, entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others. *Human Resource Management Review*, v. 13, p. 281-301, 2003.
- MASLOW, Abraham. *Motivación y personalidad*. Madrid: Diaz de Santos, 1991.
- MASLOW, Abraham. *Maslow no gerenciamento*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.
- McCLELLAND, David. C. *The achieving society*. Princeton: D. Van Nostrand, 1961.
- McCLELLAND, David. C. *Human motivation*. New York: Cambridge University Press, 1987.
- McCLELLAND, David C.; BURNHAM, D. H. Power is the great motivator. *Harvard Business Review*, v. 54, n. 2, p. 100-110, 1976.
- McCLELLAND, David C.; WINTER, D. G. *Cómo se motiva el éxito económico*. México: Uthea, 1970.
- McDANIEL, Bruce A. A contemporary view of Joseph A. Schumpeter's theory of the entrepreneur. *Journal of Economic Issues*, v. 39, n. 2, p. 485-489, 2005.
- McGRATH, V. *et al.* Elitists, risktakers, and rugged individualists? an exploratory analysis of cultural differences between entrepreneurs and non-entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, v. 7, n. 2, p. 115-135, 1992.
- MCMULLEN, Jeffery S.; SHEPHERD, Dean A. Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*, v. 31, n. 1, p. 132-152, 2006.
- MINER, John B. Evidence for the existence of a set of personality types, defined by psychological tests, that predict entrepreneurial success. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley: Babson College, 1996. Disponível em: <<http://www.babson.edu/entrep/fer/papers96/miner/>>. Acesso em: 2 dec. 2006.
- MINER, John B. *A psychological typology of successful entrepreneurs*. Westport: Quorum Books, 1997a.

- MINER, John B. Testing a psychological typology: relation to subsequent entrepreneurial activity among graduate students in business management. In: USASBE ANNUAL NATIONAL CONFERENCE, 1997., San Francisco. *Proceedings...* San Francisco: USASBE, 1997b.
- MINER, John B. The expanded horizon for achieving entrepreneurial success. *Organizational Dynamics*, v. 25, n. 3, 54-67, 1997c.
- MINER, John B. *Os quatro caminhos do sucesso empresarial: como acertar o alvo no mundo dos negócios*. São Paulo: Futura, 1998.
- MINER, John B. Testing a psychological typology of entrepreneurship using business founders. *The Journal of Applied Behavioral Science*, v. 36, n. 1, p. 43-69, 2000.
- MINER, John B.; RAJU, Nambury S. Risk propensity differences between managers and entrepreneurs and between low and high-growth entrepreneurs: a reply in a more conservative vein. *Journal of Applied Psychology*, v. 89, n. 1, p. 3-13, 2004.
- MINNITI, Maria; BYGRAVE, William D., AUTIO, Erkkko. *GEM 2005 Executive Report*. Wellesley: Babson College, 2005.
- MINNITI, Maria; BYGRAVE, William. A dynamic model of entrepreneurial learning. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 25, n. 3, p. 5-15, 2001.
- MIRON, David; McCLELLAND, David C. The impact of achievement motivation training on small businesses. *California Management Review*, v. 21, n. 4, p. 13-28, 1979.
- MITCHELL, Ronald K. *et al.* Toward a theory of entrepreneurial cognition: rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 27, n. 2, p. 93-104, 2002.
- MORALES VALLEJO, Pedro; UROSA SANZ, Belén; BANCO BLANCO, Ángeles. *Construcción de escalas de actitudes tipo Likert*. Madrid: La Muralla, 2003.
- MORALES VALEJO, Pedro. *Guia para construir escalas de actitudes*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas, 2006. Disponível em: <<http://www.upcomillas.es/personal/peter/otrosdocumentos/Guiaparaconstruיריםcalasdeactitudes.pdf>>. Acesso em: 05 mar. 2007.
- MORALES VALEJO, Pedro. *El análisis factorial en la construcción e interpretación de tests, escalas y cuestionarios*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas, 2007. Disponível em: <<http://www.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/AnalisisFactorial.pdf>>. Acesso em: 03 nov. 2007.
- MORALES VALEJO, Pedro. *La fiabilidad de los tests y escalas*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas, 2007. Disponível em: <<http://www.upcomillas.es/personal/peter/estadisticabasica/Fiabilidad.pdf>>. Acesso em: 03 nov. 2007.

MORIANO, Juan A.; SÁNCHEZ, M^a Luisa; PALACÍ, Francisco J. *Un estudio descriptivo sobre los emprendedores en España, la República Checa y Bulgaria*. In: ROIG DOBÓN, Salvador et al (Ed.) *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*. Valencia: PUV, 2004. p. 161-178.

MORRIS, Michael H. Revisiting 'who' is the entrepreneur. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, v. 7, n. 1, p. v-vii, 2002.

MORRIS, Michael H. *et al.* The ethical context of entrepreneurship: proposing and testing a developmental framework. *Journal of Business Ethics*, v. 40, p. 331-361, 2002.

MORRIS, Michael H.; SCHINDEHUTTE, Minet. Entrepreneurial values: an examination of six subcultures. *Journal of Small Business Management*, v. 43, n. 4, 2005.

MORRIS, Michael H.; SCHINDEHUTTE, Minet; LESSER, J. Ethnic entrepreneurship: do values matter? *New England Journal of Entrepreneurship*, v. 5, n. 2, p. 35-46, 2002.

MORRIS, Michael H.; LEWIS, Pamela S.; SEXTON, Donald L. Reconceptualizing entrepreneurship: an input-output perspective. *SAM Advanced Management Journal*, v. 59, n. 1, p. 21-29, 1994.

MUELLER, Stephen L.; GOIĆ, S. Entrepreneurial potential in transition economies: a view from tomorrow's leaders. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, v. 7, n. 4, p. 339-414, 2002.

MUELLER, Stephen L. THOMAS, Anisya S. Culture and entrepreneurial potential: a nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, v. 16, n. 1, p. 51-75, 2000.

MUÑIZ, José *et al.* *Análisis de los ítems*. Madrid: La Muralla; Salamanca: Hespérides, 2005.

MURPHY, P. J.; LIAO, J.; WELSCH, H. P. A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Managerial History*, v. 12, n. 1, p. 15-35, 2006.

MURRAY, Henry A. *Explorations in personality*. New York: Oxford, 1938 *apud* SHAVER, Kelly G.; SCOTT, Linda R. Person, process, choice: the psychology of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 16, n. 2, p. 23-45, 1991.

MURRAY, Henry M. Types of human needs. In: McCLELLAND, David C. (Ed.). *Studies in motivation*. New York: Appleton-Century-Crofts, 1955. p. 63-70.

NAIR, K. R. G.; PANDEY, Anu. Characteristics of entrepreneurs: an empirical analysis. *The Journal of Entrepreneurship*, v. 15, n. 1, p. 47-61, 2006.

NASCIMENTO JR., Orlando R.; DANTAS, Anderson de B.; SANTOS, Paulo da C. F. dos. Prospecção do potencial empreendedor: validação de uma proposta metodológica. In: ENCONTRO DA ANPAD, 29., 2005, Brasília. *Anais...* Brasília: ANPAD, 2005.

- NORUŠIS, Marija J. *SPSS 15.0. Guide to data analysis*. Upper Side River: Prentice Hall, 2006.
- NORUŠIS, Marija J. *SPSS 15.0. Statistical procedures companion*. Upper Side River: Prentice Hall, 2006.
- NUNNALLY, Jum C.; BERSTEIN, Ira H. *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill, 1994.
- OECD. *Fostering the entrepreneurship*. Paris: OECD Publications, 1998.
- PALOMAR LEVER, Joaquina; VALDÉS TREJO, Laura M. Pobreza y locus de control. *Revista Interamericana de Psicología*, v. 38, n. 2, p. 225-240, 2004.
- PARK, John S. Opportunity recognition and product innovation in entrepreneurial hi-tech start-ups: a new perspective and supporting case study. *Technovation*, v. 25, p. 739-752, 2005.
- PASQUALI, Luiz. Princípios de elaboração de escalas psicológicas. *Revista de Psiquiatria Clínica*, v. 25, n. 5, 1998.
- PASQUALI, Luiz. *Psicometria: teoria dos testes na psicologia e na educação*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- PASQUALI, Luiz; ALVES, Amelia R.; PEREIRA, Maria A. M. Escala de locus de controle ELCO/TELEBRÁS. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, v. 11, n. 2, p. 363-378, 1998.
- PAVLOV, P. A.; FYGENSON, M. Understanding and predicting electronic commerce adoption: an extension of the theory of planned behavior. *MIS Quarterly*, v. 30, n. 1, p. 115-143, 2006.
- PENDERGAST, William R. Entrepreneurial contexts and traits of entrepreneurs. In: BAUM, Eleanor; McHARGUE, Carl (Ed.). *Teaching Entrepreneurship to Engineering Students*. Monterrey: ECI, 2003 (ECI Symposium Series, Vol. P2, 2003). Disponível em: <<http://services.bepress.com/eci/teaching>>. Acesso em: 20 oct. 2006.
- PEREYRA, Eduardo *et al.* *O comportamento empreendedor*. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- PERRON, Jacques. *Bases e aplicações dos valores em psicologia e educação*. Porto Alegre: Sagra, 1987.
- PETRUS JR, E. A theoretical and practical framework for service-learning in marketing: Kolb's experiential learning cycle. *Journal of Marketing Education*, v. 22, n. 1, p. 64-70, 2000.
- PHAN, Phillip H; WONG, Poh Kam; WANG, Clement K. Antecedents to entrepreneurship among university students in Singapore: beliefs, attitudes and background. *Journal of Enterprising Culture*, v. 10, n.2, p. 151-174, 2002.

- PHELAN, Steven E.; ALDER, G. Stoney. An experimental study of entrepreneurial exploitation. In: ANNUAL MEETING OF THE ACADEMY OF MANAGEMENT, 21., 2005, Honolulu, *Proceedings...* Honolulu: AOM. Disponível em: <http://www.unlv.edu/faculty/phelan/Research/PhelanAlder_An%20experimental%20study%20of%20entrepreneurial%20exploitation_MgtSci.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2006.
- PIAGET, J. *L'épistémologie génétique*. Paris: Presses Universitaires de France. Paris, 1979.
- PINTER, Claudio A. Z.; SANTOS, Paulo da C. F. dos. Potencial empreendedor: diferenças e similitudes entre estudantes da UFAL e da UNISUL. *Episteme*, v. 8/9, n. 24/25, jul./fev. 2001/2002.
- PNUD. *Desencadeando o empreendedorismo: o poder das empresas a serviço dos pobres*. New York: PNUD, 2004.
- POLITIS, Diamanto. The process of entrepreneurial learning: a conceptual framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 29, n. 4, 2005.
- POON, June M. L.; AINUDDIN, Raja A.; JUNIT, Sa'Odah H. Effects of self-concept traits and entrepreneurial orientation on firm performance. *International Small Business Journal*, v. 24, n. 1, p. 61-82, 2006.
- PRAAG, Celine M. van. Some classic views on entrepreneurship. *De Economist*, v. 147, n. 3, p. 311-335, 1999.
- PRAAG, Mirjam van; SLUIS, Justin van der; WITTELOOSTUIJN, Arjen van. *The impact of the locus of control personality trait on the earnings of employees vis-à-vis entrepreneurs*. Rotterdam: Tinbergen Institute, 2004 (Tinbergen Institute Discussion Paper).
- PRESTON, Carolyn C.; COLMAN, Andrew M. Optimal number of response categories in rating scales: reliability, validity, discriminating power and respondent preferences. *Acta Psychologica*, v. 104, p. 1-15, 2000.
- RAUSCH, Andreas; FRESE, Michael. Psychological approaches to entrepreneurial success: a general model and an overview of findings. In: COOPER, C. L.; ROBERTSON, I. T. (Ed.) *International Review of Industrial and Organizational Psychology*. Chichester: Wiley, 2000. p. 101-142.
- RAVASI, Davide; TURATI, Carlo. Exploring entrepreneurial learning: a comparative study of technology development projects. *Journal of Business Venturing*, v. 20, n.1, 137-164, 2005.
- READER, Diana; WATKINS, David. The social and collaborative nature of entrepreneurship scholarship: a co-citation and perceptual analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 30, n. 3, p. 417-441, 2006.
- RESENDE, Enio. *Remuneração e carreira baseadas em competências e habilidades*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

- REYNOLDS, Paul. Who starts new firms? - preliminary explorations of firms-in-gestation. *Small Business Economics*, v. 9, n. 5, p. 449-462, 1997.
- REYNOLDS, Paul *et al.* Global entrepreneurship monitor: data collection design and implementation 1998–2003. *Small Business Economics*, v. 24, n. 3, p. 205-231, 2005.
- ROTTER, J. B. Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs*, 1966.
- ROTTER, Julian B. External control and internal control. In: FRIEDMAN, Howard S.; SCHUSTACK, Miriam W. (Ed.). *Readings in personality: classic theories and modern research*. Needham Heights: Allyn & Bacon, 2001.
- ROTTER, Julian B. Internal versus external control of reinforcement: a case history of a variable. *American Psychologist*, v. 45, n. 4, p. 489-493, 1990.
- RUSSELL, Robert D. The impact of national culture on the emergence of entrepreneurship. In: USASBE ANNUAL NATIONAL CONFERENCE, 1977, San Francisco. *Proceedings...* San Francisco: USASBE, 1997. Disponível em: <<http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/1997/P126Russell.PDF>>. Acesso em: 01 oct. 2006.
- SAKS, Naomi T.; GAGLIO, Connie Marie. Can opportunity identification be taught? *Journal of Enterprising Culture*, v. 10, n. 4, p. 313-358, 2002.
- SANTOS, Paulo da C. F. dos; DANTAS, Anderson de B.; MILITO, Claudia M. Identificação de potenciais empreendedores: um estudo exploratório comparando as metodologias de MSI/McBer e a de Grande. In: ENCONTRO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO, 5., Florianópolis, 2003. *Anais...* Florianópolis: ENE, 2003.
- SARASON, Yolanda; DEAN, Tom; DILLARD, Jesse F. Entrepreneurship as the nexus of individual and opportunity: a structuration view. *Journal of Business Venturing*, v. 21, p. 286-305, 2006.
- SARASVATHY, Saras D. *et al.* Three views of entrepreneurial opportunity. In: ACS, Zoltan J.; AUDRETSCH, David B. (Ed.). *Handbook of entrepreneurship research*. Dordrecht: Kluwer, 2003.
- SARAVASTHY, Saras D. *et al.* *A testable typology of entrepreneurial opportunity: extensions of Shane and Venkataraman*. College Park: University of Maryland, 2002 (Working Paper).
- SAY, Jean-Baptiste. *Traité d'économie politique*. Montreal: Éditions Weltanschauung, 2003.
- SCHEINBERG, S.; MACMILLAN, I. C. An 11-country study of motivations to start a business. In: KIRCHOFF, B. A., LONG, W. A., McMullan, W. E., VESPER, K. H., WETZEL, W. E. (Ed.). *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley: Babson College, 1988. p. 669-687 *apud* CARTER, Nancy M. *et al.* The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, v. 18, n. 1, p. 13-39, 2003.

SCHERÉ, Jean L. Tolerance of ambiguity as a discriminating variable between entrepreneurs and managers. In: ANNUAL MEETING OF THE ACADEMY OF MANAGEMENT, 42., 1982, New York. Proceedings... New York: AOM, 1982 *apud* SEXTON, Donald; BOWMAN, Nancy. Determining entrepreneurial potential of students: comparative psychological characteristics analysis. In: ANNUAL MEETING OF THE ACADEMY OF MANAGEMENT, 43., 1983, Dallas. *Proceedings...* Dallas: AOM, 1983b.

SCHILDT, Henri A.; SILLANPÄÄ, Antti. *The field of entrepreneurship: a bibliometric assessment*. Helsinki: Helsinki University of Technology - Department of Industrial Engineering and Management, 2004 (Working Paper No 2004/1).

SCHIMITT-RODERMUND, Eva; VONDRACEK, Fred W. Occupational dreams, choices and aspirations: adolescents' entrepreneurial prospects and orientations. *Journal of Adolescence*, v. 25, p. 65-78, 2002.

SCHMITT-RODERMUND, Eva. Pathways to successful entrepreneurship: parenting, personality, early entrepreneurial competence, and interests. *Journal of Vocational Behavior*, v. 65, p. 498-518, 2004.

SCHULTZ, Duane P.; SCHULTZ, Sydney E. *Teorias da personalidade*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

SCHUMPETER, Joseph A. *Capitalism, socialism and democracy*. New York/London: Routledge, 2003.

SCHUMPETER, Joseph A. *História del análisis económico*. Ciudad de Mexico: Fondo de Cultura Económico, 1971.

SCHUMPETER, Joseph A. *The theory of economic development*. New York: Oxford University Press, 1961.

SCHUTJENS, Veronique; STAM, Erik. *Starting anew: entrepreneurial intentions and realizations subsequent to business closure*. Rotterdam: Erasmus Universiteit, 2006 (ERIM Report Series Research in Management).

SCIASCIA, Salvatore; DE VITA, Riccardo. The development of entrepreneurship research. In: SCIASCIA, Salvatore (Ed.). *Exploring corporate entrepreneurship: entrepreneurial orientation in small and medium-sized enterprises*. Jonkoping: Jonkoping International Business School, 2004. p. 19-48.

SEBRAE-ES. *O empreendedor e suas características*. Vitória: SEBRAE-ES, 2005.

SEXTON, Donald L. Wayne Huizenga: entrepreneur and wealth creator. *The Academy of Management Executive*, v. 15, n. 1, p. 40-48, 2001.

SEXTON, Donald; BOWMAN, Nancy. Comparative entrepreneurial characteristics of students: preliminary results. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley: Babson College, 1983a *apud* SEXTON, Donald L.; BOWMAN, Nancy B.

Entrepreneurship education: suggestions for increasing effectiveness. *Journal of Small Business Management*, v. 22, n. 2, p. 18-25, 1984.

SEXTON, Donald; BOWMAN, Nancy. Determining entrepreneurial potential of students: comparative psychological characteristics analysis. In: ANNUAL MEETING OF THE ACADEMY OF MANAGEMENT, 43., 1983, Dallas. *Proceedings...* Dallas: AOM, 1983b .

SEXTON, Donald L.; BOWMAN, Nancy B. Entrepreneurship education: suggestions for increasing effectiveness. *Journal of Small Business Management*, v. 22, n. 2, p. 18-25, 1984.

SHANE, Scott A. Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science*, v.11, n.4, p. 448-469, 2000.

SHANE, Scott. *A general theory of entrepreneurship: the individual-opportunity nexus*. Cheltenham: Edward Elgar, 2003.

SHANE, Scott; ECKHARDT, J. The individual-opportunity nexus. In: ACS, Z. J.; AUDRETSCH, D. B. (Ed.) *Handbook of entrepreneurship research*. New York: Springer, 2003. p. 161-191.

SHANE, Scott; KOLVEREID, L.; WESTHEAD, Paul. An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender. *Journal of Business Venturing*, v. 6, p. 431-446, 1991.

SHANE, Scott; LOCKE, Edwin A.; COLLINS, Christopher J. Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, v. 13, n. 3, p. 257-279, 2003.

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

SHAPERO, A.; SOKOL, L. Social dimensions of entrepreneurship. In: KENT, C. A., SEXTON D. L.; VESPER, K. H. (Ed.). *Encyclopaedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1982.

SHAVER, Kelly G. The entrepreneurial personality myth. *Business and Economic Review*, v. 41, n. 3; p. 20-23, 1995.

SHAVER, Kelly G.; GATEWOOD, E. J.; GARTNER, W. B. Differing expectations: comparing nascent entrepreneurs to non-entrepreneurs. In: ANNUAL MEETING OF THE ACADEMY OF MANAGEMENT, 61., Washington, 2001. *Proceedings...* Washington: AOM, 2001.

SHAVER, Kelly G.; SCOTT, Linda R. Person, process, choice: the psychology of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 16, n. 2, p. 23-45, 1991.

SIMON, Mark; HOUGHTON, Susan M. The relationship among biases, misperceptions, and the introduction of pioneering products: examining differences in

venture decision contexts. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 27, n. 2, p. 105-124, 2002.

SINGH, Gangaram; DE NOBLE, Alex. Early retirees as the next generation of entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 27, n. 3, p. 207-226, 2003.

SIPIÄ, Miika. *Opportunity recognition in entrepreneurial studies*. In: SEMINAR IN BUSINESS STRATEGY AND INTERNATIONAL BUSINESS, 2006, Helsinki. *Seminar papers...*Helsinki: Helsinki University of Technology, 2006. Disponível em: <www.tuta.hut.fi/studies/Courses_and_schedules/Isib/TU-91.167/seminar_papers_2006/Miika_Sipila.pdf>. Acesso em: 17 may 2006.

SMITH-HUNTER, Andrea; KAPP, Joanne; YONKERS, Virginia. A psychological model of entrepreneurial behavior. *Journal of the Academy of Business and Economics*, v. 2, n. 2, p. 180-192, 2003.

SMITH, Robert. Inspirational tales: propagating the entrepreneurial narrative amongst children. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesly: Babson College, 2002. Disponível em: <http://www.babson.edu/entrep/fer/Babson2002/III/III_P2/III_P2.htm>. Acesso em: 2 dec. 2006.

SPANGLER, William D. Validity of questionnaire and TAT measures of need for achievement: two meta-analyses. *Psychological Bulletin*, v. 112, n. 1, p. 140-154, 1992.

SPECTOR, Paul E. *Summated rating scale construction: an introduction*. Newbury Park: Sage, 1992.

STAJKOVIC, Alexander D.; LUTHANS, Fred. Self-efficacy and work-related performance: a meta-analysis. *Psychological Bulletin*, v. 124, n. 2, p. 240-261, 1998.

STEWART JR., Wayne H. *et al.* A proclivity for entrepreneurship: a comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. *Journal of Business Venturing*, v. 14, n. 2, p. 189-214, 1999.

STEWART JR., Wayne H. *et al.* Entrepreneurial dispositions and goal orientations: a comparative exploration of United States and Russian entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, v. 41, n. 1, p. 27-46, 2003.

STEWART JR., Wayne H.; ROTH, Philip L. Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: a meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, v. 86, n. 1, p. 145-153, 2001.

STUART, T. E.; SORENSON, O. Social networks and entrepreneurship. In: ALVAREZ, S. A.; AGARWAL, R.; SORENSON, O. (Ed.). *Handbook of entrepreneurship research: disciplinary perspectives*. New York: Springer, 2005. p. 233-252.

SWAILES, S.; SENIOR, B. The dimensionality of Honey and Mumford's learning styles questionnaire. *International Journal of Selection and Assessment*, v. 7, n. 1, p. 1-11, 1999.

TABACHNICK, Barbara G.; FIDELL, Linda S. *Using multivariate statistics*. New York: HarperCollins, 1996.

THORNTON, M. *The origin of economic theory: a portrait of Richard Cantillon (1680-1734)*. Auburn: Ludwig von Mises Institute, 2005. Disponível em: <www.mises.org/content/cantillon.asp>. Acesso em: 2 may 2006.

TIMMONS, Jeffrey A. *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century*. New York: Irwin/McGraw-Hill, 1999.

TKACHEV, Alexei; KOLVEREID, Lars. Self-employment intentions among Russian students. *Entrepreneurship & Regional Development*, v. 11, n. 3, p. 269-280, 1999.

TONELLI, Alessandra. *Avaliação de competências em curso de Especialização a distância via WEB*. Florianópolis, 2003. 211p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003.

TONELLI, Alessandra. *Elaboração de uma metodologia de capacitação aplicada ao estudo das características comportamentais dos empreendedores*. Florianópolis, 1997. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1997.

TOVSTIGA, George *et al.* Preparing Russian small innovative enterprises for international competitiveness: a scoping study. *Journal of International Entrepreneurship*, v. 2, p. 89-108, 2004.

TSANG, Eric W. K. In search of legitimacy: the private entrepreneur in China. *Entrepreneurship Theory & Practice*, v. 21, n. 1, p. 21-30, 1996.

UCBASARAN, Deniz; WESTHEAD, Paul. Does entrepreneurial experience influence opportunity identification? *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley: Babson College, 2002. Disponível em: <http://www.babson.edu/entrep/fer/Babson2002/III/III_P3/III_P3.htm>. Acesso em: 2 dec. 2006.

URIEL JIMÉNEZ, Ezequiel; ALDAS MANZANO, Joaquín. *Análisis multivariante aplicado*. Madrid: Paraninfo, 2005.

VAN EEDEN, Shelley *et al.* Entrepreneurial traits of undergraduate commerce students: an international comparison. In: ICSB WORLD CONFERENCE, 49., 2004, Pretoria. *Proceedings...* Pretoria: ICSB. Disponível em: www.sbaer.uca.edu/research/icsb/2004/Papers%20pdf/103.pdf. Acesso em: 05 jun. 2006.

VECIANA, José M.; APONTE, Marinés; URBANO, David. University students' attitudes towards entrepreneurship: a two countries comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, v. 1, 165-182, 2005.

VECIANA, José M.; URBANO, David. Actitudes de los estudiantes universitarios hacia la creación de empresas: un estudio empírico comparativo entre Catalunya y

Puerto Rico. In: ROIG DOBÓN, Salvador et al (Ed.) *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*. Valencia: PUV, 2004. p. 35-58.

VENTEGODT, Søren; MERRICK, Joav; ANDERSEN, Niels J. Measurement of quality of life II: from the philosophy of the life science. *The Scientific World*, v. 3, p. 962-971, 2003.

VERHEUL, Ingrid et al. *An eclectic theory of entrepreneurship: policies, institutions and culture*. Rotterdam: Tinbergen Institute, 2001 (Discussion Paper 01-030/3). Disponível em: <http://hdl.handle.net/1765/6873>. Acesso em: 25 set. 2006.

VIDAL, Francisco A. B.; SANTOS FILHO, Joselias L. dos. Comportamento empreendedor do gerente proprietário influenciando na vantagem competitiva de uma empresa varejista de médio porte. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD, 27., 2003. Atibaia. *Anais ...* Atibaia: ANAPAD, 2003.

WANG, Clement K.; WONG, Poh-Kam. Entrepreneurial interest of university students in Singapore. *Technovation*, v. 24, p. 163-172, 2004.

WEBER, Max. *The protestant ethic and the spirit of capitalism*. Charlottesville: University of Virginia American Studies Program, 2001. Disponível em: <http://xroads.virginia.edu/~HYPER/hypertex.html>. Acesso em: 17 sep. 2006.

WENNEKERS, Sander; THURIK, Roy. Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics*, v. 13, n. 1, p. 27-55, 1999.

WENNEKERS, Sander et al. Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small Business Economics*, v. 24, n. p. 293-309, 2005.

WESTHEAD, Paul; WRIGHT, Mike. Novice, portfolio and serial founders: are they different? *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley: Babson College, 1997. Disponível em: <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers97/westhead/wes.htm>. Acesso em: 2 dec. 2006.

WIKLUND, Johan; DELMAR, Frédéric; SJÖBERG, Karin. Entrepreneurship at any expense? the effect of human capital on high-potential entrepreneurship. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley: Babson College, 2004. Disponível em: http://www.babson.edu/entrep/fer/fer_2004/web-content/Secton%20IV/P4/IV-P4.html. Acesso em: 2 dec. 2006.

WONG, Poh Kam; HO, Yuen Ping; AUTIO, Erko. Entrepreneurship, innovation and economic growth: evidence from GEM data. *Small Business Economics*, v. 24, p. 335-350, 2005.

WONG, Wing-Ki; CHEUNG, Hong-Man; VENUVINOD, Patri K. Individual entrepreneurial characteristics and entrepreneurial success potential. *International Journal of Innovation and Technology Management*, v. 2, n. 3, p. 277-292, 2005.

YANG, B. Holistic learning theory and implications for human resource development. *Advances in Developing Human Resources*, v. 6, n. 2, p. 241-262, 2004.

YASIN, Mahmoud. Entrepreneurial effectiveness and achievement in Arab culture. *Journal of Business Research*, v. 35, p. 69-77, 1996.

ZANAKIS, Stelios H. *et al.* Ancient Greeks' practices and contributions in public and entrepreneurship decision making. *Interfaces*, v. 33, n. 6. p.72-88, 2003.

ZHAO, Hao; SEIBERT, Scott E.; HILLS, Gerald E. The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, v. 90, n. 6, 1265-1272, 2005.

ZIKMUND, William G. *Princípios de pesquisa de marketing*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2000.

APÊNDICES

(Construtos, questionários e tabelas)

APÊNDICE A - Construtos, conceptualização e operacionalização dos itens

(continua)

Construto	Conceptualização	Operacionalização
		<p>Marque a sua posição em relação ao seu sentimento quanto aos enunciados dados em seqüência. Cada item é medido numa escala de 11 (onze) pontos (0-10). Pontuação 0 (zero) significa nenhuma possibilidade de aceitação enquanto 10 (dez) representa concordância total.</p>
Intenção de empreender	Prenunciar a intenção de possuir, quer seja adquirindo de outrem ou partindo do zero, um negócio próprio.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Com certeza um dia terei meu próprio negócio. ▪ Mesmo que eu trabalhe para outrem não abandonarei o desejo de ter meu próprio negócio. ▪ Minha maior realização será ter o meu próprio negócio. ▪ Ser auto-empregado, um empreendedor sempre foi minha aspiração. ▪ Pretendo sempre trabalhar como empregado em alguma empresa. ▪ Pessoas como eu devem pensar seriamente em abrir o seu próprio negócio. ▪ Eu não me vejo trabalhando a vida toda para outra pessoa, para um patrão. ▪ Ter negócio próprio, para mim, é um sonho e eu não sou sonhador.
Oportunidade	Mostrar que dispõe de senso de oportunidade, ou seja, está atento ao que acontece à sua volta e a partir daí, ao identificar as necessidades das pessoas ou do mercado, ser capaz de aproveitar situações incomuns para iniciar novas atividades ou negócios.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sinto-me capaz de identificar oportunidades de negócios e sair lucrando com isso. ▪ Vivo em estado de alerta para alguma oportunidade que me possa surgir. ▪ Creio sinceramente que as oportunidades estão aí para serem identificadas. ▪ Gosto de me informar sobre as necessidades das pessoas. ▪ Percebo as necessidades dos outros e como elas podem ser satisfeitas.

APÊNDICE A - Construtos, conceptualização e operacionalização dos itens

(continuação)

Construto	Conceptualização	Operacionalização
Persistência	Capacidade de manter-se firme na busca do sucesso, demonstrando persistência para alcançar seus objetivos e metas, superando obstáculos pelo caminho. Capacidade de distinguir teimosia de persistência, admitir erros e saber redefinir metas e estratégias.	<p>Marque a sua posição em relação ao seu sentimento quanto aos enunciados dados em seqüência. Cada item é medido numa escala de 11 (onze) pontos (0-10). Pontuação 0 (zero) significa nenhuma possibilidade de aceitação enquanto 10 (dez) representa concordância total.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Eu procuro fazer as coisas antes dos outros para sair na frente. ▪ Sou sensível às novidades que são fonte de novas oportunidades. ▪ Fazer o que os outros estão fazendo não ajuda a sobrevivência de um negócio. ▪ Quando levo um tombo levanto e continuo. ▪ Entendo que os obstáculos existem para serem superados. ▪ Quando cometo um erro de planejamento, redefino as coisas e vou em frente. ▪ Busco, de forma permanente, atingir meus objetivos. ▪ Tenho um rumo traçado e procuro segui-lo, mesmo quando enfrento obstáculos. ▪ Encaro o fracasso como fonte de aprendizado para não cometer o mesmo erro novamente. ▪ Não me deixo abater pelo fracasso. ▪ Não confundo persistência com teimosia e só persisto se vejo chances de sucesso.
Eficiência	Capacidade de fazer as coisas de maneira correta e, caso seja necessário, promover rapidamente mudanças para se adaptar as alterações ocorridas no ambiente. Capacidade de encontrar e conseguir operacionalizar formas de fazer as coisas melhor, mais rápidas e mais baratas. Capacidade de desenvolver	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se for necessário fazer algo eu faço, antes que alguém me diga que devo fazê-lo. ▪ Gosto de cumprir prazos. ▪ Quando é preciso eu faço as adaptações necessárias para as coisas funcionem.

APÊNDICE A - Construtos, conceptualização e operacionalização dos itens

(continuação)

Construto	Conceptualização	Operacionalização
	<p>ou utilizar procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo.</p>	<p>Marque a sua posição em relação ao seu sentimento quanto aos enunciados dados em seqüência. Cada item é medido numa escala de 11 (onze) pontos (0-10). Pontuação 0 (zero) significa nenhuma possibilidade de aceitação enquanto 10 (dez) representa concordância total.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gosto de realizar meus trabalhos de forma correta e dentro dos prazos estabelecidos. ▪ Quando é preciso mudar tudo, para ter melhor resultado, eu mudo. ▪ Se eu fizer mais rápido, de forma melhor e com menor custo eu saio ganhando. ▪ Não preciso que ninguém me cobre, para eu faça as coisas de forma correta. ▪ Estou convicto de que o cliente merece ser atendido com presteza. ▪ A todo o tempo eu exijo que as coisas sejam feitas da maneira correta. ▪ Quando o cliente pede que seja feito de determinada forma é necessário que ele seja atendido.
<p>Informações</p>	<p>Disponibilidade para aprender e demonstrar sede de conhecimentos. Interesse em encontrar novas informações em sua área de atuação ou mesmo fora dela. Estar atento a todos os fatores, internos e externos, relacionados à sua organização/empresa. Interesse em saber como fabricar produtos ou fornecer serviços. Disponibilidade para buscar ajuda de especialistas em assuntos técnicos ou comerciais.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se for preciso pedirei ajuda a especialistas que me ensinem como fazer as coisas da melhor forma. ▪ Quero saber cada vez mais, pois só assim eu saio na dianteira. ▪ Procuo estar informado sobre as coisas pertinentes ao que faço. ▪ Quando estou em determinado ramo eu tenho que aprender tudo sobre ele. ▪ O mundo é dinâmico e eu preciso acompanhá-lo buscando sempre novos conhecimentos. ▪ Busco constantemente novos conhecimentos.

APÊNDICE A - Construtos, conceptualização e operacionalização dos itens

(continuação)

Construto	Conceptualização	Operacionalização
		<p>Marque a sua posição em relação ao seu sentimento quanto aos enunciados dados em seqüência. Cada item é medido numa escala de 11 (onze) pontos (0-10). Pontuação 0 (zero) significa nenhuma possibilidade de aceitação enquanto 10 (dez) representa concordância total.</p>
Planejamento	<p>Disponibilidade para planejar suas atividades definindo objetivos. Capacidade de planejar detalhando tarefas. Ser capaz de atuar com o planejamento, a execução e o controle. Acreditar na importância do planejamento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tenho ânsia de aprender para poder enfrentar novos desafios. ▪ Acredito que estudando o que os outros fazem eu posso fazer melhor e mais barato. ▪ Só sei se estou acertando se tiver um planejamento das minhas atividades. ▪ Defino onde quero chegar e detalho todos os passos que devo seguir. ▪ Não consigo fazer nada sem um planejamento bem detalhado. ▪ Quem não consegue planejar suas atividades tende a fracassar. ▪ Estabelecer prazos, quanto vai custar e quem vai ser responsável é essencial para o sucesso de qualquer atividade/empreendimento. ▪ Não preciso de planejamento, já tenho tudo anotado na cabeça. ▪ Não acredito em planejamento. ▪ Eu só acredito em planejamento flexível, que possa ser alterado.
Metas	<p>Capacidade de mostrar determinação, senso de direção e de estabelecer objetivos e metas definindo de forma clara aonde pretende chegar. Capacidade de definir rumos e objetivos mensuráveis.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sei onde pretendo chegar e o quanto pretendo alcançar. ▪ Sei que posso definir meus rumos de curto, médio e longo prazos. ▪ Tenho convicção que vou alcançar meus objetivos e metas. ▪ Eu sei determinar claramente quais são meus objetivos e metas. ▪ O que eu pretendo alcançar está claramente definido. ▪ Sou capaz de traçar um rumo e estabelecer os ganhos que vou ter no final. ▪ Gosto de estabelecer objetivos e metas para me sentir desafiado.

APÊNDICE A - Construtos, conceptualização e operacionalização dos itens

(continuação)

Construto	Conceptualização	Operacionalização
Controle	Capacidade de acompanhar a execução dos planos elaborados, manter registros e utilizá-los no processo decisório, checar o alcance dos resultados obtidos, e de realizar mudanças e adaptações sempre que necessário.	<p>Marque a sua posição em relação ao seu sentimento quanto aos enunciados dados em seqüência. Cada item é medido numa escala de 11 (onze) pontos (0-10). Pontuação 0 (zero) significa nenhuma possibilidade de aceitação enquanto 10 (dez) representa concordância total.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Objetivos e metas são coisas muito vagas para mim. ▪ Em minha opinião metas são coisas que posso quantificar. ▪ Consulto meus registros antes de tomar decisões. ▪ Costumo fazer anotações e manter registros das minhas ações. ▪ Meus controles me auxiliam na revisão de meus planos. ▪ Vejo o planejamento como um guia para controlar as minhas ações. ▪ Costumo verificar se as coisas estão acontecendo como planejei. ▪ Quando eu verifico que os resultados diferem do estabelecido eu altero meu planejamento. ▪ Sou completamente descontrolado, portanto não anoto nada. ▪ Acredito que as pessoas que não exercem algum tipo de controle sobre suas vidas tendem ao fracasso.
Persuasão	Habilidade para influenciar pessoas quanto à execução de tarefas ou de ações que viabilizem o alcance de seu objetivo. Capacidade de convencer e motivar pessoas, liderar equipes e estimulá-las usando as palavras e ações adequadas para influenciar e persuadir.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tenho formas de convencer as pessoas a mudarem de opinião. ▪ Posso convencer pessoas a superar conflitos e atuar em equipe objetivando alcançar determinado resultado. ▪ Sei quais as palavras e ações adequadas para estimular as pessoas.

APÊNDICE A - Construtos, conceptualização e operacionalização dos itens

(continuação)

Construto	Conceptualização	Operacionalização
		<p>Marque a sua posição em relação ao seu sentimento quanto aos enunciados dados em seqüência. Cada item é medido numa escala de 11 (onze) pontos (0-10). Pontuação 0 (zero) significa nenhuma possibilidade de aceitação enquanto 10 (dez) representa concordância total.</p>
<p>Rede de relações</p>	<p>Capacidade de criar rede de relações e de pôr-se em contato com pessoas-chaves que possam auxiliar no alcance de seus objetivos. Capacidade de atuar desenvolvendo e mantendo redes de relações comerciais ou não.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sou capaz de estimular as pessoas a realizarem tarefas para as quais estão desmotivadas. ▪ Sei que sou capaz de liderar uma equipe e atingir metas. ▪ Ajo de forma a motivar as pessoas e manter alto o moral em qualquer situação. ▪ Tenho dificuldades em convencer as pessoas a me seguirem. ▪ Orgulho-me de poder persuadir as pessoas a fazerem o que eu quero. ▪ Não acredito em persuasão, pois manda quem pode e obedece quem tem juízo. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sou capaz de estabelecer rede de relações e utilizá-la para alcançar meus propósitos. ▪ Procuo manter contato constante com as pessoas de minha rede de relações. ▪ Procuo estabelecer uma boa rede de relacionamentos com conhecidos, amigos e pessoas que possam me ser úteis. ▪ Sempre que posso procuro atender as solicitações que me fazem as pessoas de minha rede de relações. ▪ Tenho como manter contato fácil com as pessoas de minha rede de relações. ▪ Ter a quem recorrer em busca de auxílio é crucial para o sucesso de qualquer pessoa.

APÊNDICE A - Construtos, conceptualização e operacionalização dos itens

(continuação)

Construto	Conceptualização	Operacionalização
		<p>Marque a sua posição em relação ao seu sentimento quanto aos enunciados dados em seqüência. Cada item é medido numa escala de 11 (onze) pontos (0-10). Pontuação 0 (zero) significa nenhuma possibilidade de aceitação enquanto 10 (dez) representa concordância total.</p>
Autoconfiança	Busca de maior autonomia em relação aos controles que possam existir em sua vida. Crença em si próprio e independência de pensamento. Confiante no que faz ou pode fazer.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acredito ser impossível atingir objetivos sem que se possua uma boa rede de relacionamentos. ▪ Não preciso ter rede de relações, pois, sou capaz de resolver sozinho os meus problemas. ▪ Considero-me autônomo e capaz de enxergar quais os melhores rumos para a minha vida. ▪ Tenho autoconfiança e dependo de mim para decidir os rumos de minha vida. ▪ Acredito na minha capacidade de resolver as coisas que me desafiam. ▪ Sou eu quem controla a minha vida. ▪ Aceito normas como guias de conduta, em vez de correntes para me prenderem. ▪ Aceito orientações de outrem apenas como sugestões, pois, cabe-me decidir se devo segui-las ou não. ▪ Em grande parte os meus fracassos decorreram de falhas provocadas por decisões erradas que tomei. ▪ Ninguém nasce para ser um perdedor.
Realização	Necessidade permanente de projetar, criar e realizar coisas novas. Busca constante de novos desafios.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar coisas, para mim, é como um desafio pessoal. ▪ A cada degrau que subo sinto vontade de subir o que vem logo a seguir.

APÊNDICE A - Construtos, conceptualização e operacionalização dos itens

(continuação)

Construto	Conceptualização	Operacionalização
		<p>Marque a sua posição em relação ao seu sentimento quanto aos enunciados dados em seqüência. Cada item é medido numa escala de 11 (onze) pontos (0-10). Pontuação 0 (zero) significa nenhuma possibilidade de aceitação enquanto 10 (dez) representa concordância total.</p>
Poder	Desejo de liderar. Habilidade para influenciar pessoas em situações onde seja necessária a presença de um guia para levar um grupo a alcançar um objetivo.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Quando eu supero um desafio necessito que surja outro para que eu continue motivado. ▪ Eu tenho uma necessidade de realização muito alta. ▪ Só vejo sentido na vida se eu estiver realizando coisas e tendo sucesso. ▪ Eu preciso ter sempre alguém com quem competir. ▪ Quando eu termino de construir algo eu perco o interesse nele. ▪ Eu prefiro que outros realizem e depois me beneficiem. ▪ Eu gosto de me ver como líder. ▪ Gosto mais de comandar do que ser comandado. ▪ Eu me sinto bem quando consigo fazer alguém mudar de opinião. ▪ Mandar, dar ordens é muito importante para mim. ▪ Admiro quem sabe mandar. ▪ Ter uma empresa dá a uma pessoa a sensação de poder fazer o que ela quer. ▪ Geralmente ser empregado é ser mandado durante toda a vida pelos outros. ▪ Quando alguém me procura pedindo ajuda eu sinto que ganhei o dia.

APÊNDICE A - Construtos, conceptualização e operacionalização dos itens

(continuação)

Construto	Conceptualização	Operacionalização
Qualidade	Crença de que produtos ou serviços com qualidade possuem maior competitividade. Capacidade de cumprir prazos. Possuir altos padrões de exigência quanto ao requisito qualidade. Atua sempre procurando alcançar ou superar os padrões de qualidade estabelecido.	<p>Marque a sua posição em relação ao seu sentimento quanto aos enunciados dados em seqüência. Cada item é medido numa escala de 11 (onze) pontos (0-10). Pontuação 0 (zero) significa nenhuma possibilidade de aceitação enquanto 10 (dez) representa concordância total.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Influenciar outra pessoa é invadir sua privacidade. ▪ Quem vende coisas sem qualidade diminui suas chances de sucesso. ▪ Busco qualidade em tudo, desde o que faço até o que compro. ▪ Quem fabrica coisas sem qualidade diminui suas chances de lucro. ▪ Não me satisfaz fazer as coisas mal feitas. ▪ Minhas expectativas para comigo mesmo são sempre altas. ▪ Se eu quiser vencer tenho que fazer as coisas melhor do que os outros. ▪ Deixar de atender compromissos para mim é uma coisa normal. ▪ Acredito que o consumidor não se importa de comprar produtos ruins. ▪ Não me importo se as pessoas fazem as coisas mal feitas.
Riscos	Ousadia para enfrentar situações de risco controlado. Capacidade de estabelecer limites para situações de risco.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Quando posso eu corro riscos planejados. ▪ Quem não arrisca não petisca, portanto eu arrisco. ▪ Sinto que sou ousado em relação a riscos, sejam lá quais forem. ▪ Calculo sempre os riscos que corro ▪ Com relação a riscos eu sei até onde posso ir.

APÊNDICE A - Construtos, conceptualização e operacionalização dos itens

(conclusão)

Construto	Conceptualização	Operacionalização
		<p>Marque a sua posição em relação ao seu sentimento quanto aos enunciados dados em seqüência. Cada item é medido numa escala de 11 (onze) pontos (0-10). Pontuação 0 (zero) significa nenhuma possibilidade de aceitação enquanto 10 (dez) representa concordância total.</p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Risco é risco, eu tenho muito receio de arriscar. ▪ Para então tomar uma decisão procuro antes saber qual é a amplitude dos riscos que corro. ▪ Não me sinto a vontade para arriscar meu patrimônio em uma oportunidade de negócio. ▪ Acredito ser possível fazer negócios sem correr riscos. ▪ Eu não gosto de riscos desnecessários.

NOTA: A idéia quanto a essa forma da apresentação do construto, conceptualização e operacionalização é originária de ZIKMUND, 2005, p. 325.

APÊNDICE B - Questionário A

Pesquisa sobre Comportamento Empreendedor

INSTRUÇÕES

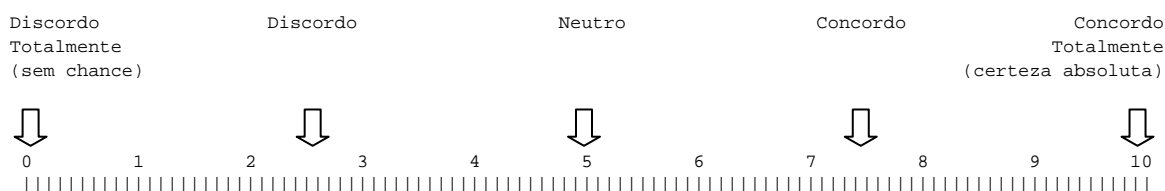
Caro aluno,

Necessitamos da sua colaboração respondendo este questionário. As suas respostas serão tratadas de forma totalmente **CONFIDENCIAL**, o que significa indisponibilidade dos seus dados, de forma individual, para outras pessoas que não sejam os pesquisadores diretamente envolvidos com a pesquisa. As suas respostas serão somadas as de outras pessoas, o que impossibilitará sua identificação. Seus resultados individuais serão dados a conhecer apenas a você. Eles servirão para traçar o seu perfil empreendedor, o que ajudará seu curso/disciplina a melhor adequar-se quanto à condução de melhorias futuras e verificar posteriormente o seu crescimento em termos de habilidades, competências, valores e capital humano.

A sua colaboração, informando a intensidade de sua concordância, ou discordância, em relação às frases deste questionário é muito importante para o sucesso desta pesquisa. Por favor, não deixe nenhuma frase sem resposta. Não existem situações certas ou erradas. A sua resposta deve refletir o seu comportamento, ou seja, a forma como você entende as coisas ou age em determinadas circunstâncias. Em caso de dúvida, quanto à escolha adequada, opte por aquela que mais se aproxima da forma como você agiria, ou se sentiria, no seu dia a dia.

Para cada frase é oferecida uma série de possibilidades que vão de 0 (zero) a 10 (dez).

Para auxiliar o seu raciocínio é oferecida abaixo uma escala de possibilidades de resposta, com indicações numéricas, e o significado aproximado dos valores apresentados em termos de concordância e discordância. Abaixo da seqüência de valores, como em uma régua, existem diversos traços verticais. Esses traços servem para melhor orientá-lo sobre as distâncias existentes a partir do valor 0 (zero) e ajudá-lo a melhor valorar a sua opinião.



Dá-se a seguir um exemplo prático para melhor entendimento. Na afirmação “Gosto de realizar coisas novas”, se existir discordância, porém com pouca intensidade, a escolha poderia ser 4, ou 4,5 o que representaria só 40% ou 45 % de chances de haver interesse de sua parte em realizar coisas novas.

Gosto de realizar coisas novas [4,5]

Na seqüência você tem uma série de frases para que você valore, em termos de concordância/discordância e de acordo com a escala acima. No lado direito tem uma coluna de colchetes para que você possa atribuir, dentro deles, o grau da intensidade de sua concordância/discordância. Lembre-se, quanto mais você se aproxima de 0 (zero) mais você discorda do enunciado da frase. Por outro lado, quanto mais você se aproxima de 10 (dez) mais você concorda com o enunciado da frase. Coloque o valor (escore) que você definiu, como sendo representativo do seu comportamento, no espaço que está dentro dos colchetes.

	Escore
A todo o tempo eu exijo que as coisas sejam feitas da maneira correta	[]
Aceito orientações de outrem apenas como sugestões, pois, cabe-me decidir se devo segui-las ou não	[]
Acredito que o consumidor não se importa de comprar produtos ruins	[]
Admiro quem sabe mandar	[]
Ajo de forma a motivar as pessoas e manter alto o moral em qualquer situação	[]
Busco constantemente novos conhecimentos	[]
Busco qualidade em tudo, desde o que faço até o que compro	[]
Busco, de forma permanente, atingir meus objetivos	[]
Calculo sempre os riscos que corro	[]
Com relação a riscos eu sei até onde posso ir	[]
Considero-me autônomo e capaz de enxergar quais os melhores rumos para a minha vida	[]
Consulto meus registros antes de tomar decisões	[]
Costumo fazer anotações e manter registros das minhas ações	[]
Costumo verificar se as coisas estão acontecendo como planejei	[]
Deixar de atender compromissos para mim é uma coisa normal	[]
Em minha opinião metas são coisas que posso quantificar	[]
Encaro o fracasso como fonte de aprendizado para não cometer o mesmo erro novamente	[]
Entendo que os obstáculos existem para serem superados	[]
Estabelecer prazos, quanto vai custar e quem vai ser responsável é essencial para o sucesso de qualquer atividade/empreendimento	[]
Eu não gosto de riscos desnecessários	[]
Eu procuro fazer as coisas antes dos outros para sair na frente	[]

Eu só acredito em planejamento flexível, que possa ser alterado	[]
Fazer o que os outros estão fazendo não ajuda a sobrevivência de um negócio	[]
Geralmente ser empregado é ser mandado durante toda a vida pelos outros	[]
Gosto de me informar sobre as necessidades das pessoas	[]
Gosto de realizar meus trabalhos de forma correta e dentro dos prazos estabelecidos	[]
Gosto mais de comandar do que ser comandado	[]
Influenciar outra pessoa é invadir sua privacidade	[]
Meus controles me auxiliam na revisão de meus planos	[]
Minha maior realização será ter o meu próprio negócio	[]
Não acredito em persuasão, pois manda quem pode e obedece quem tem juízo	[]
Não acredito em planejamento	[]
Não me deixo abater pelo fracasso	[]
Não me importo se as pessoas fazem as coisas mal feitas	[]
Não me sinto a vontade para arriscar meu patrimônio em uma oportunidade de negócio	[]
Não preciso que ninguém me cobre, para eu faça as coisas de forma correta	[]
O mundo é dinâmico e eu preciso acompanhá-lo buscando sempre novos conhecimentos	[]
Para então tomar uma decisão procuro antes saber qual é a amplitude dos riscos que corro	[]
Percebo as necessidades dos outros e como elas podem ser satisfeitas	[]
Pessoas como eu devem pensar seriamente em abrir o seu próprio negócio	[]
Posso convencer pessoas a superar conflitos e atuar em equipe objetivando alcançar determinado resultado...	[]
Procuro manter contato constante com as pessoas de minha rede de relações	[]
Quando é preciso eu faço as adaptações necessárias para as coisas funcionem	[]
Quando é preciso mudar tudo, para ter melhor resultado, eu mudo	[]
Quando estou em determinado ramo eu tenho que aprender tudo sobre ele	[]
Quando eu supero um desafio necessito que surja outro para que eu continue motivado	[]
Quando levo um tombo levanto e continuo	[]
Quando o cliente pede que seja feito de determinada forma é necessário que	[]

ele seja atendido	[]
Quem fabrica coisas sem qualidade diminui suas chances de lucro	[]
Quem não consegue planejar suas atividades tende a fracassar	[]
Quem vende coisas sem qualidade diminui suas chances de sucesso	[]
Quero saber cada vez mais, pois só assim eu saio na dianteira	[]
Realizar coisas, para mim, é como um desafio pessoal	[]
Se eu fizer mais rápido, de forma melhor e com menor custo eu saio ganhando	[]
Se for preciso pedirei ajuda a especialistas que me ensinem como fazer as coisas da melhor forma	[]
Sempre que posso procuro atender as solicitações que me fazem as pessoas de minha rede de relações	[]
Ser auto-empregado, um empreendedor sempre foi minha aspiração	[]
Sinto-me capaz de identificar oportunidades de negócios e sair lucrando com isso	[]
Só sei se estou acertando se tiver um planejamento das minhas atividades	[]
Só vejo sentido na vida se eu estiver realizando coisas e tendo sucesso	[]
Sou capaz de estimular as pessoas a realizarem tarefas para as quais estão desmotivadas	[]
Sou capaz de traçar um rumo e estabelecer os ganhos que vou ter no final	[]
Tenho autoconfiança e dependo de mim para decidir os rumos de minha vida	[]
Tenho convicção que vou alcançar meus objetivos e metas	[]
Tenho dificuldades em convencer as pessoas a me seguirem	[]
Ter a quem recorrer em busca de auxílio é crucial para o sucesso de qualquer pessoa	[]
Vejo o planejamento como um guia para controlar as minhas ações	[]
Vivo em estado de alerta para alguma oportunidade que me possa surgir	[]
A cada degrau que subo sinto vontade de subir o que vem logo a seguir	[]
Aceito normas como guias de conduta, em vez de correntes para me prenderem	[]
Acredito na minha capacidade de resolver as coisas que me desafiam	[]
Acredito que as pessoas que não exercem algum tipo de controle sobre suas vidas tendem ao fracasso	[]
Acredito que estudando o que os outros fazem eu posso fazer melhor e mais barato	[]

Acredito ser impossível atingir objetivos sem que se possua uma boa rede de relacionamentos	[]
Acredito ser possível fazer negócios sem correr riscos	[]
Com certeza um dia terei meu próprio negócio	[]
Creio sinceramente que as oportunidades estão aí para serem identificadas	[]
Defino onde quero chegar e detalho todos os passos que devo seguir	[]
Em grande parte os meus fracassos decorreram de falhas provocadas por decisões erradas que tomei	[]
Estou convicto de que o cliente merece ser atendido com presteza	[]
Eu gosto de me ver como líder	[]
Eu me sinto bem quando consigo fazer alguém mudar de opinião	[]
Eu não me vejo trabalhando a vida toda para outra pessoa, para um patrão	[]
Eu preciso ter sempre alguém com quem competir	[]
Eu prefiro que outros realizem e depois me beneficiem	[]
Eu sei determinar claramente quais são meus objetivos e metas	[]
Eu tenho uma necessidade de realização muito alta	[]
Gosto de cumprir prazos	[]
Gosto de estabelecer objetivos e metas para me sentir desafiado	[]
Mandar, dar ordens é muito importante para mim	[]
Mesmo que eu trabalhe para outrem não abandonarei o desejo de ter meu próprio negócio	[]
Minhas expectativas para comigo mesmo são sempre altas	[]
Não confundo persistência com teimosia e só persisto se vejo chances de sucesso	[]
Não consigo fazer nada sem um planejamento bem detalhado	[]
Não me satisfaz fazer as coisas mal feitas	[]
Não preciso de planejamento, já tenho tudo anotado na cabeça	[]
Não preciso ter rede de relações, pois, sou capaz de resolver sozinho os meus problemas	[]
Ninguém nasce para ser um perdedor	[]
O que eu pretendo alcançar está claramente definido	[]
Objetivos e metas são coisas muito vagas para mim	[]
Orgulho-me de poder persuadir as pessoas a fazerem o que eu quero	[]
Pretendo sempre trabalhar como empregado em alguma empresa	[]

Procuro estabelecer uma boa rede de relacionamentos com conhecidos, amigos e pessoas que possam me ser úteis	[.]
Procuro estar informado sobre as coisas pertinentes ao que faço	[]
Quando alguém me procura pedindo ajuda eu sinto que ganhei o dia	[]
Quando cometo um erro de planejamento, redefino as coisas e vou em frente	[]
Quando eu termino de construir algo eu perco o interesse nele	[]
Quando eu verifico que os resultados diferem do estabelecido eu altero meu planejamento	[]
Quando posso eu corro riscos planejados	[]
Quem não arrisca não petisca, portanto eu arrisco.	[]
Risco é risco, eu tenho muito receio de arriscar	[]
Se eu quiser vencer tenho que fazer as coisas melhor do que os outros	[]
Se for necessário fazer algo eu faço, antes que alguém me diga que devo fazê-lo	[]
Sei onde pretendo chegar e o quanto pretendo alcançar	[]
Sei quais as palavras e ações adequadas para estimular as pessoas	[]
Sei que posso definir meus rumos de curto, médio e longo prazos	[]
Sei que sou capaz de liderar uma equipe e atingir metas	[]
Sinto que sou ousado em relação a riscos, sejam lá quais forem	[]
Sou capaz de estabelecer rede de relações e utilizá-la para alcançar meus propósitos	[]
Sou completamente descontrolado, portanto não anoto nada	[]
Sou eu quem controla a minha vida	[]
Sou sensível às novidades que são fonte de novas oportunidades	[]
Tenho ânsia de aprender para poder enfrentar novos desafios	[]
Tenho como manter contato fácil com as pessoas de minha rede de relações	[]
Tenho formas de convencer as pessoas a mudarem de opinião	[]
Tenho um rumo traçado e procuro segui-lo, mesmo quando enfrento obstáculos	[]
Ter negócio próprio, para mim, é um sonho e eu não sou sonhador	[]
Ter uma empresa dá a uma pessoa a sensação de poder fazer o que ela quer	[]

MUITO OBRIGADO PELA SUA COLABORAÇÃO

Agora, por favor, confira se você respondeu todas as questões. Se por acaso alguma foi esquecida e ficou sem resposta, por favor, complete com o valor correspondente ao que, no seu entendimento, corresponde a sua maneira de agir ou pensar.

OBRIGADO

Agora, para finalizar, precisamos que você nos dê mais algumas informações. Elas servirão para que possamos retornar com seus resultados e verificar em que grupo você se enquadra melhor.

Seu nome: _____

Cidade onde reside: _____

Seu e-mail (se tiver): _____

Sexo: [] Masculino [] Feminino

Data de nascimento: ____/____/_____

Curso: _____

Período que está cursando: _____

Em que tipo de instituição/empresa trabalha. Coloque um X (xis) na alternativa adequada, aquela que representa o maior percentual de ocupação do seu tempo:

- Não trabalho
- Trabalho por conta própria
- Banco do Brasil
- Empresa privada, de qualquer tamanho, como empregado
- Empresa privada, de qualquer tamanho (membro da família dona do negócio)
- Empresa privada, de qualquer tamanho (proprietário ou sócio gerente)
- Instituição pública
- Organização não-governamental

MAIS UMA VEZ, MUITO OBRIGADO PELA SUA COLABORAÇÃO

EM BREVE VOCÊ TERÁ UM RETORNO COM SEU RESULTADO

APÊNDICE C - Questionário B

Escala sobre Comportamento Empreendedor

Caro professor(a),

Estou construindo uma escala cujo objetivo é identificar potencial empreendedor em pessoas que por alguma razão (fazem um curso na área de negócios, são parentes de pessoas que empreendem, etc.) possam vir no futuro tornarem-se empreendedores. Para tanto foram elaboradas 59 questões, abrangendo 10 conceitos/construtos. Solicito a sua colaboração avaliando em que grau cada frase amolda-se ao conceito/construto. Os conceitos/construtos, bem como suas descrições estão em negrito e logo após tem-se um conjunto de frases. Sua avaliação deverá ser feita de acordo com a escala de diferencial semântico, abaixo, colocando entre os colchetes, após cada frase, o valor escolhido. Quanto maior o valor atribuído maior será a sua concordância de que a frase é adequada para medir o conceito/construto.

Desnecessário 1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___ 6 ___ 7 ___ 8 ___ 9 ___ 10 Essencial

Ex.: Em grande parte, os meus fracassos decorreram de falhas provocadas por decisões erradas que tomei [9]

A seguir os conceitos/construtos com suas respectivas descrições e frases.

Intenção de empreender:

Prenunciar a intenção de possuir, quer seja adquirindo de outrem ou partindo do zero, um negócio próprio.

Com certeza um dia terei meu próprio negócio [___]

Mesmo que eu trabalhe para outrem não abandonarei o desejo de ter meu próprio negócio [___]

Minha maior realização será ter o meu próprio negócio [___]

Ser auto-empregado, um empreendedor sempre foi minha aspiração [___]

Pretendo sempre trabalhar como empregado em alguma empresa [___]

Oportunidade (senso de):

Mostrar que dispõe de senso de oportunidade, ou seja, está atento ao que acontece à sua volta e a partir daí, ao identificar as necessidades das pessoas ou do

mercado, ser capaz de aproveitar situações incomuns para iniciar novas atividades ou negócios.

- Sinto-me capaz de identificar oportunidades de negócios e sair lucrando com isso [___]
- Vivo em estado de alerta para alguma oportunidade que me possa surgir [___]
- Creio sinceramente que as oportunidades estão aí para serem identificadas [___]
- Gosto de me informar sobre as necessidades das pessoas [___]
- Percebo as necessidades dos outros e como elas podem ser satisfeitas [___]

Persistência:

Capacidade de manter-se firme na busca do sucesso, demonstrando persistência para alcançar seus objetivos e metas, superando obstáculos pelo caminho. Capacidade de distinguir teimosia de persistência, admitir erros e saber redefinir metas e estratégias.

- Quando levo um tombo levanto e continuo [___]
- Entendo que os obstáculos existem para serem superados [___]
- Quando cometo um erro de planejamento, redefino as coisas e vou em frente [___]
- Busco, de forma permanente, atingir meus objetivos [___]
- Tenho um rumo traçado e procuro segui-lo, mesmo quando enfrento obstáculos [___]
- Encaro o fracasso como fonte de aprendizado para não cometer o mesmo erro novamente [___]
- Não me deixo abater pelo fracasso [___]
- Não confundo persistência com teimosia e só persisto se vejo chances de sucesso [___]

Eficiência

Capacidade de fazer as coisas de maneira correta e, caso seja necessário, promover rapidamente mudanças para se adaptar as alterações ocorridas no ambiente. Capacidade de encontrar e conseguir operacionalizar formas de fazer as coisas melhor, mais rápidas e mais baratas. Capacidade de desenvolver ou utilizar procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo. Capacidade de ser proativo.

- Se for necessário fazer algo, faço antes que alguém me diga que devo fazê-lo [___]
- Gosto de cumprir prazos [___]
- Quando é preciso, faço as adaptações necessárias para que as coisas funcionem [___]
- Gosto de realizar meus trabalhos de forma correta e dentro dos prazos estabelecidos [___]

- Quando é preciso mudar tudo, para ter melhor resultado, mudo [___]
- Se eu fizer mais rápido, de forma melhor e com menor custo, saio ganhando [___]
- Não preciso que ninguém me cobre para que as coisas sejam feitas corretamente [___]

Informações:

Disponibilidade para aprender e demonstrar sede de conhecimentos. Interesse em encontrar novas informações em sua área de atuação ou mesmo fora dela. Estar atento a todos os fatores, internos e externos, relacionados à sua organização/empresa. Interesse em saber como fabricar produtos ou fornecer serviços. Disponibilidade para buscar ajuda de especialistas em assuntos técnicos ou comerciais.

- Se for preciso, pedirei ajuda a especialistas que me ensinem como fazer as coisas da melhor forma [___]
- Quero saber cada vez mais, pois só assim sairei na dianteira [___]
- Procuro estar informado sobre as coisas pertinentes ao que faço [___]
- Quando estou em determinado ramo, tenho que aprender tudo sobre ele [___]
- O mundo é dinâmico e preciso acompanhá-lo buscando sempre novos conhecimentos [___]
- Busco constantemente novos conhecimentos [___]
- Tenho ânsia de aprender para poder enfrentar novos desafios [___]

Planejamento:

Disponibilidade para planejar suas atividades definindo objetivos. Capacidade de planejar detalhando tarefas. Ser capaz de atuar com o planejamento, a execução e o controle. Acreditar na importância do planejamento.

- Só sei se estou acertando se tiver um planejamento das minhas atividades [___]
- Defino onde quero chegar e detalho todos os passos que devo seguir [___]
- Não consigo fazer nada sem um planejamento bem detalhado [___]
- Quem não consegue planejar suas atividades tende a fracassar [___]

Metas:

Capacidade de mostrar determinação, senso de direção e de estabelecer objetivos e metas definindo de forma clara aonde pretende chegar. Capacidade de definir rumos e objetivos mensuráveis.

- Sei onde pretendo chegar e o quanto pretendo alcançar [___]
- Sei que posso definir meus rumos de curto, médio e longo prazo [___]
- Tenho convicção que vou alcançar meus objetivos e metas [___]

- Sei determinar claramente quais são meus objetivos e metas [___]
- O que pretendo alcançar está claramente definido [___]
- Sou capaz de traçar um rumo e estabelecer os ganhos que vou ter no final [___]
- Gosto de estabelecer objetivos e metas para me sentir desafiado [___]

Controle

Capacidade de acompanhar a execução dos planos elaborados, manter registros e utilizá-los no processo decisório, checar o alcance dos resultados obtidos, e de realizar mudanças e adaptações sempre que necessário.

- Consulto meus registros antes de tomar decisões [___]
- Costumo fazer anotações e manter registros das minhas ações [___]
- Meus controles me auxiliam na revisão de meus planos [___]
- Vejo o planejamento como um guia para controlar as minhas ações [___]
- Costumo verificar se as coisas estão acontecendo como planejei [___]

Persuasão:

Habilidade para influenciar pessoas quanto à execução de tarefas ou de ações que viabilizem o alcance de seu objetivo. Capacidade de convencer e motivar pessoas, liderar equipes e estimulá-las usando as palavras e ações adequadas para influenciar e persuadir.

- Tenho formas de convencer as pessoas a mudarem de opinião [___]
- Posso convencer pessoas a superar conflitos e atuar em equipe objetivando alcançar determinado resultado [___]
- Sei quais as palavras e ações adequadas para estimular as pessoas [___]
- Sou capaz de estimular as pessoas a realizarem tarefas para as quais estão desmotivadas [___]
- Sei que sou capaz de liderar uma equipe e atingir metas [___]
- Ajo de forma a motivar as pessoas e manter alto o moral em qualquer situação [___]

Rede de relações:

Capacidade de criar rede de relações e de pôr-se em contato com pessoas-chaves que possam auxiliar no alcance de seus objetivos. Capacidade de atuar desenvolvendo e mantendo redes de relações comerciais ou não.

- Sou capaz de estabelecer rede de relações e utilizá-la para alcançar meus propósitos [___]
- Procuro manter contato constante com as pessoas de minha rede de relações [___]
- Procuro estabelecer uma boa rede de relacionamentos com conhecidos,

amigos e pessoas que possam me ser úteis [___]

Sempre que posso procuro atender as solicitações que me fazem as pessoas de minha rede de relações [___]

Tenho como manter contato fácil com as pessoas de minha rede de relações [___]

APÊNDICE D - Questionário C

Pesquisa sobre Comportamento Empreendedor

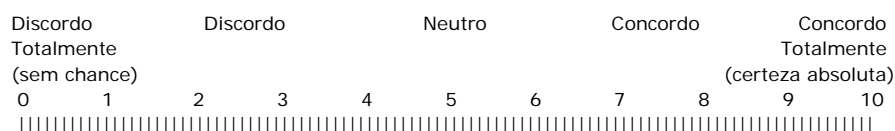
Caro empresário,

Necessitamos da sua colaboração respondendo este questionário. As suas respostas serão tratadas de forma totalmente **CONFIDENCIAL**, o que significa indisponibilidade dos seus dados, de forma individual, para outras pessoas que não sejam os pesquisadores diretamente envolvidos com a pesquisa. As suas respostas serão somadas as de outras pessoas, o que impossibilitará sua identificação.

A sua colaboração, informando a intensidade de sua concordância, ou discordância, em relação às frases deste questionário é muito importante para o sucesso desta pesquisa. Por favor, não deixe nenhuma frase sem resposta. Não existem situações certas ou erradas. A sua resposta deve refletir o seu comportamento, ou seja, a forma como o Sr. Entende as coisas ou age em determinadas circunstâncias. Em caso de dúvida, quanto à escolha adequada, opte por aquela que mais se aproxima da forma como o Senhor agiria, ou se sentiria, no seu dia a dia.

Para cada frase é oferecida uma série de possibilidades que vão de 0 (zero) a 10 (dez).

Para auxiliar o seu raciocínio é oferecida abaixo uma escala de possibilidades de resposta, com indicações numéricas, e o significado aproximado dos valores apresentados em termos de concordância e discordância. Abaixo da seqüência de valores, como em uma régua, existem diversos traços verticais. Esses traços servem para melhor orientá-lo sobre as distâncias existentes a partir do valor 0 (zero) e ajudá-lo a melhor valorar a sua opinião.



Dá-se a seguir um exemplo prático para melhor entendimento. Na afirmação “Gosto de realizar coisas novas”, se existir discordância, porém com pouca intensidade, a escolha poderia ser 4, ou 4,5, o que representaria só 40% ou 45 % de chances de haver interesse de sua parte em realizar coisas novas.

Gosto de realizar coisas novas..... [4,5]

Na seqüência o Senhor tem uma série de frases para que valore, em termos de concordância/discordância e de acordo com a escala acima. No lado direito tem uma coluna de colchetes para que o Senhor possa atribuir, dentro deles, o grau da intensidade de sua concordância/discordância. Lembre-se, quanto mais o Senhor se aproxima de 0 (zero) mais discorda do enunciado da frase. Por outro lado, quanto mais o Senhor se aproxima de 10 (dez) mais concorda com o enunciado da frase. Coloque o valor (escore) que o Senhor definiu, como sendo representativo do seu comportamento, no espaço que está dentro dos colchetes.

Sinto-me capaz de identificar oportunidades de negócios e sair lucrando com isso	[____]
Vivo em estado de alerta para alguma oportunidade que me possa surgir	[____]
Creio sinceramente que as oportunidades estão aí para serem identificadas	[____]
Gosto de me informar sobre as necessidades das pessoas	[____]
Percebo as necessidades dos outros e como elas podem ser satisfeitas	[____]
Quando eu levo um tombo levanto e continuo	[____]
Entendo que os obstáculos existem para serem superados	[____]
Quando cometo um erro de planejamento, redefino as coisas e vou em frente	[____]
Busco, de forma permanente, atingir meus objetivos	[____]
Tenho um rumo traçado e procuro segui-lo, mesmo quando enfrento obstáculos	[____]
Encaro o fracasso como fonte de aprendizado para não cometer o mesmo erro novamente	[____]
Não me deixo abater pelo fracasso	[____]
Não confundo persistência com teimosia e só persisto se vejo chances de sucesso	[____]
Gosto de cumprir prazos	[____]
Quando é preciso, faço as adaptações necessárias para que as coisas funcionem	[____]
Gosto de realizar meus trabalhos de forma correta e dentro dos prazos estabelecidos	[____]
Quando é preciso mudar tudo, para ter melhor resultado, mudo	[____]
Se eu fizer mais rápido, de forma melhor e com menor custo, saio ganhando	[____]
Não preciso que ninguém me cobre para que eu faça as coisas de forma correta	[____]
Sei onde pretendo chegar e o quanto pretendo alcançar	[____]
Sei que posso definir meus rumos de curto, médio e longo prazo	[____]
Tenho convicção que vou alcançar meus objetivos e metas.	[____]
Sei determinar claramente quais são meus objetivos e metas	[____]
O que pretendo alcançar está claramente definido	[____]
Sou capaz de traçar um rumo e estabelecer os ganhos que vou ter no final	[____]
Gosto de estabelecer objetivos e metas para me sentir desafiado	[____]
Se for preciso, pedirei ajuda a especialistas que me ensinem como fazer as coisas da melhor forma	[____]
Quero saber cada vez mais, pois só assim sairei na dianteira	[____]
Procuro estar informado sobre as coisas pertinentes ao que faço	[____]
Quando estou em determinado ramo, tenho que aprender tudo sobre ele	[____]
O mundo é dinâmico e preciso acompanhá-lo buscando sempre novos conhecimentos	[____]
Busco constantemente novos conhecimentos	[____]
Tenho ânsia de aprender para poder enfrentar novos desafios	[____]
Só sei se estou acertando se tiver um planejamento das minhas atividades	[____]
Defino onde quero chegar e detalho todos os passos que devo seguir	[____]
Não consigo fazer nada sem um planejamento bem detalhado	[____]
Consulto meus registros antes de tomar decisões	[____]

Costumo fazer anotações e manter registros das minhas ações	[____]
Meus controles me auxiliam na revisão de meus planos	[____]
Vejo o planejamento como um guia para controlar as minhas ações	[____]
Costumo verificar se as coisas estão acontecendo como planejei	[____]
Tenho formas de convencer as pessoas a mudarem de opinião	[____]
Posso convencer pessoas a superar conflitos e atuar em equipe objetivando alcançar determinado resultado	[____]
Sei quais as palavras e ações adequadas para estimular as pessoas	[____]
Sou capaz de estimular as pessoas a realizarem tarefas para as quais estão desmotivadas	[____]
Sei que sou capaz de liderar uma equipe e atingir metas	[____]
Ajo de forma a motivar as pessoas e manter alto o moral em qualquer situação	[____]
Sou capaz de estabelecer rede de relações e utilizá-la para alcançar meus propósitos	[____]
Procuo manter contato constante com as pessoas de minha rede de relações	[____]
Procuo estabelecer uma boa rede de relacionamentos com conhecidos, amigos e pessoas que possam me ser úteis	[____]
Sempre que posso procuro atender as solicitações que me fazem as pessoas de minha rede de relações	[____]
Tenho como manter contato fácil com as pessoas de minha rede de relações	[____]
Quem não consegue planejar suas atividades tende a fracassar	[____]

Antes de iniciar suas atividades empresariais (meses, anos), quais eram os seus pensamentos e aspirações. Gostaríamos de saber um pouco sobre esses pensamentos e desejos. Qual era o seu grau de concordância ou discordância com as afirmações que vem a seguir?

Com certeza um dia terei meu próprio negócio	[____]
Mesmo que eu trabalhe para outrem não abandonarei o desejo de ter meu próprio negócio	[____]
Minha maior realização será ter o meu próprio negócio	[____]
Ser auto-empregado, um empreendedor sempre foi minha aspiração	[____]

Em uma escala de 0 a 10, quanto o Senhor acha que possui das características listadas a seguir:

1. Estar sempre procurando uma boa oportunidade de negócios _____ .
2. Ser persistente no que faz _____ .
3. Buscar sempre oferecer um produto ou serviço de qualidade _____ .
4. Ser eficiente no que faz _____ .
5. Ser capaz de assumir riscos planejados _____ .
6. Ter sempre metas a alcançar _____ .
7. Estar sempre procurando informações que o ajudem a fazer seus negócios funcionarem melhor _____ .
8. Sempre planejar o que vai fazer _____ .
9. Controlar tudo que acontece no seu negócio/empreendimento _____ .

10. Ser capaz de persuadir as pessoas _____ .
11. Possuir uma rede de relacionamentos com pessoas que possam ser úteis para seus negócios _____ .
12. Confiar em sua capacidade de fazer as coisas em vez de esperar que elas aconteçam _____ .

Existe algum fato interessante, de sua vida profissional, com relação a essas características que o Senhor queira nos relatar?

Nome: _____ Data de nascimento: __/__/__

Escolaridade: _____ Empresa: _____

Tipo: [] Indústria [] Comércio [] Serviços – Tempo de existência da empresa: __
anos

Cidade: _____ Data da coleta de dados: ____/____/____

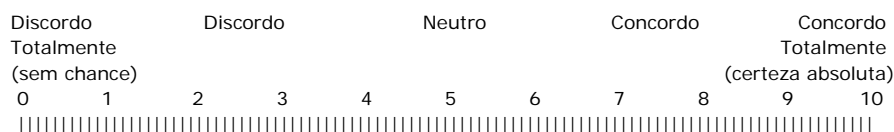
APÊNDICE E - Questionário D

Pesquisa sobre Comportamento Empreendedor

Caro aluno,

Estamos realizando uma pesquisa sobre o potencial de estudantes universitários para se tornarem empresários no futuro. Por conta disso necessitamos da sua colaboração respondendo este questionário. As suas respostas serão tratadas de forma totalmente **CONFIDENCIAL** e não serão disponibilizadas, de forma individualizada, para o grande público. O questionário foi montado utilizando um diálogo entre dois amigos e uma série de frases. Por favor, não deixe nenhuma frase sem resposta. Não existem situações certas ou erradas. A sua resposta deve refletir o seu comportamento, ou seja, a forma como você entende as coisas, age ou agiria em determinadas circunstâncias. Em caso de dúvida, opte pela opção que mais se aproxima de sua maneira de ser.

Cada frase oferece um leque de possibilidades que vão de 0 (zero) a 10 (dez). 0 (zero) significa que você discorda totalmente do enunciado da frase e 10 (dez) que você concorda totalmente. Entre esses números, qualquer valor intermediário poderá ser o da sua escolha e representar como você pensa, age ou agiria. Para ajudá-lo, em sua decisão, mostramos a seguir a escala em forma de régua.



Damos a seguir um exemplo prático para melhor entendimento. Na afirmação “Gosto de realizar coisas novas”, se você discordar, porém com pouca intensidade, a escolha poderá ser 4 ou 4,5, o que representará só 40% ou 45 % de chances de haver interesse de sua parte em realizar coisas novas.

Gosto de realizar coisas novas

[4,5]

Vamos ao diálogo entre os dois amigos.

Antônio tem um sonho: tornar-se dono do seu próprio nariz, ou seja, em vez de trabalhar para outra pessoa, trabalhar para ele mesmo. Sempre que Antônio conversa com seus amigos ele diz:

— *Um dia, se Deus quiser, vou trabalhar para mim mesmo e não vou mais aturar ordens de ninguém!*

Joaquim, o melhor amigo de Antonio e há algum tempo dono do seu próprio negócio, pergunta sempre:

— *Antonio, o que você já fez para alcançar esse objetivo? Já marcou uma data para deixar o emprego, já definiu o tipo de coisa que vai fazer?*

— *Não, mas um dia eu chegarei lá! — diz Antonio, demonstrando segurança.*

Agora, pense em você. Existe alguma semelhança ou você difere de Antonio? Atribua um valor, as frases a seguir, colocando a sua opinião, em forma de concordância ou

discordância, de acordo com a escala apresentada anteriormente. Lembre-se, quanto mais você se aproxima de 0 (zero) mais discorda do enunciado da frase. Por outro lado, quanto mais você se aproxima de 10 (dez) mais concorda com o enunciado da frase. Coloque o valor (escore) que você definiu, como sendo representativo do seu comportamento, no espaço que está dentro dos colchetes.

Com certeza um dia terei meu próprio negócio	[____]	Int3
Mesmo que eu trabalhe para outrem não abandonarei o desejo de ter meu próprio negócio	[____]	Int8
Minha maior realização será ter o meu próprio negócio	[____]	Int6
Ser auto-empregado, um empreendedor sempre foi minha aspiração	[____]	Int7

Continuação do diálogo.

Certo dia Joaquim se encontra com Antônio e dispara:

— E aí, continua com aquela idéia de abrir um negócio?

— Claro você me conhece! — responde Antonio. — Eu sou persistente, duro na queda. Quando caio me levanto e vou em frente. Mas, nesse caso é preciso ir devagar, com cautela. Não adianta correr, por o carro na frente dos bois.

— Sei disso muito bem! — retruca Joaquim.

— Eu gosto das coisas bem feitas. Por isso ainda não comecei. Mas isso não importa, eu não sou apressado. Para mim só interessa a definição de que vou abrir um negócio. O momento certo será quando eu encontrar uma oportunidade que me leve a acreditar que terei sucesso. No momento estou alerta, buscando oportunidades. Quando surgir aquela que eu considere a certa, acredito eu, então será hora de começar — finaliza Antonio.

Pense em você. Será que seus pensamentos, aspirações, ações, são semelhantes aos de Antonio, ou diferem? Posicione-se, valorando em termos de concordância/discordância, ao pontuar as frases a seguir.

Reservado
à digitação.

Sinto-me capaz de identificar oportunidades de negócios e sair lucrando com isso	[____]	Op8
Vivo em estado de alerta para alguma oportunidade que me possa surgir	[____]	Op1
Creio sinceramente que as oportunidades estão aí para serem identificadas	[____]	Op3
Gosto de me informar sobre as necessidades das pessoas	[____]	Op5
Percebo as necessidades dos outros e como elas podem ser satisfeitas	[____]	Op7
Quando levo um tombo levanto e continuo	[____]	Pe2
Entendo que os obstáculos existem para serem superados	[____]	Pe4
Quando cometo um erro de planejamento, redefino as coisas e vou em frente	[____]	Pe7
Busco, de forma permanente, atingir meus objetivos	[____]	Pe6
Tenho um rumo traçado e procuro segui-lo, mesmo quando enfrento obstáculos	[____]	Pe8

Encaro o fracasso como fonte de aprendizado para não cometer o mesmo erro novamente	[____]	Pe3
Não me deixo abater pelo fracasso	[____]	Pe1
Não confundo persistência com teimosia e só persisto se vejo chances de sucesso	[____]	Pe5
Gosto de cumprir prazos	[____]	Efi1
Quando é preciso, faço as adaptações necessárias para que as coisas funcionem	[____]	Efi7
Gosto de realizar meus trabalhos de forma correta e dentro dos prazos estabelecidos	[____]	Efi4
Quando é preciso mudar tudo, para ter melhor resultado, mudo	[____]	Efi9
Se eu fizer mais rápido, de forma melhor e com menor custo, saio ganhando	[____]	Efi8
Não preciso que ninguém me cobre para que eu faça as coisas de forma correta	[____]	Efi5

Continuação do diálogo.

Joaquim se interessa pelo assunto e continua:

— *Essas coisas são muito próprias de você. Eu te conheço. Você é aquele tipo de pessoa que, para fazer as coisas, primeiro tem que se informar bem, aprender, planejar como fazer, definir aonde pretende chegar, quanto vai ganhar.*

— *Isso mesmo! — diz Antonio. — Eu gosto de fazer as coisas, como se diz, bem arrumadinhas. Você também é assim!*

— *É verdade! — retruca Joaquim. — Eu, assim como você, gosto de fazer as coisas planejadas, controladas. Acredito, embora não saiba se estou certo ou errado, que as coisas têm que ser assim.*

Você pensa igual a Antonio e Joaquim, ou é diferente deles? Nas frases a seguir atribua um valor ao seu grau de concordância/discordância com o enunciado. Lembre-se, quanto mais próximo de 0 (zero) maior a discordância e quanto mais próximo de 10 (dez) maior a concordância.

Reservado
à digitação.

Se for preciso, pedirei ajuda a especialistas que me ensinem como fazer as coisas da melhor forma	[____]	Inf8
Quero saber cada vez mais, pois só assim sairei na dianteira	[____]	Inf5
Procuro estar informado sobre as coisas pertinentes ao que faço	[____]	Inf2
Quando estou em determinado ramo, tenho que aprender tudo sobre ele	[____]	Inf4
O mundo é dinâmico e preciso acompanhá-lo buscando sempre novos conhecimentos	[____]	Inf7
Busco constantemente novos conhecimentos	[____]	Inf1
Tenho ânsia de aprender para poder enfrentar novos desafios	[____]	Inf3
Só sei se estou acertando se tiver um planejamento das minhas atividades	[____]	PI7
Defino onde quero chegar e detalho todos os passos que devo seguir	[____]	PI4
Não consigo fazer nada sem um planejamento bem detalhado	[____]	PI3

Quem não consegue planejar suas atividades tende a fracassar	[____]	Pl6
Sei onde pretendo chegar e o quanto pretendo alcançar	[____]	Me2
Sei que posso definir meus rumos de curto, médio e longo prazo	[____]	Me8
Tenho convicção que vou alcançar meus objetivos e metas	[____]	Me9
Sei determinar claramente quais são meus objetivos e metas	[____]	Me5
O que pretendo alcançar está claramente definido	[____]	Me3
Sou capaz de traçar um rumo e estabelecer os ganhos que vou ter no final	[____]	Me7
Gosto de estabelecer objetivos e metas para me sentir desafiado	[____]	Me1
Consulto meus registros antes de tomar decisões	[____]	Co5
Costumo fazer anotações e manter registros das minhas ações	[____]	Co4
Meus controles me auxiliam na revisão de meus planos	[____]	Co6
Vejo o planejamento como um guia para controlar as minhas ações	[____]	Co1
Costumo verificar se as coisas estão acontecendo como planejei	[____]	Co2

Finalização do diálogo.

— *Uma coisa que eu ainda não tenho, e você já conseguiu montar — diz Antonio — é uma boa rede de relacionamentos.*

— *Quanto a isso não se preocupe! — retruca Joaquim — Você tem qualidades! Em minha opinião sua capacidade de convencer as pessoas é boa, você se entrosa fácil, e quanto à rede de relacionamentos eu discordo de sua auto-avaliação. Chego até a pensar que ela é melhor do que a minha — finaliza Joaquim.*

— *Bondade sua! — diz Antonio, enquanto tenta disfarçar um sorriso de satisfação.*

— *Vá em frente, Antonio! Eu acredito em você! — encerrando a conversa e despedindo-se.*

Antonio e Joaquim têm essas características. Em que grau você acha que as possui? Leia as frases a seguir e coloque, dentro dos colchetes, o valor, na escala de 0 a 10, que representa o seu grau de concordância/discordância com o enunciado da frase.

Reservado
à digitação.

Tenho formas de convencer as pessoas a mudarem de opinião	[____]	Per2
Posso convencer pessoas a superar conflitos e atuar em equipe objetivando alcançar determinado resultado	[____]	Per8
Sei quais as palavras e ações adequadas para estimular as pessoas	[____]	Per6
Sou capaz de estimular as pessoas a realizarem tarefas para as quais estão desmotivadas	[____]	Per4
Sei que sou capaz de liderar uma equipe e atingir metas	[____]	Per7
Ajo de forma a motivar as pessoas e manter alto o moral em qualquer situação	[____]	Per5
Sou capaz de estabelecer rede de relações e utilizá-la para alcançar meus propósitos	[____]	Rr1
Procuo manter contato constante com as pessoas de minha rede de relações	[____]	Rr5
Procuo estabelecer uma boa rede de relacionamentos com conhecidos, amigos e pessoas que possam me ser úteis	[____]	Rr4
Sempre que posso procuro atender as solicitações que me fazem as pessoas de minha rede de relações	[____]	Rr8

Tenho como manter contato fácil com as pessoas de minha rede de relações [____] Rr7

Nome: _____ Data de nascimento: ____/____/____

Sexo: M [] F [] Curso: _____

Período: _____ Escola/Faculdade/Universidade: _____

Alguém em sua família possui negócio? Sim [] Não []. Quem? (Grau de parentesco): _____

APÊNDICE F - Relação dos códigos dos itens do questionário

(continua)

Código	Itens
Int3	Com certeza um dia terei meu próprio negócio.
Int8	Mesmo que eu trabalhe para outrem não abandonarei o desejo de ter meu próprio negócio.
Int6	Minha maior realização será ter o meu próprio negócio.
Int7	Ser auto-empregado, um empreendedor sempre foi minha aspiração.
Op8	Sinto-me capaz de identificar oportunidades de negócios e sair lucrando com isso.
Op1	Vivo em estado de alerta para alguma oportunidade que me possa surgir.
Op3	Creio sinceramente que as oportunidades estão aí para serem identificadas.
Op5	Gosto de me informar sobre as necessidades das pessoas.
Op7	Percebo as necessidades dos outros e como elas podem ser satisfeitas.
Pe2	Quando levo um tombo levanto e continuo.
Pe4	Entendo que os obstáculos existem para serem superados.
Pe7	Quando cometo um erro de planejamento, redefino as coisas e vou em frente.
Pe6	Busco, de forma permanente, atingir meus objetivos.
Pe8	Tenho um rumo traçado e procuro segui-lo, mesmo quando enfrento obstáculos.
Pe3	Encaro o fracasso como fonte de aprendizado para não cometer o mesmo erro novamente.
Pe1	Não me deixo abater pelo fracasso.
Pe5	Não confundo persistência com teimosia e só persisto se vejo chances de sucesso.
Efi1	Gosto de cumprir prazos.
Efi7	Quando é preciso, faço as adaptações necessárias para que as coisas funcionem.
Efi4	Gosto de realizar meus trabalhos de forma correta e dentro dos prazos estabelecidos.
Efi9	Quando é preciso mudar tudo, para ter melhor resultado, mudo.
Efi8	Se eu fizer mais rápido, de forma melhor e com menor custo, saio ganhando.
Efi5	Não preciso que ninguém me cobre para que as coisas sejam feitas corretamente.
Inf8	Se for preciso, pedirei ajuda a especialistas que me ensinem como fazer as coisas da melhor forma.
Inf5	Quero saber cada vez mais, pois só assim sairei na dianteira.
Inf2	Procuro estar informado sobre as coisas pertinentes ao que faço.
Inf4	Quando estou em determinado ramo, tenho que aprender tudo sobre ele.
Inf7	O mundo é dinâmico e preciso acompanhá-lo buscando sempre novos conhecimentos.
Inf1	Busco constantemente novos conhecimentos.
Inf3	Tenho ânsia de aprender para poder enfrentar novos desafios.
Pl7	Só sei se estou acertando se tiver um planejamento das minhas atividades.
Pl4	Defino onde quero chegar e detalho todos os passos que devo seguir.
Pl3	Não consigo fazer nada sem um planejamento bem detalhado.
Pl6	Quem não consegue planejar suas atividades tende a fracassar.
Me2	Sei onde pretendo chegar e o quanto pretendo alcançar.
Me8	Sei que posso definir meus rumos de curto, médio e longo prazo.
Me9	Tenho convicção que vou alcançar meus objetivos e metas.
Me5	Sei determinar claramente quais são meus objetivos e metas.
Me3	O que pretendo alcançar está claramente definido.
Me7	Sou capaz de traçar um rumo e estabelecer os ganhos que vou ter no final.
Me1	Gosto de estabelecer objetivos e metas para me sentir desafiado.
Co5	Consulto meus registros antes de tomar decisões.
Co4	Costumo fazer anotações e manter registros das minhas ações.
Co6	Meus controles me auxiliam na revisão de meus planos.
Co1	Vejo o planejamento como um guia para controlar as minhas ações.
Co2	Costumo verificar se as coisas estão acontecendo como planejei.
Per2	Tenho formas de convencer as pessoas a mudarem de opinião.

APÊNDICE F - Relação dos códigos dos itens do questionário

(conclusão)

Código	Itens
Per8	Posso convencer pessoas a superar conflitos e atuar em equipe objetivando alcançar determinado resultado.
Per6	Sei quais as palavras e ações adequadas para estimular as pessoas.
Per4	Sou capaz de estimular as pessoas a realizarem tarefas para as quais estão desmotivadas.
Per7	Sei que sou capaz de liderar uma equipe e atingir metas.
Per5	Ajo de forma a motivar as pessoas e manter alto o moral em qualquer situação.
Rr1	Sou capaz de estabelecer rede de relações e utilizá-la para alcançar meus propósitos.
Rr5	Procuro manter contato constante com as pessoas de minha rede de relações.
Rr4	Procuro estabelecer uma boa rede de relacionamentos com conhecidos, amigos e pessoas que possam me ser úteis.
Rr8	Sempre que posso procuro atender as solicitações que me fazem as pessoas de minha rede de relações.
Rr7	Tenho como manter contato fácil com as pessoas de minha rede de relações.

APENDICE G – Roteiro da Entrevista de Profundidade

- 1 – Como nasceu sua motivação para tornar-se empreendedor?
- 2 – Qual era o seu sonho, inicialmente, com o objetivo de possuir o seu próprio negócio?
- 3 – Fale um pouco sobre o ambiente onde foi criado. Por exemplo: o que faziam seus pais, o que eles almejavam para os filhos, como os incentivavam em relação ao que fazer no futuro para prover a sua subsistência?
- 4 – Na sua opinião que características são importantes para alguém que deseja empreender?
- 5 – O que representa na sua vida um fracasso em sua atividade empresarial?
- 6 – Como é o seu processo de identificação de oportunidades?
- 7 – Qual é o caminho que o senhor utiliza para aprender alguma coisa?
- 8 – O que representa o risco para o senhor?
- 9 – Quais habilidades o senhor acredita possuir e mostram-se úteis em sua atividade empresarial?
- 10 – Quais necessidades pessoais o senhor procura atender através da posse de seu próprio negócio?
- 11 – Que coisas – podem ser de ordem física ou não – o senhor considera importantes, ou seja, dá-lhes muito valor?

Tabela 5 – Redução do número de itens do construto persistência

Itens	Correlação do item com a soma dos demais	Permanência do item no construto	Média	Desvio padrão	Alfa se o item for eliminado
Quando levo um tombo levanto e continuo	0,475	Sim	8,585	1,476	0,667
Entendo que os obstáculos existem para serem superados	0,450	Sim	8,832	1,525	0,670
Quando cometo um erro de planejamento, redefino as coisas e vou em frente	0,434	Sim	8,057	1,715	0,671
Busco, de forma permanente, atingir meus objetivos	0,422	Sim	8,756	1,422	0,677
Tenho um rumo traçado e procuro segui-lo, mesmo quando enfrento obstáculos	0,407	Sim	7,786	1,903	0,676
Encaro o fracasso como fonte de aprendizado para não cometer o mesmo erro novamente	0,398	Sim	8,358	1,879	0,678
Não me deixo abater pelo fracasso	0,374	Sim	7,376	2,610	0,697
Não confundo persistência com teimosia e só persisto se vejo chances de sucesso	0,326	Sim	8,163	1,902	0,694
<i>Confiabilidade do construto (α)</i>	<i>0,707</i>				

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes de sete universidades.

Nota: Nenhum item foi eliminado, pois todos eles atingiram o mínimo de 0,3 de correlação com a soma dos demais e o α do construto atingiu 0,707.

TABELA 6 – Redução do número de itens do construto qualidade

Itens	Correlação do item com a soma dos demais	Permanência do item no construto	Média	Desvio padrão	Alfa se o item for eliminado
Quem vende coisas sem qualidade diminui suas chances de sucesso	0,406		8,529	1,996	0,525
Busco qualidade em tudo, desde o que faço até o que compro	0,350		8,541	1,486	0,549
Quem fabrica coisas sem qualidade diminui suas chances de lucro	0,333		8,515	2,143	0,544
Não me satisfaz fazer as coisas mal feitas	0,285		8,719	1,925	0,558
Minhas expectativas para comigo mesmo são sempre altas	0,282	Construto eliminado	8,300	1,721	0,560
Se eu quiser vencer tenho que fazer as coisas melhor do que os outros	0,256		8,163	1,940	0,566
Deixar de atender compromissos para mim é uma coisa normal	0,233		8,110	2,348	0,575
Acredito que o consumidor não se importa de comprar produtos ruins	0,228		8,391	2,221	0,575
Não me importo se as pessoas fazem as coisas mal feitas	0,199		8,112	2,439	0,587
<i>Confiabilidade do construto (α)</i>	<i>0,589</i>				

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes de sete universidades.

Nota: Construto eliminado. Somente com a eliminação de 7 itens o construto conseguiu superar o patamar mínimo para o α , ou seja, 0,65. Os 2 itens remanescentes, por serem muito semelhantes, não se mostraram adequados para representar o construto. Por outro lado é recomendável um mínimo de 3 itens (Hair *et al.*, 2005).

TABELA 7 – Redução do número de itens do construto eficiência

Itens	Correlação do item com a soma dos demais	Permanência do item no construto	Média	Desvio padrão	Alfa se o item for eliminado
Se for necessário fazer algo eu faço, antes que alguém me diga que devo fazê-lo	0,469	Sim	8,216	1,735	0,625
Gosto de cumprir prazos	0,462	Sim	8,398	1,804	0,625
Quando é preciso eu faço as adaptações necessárias para as coisas funcionem	0,398	Sim	8,325	1,457	0,642
Gosto de realizar meus trabalhos de forma correta e dentro dos prazos estabelecidos	0,369	Sim	8,741	1,563	0,645
Quando é preciso mudar tudo, para ter melhor resultado, eu mudo	0,359	Sim	8,239	1,625	0,647
Se eu fizer mais rápido, de forma melhor e com menor custo eu saio ganhando	0,319	Sim	8,758	1,598	0,654
Não preciso que ninguém me cobre, para eu faça as coisas de forma correta	0,307	Sim	7,287	2,493	0,665
Estou convicto de que o cliente merece ser atendido com presteza	0,271	Não	8,963	1,515	0,662
A todo o tempo eu exijo que as coisas sejam feitas da maneira correta	0,269	Não	7,795	1,738	0,663
Quando o cliente pede que seja feito de determinada forma é necessário que ele seja atendido	0,218	Não	7,823	2,069	0,677
<i>Confiabilidade do construto (α)</i>	<i>0,674</i>				

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes de sete universidades.

Nota: Foram eliminados 3 itens por não terem atingido 0,3 na correlação de cada um com a soma dos demais. O α obtido com a eliminação dos itens atingiu 0,656.

TABELA 8 – Redução do número de itens do construto riscos

Itens	Correlação do item com a soma dos demais	Permanência do item no construto	Média	Desvio padrão	Alfa se o item for eliminado
Quando posso eu corro riscos planejados	0,392		7,134	2,109	0,372
Quem não arrisca não petisca, portanto eu arrisco	0,307		6,664	2,369	0,395
Sinto que sou ousado em relação a riscos, sejam lá quais forem	0,300		6,411	2,228	0,400
Calculo sempre os riscos que corro	0,272		7,446	1,897	0,416
Com relação a riscos eu sei até onde posso ir	0,237	Construto eliminado	7,253	1,943	0,425
Risco é risco, eu tenho muito receio de arriscar	0,212		5,281	2,597	0,429
Para então tomar uma decisão procuro antes saber qual é a amplitude dos riscos que corro	0,208		8,423	1,597	0,437
Não me sinto a vontade para arriscar meu patrimônio em uma oportunidade de negócio	0,106		4,099	2,757	0,472
Acredito ser possível fazer negócios sem correr riscos	0,010		6,028	2,918	0,514
Eu não gosto de riscos desnecessários	0,002		7,403	2,508	0,504
<i>Confiabilidade do construto (α)</i>	<i>0,464</i>				

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes de sete universidades.

Nota: Somente 3 itens alcançaram correlação mínima de 0,3 com a soma dos demais. No entanto o α obtido (0,643) não atingiu o mínimo (0,65) estabelecido como ponto de corte. Optou-se pela eliminação do construto.

TABELA 9 – Redução do número de itens do construto metas

Itens	Correlação do item com a soma dos demais	Permanência do item no construto	Média	Desvio padrão	Alfa se o item for eliminado
Sei onde pretendo chegar e o quanto pretendo alcançar	0,597	Sim	7,967	1,767	0,726
Sei que posso definir meus rumos de curto, médio e longo prazos	0,592	Sim	7,439	1,909	0,724
Tenho convicção que vou alcançar meus objetivos e metas	0,536	Sim	8,464	1,569	0,737
Eu sei determinar claramente quais são meus objetivos e metas	0,526	Sim	7,549	1,924	0,734
O que eu pretendo alcançar está claramente definido	0,512	Sim	7,230	2,219	0,734
Sou capaz de traçar um rumo e estabelecer os ganhos que vou ter no final	0,477	Sim	7,412	1,811	0,741
Gosto de estabelecer objetivos e metas para me sentir desafiado	0,455	Sim	7,680	2,048	0,744
Objetivos e metas são coisas muito vagas para mim	0,285	Não	7,275	2,552	0,778
Em minha opinião metas são coisas que posso quantificar	0,214	Não	6,306	2,292	0,784
<i>Confiabilidade do construto (α)</i>	<i>0,767</i>				

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes de sete universidades.

Nota: Foram eliminados 3 itens por não terem atingido 0,3 na correlação de cada um com a soma dos demais. O α obtido com a eliminação dos itens atingiu 0,802.

TABELA 10 – Redução do número de itens do construto informações

Itens	Correlação do item com a soma dos demais	Permanência do item no construto	Média	Desvio padrão	Alfa se o item for eliminado
Se for preciso pedirei ajuda a especialistas que me ensinem como fazer as coisas da melhor forma	0,521	Sim	9,204	1,088	0,701
Quero saber cada vez mais, pois só assim eu saio na dianteira	0,480	Sim	8,286	1,815	0,696
Procuro estar informado sobre as coisas pertinentes ao que faço	0,458	Sim	8,435	1,583	0,701
Quando estou em determinado ramo eu tenho que aprender tudo sobre ele	0,455	Sim	8,817	1,467	0,703
O mundo é dinâmico e eu preciso acompanhá-lo buscando sempre novos conhecimentos	0,454	Sim	9,150	1,361	0,704
Busco constantemente novos conhecimentos	0,450	Sim	8,354	1,586	0,703
Tenho ânsia de aprender para poder enfrentar novos desafios	0,445	Sim	8,190	1,889	0,704
Acredito que estudando o que os outros fazem eu posso fazer melhor e mais barato	0,291	Não	7,196	2,166	0,747
<i>Confiabilidade do construto (α)</i>	<i>0,734</i>				

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes de sete universidades.

Nota: Foi eliminado 1 item por não ter atingido 0,3 na correlação com a soma dos demais. O α obtido com a eliminação do item atingiu 0,747.

TABELA 11 – Redução do número de itens do construto planejamento

Itens	Correlação do item com a soma dos demais	Permanência do item no construto	Média	Desvio padrão	Alfa se o item for eliminado
Só sei se estou acertando se tiver um planejamento das minhas atividades	0,458	Sim	7,404	2,013	0,494
Defino onde quero chegar e detalho todos os passos que devo seguir	0,420	Sim	7,428	1,906	0,510
Não consigo fazer nada sem um planejamento bem detalhado	0,364	Sim	6,702	2,140	0,523
Quem não consegue planejar suas atividades tende a fracassar	0,347	Sim	8,433	1,904	0,532
Estabelecer prazos, quanto vai custar e quem vai ser responsável é essencial para o sucesso de qualquer atividade/empreendimento	0,268	Não	8,954	1,400	0,558
Não preciso de planejamento, já tenho tudo anotado na cabeça	0,245	Não	6,976	2,659	0,570
Não acredito em planejamento	0,157	Não	8,753	2,278	0,592
Eu só acredito em planejamento flexível, que possa ser alterado	0,121	Não	6,844	2,152	0,600
<i>Confiabilidade do construto (α)</i>	<i>0,582</i>				

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes de sete universidades.

Nota: Foram eliminados 4 itens por não terem atingido 0,3 na correlação com a soma dos demais. O α obtido com a eliminação dos itens atingiu 0,662.

TABELA 12 – Redução do número de itens do construto controle

Itens	Correlação do item com a soma dos demais	Permanência do item no construto	Média	Desvio padrão	Alfa se o item for eliminado
Consulto meus registros antes de tomar decisões	0,543	Sim	7,296	1,965	0,657
Costumo fazer anotações e manter registros das minhas ações	0,542	Sim	6,266	2,593	0,650
Meus controles me auxiliam na revisão de meus planos	0,521	Sim	7,578	1,891	0,663
Vejo o planejamento como um guia para controlar as minhas ações	0,501	Sim	8,431	1,506	0,674
Costumo verificar se as coisas estão acontecendo como planejei	0,495	Sim	7,762	1,816	0,669
Quando eu verifico que os resultados diferem do estabelecido eu altero meu planejamento	0,325	Não	7,188	2,078	0,701
Sou completamente descontrolado, portanto não anoto nada	0,275	Não	7,652	2,591	0,720
Acredito que as pessoas que não exercem algum tipo de controle sobre suas vidas tendem ao fracasso	0,176	Não	7,638	2,265	0,734
<i>Confiabilidade do construto (α)</i>	<i>0,713</i>				

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes de sete universidades.

Nota: Foram eliminados 2 itens por não terem atingido 0,3 na correlação com a soma dos demais. Apesar de ter superado o valor mínimo para a correlação item-total 1 item foi suprimido por se entender que ele já estava contido em outros itens que apresentaram melhor correlação com a soma dos demais. O valor α obtido pelo construto alcançou 0,760.

TABELA 13 – Redução do número de itens do construto persuasão

Itens	Correlação do item com a soma dos demais	Permanência do item no construto	Média	Desvio padrão	Alfa se o item for eliminado
Tenho formas de convencer as pessoas a mudarem de opinião	0,494	Sim	6,924	1,902	0,585
Posso convencer pessoas a superar conflitos e atuar em equipe objetivando alcançar determinado resultado	0,473	Sim	7,748	1,732	0,594
Sei quais as palavras e ações adequadas para estimular as pessoas	0,464	Sim	7,231	1,713	0,596
Sou capaz de estimular as pessoas a realizarem tarefas para as quais estão desmotivadas	0,461	Sim	7,655	1,549	0,601
Sei que sou capaz de liderar uma equipe e atingir metas	0,437	Sim	7,982	1,747	0,601
Ajo de forma a motivar as pessoas e manter alto o moral em qualquer situação	0,309	Sim	7,916	1,649	0,625
Tenho dificuldades em convencer as pessoas a me seguirem	0,287	Não	5,406	2,624	0,633
Orgulho-me de poder persuadir as pessoas a fazerem o que eu quero	0,250	Não	5,014	2,854	0,649
Não acredito em persuasão, pois manda quem pode e obedece quem tem juízo	0,099	Não	6,473	2,982	0,697
<i>Confiabilidade do construto (α)</i>	<i>0,648</i>				

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes de sete universidades.

Nota: Foram eliminados 3 itens por não terem atingido 0,3 na correlação com a soma dos demais. O α obtido com a eliminação dos itens atingiu 0,756.

TABELA 14 – Redução do número de itens do construto rede de relações

Itens	Correlação do item com a soma dos demais	Permanência do item no construto	Média	Desvio padrão	Alfa se o item for eliminado
Sou capaz de estabelecer rede de relações e utilizá-la para alcançar meus propósitos	0,418	Sim	7,331	2,040	0,488
Procuro manter contato constante com as pessoas de minha rede de relações	0,376	Sim	7,922	1,650	0,512
Procuro estabelecer uma boa rede de relacionamentos com conhecidos, amigos e pessoas que possam me ser úteis	0,369	Sim	8,115	2,120	0,504
Sempre que posso procuro atender as solicitações que me fazem as pessoas de minha rede de relações	0,362	Sim	8,615	1,339	0,524
Tenho como manter contato fácil com as pessoas de minha rede de relações	0,355	Sim	8,098	1,652	0,517
Ter a quem recorrer em busca de auxílio é crucial para o sucesso de qualquer pessoa	0,194	Não	7,441	2,373	0,569
Acredito ser impossível atingir objetivos sem que se possua uma boa rede de relacionamentos	0,180	Não	6,952	2,443	0,575
Não preciso ter rede de relações, pois, sou capaz de resolver sozinho os meus problemas	0,123	Não	7,853	2,388	0,594
<i>Confiabilidade do construto (α)</i>	<i>0,569</i>				

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes de sete universidades.

Nota: Foram eliminados 3 itens por não terem atingido 0,3 na correlação com a soma dos demais. O α obtido com a eliminação dos itens alcançou 0,659.

TABELA 15 – Redução do número de itens do construto autoconfiança

Itens	Correlação do item com a soma dos demais	Permanência do item no construto	Média	Desvio padrão	Alfa se o item for eliminado
Considero-me autônomo e capaz de enxergar quais os melhores rumos para a minha vida	0,403		7,165	2,054	0,439
Tenho autoconfiança e dependo de mim para decidir os rumos de minha vida	0,378		7,862	1,962	0,451
Acredito na minha capacidade de resolver as coisas que me desafiam	0,331	Construto eliminado	8,586	1,370	0,482
Sou eu quem controla a minha vida	0,324		6,884	2,638	0,462
Aceito normas como guias de conduta, em vez de correntes para me prenderem	0,285		8,001	1,827	0,484
Aceito orientações de outrem apenas como sugestões, pois, cabe-me decidir se devo segui-las ou não	0,162		7,053	2,345	0,526
Em grande parte os meus fracassos decorreram de falhas provocadas por decisões erradas que tomei	0,117		7,185	2,184	0,539
Ninguém nasce para ser um perdedor	0,114		7,711	2,762	0,557
<i>Confiabilidade do construto (α)</i>	<i>0,527</i>				

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes de sete universidades.

Nota: Apesar de 4 itens terem alcançado o patamar de correlação mínima de 0,3 com a soma dos demais o construto foi descartado, pois o α obtido (0,604) não atingiu o mínimo (0,65) estabelecido como ponto de corte.

TABELA 16 – Redução do número de itens do construto intenção de empreender

Itens	Correlação do item com a soma dos demais	Permanência do item no construto	Média	Desvio padrão	Alfa se o item for eliminado
Com certeza um dia terei meu próprio negócio	0,725	Sim	7,279	2,655	0,705
Mesmo que eu trabalhe para outrem não abandonarei o desejo de ter meu próprio negócio	0,707	Sim	7,339	2,679	0,708
Minha maior realização será ter o meu próprio negócio	0,678	Sim	7,293	2,807	0,712
Ser auto-empregado, um empreendedor sempre foi minha aspiração	0,584	Sim	7,194	2,258	0,735
Pretendo sempre trabalhar como empregado em alguma empresa	0,493	Sim	7,138	2,758	0,746
Pessoas como eu devem pensar seriamente em abrir o seu próprio negócio	0,466	Não	6,896	2,452	0,751
Eu não me vejo trabalhando a vida toda para outra pessoa, para um patrão	0,435	Não	7,160	2,717	0,756
Ter negócio próprio, para mim, é um sonho e eu não sou sonhador	-0,692	Não	5,388	3,195	0,848
<i>Confiabilidade do construto (α)</i>	<i>0,773</i>				

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes de sete universidades.

Nota: Foram eliminados 3 itens, sendo que 1 foi descartado por ter apresentado correlação item-total negativa e 2 por ser semelhantes a outros itens e a sua supressão não alterar substancialmente o α do construto (0,844).

O construto não foi criado com a intenção de integrá-lo a escala, mas sim de correlacionar o seu escore com os obtidos nos construtos da escala e verificar seu grau de relacionamento com o potencial empreendedor.

TABELA 17 – Redução do número de itens do construto realização

Itens	Correlação do item com a soma dos demais	Permanência do item no construto	Média	Desvio padrão	Alfa se o item for eliminado
Realizar coisas, para mim, é como um desafio pessoal	0,386		8,532	1,5611	0,324
A cada degrau que subo sinto vontade de subir o que vem logo a seguir	0,373		8,266	1,6126	0,326
Quando eu supero um desafio necessito que surja outro para que eu continue motivado	0,326	Construto eliminado	7,289	2,2679	0,315
Eu tenho uma necessidade de realização muito alta	0,322		7,673	1,9683	0,328
Só vejo sentido na vida se eu estiver realizando coisas e tendo sucesso	0,320		6,739	2,4545	0,312
Eu preciso ter sempre alguém com quem competir	0,229		5,173	2,8332	0,358
Quando eu termino de construir algo eu perco o interesse nele	0,010		3,448	2,6788	0,472
Eu prefiro que outros realizem e depois me beneficiem	-0,209		6,690	2,7337	0,573
<i>Confiabilidade do construto (α)</i>	<i>0,417</i>				

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes de sete universidades.

Nota: O construto foi eliminado devido ao baixo α (0,417) apresentado e a impossibilidade de aumentá-lo através da eliminação de itens.

O construto não foi criado com a intenção de integrá-lo a escala, mas sim de correlacionar o seu escore com os obtidos nos construtos da escala e verificar o grau de relacionamento entre a necessidade de realização e o potencial empreendedor.

TABELA 18 – Redução do número de itens do construto poder

Itens	Correlação do item com a soma dos demais	Permanência do item no construto	Média	Desvio padrão	Alfa se o item for eliminado
Eu gosto de me ver como líder	0,471		7,877	2,074	0,448
Gosto mais de comandar do que ser comandado	0,453		7,342	2,298	0,445
Eu me sinto bem quando consigo fazer alguém mudar de opinião	0,410		7,688	2,090	0,464
Mandar, dar ordens é muito importante para mim	0,395		4,780	2,824	0,451
Admiro quem sabe mandar	0,215	Construto eliminado	5,625	2,917	0,515
Ter uma empresa dá a uma pessoa a sensação de poder fazer o que ela quer	0,208		5,302	2,911	0,517
Geralmente ser empregado é ser mandado durante toda a vida pelos outros	0,172		4,829	3,068	0,532
Quando alguém me procura pedindo ajuda eu sinto que ganhei o dia	0,146		7,026	2,423	0,533
Influenciar outra pessoa é invadir sua privacidade	-0,114		6,053	2,750	0,613
<i>Confiabilidade do construto (α)</i>	<i>0,535</i>				

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes de sete universidades.

Nota: O construto foi eliminado devido ao baixo α (0,535) apresentado e a impossibilidade de aumentá-lo através da eliminação de itens.

O construto não foi criado com a intenção de integrá-lo a escala, mas sim de correlacionar o seu escore com os obtidos nos construtos da escala e verificar se existe algum relacionamento entre a necessidade de poder e o potencial empreendedor.

Tabela 20 – Dados coletados com os empreendedores pesquisados

(continua)

Rr1	Rr5	Rr4	Rr8	Rr7	Int3	Int8	Int6	Int7	Situação
10,0	10,0	10,0	8,0	9,0	10,0	7,0	7,0	6,0	Fracasso
10,0	9,0	10,0	10,0	10,0	9,0	9,0	7,0	7,0	Fracasso
7,0	8,0	8,0	10,0	7,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Fracasso
9,0	9,0	9,0	9,0	9,0	9,0	9,0	9,0	9,0	Fracasso
5,0	3,0	6,0	4,0	6,0	10,0	9,0	10,0	9,0	Fracasso
8,0	9,0	10,0	9,0	8,0	10,0	9,0	10,0	10,0	Fracasso
9,0	9,0	10,0	9,0	9,0	6,0	6,0	7,0	7,0	Fracasso
8,0	8,0	9,0	8,5	7,5	9,5	10,0	8,0	8,5	Fracasso
9,0	10,0	10,0	10,0	8,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Fracasso
8,0	10,0	10,0	10,0	10,0	8,0	8,0	10,0	10,0	Fracasso
7,0	7,0	8,0	9,0	8,0	9,0	10,0	10,0	4,0	Fracasso
10,0	10,0	10,0	8,0	8,0	10,0	10,0	8,0	10,0	Fracasso
7,0	7,0	8,0	7,0	7,0	7,0	7,0	7,0	7,0	Fracasso
6,0	7,0	7,0	8,0	5,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Fracasso
6,0	9,0	10,0	8,0	8,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Fracasso
9,0	10,0	8,0	8,0	8,0	10,0	10,0	8,0	8,0	Fracasso
8,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Fracasso
10,0	10,0	10,0	9,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Fracasso
8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	9,0	8,0	Fracasso
0,0	5,0	5,0	5,0	2,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Fracasso
7,0	5,0	7,0	10,0	6,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Fracasso
9,0	10,0	10,0	10,0	8,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Fracasso
8,0	7,0	8,0	7,0	7,0	10,0	10,0	8,0	8,0	Fracasso
7,0	7,0	8,0	10,0	8,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Fracasso
9,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	5,0	Fracasso
8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	10,0	8,0	Fracasso
10,0	10,0	10,0	9,0	9,0	7,0	8,0	9,0	9,0	Fracasso
3,0	4,0	4,0	5,0	6,0	8,0	8,0	8,0	5,0	Fracasso
8,3	7,6	3,5	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Fracasso
10,0	9,0	9,0	9,0	9,5	10,0	9,0	10,0	9,0	Fracasso
7,0	8,0	8,0	8,0	8,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Fracasso
7,0	7,0	8,0	6,5	7,0	8,0	8,0	10,0	8,0	Fracasso
10,0	8,0	9,0	7,5	8,0	9,0	10,0	9,5	10,0	Fracasso
8,0	7,0	7,0	7,0	7,0	4,0	5,0	4,0	3,0	Fracasso
10,0	9,0	10,0	5,0	10,0	4,0	3,0	6,0	5,0	Fracasso
7,0	7,0	7,0	9,0	3,0	0,0	0,0	9,0	3,0	Fracasso
10,0	9,5	9,5	10,0	9,5	10,0	10,0	10,0	10,0	Fracasso
10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	8,0	8,0	8,0	7,0	Fracasso
9,5	9,5	9,5	10,0	10,0	9,0	9,0	9,0	9,0	Fracasso
8,5	7,5	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Fracasso
8,0	9,0	9,0	9,0	8,5	10,0	10,0	10,0	10,0	Fracasso
5,0	5,0	10,0	10,0	5,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Fracasso
10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Fracasso
5,0	7,0	7,0	7,0	7,0	3,0	2,0	2,0	2,0	Fracasso
9,0	10,0	10,0	8,5	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Fracasso
8,0	5,0	4,0	5,0	3,0	8,0	6,0	7,0	6,0	Fracasso
2,0	3,0	2,0	4,0	6,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Fracasso
8,0	10,0	8,0	7,0	8,0	10,0	7,0	10,0	8,0	Fracasso
8,0	7,0	8,0	10,0	9,0	7,0	7,0	10,0	8,0	Fracasso
9,5	8,0	8,5	7,5	9,0	5,0	6,5	5,0	4,0	Fracasso
10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Sucesso
7,0	5,0	5,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Sucesso
7,0	7,0	8,0	8,0	8,0	2,0	2,0	2,0	2,0	Sucesso
6,0	8,0	6,0	8,0	6,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Sucesso

Tabela 20 – Dados coletados com os empreendedores pesquisados

									(conclusão)
Rr1	Rr5	Rr4	Rr8	Rr7	Int3	Int8	Int6	Int7	Situação
6,5	7,0	7,0	9,0	9,0	10,0	10,0	8,5	10,0	Sucesso
8,5	8,5	8,5	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Sucesso
10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	8,0	0,0	7,0	9,0	Sucesso
8,0	9,0	9,0	9,0	9,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Sucesso
8,0	9,0	9,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Sucesso
10,0	6,0	7,0	8,0	2,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Sucesso
7,5	8,0	8,5	8,5	8,5	9,0	9,0	9,0	9,0	Sucesso
10,0	10,0	10,0	10,0	9,0	10,0	8,0	9,0	10,0	Sucesso
8,0	9,0	10,0	10,0	9,5	6,5	7,5	6,0	7,0	Sucesso
6,0	8,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Sucesso
9,0	8,0	9,0	9,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Sucesso
10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Sucesso
8,0	9,0	8,0	8,0	7,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Sucesso
6,0	7,0	6,0	7,0	8,0	10,0	8,0	10,0	8,0	Sucesso
9,0	9,0	10,0	9,0	9,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Sucesso
10,0	10,0	10,0	9,0	10,0	3,0	5,0	5,0	10,0	Sucesso
9,0	10,0	8,0	8,0	8,5	7,0	7,0	7,0	7,5	Sucesso
6,0	8,0	5,0	9,0	7,0	10,0	10,0	8,0	6,0	Sucesso
8,0	8,0	8,0	8,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Sucesso
9,0	9,0	9,0	9,5	9,0	9,0	9,0	9,5	9,5	Sucesso
7,0	7,0	9,0	9,0	8,0	8,0	8,0	5,0	6,0	Sucesso
10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	0,0	0,0	10,0	Sucesso
8,0	8,0	9,0	9,0	8,0	5,0	7,0	10,0	10,0	Sucesso
10,0	8,0	10,0	8,0	8,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Sucesso
8,0	9,0	9,0	10,0	10,0	10,0	9,0	8,0	9,0	Sucesso
9,0	8,0	9,0	8,0	8,0	9,0	9,0	8,0	9,0	Sucesso
9,0	8,0	7,0	9,0	8,0	10,0	9,0	8,0	9,0	Sucesso
10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	9,0	9,0	9,0	9,0	Sucesso
8,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	8,0	8,0	Sucesso
9,0	8,0	9,0	9,0	8,0	10,0	9,0	9,0	9,0	Sucesso
8,0	6,0	6,0	6,0	8,0	8,0	10,0	10,0	8,0	Sucesso
8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	9,0	9,0	9,0	9,0	Sucesso
6,0	8,3	8,0	8,0	9,0	9,0	9,0	9,0	9,0	Sucesso
10,0	9,0	10,0	5,0	6,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Sucesso
8,0	8,0	9,0	9,0	8,0	9,0	8,0	9,0	9,0	Sucesso
8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	10,0	10,0	8,0	8,0	Sucesso
6,0	7,0	7,0	8,0	7,0	8,0	8,0	8,0	8,0	Sucesso
8,0	8,0	8,0	8,0	9,0	10,0	10,0	9,0	9,0	Sucesso
8,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Sucesso
10,0	10,0	10,0	9,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Sucesso
10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	8,0	7,0	8,0	8,0	Sucesso
7,0	6,0	6,0	7,0	7,0	10,0	9,0	10,0	8,0	Sucesso
8,0	8,0	8,0	8,0	7,5	9,5	9,0	9,5	9,5	Sucesso
9,0	8,0	9,0	10,0	8,0	10,0	10,0	8,0	8,0	Sucesso
10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Sucesso
9,0	8,0	9,0	9,0	9,0	10,0	10,0	10,0	10,0	Sucesso

Fonte: Pesquisa com empresários.

Tabela 27 – Estatísticas descritivas da comparação de dois grupos retirados da amostra de estudantes da UFAL

(continua)

Item	Discriminação	Amostra	Média	Desvio padrão	Erro padrão das médias
Int3	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	5,987	2,621	0,247
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	8,017	2,081	0,195
Int8	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,235	2,553	0,240
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	8,065	2,136	0,200
Int6	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	5,420	2,892	0,272
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	7,348	2,838	0,266
Int7	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	5,115	2,644	0,249
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	7,446	2,540	0,238
Op8	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	5,841	1,931	0,182
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	8,218	1,514	0,142
Op1	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,034	2,050	0,193
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	8,730	1,503	0,141
Op3	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	7,263	2,076	0,195
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,178	1,156	0,108
Op5	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,400	1,967	0,185
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	8,689	1,365	0,128
Op7	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,217	1,898	0,179
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	8,414	1,262	0,118
Pe2	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	7,381	1,792	0,169
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,383	0,966	0,091
Pe4	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	8,265	1,750	0,165
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,741	0,554	0,052
Pe7	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	7,354	1,574	0,148
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,384	0,771	0,072
Pe6	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	7,398	1,681	0,158
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,564	0,817	0,077
Pe8	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,593	2,184	0,206
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,314	0,944	0,088
Pe3	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	7,571	1,942	0,183
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,507	0,850	0,080
Pe1	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,416	2,008	0,189
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,177	1,140	0,107
Pe5	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,881	2,183	0,205
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,000	1,139	0,107
Efi1	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	7,133	2,657	0,250
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,406	1,031	0,097
Efi7	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	7,358	1,553	0,146
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,263	0,960	0,090
Efi4	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	7,819	2,045	0,192
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,654	0,620	0,058
Efi9	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,845	1,723	0,162
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,118	1,191	0,112
Efi8	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	7,478	2,271	0,214
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	8,932	1,755	0,164
Efi5	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,483	2,282	0,215
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,012	1,403	0,131
Inf8	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	8,742	1,426	0,134
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,726	0,553	0,052

Tabela 27 – Estatísticas descritivas da comparação de dois grupos retirados da amostra de estudantes da UFAL

(continua)

Item	Discriminação	Amostra	Média	Desvio padrão	Erro padrão das médias
Inf5	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	8,227	1,577	0,148
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,660	0,678	0,064
Inf2	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	7,858	1,757	0,165
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,670	0,595	0,056
Inf4	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	8,186	1,522	0,143
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,644	0,641	0,060
Inf7	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	8,487	1,458	0,137
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,842	0,384	0,036
Inf1	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	7,372	1,759	0,165
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,380	0,724	0,068
Inf3	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	7,233	1,796	0,169
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,373	0,968	0,091
Pl7	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,049	2,083	0,196
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	8,799	1,232	0,115
Pl4	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	5,929	1,981	0,186
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,058	0,968	0,091
Pl3	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	5,127	2,274	0,214
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	7,800	1,852	0,174
Pl6	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	5,805	2,658	0,250
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	8,531	1,805	0,169
Me2	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,063	2,180	0,205
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,082	1,170	0,110
Me8	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	5,686	2,460	0,231
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	8,882	1,434	0,134
Me9	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,695	2,166	0,204
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,397	0,873	0,082
Me5	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,175	2,212	0,208
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,017	1,373	0,129
Me3	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	5,757	2,352	0,221
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	8,875	1,173	0,110
Me7	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	5,655	2,070	0,195
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	8,790	1,096	0,103
Me1	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	5,929	2,283	0,215
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	8,941	1,126	0,105
Co5	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	5,628	2,266	0,213
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,008	1,026	0,096
Co4	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	5,236	2,577	0,242
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	8,772	1,464	0,137
Co6	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	5,744	2,323	0,219
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	8,925	1,271	0,119
Co1	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,447	2,102	0,198
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,297	0,919	0,086
Co2	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,814	1,977	0,186
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,475	0,692	0,065
Per2	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,261	2,062	0,194
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	8,528	1,236	0,116
Per8	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,498	1,875	0,176
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	8,976	0,910	0,085

Tabela 27 – Estatísticas descritivas da comparação de dois grupos retirados da amostra de estudantes da UFAL

(conclusão)					
Item	Discriminação	Amostra	Média	Desvio padrão	Erro padrão das médias
Per6	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,303	1,823	0,171
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	8,769	0,977	0,092
Per4	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,130	1,928	0,181
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	8,957	0,876	0,082
Per7	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,522	1,767	0,166
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,133	1,029	0,096
Per5	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,269	1,691	0,159
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,021	1,042	0,098
Rr1	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,332	2,084	0,196
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,159	1,178	0,110
Rr5	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	6,754	2,102	0,198
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,126	1,153	0,108
Rr4	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	7,013	2,134	0,201
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,339	1,075	0,101
Rr8	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	7,417	1,963	0,185
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,528	0,636	0,060
Rr7	Grupo 1: pontuação igual ou inferior ao percentil 25	113	7,047	2,085	0,196
	Grupo 2: pontuação igual ou superior ao percentil 75	114	9,361	0,885	0,083

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas

Nota: Os valores em negrito correspondem a média mais alta em cada comparação dos grupos 1 e 2.

Tabela 29 – Análise da confiabilidade da escala utilizando-se os dados obtidos com estudantes da UFAL

(continua)

Itens	Média da escala se o item for eliminado	Variância da escala se o item for eliminado	Correlação item-total	Alfa se o item for eliminado
Int3	444,692	2978,339	0,417	0,951
Int8	444,597	2981,417	0,393	0,951
Int6	445,227	2972,142	0,353	0,952
Int7	445,452	2958,207	0,440	0,951
Op8	444,785	2988,092	0,480	0,950
Op1	444,501	2969,109	0,535	0,950
Op3	443,596	3004,692	0,459	0,950
Op5	444,399	2991,364	0,461	0,950
Op7	444,684	2998,941	0,448	0,950
Pe2	443,266	3005,127	0,519	0,950
Pe4	442,656	3019,310	0,523	0,950
Pe7	443,300	3003,235	0,563	0,950
Pe6	443,063	2993,961	0,612	0,950
Pe8	443,670	2971,667	0,577	0,950
Pe3	443,141	3003,656	0,481	0,950
Pe1	443,767	2972,234	0,602	0,950
Pe5	443,711	3001,189	0,441	0,950
Efi1	443,352	2995,001	0,431	0,951
Efi7	443,405	3013,573	0,487	0,950
Efi4	442,946	3007,193	0,504	0,950
Efi9	443,756	3002,242	0,452	0,950
Efi8	443,547	3031,980	0,252	0,951
Efi5	443,931	2984,687	0,449	0,951
Inf8	442,591	3052,902	0,284	0,951
Inf5	442,790	3032,073	0,415	0,951
Inf2	442,970	3018,056	0,497	0,950
Inf4	442,773	3027,794	0,457	0,951
Inf7	442,482	3029,062	0,529	0,950
Inf1	443,407	3010,266	0,495	0,950
Inf3	443,446	2996,209	0,551	0,950
PI7	444,318	2973,971	0,517	0,950
PI4	444,165	2958,598	0,628	0,950
PI3	445,309	2972,720	0,461	0,950
PI6	444,600	2981,127	0,390	0,951
Me2	444,025	2966,986	0,562	0,950
Me8	444,368	2952,212	0,548	0,950
Me9	443,522	2972,808	0,583	0,950
Me5	443,943	2973,636	0,544	0,950
Me3	444,338	2962,419	0,537	0,950
Me7	444,523	2965,944	0,566	0,950
Me1	444,211	2962,799	0,572	0,950
Co5	444,422	2957,991	0,560	0,950
Co4	444,789	2947,794	0,495	0,950
Co6	444,386	2960,743	0,528	0,950
Co1	443,826	2972,422	0,565	0,950
Co2	443,587	2985,987	0,529	0,950
Per2	444,309	2993,577	0,472	0,950
Per8	443,980	2983,730	0,569	0,950
Per6	444,199	2984,071	0,575	0,950
Per4	444,131	2970,562	0,608	0,950

Tabela 29 – Análise da confiabilidade da escala utilizando-se os dados obtidos com estudantes da UFAL

Itens	(conclusão)			
	Média da escala se o item for eliminado	Variância da escala se o item for eliminado	Correlação item-total	Alfa se o item for eliminado
Per7	443,779	2977,601	0,581	0,950
Per5	444,054	2971,315	0,625	0,950
Rr1	444,001	2970,091	0,576	0,950
Rr5	443,845	2984,938	0,531	0,950
Rr4	443,571	2986,515	0,510	0,950
Rr8	443,291	3001,590	0,534	0,950
Rr7	443,576	2989,573	0,511	0,950

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas

Notas: n = 455.

Itens: 57.

$\alpha = 0,951$

Tabela 30 – Matriz de correlações das 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL

(conclusão)

Itens	Co1	Co2	Per2	Per8	Per6	Per4	Per7	Per5	Rr1	Rr5	Rr4	Rr8	Rr7	
Per4	0,254	0,259	0,621	0,772	0,734	1,000								
Per7	0,222	0,246	0,544	0,589	0,586	0,639	1,000							
Per5	0,202	0,224	0,548	0,679	0,621	0,718	0,637	1,000						
Rr1	0,213	0,194	0,526	0,537	0,512	0,546	0,576	0,567	1,000					
Rr5	0,247	0,293	0,357	0,411	0,467	0,437	0,425	0,470	0,600	1,000				
Rr4	0,240	0,310	0,338	0,331	0,372	0,363	0,400	0,408	0,550	0,778	1,000			
Rr8	0,292	0,209	0,335	0,373	0,381	0,417	0,386	0,428	0,543	0,559	0,626	1,000		
Rr7	0,206	0,245	0,379	0,406	0,404	0,462	0,405	0,418	0,590	0,678	0,684	0,641	1,000	

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas

Tabela 31 – Matriz da significância das correlações das 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL

(conclusão)

Itens	Co1	Co2	Per2	Per8	Per6	Per4	Per7	Per5	Rr1	Rr5	Rr4	Rr8	Rr7
Per4	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000								
Per7	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000							
Per5	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000						
Rr1	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000					
Rr5	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000				
Rr4	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000			
Rr8	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		
Rr7	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas.

Tabela 32 – Resultados do teste de esfericidade de Bartlett e da medida de adequação amostral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) para as 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL

Discriminação	Resultado
Medida de adequação amostral de Kaiser-Meyer-Olkin.	0,923
Teste de esfericidade de Bartlett	
Qui-quadrado aproximado	15.745,768
Graus de liberdade (gl)	1.596
Significância	0,000

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas.

Tabela 33 – Matriz de correlações anti-imagem das 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL

(conclusão)

Itens	Co1	Co2	Per2	Per8	Per6	Per4	Per7	Per5	Rr1	Rr5	Rr4	Rr8	Rr7
Per4	0,013	0,019	-0,048	-0,282	-0,350	0,946							
Per7	0,001	-0,021	-0,110	-0,079	-0,072	-0,152	0,957						
Per5	0,071	0,058	-0,007	-0,143	-0,084	-0,218	-0,207	0,958					
Rr1	0,000	0,106	-0,146	-0,071	0,011	0,018	-0,132	-0,076	0,956				
Rr5	-0,027	-0,014	0,072	-0,021	-0,125	0,010	0,046	-0,080	-0,195	0,914			
Rr4	0,025	-0,127	-0,047	0,054	-0,002	0,076	-0,063	-0,004	-0,017	-0,535	0,896		
Rr8	-0,119	0,149	0,036	0,012	0,077	-0,047	-0,013	-0,071	-0,152	0,032	-0,264	0,923	
Rr7	0,023	-0,081	-0,048	-0,022	0,035	-0,144	0,066	0,092	-0,115	-0,224	-0,191	-0,290	0,929

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas.

Tabela 34 – Resultados da medida de adequação amostral (MSA) por item da escala com as 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL

		(continua)
Itens	Descrição do Item	MSA
Int3	Com certeza um dia terei meu próprio negócio	0,873
Int8	Mesmo que eu trabalhe para outrem não abandonarei o desejo de ter meu próprio negócio	0,859
Int6	Minha maior realização será ter o meu próprio negócio	0,855
Int7	Ser auto-empregado, um empreendedor sempre foi minha aspiração	0,888
Op8	Sinto-me capaz de identificar oportunidades de negócios e sair lucrando com isso	0,938
Op1	Vivo em estado de alerta para alguma oportunidade que me possa surgir	0,923
Op3	Creio sinceramente que as oportunidades estão aí para serem identificadas	0,959
Op5	Gosto de me informar sobre as necessidades das pessoas	0,876
Op7	Percebo as necessidades dos outros e como elas podem ser satisfeitas	0,888
Pe2	Quando levo um tombo levanto e continuo	0,933
Pe4	Entendo que os obstáculos existem para serem superados	0,907
Pe7	Quando cometo um erro de planejamento, redefino as coisas e vou em frente	0,944
Pe6	Busco, de forma permanente, atingir meus objetivos	0,946
Pe8	Tenho um rumo traçado e procuro segui-lo, mesmo quando enfrento obstáculos	0,953
Pe3	Encaro o fracasso como fonte de aprendizado para não cometer o mesmo erro novamente	0,910
Pe1	Não me deixo abater pelo fracasso	0,936
Pe5	Não confundo persistência com teimosia e só persisto se vejo chances de sucesso	0,937
Efi1	Gosto de cumprir prazos	0,865
Efi7	Quando é preciso, faço as adaptações necessárias para que as coisas funcionem	0,947
Efi4	Gosto de realizar meus trabalhos de forma correta e dentro dos prazos estabelecidos	0,895
Efi9	Quando é preciso mudar tudo, para ter melhor resultado, mudo	0,927
Efi8	Se eu fizer mais rápido, de forma melhor e com menor custo, saio ganhando	0,831
Efi5	Não preciso que ninguém me cobre para que as coisas sejam feitas corretamente	0,923
Inf8	Se for preciso, pedirei ajuda a especialistas que me ensinem como fazer as coisas da melhor forma	0,850
Inf5	Quero saber cada vez mais, pois só assim sairei na dianteira	0,879
Inf2	Procuo estar informado sobre as coisas pertinentes ao que faço	0,928
Inf4	Quando estou em determinado ramo, tenho que aprender tudo sobre ele	0,920
Inf7	O mundo é dinâmico e preciso acompanhá-lo buscando sempre novos conhecimentos	0,940
Inf1	Busco constantemente novos conhecimentos	0,915
Inf3	Tenho ânsia de aprender para poder enfrentar novos desafios	0,938
PI7	Só sei se estou acertando se tiver um planejamento das minhas atividades	0,921
PI4	Defino onde quero chegar e detalho todos os passos que devo seguir	0,939
PI3	Não consigo fazer nada sem um planejamento bem detalhado	0,890
PI6	Quem não consegue planejar suas atividades tende a fracassar	0,879
Me2	Sei onde pretendo chegar e o quanto pretendo alcançar	0,943
Me8	Sei que posso definir meus rumos de curto, médio e longo prazo	0,923
Me9	Tenho convicção que vou alcançar meus objetivos e metas	0,940
Me5	Sei determinar claramente quais são meus objetivos e metas	0,918
Me3	O que pretendo alcançar está claramente definido	0,919
Me7	Sou capaz de traçar um rumo e estabelecer os ganhos que vou ter no final	0,949
Me1	Gosto de estabelecer objetivos e metas para me sentir desafiado	0,957
Co5	Consulto meus registros antes de tomar decisões	0,949
Co4	Costumo fazer anotações e manter registros das minhas ações	0,883
Co6	Meus controles me auxiliam na revisão de meus planos	0,883
Co1	Vejo o planejamento como um guia para controlar as minhas ações	0,923
Co2	Costumo verificar se as coisas estão acontecendo como planejei	0,920
Per2	Tenho formas de convencer as pessoas a mudarem de opinião	0,932
Per8	Posso convencer pessoas a superar conflitos e atuar em equipe objetivando alcançar determinado resultado	0,935
Per6	Sei quais as palavras e ações adequadas para estimular as pessoas	0,936
Per4	Sou capaz de estimular as pessoas a realizarem tarefas para as quais estão desmotivadas	0,946
Per7	Sei que sou capaz de liderar uma equipe e atingir metas	0,957
Per5	Ajo de forma a motivar as pessoas e manter alto o moral em qualquer situação	0,958
Rr1	Sou capaz de estabelecer rede de relações e utilizá-la para alcançar meus propósitos	0,956
Rr5	Procuo manter contato constante com as pessoas de minha rede de relações	0,914

Tabela 34 – Resultados da medida de adequação amostral (MSA) por item da escala com as 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL

		(conclusão)
Itens	Descrição do Item	MSA
Rr4	Procuo estabelecer uma boa rede de relacionamentos com conhecidos, amigos e pessoas que possam me ser úteis	0,896
Rr8	Sempre que posso procuro atender as solicitações que me fazem as pessoas de minha rede de relações	0,923
Rr7	Tenho como manter contato fácil com as pessoas de minha rede de relações	0,929
Medida de adequação amostral (Measure of Sampling Adequacy – MSA) da escala ⁽¹⁾		0,923

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas.

Nota: ⁽¹⁾O termo escala aqui está sendo utilizado para designar o conjunto de todos os itens, inclusive os referentes a intenção de empreender

Tabela 35 – Comunalidades da análise de componentes principais da escala com as 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL

Itens	Inicial	Extração	Itens	Inicial	Extração	Itens	Inicial	Extração
Int3	1,000	0,803	Efi4	1,000	0,772	Me3	1,000	0,712
Int8	1,000	0,806	Efi9	1,000	0,438	Me7	1,000	0,595
Int6	1,000	0,770	Efi8	1,000	0,746	Me1	1,000	0,525
Int7	1,000	0,780	Efi5	1,000	0,604	Co5	1,000	0,689
Op8	1,000	0,571	Inf8	1,000	0,493	Co4	1,000	0,775
Op1	1,000	0,572	Inf5	1,000	0,602	Co6	1,000	0,797
Op3	1,000	0,473	Inf2	1,000	0,637	Co1	1,000	0,703
Op5	1,000	0,660	Inf4	1,000	0,648	Co2	1,000	0,604
Op7	1,000	0,671	Inf7	1,000	0,616	Per2	1,000	0,661
Pe2	1,000	0,665	Inf1	1,000	0,727	Per8	1,000	0,802
Pe4	1,000	0,719	Inf3	1,000	0,683	Per6	1,000	0,713
Pe7	1,000	0,658	Pl7	1,000	0,723	Per4	1,000	0,794
Pe6	1,000	0,587	Pl4	1,000	0,656	Per7	1,000	0,641
Pe8	1,000	0,588	Pl3	1,000	0,733	Per5	1,000	0,716
Pe3	1,000	0,569	Pl6	1,000	0,662	Rr1	1,000	0,668
Pe1	1,000	0,668	Me2	1,000	0,681	Rr5	1,000	0,777
Pe5	1,000	0,359	Me8	1,000	0,678	Rr4	1,000	0,825
Efi1	1,000	0,779	Me9	1,000	0,665	Rr8	1,000	0,662
Efi7	1,000	0,591	Me5	1,000	0,724	Rr7	1,000	0,753

Tabela 36 – Variância total explicada da análise de componentes principais da escala com as 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL

(continua)

Componentes	Autovalores iniciais			Soma das saturações ao quadrado da extração			Soma das saturações ao quadrado da rotação		
	Total	% da variância	% acumulado	Total	% da variância	% acumulado	Total	% da variância	% acumulado
1	16,465	28,885	28,885	16,465	28,885	28,885	5,066	8,887	8,887
2	3,675	6,447	35,332	3,675	6,447	35,332	4,929	8,647	17,534
3	2,992	5,249	40,581	2,992	5,249	40,581	3,814	6,691	24,225
4	2,478	4,347	44,929	2,478	4,347	44,929	3,703	6,497	30,722
5	2,345	4,115	49,043	2,345	4,115	49,043	3,398	5,962	36,684
6	1,826	3,204	52,247	1,826	3,204	52,247	3,338	5,857	42,541
7	1,777	3,117	55,364	1,777	3,117	55,364	3,051	5,353	47,894
8	1,603	2,812	58,176	1,603	2,812	58,176	2,693	4,725	52,618
9	1,493	2,619	60,795	1,493	2,619	60,795	2,457	4,310	56,928
10	1,301	2,283	63,078	1,301	2,283	63,078	2,389	4,191	61,119
11	1,158	2,032	65,110	1,158	2,032	65,110	1,902	3,338	64,456
12	1,078	1,892	67,002	1,078	1,892	67,002	1,451	2,546	67,002
13	0,992	1,740	68,742						
14	0,902	1,582	70,324						
15	0,842	1,477	71,801						
16	0,768	1,348	73,149						
17	0,730	1,281	74,430						
18	0,717	1,259	75,689						
19	0,683	1,199	76,888						
20	0,658	1,154	78,042						
21	0,655	1,149	79,191						
22	0,609	1,068	80,259						
23	0,580	1,017	81,277						
24	0,562	0,986	82,263						
25	0,551	0,967	83,230						
26	0,543	0,953	84,183						
27	0,522	0,915	85,097						
28	0,498	0,873	85,971						
29	0,471	0,826	86,797						
30	0,448	0,787	87,584						
31	0,432	0,758	88,342						
32	0,417	0,731	89,073						
33	0,382	0,671	89,744						
34	0,366	0,642	90,386						
35	0,351	0,616	91,002						
36	0,346	0,607	91,608						
37	0,324	0,568	92,177						
38	0,316	0,554	92,731						
39	0,306	0,537	93,268						
40	0,290	0,509	93,777						
41	0,289	0,508	94,285						
42	0,281	0,493	94,778						
43	0,267	0,468	95,246						
44	0,264	0,462	95,709						
45	0,242	0,424	96,133						
46	0,237	0,416	96,549						

Tabela 36 – Variância total explicada da análise de componentes principais da escala com as 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL

(conclusão)

Componentes	Autovalores iniciais			Soma das saturações ao quadrado da extração			Soma das saturações ao quadrado da rotação		
	Total	% da variância	% acumulado	Total	% da variância	% acumulado	Total	% da variância	% acumulado
47	0,233	0,410	96,958						
48	0,207	0,364	97,322						
49	0,205	0,360	97,682						
50	0,198	0,348	98,029						
51	0,193	0,339	98,368						
52	0,178	0,312	98,680						
53	0,169	0,297	98,977						
54	0,165	0,289	99,266						
55	0,154	0,271	99,537						
56	0,139	0,244	99,781						
57	0,125	0,219	100,000						

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas.

Nota: Método de extração – análise de componentes principais.

Tabela 38 – Matriz reproduzida e de correlações residuais da escala com as 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL

(continuação)

Itens	Co1	Co2	Per2	Per8	Per6	Per4	Per7	Per5	Rr1	Rr5	Rr4	Rr8	Rr7								
Pe5	0,250	0,223	0,220	0,299	0,291	0,286	0,256	0,269	0,210	0,216	0,226	0,267	0,217
Efi1	0,363	0,301	0,106	0,216	0,204	0,176	0,115	0,164	0,086	0,161	0,174	0,272	0,158
Efi7	0,354	0,378	0,274	0,338	0,345	0,327	0,256	0,329	0,215	0,197	0,222	0,280	0,178
Efi4	0,336	0,297	0,124	0,235	0,235	0,208	0,191	0,226	0,164	0,231	0,249	0,329	0,229
Efi9	0,354	0,344	0,203	0,245	0,285	0,268	0,254	0,307	0,237	0,204	0,225	0,239	0,166
Efi8	0,070	0,083	0,162	0,183	0,151	0,185	0,106	0,276	0,161	0,030	0,101	0,143	0,075
Efi5	0,164	0,156	0,184	0,274	0,245	0,281	0,270	0,380	0,291	0,196	0,188	0,291	0,232
Inf8	0,244	0,181	0,130	0,150	0,130	0,175	0,143	0,119	0,084	0,094	0,159	0,211	0,116
Inf5	0,226	0,211	0,236	0,249	0,200	0,287	0,227	0,285	0,203	0,104	0,177	0,232	0,158
Inf2	0,283	0,312	0,170	0,190	0,184	0,233	0,237	0,259	0,246	0,223	0,296	0,333	0,266
Inf4	0,284	0,300	0,221	0,228	0,224	0,272	0,257	0,260	0,223	0,187	0,269	0,282	0,214
Inf7	0,321	0,325	0,236	0,262	0,270	0,304	0,305	0,299	0,294	0,288	0,360	0,376	0,310
Inf1	0,192	0,181	0,170	0,234	0,199	0,278	0,319	0,334	0,324	0,230	0,201	0,297	0,284
Inf3	0,227	0,210	0,214	0,264	0,248	0,325	0,373	0,391	0,399	0,300	0,289	0,353	0,344
Pl7	0,489	0,313	0,212	0,281	0,249	0,312	0,236	0,259	0,196	0,141	0,128	0,230	0,147
Pl4	0,556	0,443	0,253	0,329	0,334	0,351	0,295	0,302	0,252	0,243	0,232	0,283	0,222
Pl3	0,547	0,371	0,078	0,120	0,128	0,158	0,097	0,137	0,138	0,149	0,165	0,236	0,140
Pl6	0,400	0,264	0,162	0,189	0,167	0,208	0,092	0,188	0,168	0,146	0,211	0,272	0,173
Me2	0,320	0,325	0,152	0,226	0,261	0,239	0,285	0,286	0,298	0,329	0,334	0,293	0,320
Me8	0,282	0,274	0,164	0,253	0,266	0,261	0,299	0,319	0,310	0,301	0,275	0,263	0,302
Me9	0,274	0,267	0,183	0,278	0,303	0,300	0,383	0,360	0,348	0,341	0,297	0,275	0,322
Me5	0,316	0,321	0,196	0,281	0,321	0,293	0,350	0,317	0,299	0,297	0,258	0,219	0,265
Me3	0,321	0,320	0,175	0,259	0,295	0,275	0,336	0,300	0,287	0,282	0,233	0,203	0,254
Me7	0,343	0,365	0,324	0,387	0,394	0,412	0,403	0,417	0,380	0,317	0,261	0,262	0,302
Me1	0,364	0,389	0,323	0,377	0,373	0,393	0,349	0,390	0,311	0,219	0,188	0,200	0,211
Co5	0,609	0,543	0,157	0,196	0,262	0,255	0,265	0,272	0,264	0,271	0,231	0,260	0,199
Co4	0,608	0,545	0,121	0,162	0,235	0,217	0,235	0,239	0,217	0,228	0,152	0,180	0,131
Co6	0,660	0,593	0,118	0,157	0,238	0,212	0,229	0,221	0,189	0,216	0,158	0,181	0,112
Co1	0,703	0,606	0,175	0,209	0,277	0,249	0,208	0,211	0,200	0,277	0,274	0,278	0,190
Co2	-0,017	0,604	0,207	0,214	0,285	0,251	0,215	0,230	0,232	0,296	0,303	0,265	0,218
Per2	-0,002	0,024	0,661	0,712	0,657	0,708	0,568	0,631	0,515	0,384	0,331	0,358	0,376
Per8	0,018	0,022	-0,028	0,802	0,737	0,791	0,650	0,714	0,556	0,399	0,323	0,386	0,391
Per6	-0,016	-0,015	-0,053	-0,056	0,713	0,737	0,630	0,672	0,558	0,450	0,377	0,404	0,415

Tabela 38 – Matriz reproduzida e de correlações residuais da escala com as 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL

(conclusão)

Itens	Co1	Co2	Per2	Per8	Per6	Per4	Per7	Per5	Rr1	Rr5	Rr4	Rr8	Rr7										
Per4	0,005	0,008	-0,087	-0,019	-0,003	0,794	0,669	0,726	0,591	0,442	0,369	0,420	0,429
Per7	0,014	0,030	-0,024	-0,060	-0,045	-0,031	0,641	0,647	0,576	0,468	0,388	0,404	0,445
Per5	-0,009	-0,006	-0,083	-0,036	-0,050	-0,008	-0,010	0,716	0,607	0,458	0,391	0,431	0,454
Rr1	0,013	-0,038	0,010	-0,019	-0,046	-0,046	0,000	-0,040	0,668	0,644	0,610	0,566	0,639
Rr5	-0,030	-0,003	-0,027	0,012	0,017	-0,005	-0,044	0,012	-0,044	0,777	0,773	0,665	0,746
Rr4	-0,034	0,007	0,007	0,009	-0,005	-0,006	0,012	0,017	-0,060	0,004	0,825	0,702	0,763
Rr8	0,014	-0,057	-0,023	-0,013	-0,024	-0,004	-0,018	-0,003	-0,023	-0,105	-0,076	0,662	0,673
Rr7	0,016	0,027	0,003	0,015	-0,010	0,032	-0,041	-0,036	-0,049	-0,067	-0,078	-0,032	0,753

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas.

Notas: Os resíduos representam a diferença entre as correlações observadas e reproduzidas.

O número de resíduos com valores absolutos maiores do que 0,05 é 157 (9,0%).

Tabela 39 – Análise de componentes principais via rotação varimax com cargas de fatores, communalidades e coeficientes alfas da escala com as 57 questões aplicadas em estudantes da UFAL

Itens	Componentes (fatores)												(conclusão)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	h ² (¹)	α (²)
Sub-escala: Persuasão ($\alpha = ,915$)														
Per2	,047	,754	,029	,065	,165	,035	,101	,200	,028	,058	-,029	,041	,661	0,909
Per8	,124	,837	,024	,115	,126	,063	,081	,132	,137	,089	,036	,040	,802	0,892
Per6	,155	,756	,145	,176	,195	,025	,057	,092	,107	,043	-,025	,031	,713	0,899
Per4	,129	,814	,082	,135	,174	,084	,123	,127	,067	,098	,067	,045	,794	0,889
Per7	,218	,647	,098	,242	,231	,138	,101	,028	-,005	-,031	,151	-,005	,641	0,908
Per5	,186	,707	,083	,160	,217	,112	,083	,116	,047	,025	,181	,182	,716	0,900
0														
Sub-escala: Rede de relações ($\alpha = ,892$)														
Rr1	,182	,496	,078	,159	,539	,078	,041	,131	-,051	,017	,177	,085	,668	0,886
Rr5	,178	,285	,146	,117	,781	,088	,024	,077	,043	-,002	,035	-,038	,777	0,857
Rr4	,135	,167	,086	,124	,842	,038	,148	,130	,064	,039	-,028	,039	,825	0,856
Rr8	,080	,246	,072	,113	,685	,022	,178	,073	,184	,140	,111	,062	,662	0,879
Rr7	,168	,263	,002	,095	,775	,059	,075	,133	,051	,039	,123	-,004	,753	0,860
AV ⁽³⁾	5,07	4,93	3,81	3,70	3,40	3,34	3,05	2,69	2,46	2,39	1,90	1,45
PT Γ ⁽⁴⁾	8,89	8,65	6,69	6,50	5,96	5,86	5,35	4,72	4,31	4,19	3,34	2,55

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas.

Notas: Valores em negrito representam as cargas fatoriais de maior importância.

Notas: O coeficiente α de Cronbach para a escala total é = ,951)

(¹) Communalidades

(²) Confiabilidade de toda a escala se o item for suprimido

(³) Autovalores (*eigenvalues*)

(⁴) Porcentagem do traço (traço=57)

Tabela 40 – Matriz de correlações das 49 questões restantes após a eliminação de 8 itens

																					(conclusão)				
Itens	Inf7	Pl7	Pl4	Pl3	Pl6	Me2	Me8	Me9	Me5	Me3	Me7	Me1	Co5	Co4	Co6	Co1	Co2	Per2	Per8	Per6	Per4	Per7			
Co2	0,291	0,345	0,499	0,338	0,243	0,332	0,279	0,243	0,315	0,259	0,326	0,380	0,473	0,476	0,489	0,588	1,000								
Per2	0,253	0,179	0,250	0,102	0,182	0,174	0,165	0,189	0,212	0,173	0,252	0,362	0,168	0,118	0,109	0,173	0,230	1,000							
Per8	0,268	0,274	0,315	0,091	0,192	0,211	0,259	0,286	0,297	0,286	0,370	0,336	0,192	0,178	0,160	0,226	0,236	0,684	1,000						
Per6	0,283	0,222	0,329	0,190	0,154	0,262	0,293	0,344	0,281	0,294	0,384	0,375	0,263	0,218	0,209	0,261	0,270	0,604	0,681	1,000					
Per4	0,298	0,303	0,342	0,153	0,200	0,253	0,271	0,289	0,294	0,266	0,398	0,356	0,250	0,202	0,232	0,254	0,259	0,621	0,772	0,734	1,000				
Per7	0,266	0,229	0,288	0,137	0,144	0,327	0,295	0,380	0,348	0,296	0,382	0,342	0,226	0,219	0,230	0,222	0,246	0,544	0,589	0,586	0,639	1,000			
Per5	0,321	0,243	0,314	0,122	0,203	0,328	0,306	0,358	0,297	0,280	0,402	0,369	0,277	0,281	0,236	0,202	0,224	0,548	0,679	0,621	0,718	0,637			
Rr5	0,282	0,163	0,252	0,142	0,143	0,305	0,292	0,338	0,295	0,282	0,329	0,252	0,261	0,227	0,188	0,247	0,293	0,357	0,411	0,467	0,437	0,425			
Rr4	0,336	0,135	0,249	0,156	0,198	0,339	0,268	0,275	0,253	0,215	0,263	0,218	0,221	0,188	0,152	0,240	0,310	0,338	0,331	0,372	0,363	0,400			
Rr8	0,356	0,242	0,294	0,217	0,217	0,247	0,216	0,283	0,219	0,245	0,309	0,253	0,321	0,153	0,185	0,292	0,209	0,335	0,373	0,381	0,417	0,386			
Rr7	0,328	0,164	0,229	0,138	0,133	0,295	0,310	0,318	0,278	0,245	0,314	0,197	0,207	0,118	0,138	0,206	0,245	0,379	0,406	0,404	0,462	0,405			
Itens	Per5	Rr5	Rr4	Rr8	Rr7																				
Per5	1,000																								
Rr5	0,470	1,000																							
Rr4	0,408	0,778	1,000																						
Rr8	0,428	0,559	0,626	1,000																					
Rr7	0,418	0,678	0,684	0,641	1,000																				

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas

Tabela 41 – Matriz da significância das correlações das 49 questões restantes após a eliminação de 8 itens

																						(conclusão)
Itens	Inf7	P17	P14	P13	P16	Me2	Me8	Me9	Me5	Me3	Me7	Me1	Co5	Co4	Co6	Co1	Co2	Per2	Per8	Per6	Per4	Per7
Co2	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000					
Per2	0,000	0,000	0,000	0,015	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,006	0,010	0,000	0,000				
Per8	0,000	0,000	0,000	0,027	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000			
Per6	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		
Per4	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
Per7	0,000	0,000	0,000	0,002	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Per5	0,000	0,000	0,000	0,005	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Rr5	0,000	0,000	0,000	0,001	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Rr4	0,000	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Rr8	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Rr7	0,000	0,000	0,000	0,002	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,006	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Itens	Per5	Rr5	Rr4	Rr8	Rr7																	
Per5																						
Rr5	0,000																					
Rr4	0,000	0,000																				
Rr8	0,000	0,000	0,000																			
Rr7	0,000	0,000	0,000	0,000																		

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas

Tabela 42 – Resultados do teste de esfericidade de Bartlett e da medida de adequação amostral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) das 49 questões restantes na escala após a eliminação de 8 itens

Discriminação	Resultado
Medida de adequação amostral de Kaiser-Meyer-Olkin.	0,917
Teste de esfericidade de Bartlett	
Qui-quadrado aproximado	13.663,818
Graus de liberdade (gl)	1.176
Significância	0,000

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas

Tabela 43 – Matriz de correlações anti-imagem das 49 questões restantes na escala após a eliminação de 8 itens

(conclusão)

Itens	Inf7	PI7	PI4	PI3	PI6	Me2	Me8	Me9	Me5	Me3	Me7	Me1	Co5	Co4	Co6	Co1	Co2	Per2	Per8	Per6	Per4	Per7	
Co1	0,025	-0,057	-0,006	-0,113	-0,175	-0,024	0,066	-0,043	-0,087	-0,020	0,042	0,031	-0,031	0,082	-0,378	0,923							
Co2	0,047	0,003	-0,217	0,089	0,054	-0,075	0,019	0,068	-0,034	0,095	-0,063	-0,046	-0,097	-0,114	0,037	-0,325	0,921						
Per2	-0,038	0,016	0,010	-0,021	-0,077	-0,017	0,082	0,037	-0,003	0,011	0,082	-0,172	-0,005	0,021	0,020	0,006	-0,048	0,924					
Per8	-0,001	-0,047	-0,068	0,133	-0,061	0,146	-0,003	-0,026	-0,023	-0,088	-0,012	0,033	0,053	-0,053	0,068	-0,034	-0,009	-0,346	0,925				
Per6	-0,034	0,029	-0,012	-0,112	0,077	0,015	-0,037	-0,135	0,141	-0,048	-0,059	-0,013	-0,034	0,014	0,057	-0,066	0,005	-0,126	-0,156	0,934			
Per4	0,057	-0,054	-0,038	0,046	-0,008	0,003	-0,006	0,086	-0,055	0,051	-0,014	0,002	0,013	0,088	-0,108	0,009	0,022	-0,048	-0,282	-0,345	0,941		
Per7	0,056	-0,031	0,054	-0,027	0,061	-0,024	-0,023	-0,037	-0,068	0,058	-0,075	-0,010	0,048	-0,007	-0,043	0,022	-0,017	-0,134	-0,085	-0,055	-0,157	0,961	
Per5	-0,043	0,036	0,024	0,075	-0,088	-0,111	0,010	0,000	0,011	0,064	-0,043	-0,019	-0,016	-0,148	0,039	0,087	0,060	-0,013	-0,157	-0,091	-0,217	-0,202	
Rr5	0,012	-0,013	0,024	0,021	0,038	0,009	0,040	-0,036	0,012	-0,058	-0,042	-0,004	-0,006	-0,048	0,029	-0,021	-0,002	0,045	-0,038	-0,114	0,008	0,003	
Rr4	-0,026	0,083	0,006	0,020	-0,077	-0,097	-0,048	0,086	-0,050	0,081	0,038	0,005	0,030	-0,086	0,075	0,006	-0,114	-0,060	0,055	-0,019	0,075	-0,046	
Rr8	-0,007	-0,038	-0,075	-0,011	-0,012	0,060	0,106	-0,059	0,138	-0,090	-0,060	-0,012	-0,158	0,097	0,052	-0,125	0,170	0,017	-0,001	0,073	-0,034	-0,026	
Rr7	-0,110	0,006	0,065	-0,063	0,054	0,012	-0,131	-0,041	-0,051	0,050	-0,030	0,103	0,008	0,094	-0,053	0,043	-0,077	-0,059	-0,027	0,048	-0,140	0,020	
Itens	Per5	Rr5	Rr4	Rr8	Rr7																		
Per5	0,954																						
Rr5	-0,087	0,907																					
Rr4	0,004	-0,554	0,886																				
Rr8	-0,108	0,017	-0,273	0,915																			
Rr7	0,085	-0,261	-0,172	-0,330	0,921																		

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas

Tabela 44 – Variância total explicada da análise de componentes principais das 49 questões restantes na escala após a eliminação de 8 itens

(continua)

Componentes	Autovalores iniciais			Soma das saturações ao quadrado da extração			Soma das saturações ao quadrado da rotação		
	Total	% da variância	% acumulado	Total	% da variância	% acumulado	Total	% da variância	% acumulado
1	14,444	29,477	29,477	14,444	29,477	29,477	4,625	9,439	9,439
2	3,473	7,088	36,565	3,473	7,088	36,565	4,598	9,383	18,822
3	2,935	5,989	42,554	2,935	5,989	42,554	3,680	7,510	26,332
4	2,353	4,803	47,356	2,353	4,803	47,356	3,527	7,197	33,530
5	2,215	4,520	51,876	2,215	4,520	51,876	3,314	6,763	40,293
6	1,729	3,529	55,405	1,729	3,529	55,405	2,990	6,102	46,395
7	1,698	3,466	58,871	1,698	3,466	58,871	2,973	6,067	52,462
8	1,482	3,024	61,895	1,482	3,024	61,895	2,666	5,440	57,902
9	1,409	2,876	64,771	1,409	2,876	64,771	2,414	4,927	62,829
10	1,190	2,428	67,200	1,190	2,428	67,200	2,142	4,371	67,200
11	0,978	1,995	69,195						
12	0,794	1,619	70,814						
13	0,785	1,602	72,416						
14	0,723	1,475	73,891						
15	0,715	1,459	75,350						
16	0,691	1,410	76,761						
17	0,671	1,369	78,129						
18	0,619	1,264	79,393						
19	0,604	1,233	80,626						
20	0,592	1,209	81,835						
21	0,560	1,143	82,978						
22	0,520	1,061	84,038						
23	0,504	1,028	85,067						
24	0,492	1,005	86,071						
25	0,439	0,897	86,968						
26	0,427	0,871	87,839						
27	0,419	0,854	88,694						
28	0,376	0,767	89,461						
29	0,372	0,758	90,219						
30	0,352	0,717	90,936						
31	0,332	0,677	91,613						
32	0,321	0,654	92,267						
33	0,305	0,623	92,891						
34	0,301	0,614	93,504						
35	0,291	0,594	94,098						
36	0,274	0,558	94,657						
37	0,268	0,546	95,203						
38	0,262	0,534	95,737						
39	0,255	0,520	96,257						
40	0,225	0,459	96,716						
41	0,214	0,437	97,153						
42	0,208	0,425	97,578						
43	0,200	0,409	97,987						
44	0,195	0,398	98,385						
45	0,188	0,384	98,769						
46	0,171	0,348	99,118						

Tabela 44 – Variância total explicada da análise de componentes principais das 49 questões restantes na escala após a eliminação de 8 itens

(conclusão)

Componentes	Autovalores iniciais			Soma das saturações ao quadrado da extração			Soma das saturações ao quadrado da rotação		
	Total	% da variância	% acumulado	Total	% da variância	% acumulado	Total	% da variância	% acumulado
47	0,159	0,325	99,443						
48	0,145	0,295	99,738						
49	0,128	0,262	100,000						

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas

Fonte: Dados da pesquisa

Nota: Método de extração – análise de componentes principais.

Tabela 45 – Matriz de componentes das 49 questões restantes na escala após a eliminação de 8 itens⁽¹⁾

Itens	Componente									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Int3	0,400	0,055	0,722	-0,247	0,151	0,101	-0,058	-0,082	-0,040	0,090
Int8	0,381	0,071	0,739	-0,214	0,113	0,144	-0,026	-0,148	-0,006	0,064
Int6	0,337	0,158	0,722	-0,286	-0,005	0,090	0,031	-0,109	0,050	0,059
Int7	0,420	0,054	0,709	-0,274	-0,036	0,054	0,062	-0,020	0,074	0,056
Op8	0,501	-0,216	0,247	-0,150	-0,007	-0,182	0,192	0,307	0,083	-0,006
Op1	0,557	-0,100	0,218	0,049	0,105	-0,009	0,064	0,399	-0,084	-0,111
Op3	0,481	-0,026	0,134	0,037	0,318	-0,125	0,084	0,272	0,012	-0,200
Op5	0,485	-0,024	0,214	0,234	-0,031	-0,150	-0,021	0,498	-0,019	-0,151
Op7	0,477	-0,253	0,207	0,192	-0,019	-0,245	0,027	0,467	-0,120	-0,111
Pe2	0,567	-0,189	-0,088	-0,128	0,317	-0,185	-0,133	-0,149	-0,311	-0,180
Pe4	0,569	-0,114	-0,037	-0,046	0,481	-0,073	-0,099	-0,189	-0,170	-0,264
Pe7	0,602	-0,042	-0,093	0,000	0,331	-0,239	-0,192	-0,106	-0,191	-0,107
Pe6	0,638	0,100	-0,131	-0,126	0,247	-0,009	-0,024	-0,038	-0,146	-0,034
Pe3	0,519	-0,063	-0,123	-0,058	0,358	-0,119	-0,218	-0,221	0,018	-0,163
Pe1	0,635	-0,064	-0,113	-0,110	0,185	-0,067	-0,225	-0,160	-0,105	-0,131
Efi1	0,456	0,239	-0,130	-0,014	0,196	-0,077	-0,269	0,097	0,605	0,173
Efi7	0,516	0,033	-0,073	0,207	0,226	-0,225	-0,199	0,090	0,286	0,258
Efi4	0,524	0,150	-0,099	-0,037	0,335	-0,038	-0,301	0,061	0,474	0,211
Inf8	0,308	0,118	-0,007	0,329	0,188	0,165	0,303	-0,213	0,012	0,155
Inf5	0,429	0,067	0,085	0,315	0,124	0,085	0,505	-0,098	-0,006	0,131
Inf2	0,525	0,097	-0,076	0,324	0,303	0,109	0,260	0,065	-0,077	0,208
Inf4	0,491	0,048	-0,036	0,331	0,287	0,096	0,389	-0,066	-0,099	0,182
Inf7	0,567	0,023	-0,110	0,302	0,305	0,129	0,225	-0,064	-0,065	0,124
Pl7	0,527	0,380	0,070	0,112	-0,226	0,008	0,197	-0,245	0,149	-0,291
Pl4	0,653	0,326	-0,075	0,011	-0,140	-0,034	0,090	-0,080	0,104	-0,198
Pl3	0,463	0,503	0,052	0,160	-0,201	0,072	0,012	-0,122	0,155	-0,402
Pl6	0,401	0,280	0,018	0,224	-0,125	0,077	0,140	-0,090	0,302	-0,446
Me2	0,595	0,129	-0,291	-0,385	0,041	0,137	0,145	0,115	0,066	0,025
Me8	0,572	0,138	-0,260	-0,438	-0,078	0,090	0,147	0,104	0,102	0,017
Me9	0,610	0,069	-0,172	-0,465	0,018	0,123	0,115	-0,029	-0,046	0,131
Me5	0,582	0,097	-0,336	-0,463	-0,054	0,026	0,149	0,038	-0,023	0,044
Me3	0,574	0,148	-0,320	-0,462	-0,092	0,025	0,170	0,060	-0,046	0,047
Me7	0,601	0,052	-0,230	-0,173	-0,279	-0,037	0,209	0,127	-0,120	0,050
Me1	0,606	0,090	-0,118	-0,108	-0,150	-0,196	0,187	0,171	-0,025	-0,038
Co5	0,575	0,408	-0,015	0,201	-0,212	-0,023	-0,191	-0,029	-0,259	0,106
Co4	0,508	0,461	0,036	0,119	-0,315	-0,085	-0,278	-0,004	-0,283	0,188
Co6	0,541	0,499	0,055	0,156	-0,219	-0,096	-0,268	-0,027	-0,267	0,222
Co1	0,584	0,454	0,019	0,185	-0,185	0,014	-0,175	-0,022	-0,012	0,025
Co2	0,564	0,295	-0,021	0,174	-0,133	-0,036	-0,153	0,190	-0,085	0,088
Per2	0,518	-0,472	0,058	0,148	-0,268	-0,202	0,072	-0,086	0,113	0,018
Per8	0,616	-0,466	0,019	0,071	-0,264	-0,251	0,042	-0,181	0,180	0,067
Per6	0,625	-0,408	-0,044	0,059	-0,264	-0,187	-0,055	-0,165	0,062	0,055
Per4	0,656	-0,442	0,037	0,107	-0,277	-0,190	0,054	-0,197	0,092	0,060
Per7	0,627	-0,384	0,001	-0,054	-0,146	-0,087	0,001	-0,221	-0,056	0,075
Per5	0,662	-0,410	0,025	0,033	-0,204	-0,126	0,031	-0,156	0,004	0,094
Rr5	0,575	-0,342	-0,049	0,023	-0,160	0,481	-0,260	0,066	-0,059	-0,013
Rr4	0,556	-0,319	-0,072	0,133	-0,041	0,576	-0,193	0,132	-0,028	-0,061
Rr8	0,570	-0,253	-0,076	0,199	-0,035	0,434	-0,156	0,013	0,101	-0,031
Rr7	0,553	-0,388	-0,055	0,052	-0,097	0,497	-0,152	0,100	-0,011	-0,072

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas

Notas: Método de extração – Análise de componentes principais.

⁽¹⁾ 10 componentes extraídos.

Tabela 46 – Matriz reproduzida e de correlações residuais das 49 questões restantes na escala após a eliminação de 8 itens

(conclusão)											
Itens	Per5	Rr5	Rr4	Rr8	Rr7	Itens	Per5	Rr5	Rr4	Rr8	Rr7
Int3	0,228	0,206	0,169	0,151	0,178	Pl3	0,120	0,147	0,166	0,228	0,135
Int8	0,221	0,202	0,168	0,159	0,177	Pl6	0,152	0,142	0,191	0,260	0,173
Int6	0,179	0,123	0,074	0,077	0,095	Me2	0,284	0,329	0,320	0,295	0,326
Int7	0,275	0,192	0,141	0,138	0,172	Me8	0,295	0,303	0,271	0,254	0,292
Op8	0,404	0,226	0,207	0,196	0,251	Me9	0,357	0,351	0,305	0,277	0,326
Op1	0,326	0,340	0,372	0,319	0,362	Me5	0,331	0,293	0,246	0,227	0,274
Op3	0,226	0,167	0,217	0,211	0,207	Me3	0,311	0,273	0,225	0,204	0,252
Op5	0,276	0,256	0,287	0,261	0,270	Me7	0,418	0,323	0,278	0,262	0,303
Op7	0,383	0,272	0,282	0,246	0,292	Me1	0,388	0,215	0,185	0,202	0,209
Pe2	0,406	0,298	0,271	0,255	0,284	Co5	0,273	0,281	0,247	0,263	0,202
Pe4	0,333	0,282	0,302	0,303	0,292	Co4	0,235	0,231	0,162	0,177	0,126
Pe7	0,375	0,253	0,238	0,258	0,232	Co6	0,232	0,211	0,154	0,183	0,109
Pe6	0,326	0,305	0,306	0,300	0,290	Co1	0,243	0,265	0,248	0,291	0,203
Pe3	0,319	0,253	0,249	0,284	0,244	Co2	0,263	0,288	0,281	0,287	0,240
Pe1	0,416	0,384	0,354	0,356	0,354	Per2	0,641	0,374	0,319	0,360	0,377
Efi1	0,165	0,157	0,169	0,265	0,140	Per8	0,723	0,401	0,324	0,389	0,393
Efi7	0,321	0,187	0,197	0,281	0,172	Per6	0,688	0,453	0,375	0,413	0,428
Efi4	0,221	0,234	0,250	0,322	0,215	Per4	0,738	0,448	0,376	0,427	0,436
Inf8	0,164	0,098	0,168	0,223	0,126	Per7	0,652	0,459	0,387	0,400	0,436
Inf5	0,276	0,109	0,178	0,231	0,157	Per5	0,699	0,473	0,405	0,429	0,455
Inf2	0,258	0,222	0,308	0,328	0,251	Rr5	-0,003	0,782	0,780	0,672	0,756
Inf4	0,284	0,174	0,256	0,291	0,214	Rr4	0,003	-0,003	0,827	0,712	0,779
Inf7	0,323	0,283	0,360	0,385	0,312	Rr8	-0,001	-0,113	-0,086	0,659	0,673
Pl7	0,261	0,140	0,139	0,223	0,137	Rr7	-0,037	-0,078	-0,095	-0,032	0,756
Pl4	0,326	0,242	0,233	0,290	0,227	

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas

Tabela 47 – Análise de componentes principais via rotação varimax com cargas de fatores, comunalidades e coeficientes alfas das 49 questões restantes na escala após a eliminação de 8 itens

(continua)

Itens	Componentes (fatores)										h ² (1)	α (2)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Sub-escala: Intenção de empreender (α = 0,902)												
Int3	0,028	0,052	0,104	0,166	0,853	0,077	0,067	0,126	-0,011	0,048	0,798	0,874
Int8	-0,002	0,063	0,088	0,128	0,866	0,089	0,089	0,067	0,060	0,026	0,802	0,868
Int6	0,081	0,055	0,104	0,009	0,853	-0,008	0,018	0,068	0,119	0,022	0,769	0,876
Int7	0,121	0,157	0,074	-0,004	0,825	0,030	0,022	0,187	0,102	0,037	0,774	0,875
Sub-escala: Oportunidade (α = 0,776)												
Op8	0,276	0,326	-0,064	0,048	0,285	0,016	0,067	0,520	0,000	0,086	0,552	0,745
Op1	0,163	0,113	0,098	0,169	0,213	0,214	0,157	0,606	0,049	0,042	0,565	0,723
Op3	0,126	0,026	-0,030	0,332	0,147	0,042	0,191	0,515	0,127	0,146	0,490	0,764
Op5	0,006	0,136	0,223	0,055	0,082	0,134	0,071	0,708	0,138	0,101	0,631	0,724
Op7	0,002	0,298	0,126	0,123	0,061	0,106	0,066	0,733	-0,022	-0,003	0,677	0,715
Sub-escala: Persistência (α = 0,851)												
Pe2	0,204	0,228	0,088	0,735	0,061	0,085	0,081	0,150	-0,042	-0,043	0,685	0,819
Pe4	0,126	0,105	-0,015	0,770	0,115	0,130	0,198	0,130	0,100	0,065	0,721	0,821
Pe7	0,145	0,193	0,208	0,679	0,031	0,034	0,133	0,177	0,018	0,143	0,635	0,824
Pe6	0,386	0,069	0,205	0,481	0,095	0,121	0,223	0,123	0,071	0,119	0,535	0,836
Pe3	0,130	0,165	0,039	0,645	0,045	0,100	0,081	0,010	0,119	0,249	0,557	0,830
Pe1	0,248	0,232	0,184	0,591	0,081	0,192	0,042	0,058	0,096	0,139	0,576	0,825
Sub-escala: Eficiência (α = 0,783)												
Efi1	0,207	0,048	0,127	0,089	0,043	0,057	0,042	0,057	0,187	0,831	0,805	0,647
Efi7	0,042	0,236	0,224	0,206	-0,013	0,021	0,225	0,203	-0,019	0,610	0,614	0,814
Efi4	0,201	0,049	0,118	0,245	0,108	0,125	0,111	0,060	0,060	0,789	0,787	0,622
Sub-escala: Informações (α = 0,793)												
Inf8	0,002	0,060	0,079	0,053	0,052	0,064	0,626	-0,079	0,143	0,058	0,441	0,793
Inf5	0,099	0,172	0,045	-0,011	0,121	0,002	0,704	0,124	0,179	-0,026	0,600	0,759
Inf2	0,141	0,037	0,177	0,163	-0,001	0,133	0,677	0,207	0,013	0,152	0,621	0,741
Inf4	0,117	0,108	0,097	0,160	0,034	0,072	0,745	0,134	0,051	0,041	0,644	0,727
Inf7	0,138	0,114	0,126	0,266	-0,007	0,186	0,647	0,121	0,074	0,129	0,610	0,744
Sub-escala: Planejamento (α = 0,803)												
Pl7	0,208	0,173	0,266	0,066	0,164	-0,018	0,206	-0,001	0,691	0,005	0,696	0,730
Pl4	0,368	0,169	0,317	0,172	0,080	0,044	0,163	0,110	0,517	0,123	0,623	0,764
Pl3	0,127	-0,022	0,348	0,085	0,106	0,065	0,080	0,056	0,754	0,065	0,743	0,710
Pl6	0,064	0,069	0,075	0,044	0,024	0,097	0,147	0,117	0,746	0,101	0,628	0,807

Tabela 47 – Análise de componentes principais via rotação varimax com cargas de fatores, comunalidades e coeficientes alfas das 49 questões restantes na escala após a eliminação de 8 itens

Itens	Componentes (fatores)										(conclusão)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	h^2 (1)	α (2)
Sub-escala: Metas ($\alpha = 0,888$)												
Me2	0,732	0,040	0,066	0,166	0,042	0,171	0,124	0,083	0,110	0,170	0,664	0,730
Me8	0,754	0,097	0,080	0,093	0,069	0,123	0,035	0,068	0,146	0,150	0,663	0,764
Me9	0,716	0,134	0,113	0,214	0,198	0,149	0,117	-0,025	-0,007	0,086	0,672	0,710
Me5	0,785	0,140	0,109	0,192	0,011	0,078	0,051	0,023	0,064	0,075	0,704	0,807
Me3	0,799	0,116	0,150	0,152	0,021	0,057	0,051	0,037	0,079	0,047	0,713	0,730
Me7	0,601	0,295	0,273	0,023	-0,045	0,092	0,124	0,193	0,109	-0,068	0,603	0,764
Me1	0,481	0,271	0,230	0,105	0,004	-0,038	0,118	0,328	0,184	0,045	0,528	0,710
Sub-escala: Controle ($\alpha = 0,878$)												
Co5	0,156	0,095	0,750	0,143	0,061	0,104	0,167	0,075	0,183	0,036	0,699	0,852
Co4	0,161	0,090	0,847	0,066	0,110	0,035	0,033	0,046	0,109	0,040	0,786	0,843
Co6	0,140	0,063	0,852	0,114	0,139	0,009	0,116	0,045	0,105	0,100	0,819	0,822
Co1	0,159	0,067	0,632	0,088	0,109	0,113	0,144	0,077	0,348	0,196	0,648	0,857
Co2	0,185	0,081	0,567	0,075	0,029	0,137	0,137	0,264	0,150	0,180	0,530	0,880
Sub-escala: Persuasão ($\alpha = 0,915$)												
Per2	0,044	0,753	0,010	0,063	0,035	0,149	0,088	0,208	0,077	0,033	0,655	0,909
Per8	0,130	0,841	0,027	0,123	0,066	0,120	0,080	0,129	0,088	0,127	0,806	0,892
Per6	0,155	0,754	0,133	0,184	0,023	0,193	0,043	0,102	0,057	0,082	0,704	0,899
Per4	0,129	0,823	0,088	0,141	0,086	0,172	0,132	0,126	0,098	0,054	0,805	0,889
Per7	0,226	0,648	0,095	0,268	0,138	0,210	0,111	0,039	-0,013	-0,008	0,629	0,908
Per5	0,192	0,721	0,110	0,190	0,116	0,210	0,140	0,126	0,015	0,032	0,699	0,900
Sub-escala: Rede de relações ($\alpha = 0,886$)												
Rr5	0,183	0,288	0,146	0,133	0,089	0,782	0,020	0,084	0,000	0,024	0,782	0,845
Rr4	0,134	0,173	0,075	0,129	0,038	0,842	0,146	0,143	0,045	0,047	0,827	0,832
Rr8	0,089	0,257	0,085	0,129	0,026	0,685	0,201	0,079	0,137	0,160	0,659	0,882
Rr7	0,176	0,270	0,019	0,122	0,062	0,777	0,086	0,140	0,038	0,014	0,756	0,851
AV ⁽³⁾	4,24	4,20	3,47	1,08	0,24	2,85	2,77	0,58	2,32	1,99
PT ^{r(4)}	8,65	8,58	7,08	2,21	0,49	5,81	5,64	1,18	4,73	4,07

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas

Notas: A rotação convergiu em 7 iterações.

Valores em negrito representam as cargas fatoriais de maior importância.

O coeficiente α de Cronbach para a escala total é = ,945)

(1) Comunalidades

(2) Confiabilidade de toda a escala se o item for suprimido

(3) Autovalores (*eigenvalues*)

(4) Porcentagem do traço (traço=49)

Tabela 48 - Matriz de correlações das 45 questões restantes após a exclusão do fator intenção de empreender

																					(conclusão)	
Itens	Pl6	Me2	Me8	Me9	Me5	Me3	Me7	Me1	Co5	Co4	Co6	Co1	Co2	Per2	Per8	Per6	Per4	Per7	Per5	Rr5	Rr4	Rr8
Rr4	0,198	0,339	0,268	0,275	0,253	0,215	0,263	0,218	0,221	0,188	0,152	0,240	0,310	0,338	0,331	0,372	0,363	0,400	0,408	0,778	1,000	
Rr8	0,217	0,247	0,216	0,283	0,219	0,245	0,309	0,253	0,321	0,153	0,185	0,292	0,209	0,335	0,373	0,381	0,417	0,386	0,428	0,559	0,626	1,000
Rr7	0,133	0,295	0,310	0,318	0,278	0,245	0,314	0,197	0,207	0,118	0,138	0,206	0,245	0,379	0,406	0,404	0,462	0,405	0,418	0,678	0,684	0,641
Itens	Rr7																					
Rr7	1,000																					

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas

Tabela 49 - Matriz da significância das correlações das 45 questões restantes após a exclusão do fator intenção de empreender

Itens	(conclusão)																						
	Pl6	Me2	Me8	Me9	Me5	Me3	Me7	Me1	Co5	Co4	Co6	Co1	Co2	Per2	Per8	Per6	Per4	Per7	Per5	Rr5	Rr4	Rr8	
Rr4	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Rr8	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Rr7	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,006	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Itens	Rr7																						
Rr7																							

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas

Tabela 50 - Resultados do teste de esfericidade de Bartlett e da medida de adequação amostral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) das 45 questões restantes após a exclusão do fator intenção de empreender

Discriminação	Resultado
Medida de adequação amostral de Kaiser-Meyer-Olkin.	0,919
Teste de esfericidade de Bartlett	
Qui-quadrado aproximado	12.169,926
Graus de liberdade (gl)	990
Significância	0,000

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas

Tabela 51 - Matriz de correlações anti-imagem das 45 questões restantes após a exclusão do fator intenção de empreender

(conclusão)

Itens	Pl6	Me2	Me8	Me9	Me5	Me3	Me7	Me1	Co5	Co4	Co6	Co1	Co2	Per2	Per8	Per6	Per4	Per7	Per5	Rr5	Rr4	Rr8
Rr4	-0,077	-0,108	-0,046	0,102	-0,053	0,083	0,030	0,009	0,033	-0,090	0,081	0,003	-0,113	-0,062	0,055	-0,020	0,079	-0,049	0,006	-0,553	0,883	
Rr8	-0,016	0,054	0,114	-0,053	0,135	-0,086	-0,069	-0,015	-0,157	0,098	0,054	-0,127	0,174	0,019	-0,002	0,067	-0,032	-0,027	-0,103	0,020	-0,277	0,913
Rr7	0,063	0,010	-0,147	-0,033	-0,048	0,046	-0,035	0,116	0,008	0,089	-0,046	0,039	-0,078	-0,067	-0,028	0,058	-0,142	0,024	0,078	-0,254	-0,177	-0,330
Itens	Rr7																					
Rr7	0,922																					

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas

Tabela 52 – Variância total explicada da análise de componentes principais das 45 questões restantes após a exclusão do fator intenção de empreender

Componentes	Autovalores iniciais			Soma das saturações ao quadrado da extração			Soma das saturações ao quadrado da rotação		
	Total	% da variância	% acumulado	Total	% da variância	% acumulado	Total	% da variância	% acumulado
1	13,957	31,016	31,016	13,957	31,016	31,016	4,603	10,229	10,229
2	3,461	7,691	38,707	3,461	7,691	38,707	4,556	10,124	20,353
3	2,435	5,412	44,119	2,435	5,412	44,119	3,698	8,218	28,572
4	2,197	4,883	49,002	2,197	4,883	49,002	3,487	7,748	36,320
5	1,759	3,910	52,912	1,759	3,910	52,912	2,984	6,631	42,950
6	1,691	3,758	56,671	1,691	3,758	56,671	2,965	6,589	49,539
7	1,512	3,359	60,030	1,512	3,359	60,030	2,760	6,133	55,672
8	1,404	3,119	63,149	1,404	3,119	63,149	2,427	5,394	61,066
9	1,217	2,705	65,854	1,217	2,705	65,854	2,154	4,788	65,854
10	0,979	2,176	68,030						
11	0,818	1,819	69,849						
12	0,780	1,733	71,582						
13	0,731	1,624	73,206						
14	0,707	1,571	74,777						
15	0,688	1,528	76,305						
16	0,666	1,479	77,784						
17	0,619	1,376	79,160						
18	0,610	1,355	80,514						
19	0,584	1,299	81,813						
20	0,558	1,241	83,054						
21	0,518	1,152	84,206						
22	0,492	1,093	85,299						
23	0,485	1,077	86,376						
24	0,431	0,958	87,335						
25	0,420	0,933	88,268						
26	0,396	0,879	89,147						
27	0,373	0,828	89,975						
28	0,367	0,816	90,791						
29	0,349	0,775	91,566						
30	0,336	0,747	92,314						
31	0,321	0,714	93,028						
32	0,312	0,693	93,722						
33	0,293	0,651	94,372						
34	0,277	0,616	94,988						
35	0,269	0,598	95,586						
36	0,260	0,577	96,163						
37	0,252	0,560	96,723						
38	0,234	0,520	97,244						
39	0,209	0,465	97,708						
40	0,205	0,456	98,164						
41	0,198	0,439	98,604						
42	0,179	0,397	99,001						
43	0,171	0,380	99,381						
44	0,147	0,326	99,707						
45	0,132	0,293	100,000						

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas

Tabela 53- Matriz de componentes das 45 questões restantes após a exclusão do fator intenção de empreender⁽¹⁾

Itens	Componente								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Op8	0,485	-0,235	-0,005	-0,033	-0,272	0,200	0,342	0,114	0,040
Op1	0,545	-0,116	0,149	0,099	-0,098	0,060	0,451	-0,049	0,097
Op3	0,474	-0,034	0,084	0,314	-0,187	0,082	0,296	0,034	0,182
Op5	0,478	-0,035	0,333	-0,012	-0,207	-0,019	0,480	0,029	0,087
Op7	0,472	-0,263	0,287	-0,006	-0,294	0,039	0,441	-0,066	0,032
Pe2	0,571	-0,181	-0,172	0,298	-0,197	-0,121	-0,123	-0,336	0,174
Pe4	0,569	-0,109	-0,095	0,465	-0,092	-0,097	-0,140	-0,201	0,281
Pe7	0,607	-0,032	-0,058	0,325	-0,233	-0,179	-0,123	-0,205	0,077
Pe6	0,640	0,111	-0,183	0,227	-0,021	-0,020	-0,015	-0,149	0,038
Pe3	0,524	-0,052	-0,133	0,351	-0,109	-0,219	-0,227	-0,021	0,178
Pe1	0,640	-0,053	-0,157	0,171	-0,077	-0,224	-0,142	-0,138	0,153
Efi1	0,461	0,250	-0,076	0,202	-0,066	-0,286	-0,003	0,606	-0,165
Efi7	0,524	0,044	0,143	0,254	-0,180	-0,201	-0,034	0,301	-0,303
Efi4	0,526	0,159	-0,099	0,329	-0,047	-0,316	-0,005	0,472	-0,184
Inf8	0,310	0,123	0,267	0,231	0,234	0,290	-0,207	-0,004	-0,107
Inf5	0,426	0,066	0,309	0,167	0,140	0,495	-0,088	-0,008	-0,087
Inf2	0,533	0,109	0,231	0,349	0,169	0,244	0,033	-0,063	-0,237
Inf4	0,495	0,055	0,250	0,337	0,174	0,374	-0,088	-0,098	-0,208
Inf7	0,577	0,036	0,191	0,352	0,202	0,207	-0,088	-0,070	-0,148
Pl7	0,520	0,374	0,163	-0,210	0,030	0,199	-0,211	0,120	0,336
Pl4	0,655	0,332	0,006	-0,133	-0,016	0,092	-0,080	0,096	0,197
Pl3	0,458	0,499	0,198	-0,184	0,076	0,010	-0,088	0,134	0,415
Pl6	0,402	0,281	0,229	-0,095	0,104	0,132	-0,080	0,289	0,450
Me2	0,604	0,150	-0,469	0,005	0,122	0,139	0,129	0,085	-0,023
Me8	0,578	0,153	-0,489	-0,112	0,074	0,139	0,112	0,112	-0,015
Me9	0,608	0,076	-0,490	-0,033	0,086	0,115	0,024	-0,046	-0,084
Me5	0,592	0,120	-0,549	-0,093	0,028	0,152	0,034	-0,009	-0,064
Me3	0,583	0,168	-0,536	-0,130	0,025	0,172	0,058	-0,032	-0,068
Me7	0,614	0,070	-0,217	-0,283	-0,009	0,217	0,097	-0,093	-0,100
Me1	0,612	0,099	-0,115	-0,152	-0,186	0,200	0,131	0,007	-0,027
Co5	0,577	0,412	0,207	-0,193	-0,006	-0,182	-0,040	-0,261	-0,125
Co4	0,505	0,461	0,170	-0,313	-0,094	-0,258	-0,008	-0,279	-0,187
Co6	0,536	0,496	0,203	-0,216	-0,103	-0,249	-0,031	-0,264	-0,212
Co1	0,582	0,455	0,205	-0,173	0,019	-0,168	-0,029	-0,010	-0,020
Co2	0,567	0,301	0,174	-0,116	-0,033	-0,148	0,151	-0,058	-0,146
Per2	0,522	-0,472	0,180	-0,246	-0,156	0,088	-0,141	0,118	-0,036
Per8	0,620	-0,464	0,096	-0,247	-0,199	0,059	-0,244	0,171	-0,057
Per6	0,632	-0,402	0,055	-0,251	-0,138	-0,037	-0,219	0,057	-0,070
Per4	0,659	-0,441	0,134	-0,257	-0,141	0,069	-0,240	0,082	-0,048
Per7	0,627	-0,382	-0,039	-0,157	-0,073	0,019	-0,212	-0,067	-0,039
Per5	0,663	-0,409	0,057	-0,195	-0,098	0,043	-0,175	-0,007	-0,071
Rr5	0,578	-0,336	-0,008	-0,159	0,457	-0,284	0,123	-0,066	0,020
Rr4	0,562	-0,309	0,069	-0,026	0,561	-0,228	0,190	-0,030	0,060
Rr8	0,578	-0,243	0,129	-0,006	0,452	-0,188	0,033	0,088	0,037
Rr7	0,557	-0,380	0,011	-0,087	0,480	-0,184	0,156	-0,018	0,078

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas

Notas: Método de extração - Análise de componentes principais.

⁽¹⁾ 9 componentes extraídos.

Tabela 55 - Análise de componentes principais via rotação varimax com cargas de fatores, comunalidades e coeficientes alfas das 45 questões restantes após a exclusão do fator intenção de empreender

Itens	Componentes (fatores)									h ² (¹)	α(²)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Sub-escala: Oportunidade (α = 0,776)											
Op8	0,275	0,324	-0,051	0,066	0,017	0,054	0,582	0,039	0,075	0,536	0,745
Op1	0,160	0,112	0,111	0,174	0,214	0,153	0,645	0,063	0,041	0,572	0,723
Op3	0,123	0,024	-0,020	0,331	0,041	0,188	0,541	0,133	0,146	0,495	0,764
Op5	-0,003	0,131	0,235	0,051	0,135	0,072	0,705	0,132	0,102	0,623	0,724
Op7	-0,004	0,295	0,137	0,112	0,105	0,071	0,726	-0,033	0,002	0,662	0,715
Sub-escala: Persistência (α = 0,851)											
Pe2	0,201	0,226	0,092	0,738	0,086	0,085	0,159	-0,043	-0,041	0,689	0,819
Pe4	0,128	0,107	-0,010	0,770	0,130	0,200	0,152	0,107	0,068	0,717	0,821
Pe7	0,145	0,194	0,212	0,671	0,034	0,141	0,173	0,007	0,152	0,628	0,824
Pe6	0,389	0,071	0,207	0,478	0,120	0,222	0,141	0,081	0,121	0,532	0,836
Pe3	0,128	0,162	0,041	0,651	0,103	0,083	0,018	0,118	0,249	0,562	0,830
Pe1	0,245	0,227	0,187	0,602	0,195	0,039	0,077	0,105	0,134	0,584	0,825
Sub-escala: Eficiência (α = 0,783)											
Efi1	0,205	0,046	0,127	0,091	0,059	0,040	0,063	0,190	0,829	0,802	0,647
Efi7	0,041	0,235	0,225	0,193	0,021	0,232	0,183	-0,035	0,618	0,617	0,814
Efi4	0,204	0,049	0,118	0,249	0,124	0,105	0,084	0,076	0,787	0,778	0,622
Sub-escala: Informações (α = 0,793)											
Inf8	0,004	0,059	0,073	0,059	0,063	0,616	-0,058	0,164	0,052	0,429	0,793
Inf5	0,098	0,170	0,046	0,000	0,003	0,695	0,151	0,206	-0,034	0,590	0,759
Inf2	0,140	0,035	0,178	0,156	0,132	0,680	0,199	0,007	0,156	0,620	0,741
Inf4	0,119	0,110	0,102	0,153	0,073	0,755	0,124	0,036	0,051	0,654	0,727
Inf7	0,137	0,113	0,128	0,260	0,187	0,654	0,112	0,060	0,136	0,612	0,744
Sub-escala: Planejamento (α = 0,803)											
Pl7	0,208	0,175	0,273	0,076	-0,015	0,203	0,024	0,705	0,003	0,693	0,730
Pl4	0,366	0,169	0,321	0,171	0,045	0,163	0,119	0,516	0,125	0,620	0,764
Pl3	0,127	-0,019	0,354	0,085	0,066	0,081	0,064	0,753	0,068	0,736	0,710
Pl6	0,062	0,069	0,077	0,037	0,096	0,146	0,118	0,742	0,104	0,622	0,807
Sub-escala: Metas (α = 0,888)											
Me2	0,734	0,039	0,064	0,162	0,168	0,119	0,101	0,122	0,169	0,666	0,730
Me8	0,751	0,095	0,083	0,099	0,126	0,034	0,082	0,150	0,149	0,659	0,764
Me9	0,722	0,138	0,115	0,224	0,150	0,111	0,020	0,020	0,083	0,647	0,710
Me5	0,786	0,140	0,109	0,186	0,077	0,054	0,025	0,059	0,081	0,704	0,807
Me3	0,798	0,116	0,152	0,150	0,057	0,054	0,036	0,074	0,051	0,712	0,730
Me7	0,596	0,290	0,274	0,016	0,093	0,128	0,178	0,096	-0,064	0,584	0,764
Me1	0,479	0,271	0,236	0,091	-0,039	0,125	0,317	0,163	0,055	0,514	0,710

Tabela 55 - Análise de componentes principais via rotação varimax com cargas de fatores, comunalidades e coeficientes alfas das 45 questões restantes após a exclusão do fator intenção de empreender

Itens	Componentes (fatores)									(conclusão)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	$h^2(1)$	$\alpha(2)$
Sub-escala: Controle ($\alpha = 0,878$)											
Co5	0,154	0,094	0,754	0,146	0,106	0,169	0,069	0,181	0,039	0,701	0,852
Co4	0,161	0,090	0,849	0,075	0,038	0,030	0,057	0,122	0,038	0,782	0,843
Co6	0,142	0,065	0,854	0,121	0,011	0,112	0,062	0,123	0,098	0,810	0,822
Co1	0,162	0,071	0,633	0,086	0,113	0,142	0,086	0,359	0,199	0,648	0,857
Co2	0,185	0,082	0,572	0,062	0,136	0,145	0,247	0,135	0,190	0,526	0,880
Sub-escala: Persuasão ($\alpha = 0,915$)											
Per2	0,045	0,754	0,013	0,054	0,148	0,092	0,209	0,070	0,040	0,655	0,909
Per8	0,129	0,840	0,029	0,126	0,122	0,079	0,141	0,092	0,128	0,805	0,892
Per6	0,157	0,755	0,134	0,177	0,193	0,046	0,104	0,049	0,089	0,704	0,899
Per4	0,129	0,823	0,091	0,144	0,173	0,131	0,142	0,102	0,055	0,804	0,889
Per7	0,233	0,652	0,095	0,269	0,209	0,106	0,075	0,008	-0,007	0,621	0,908
Per5	0,192	0,720	0,113	0,198	0,212	0,137	0,150	0,027	0,029	0,695	0,900
Sub-escala: Rede de relações ($\alpha = 0,886$)											
Rr5	0,186	0,289	0,149	0,134	0,783	0,022	0,096	0,002	0,027	0,781	0,845
Rr4	0,134	0,171	0,076	0,127	0,841	0,146	0,149	0,046	0,049	0,825	0,832
Rr8	0,087	0,255	0,085	0,130	0,686	0,202	0,082	0,136	0,161	0,660	0,882
Rr7	0,174	0,268	0,023	0,126	0,779	0,088	0,149	0,039	0,013	0,757	0,851
AV ⁽³⁾	4,60	4,56	3,70	3,49	2,98	2,96	2,76	2,43	2,15
PTr ⁽⁴⁾	10,23	10,12	8,22	7,75	6,63	6,59	6,13	5,39	4,79

Fonte: Dados da pesquisa com estudantes dos cursos de administração, ciências contábeis e economia da Universidade Federal de Alagoas

Notas: A rotação convergiu em 7 interações.

Valores em negrito representam as cargas fatoriais de maior importância.

O coeficiente α de Cronbach para a escala total é = ,946)

⁽¹⁾ Comunalidades

⁽²⁾ Confiabilidade de toda a escala se o item for suprimido

⁽³⁾ Autovalores (*eigenvalues*)

⁽⁴⁾ Porcentagem do traço (traço=45)

ANEXOS

QUADRO 2
Categorias de motivos para empreender

	Inovação	Independência	Reconhecimento	Modelos	Sucesso financeiro
Schiemberg and MacMillan (1998)	<i>Necessidade de desenvolvimento pessoal</i> Desenvolver uma idéia para um produto/negócio Continuar aprendendo Ser inovativo e estar na fronteira das novas tecnologias Contribuir diretamente para o sucesso da empresa	<i>Necessidade de independência</i> Controlar o próprio tempo Ter maior flexibilidade na minha vida privada Liberdade para estabelecer a minha forma de trabalhar	<i>Necessidade de aprovação</i> Ser respeitado pelos amigos Realizar algo e obter reconhecimento Alcançar alta posição na sociedade Ampliar o status da família Ter mais influência na comunidade		<i>Instrumentalidade percebida da riqueza</i> Desejo de obter altos ganhos Necessidade de mais dinheiro para sobreviver Dar segurança à família e a si próprio Ter acesso a benefícios indiretos
Shane et al. (1991)	<i>Aprendizado</i> Desenvolver uma idéia para um produto/negócio Ser inovativo e estar na fronteira das novas tecnologias Continuar aprendendo	<i>Independência</i> Controlar o meu tempo Ter maior flexibilidade na minha vida familiar e pessoal Ter liberdade considerável para estabelecer a minha forma de trabalhar	<i>Reconhecimento</i> Alcançar para si próprio alta posição na sociedade Ter mais influência na comunidade Ser respeitado pelos amigos Realizar algo e obter reconhecimento por isto Ampliar o status e o prestígio da família	<i>Modelos</i> Continuar a tradição familiar Ter mais influência na comunidade Seguir o exemplo de uma pessoa que admira	
Birley and Westhead (1994)	<i>Necessidade de desenvolvimento pessoal.</i> Ser inovativo e estar na fronteira do desenvolvimento tecnológico Desenvolver uma idéia para um produto Continuar aprendendo	<i>Necessidade de independência</i> Ter liberdade considerável para estabelecer a minha forma de trabalhar Ter maior flexibilidade na minha vida familiar e pessoal Controlar o próprio tempo	<i>Necessidade de aprovação</i> Alcançar para si próprio alta posição na sociedade Ser respeitado pelos amigos Ampliar o status e o prestígio da família Realizar algo e obter reconhecimento por isto Ter mais influência na comunidade	<i>Seguir modelos</i> Seguir o exemplo de uma pessoa que admira	<i>Instrumentalidade percebida da riqueza</i> Dar segurança a si próprio, a esposa e aos filhos Contribuir para o bem-estar dos parentes

Fonte: CARTER *et al.*, 2003, p. 20

QUADRO 5

Caracterizações sobre empreendedores e amostras utilizadas quando realizada pesquisa empírica

(continua)

Autor(es)	Tipo ¹	Definições	Amostra	Características
Brockhaus (1980)	E	... define-se aqui um empreendedor como o principal proprietário e gestor de um negócio não tendo emprego em outro lugar. (p. 510)	31 indivíduos que, dentro dos três meses prévios ao estudo, deixaram de trabalhar para seus patrões e no momento da pesquisa não só possuíam como também geriam negócios. Estes negócios (tipo não especificado) estavam autorizados pelo Município de St. Louis, Missouri durante os meses de agosto e setembro de 1975.	Propensão para assumir riscos.
Cole (1959) *	N	... a intenção (inclusive com uma seqüência integrada de decisões) de um indivíduo ou grupo de indivíduos, de iniciar, manter, ou ampliar uma unidade de negócios, orientada ao lucro, para a produção ou distribuição de bens e serviços, (p. 7)		
Collins; Moore (1970) *	E	Nós distinguimos entre fundadores de empresas que criam negócios novos e independentes e aqueles que desempenham funções empresariais dentro de organizações já estabelecidas. Talvez nós estejamos, afinal, pensando sobre o empreendedor visualizado por Schumpeter: "Alguém só é um empresário quando realmente 'executar uma nova combinação.' Essa condição cessa tão logo ela seja concretizada." (p. 10).	Proprietários de 110 empresas industriais de Michigan estabelecidas entre 1945 e 1958 com 20 ou mais empregados. A época das entrevistas elas tinham entre 2 a 16 anos de fundadas.	Ocupação dos pais, educação, satisfação no cargo anterior, atitudes sociais.
Cooper; Dunkelberg (1981) *	E	Este relato mostra os resultados do que nós acreditamos ser a maior e a mais variada amostra de empreendedores estudados até agora. As conclusões são oriundas de uma sondagem com 1.805 gerentes-proprietários.	1.805 membros da Federação Nacional de Negócios Independentes, todos os tipos de indústrias/negócios começaram pré-1941 a 1979.	Pais, imigrantes, educações, número de empregos prévios, idade.
Davids (1963)*	E	Fundadores de novos negócios (p.3)	521 proprietários de empresas na Geórgia e no Texas. As empresas tinham entre 1 a 10 anos de idade, nos ramos industriais, varejista, atacadista, construção e serviços.	Educação, nº de crianças, religioso, afiliações a clubes e esportes.
DeCarlo; Lyons (1979)	E	Nenhum dado.	122 indivíduos selecionados aleatoriamente em uma listagem de empresárias retiradas de relações de empresas de vários estados do chamado <i>Mid Atlantic</i> americano, de relações de mulheres proprietárias de negócios, e de relações donos de empresas pertencentes a minorias.	Idade, taxa de casamentos, educação, esforço empreendedor prévio, sujeição a controle governamental, recursos para iniciar, realização, autonomia, agressão, independência, liderança, suporte, conformidade.

QUADRO 5

Caracterizações sobre empreendedores e amostras utilizadas quando realizada pesquisa empírica

(continuação)				
Autor(es)	Tipo ¹	Definições	Amostra	Características
Draheim (1972)*	E	Empreendedorismo – o ato de fundar uma nova empresa onde nenhuma existiu antes. O empreendedor é a pessoa e empreendedores é um pequeno grupo de pessoas que fundam uma empresa. O termo também é usado para indicar que os fundadores têm significativos direitos de propriedade nos negócios (eles não são somente empregados) e que seus desejos são de que os negócios cresçam e prosperem superando a fase de auto-emprego. (p. 1).	Sondagem em outros estudos sobre empresas técnicas de Buffalo (42), Palo Alto (265) e Twin Cities (90).	Credibilidade, medo de perder o emprego, experiência de trabalho anterior, “localização de registro,” grau de “estado da arte tecnológica”.
Durand (1975)*	E	Nenhum dado.	27 pessoas do sexo masculino e 8 do sexo feminino, participantes da comunidade negra de uma grande área metropolitana do Meio Oeste americano. Todos os 35 eram proprietários ou operadores de negócios (tipo e idade não especificados) ou estavam considerando seriamente entrar no ramo de negócios após a conclusão do curso. (p. 79)	Necessidade de realização, locus de controle, treinamento.
Ely; Hess (1937)*	N	Uma pessoa ou grupo de pessoas que assume a tarefa e responsabilidade de combinar os fatores de produção em uma organização de empresarial e mantém essa organização em funcionamento ... ele comanda as forças industriais, sendo responsável pelos seus sucessos e fracassos. (p. 113)		
Gomulka (1977)*	E		Um questionário aplicado via correio em âmbito nacional respondido pelos proprietários de organizações empresariais pertencentes a minorias. A amostra foi de 644 pessoas mas apenas 220 deram respostas utilizáveis. Todos os tipos de atividades/negócios. A idade média dos negócios estava em 16,1 anos.	Sexo, idade, etnia, escolaridade, trabalho dos pais, e antecedentes sociais.
Gould (1969) ?	E	Nenhum dado.	119 rapazes freqüentando segundo grau em Seattle Washington que tiveram problemas com a lei. (p. 712)	Associações de delinquentes, percepções de oportunidade, classe social, motivação para a realização.

QUADRO 5

Caracterizações sobre empreendedores e amostras utilizadas quando realizada pesquisa empírica

(continuação)				
Autor(es)	Tipo ¹	Definições	Amostra	Características
Hartman (1959)*	N	A distinção entre gerente e empreendedor em termos de sua relação com a autoridade formal na organização industrial ... O empreendedor pode justificar sua autoridade formal por conta própria ou ele pode descrever isto como uma delegação de outros, principalmente dos acionistas. Mas dentro da organização ele é a fonte exclusiva de toda autoridade formal. A gerência é definida residual-mente como “não sendo a origem de toda autoridade.” A linha fronteira entre o empreendedor e o gerente é desse modo relativamente precisa. (Pág. 450-451).		
Hisrich; O'Brien (1981)*	E	Nenhum dado.	21 empresárias na área da grande Boston atuando em serviços e negócios de construção.	Auto-disciplina e perseverança, desejo de ter sucesso, orientado para a ação, orientado para metas, nível de energia.
Hornaday; Aboud (1971)	E	O “empreendedor de sucesso” foi definido como um homem ou mulher que começou um negócio onde antes não existia nenhum, que teve pelo menos 8 empregados e que conseguiu sobreviver pelo menos 5 anos.	60 empreendedores da Costa Leste oriundos de negócios industriais, comércio e serviços. Nenhuma atividade especificada.	Necessidade de realização, autonomia, agressividade, reconhecimento, liderança independente, arregimentação, antecedentes familiares, poder, propensão à inovação.
Hornaday; Bunker (1970)	E	... O “empreendedor bem sucedido” era um individual que começou um negócio, montando-o onde antes nenhum negócio igual esteve funcionando, e manteve-o em operação pelo menos durante 5 anos até a atual estrutura, gerando lucros ... com 15 ou mais empregados. (p. 50)	20 indivíduos na área de Boston. Negócios industriais e de serviços com pelo menos cinco anos de idade.	Necessidade de realização, inteligência, criatividade, nível de energia, iniciativa, auto-confiança, liderança, anseio de possuir dinheiro, desejo de reconhecimento, direcionado para fazer coisas, poder, afiliação, tolerância com a incerteza.
Howell (1972)*	E	A empreendedorismo – o ato de fundação uma nova empresa onde nenhuma existiu antes. O empreendedor é a pessoa e empreendedores são as pessoas que compõem o pequeno grupo de novos fundadores da empresa. O termo também é usado para indicar que os fundadores têm alguma participação de risco significativa na propriedade do negócio (eles não são somente empregados) e que sua intenção é que os negócios cresçam e prosperem e superem a fase de auto-emprego. (p. 1)	12 fundadores de empresas de semicondutores na área de Palo Alto. A média de idade das empresas estava na faixa dos 5 anos.	Idade, estado civil, atividades externas, escolaridade, número de empregos anteriores, número de demissões, influências.
Hull; Bosley; Udell (1980)	E	Uma pessoa que organiza e dirige uma empresa/negócio assumindo o risco em busca de lucro. Para o presente propósito, esta definição padrão será ampliada para incluir aqueles indivíduos que compram ou herdaram negócios já existentes com a intenção de (e esforçam-se para isso) expandi-los. (p.11)	57 proprietários ou sócios de negócios (tipo e idade não especificados). 31 dos 57 ajudaram criar negócios ou estiveram envolvidos com a criação de negócios no passado.	Interesse em “dinheiro ou fama,” ascensão social, preferências pela execução de tarefa, locus de controle, propensão a enfrentar riscos, criatividade, realização.

QUADRO 5

Caracterizações sobre empreendedores e amostras utilizadas quando realizada pesquisa empírica

(continuação)				
Autor(es)	Tipo ¹	Definições	Amostra	Características
Lachman (1980)*	E	O empreendedor é visto como uma pessoa que usa uma nova combinação de fatores de produção para produzir a primeira marca em uma atividade empresarial.	29 pessoas do sexo masculino que iniciaram pelo menos um novo empreendimento em Israel sendo o primeiro naquela atividade empresarial. (Tipo e idade não especificado).	Idade, anos em Israel, educação, ocupação do pai, motivação para realização, orientação para a realização.
Lavington (1922)*	N	Em tempos modernos o empreendedor assume muitas formas. Ele pode ser um homem de negócios privado, uma sociedade, uma sociedade anônima, uma sociedade cooperativa, uma municipalidade ou algo similar. (p. 19)	Não se aplica.	Nenhum dado.
Leibenstein (1968) *	N	Por empreendedorismo de rotina queremos nos referir as atividades envolvidas com a coordenação e continuidade de um negócio bem estabelecido, em atividade e em que as partes da função de produção em uso (e prováveis alternativas para seu uso atual) sejam bem conhecidas e que opere em um mercado bem conhecido e claramente definido. Por N-empreendedorismo queremos nos referir as atividades necessárias para criar ou continuar um empreendimento onde todos os mercados não estão bem conhecidos ou claramente definidos e/ou em que as peças relevantes da função de produção não são completamente conhecidas. (p. 73)	Não se aplica.	Nenhum dado.
Liles (1974)*	N	Nós examinamos o empreendedor que está envolvido em negócios significativas e consideramos ter encontrado um ponto de vista no pensamento tradicional de que ele é um tipo especial de indivíduo – de alguma maneira um homem singular e incomum – um homem a parte. Provavelmente seja verdade que empreendedores muito bem sucedidos se tornem homens a parte. Mas, no princípio, quando eles decidem iniciar uma carreira empresarial, eles são em muitos aspectos como muitos outros ambiciosos, indivíduos esforçados. (p. 14)	Não se aplica.	Nenhum dado.
Litzinger (1965)*	E	A distinção é esboçada entre “empreendedores” que são orientados para metas e ações contrastados com “gerentes” que executam políticas e procedimentos para alcançar metas ... Proprietários de pequenos motéis de estrada apareceram como empreendedores que investiram seu próprio capital e operam seus negócios. (p. 268)	15 proprietários-operadores de pequenos motéis de estrada (idade não especificada) no Arizona Setentrional ao longo Auto-Estrada 66.	Preferência pelo risco, independência, liderança, reconhecimento, suporte, conformidade, benevolência, estrutura, consideração.

QUADRO 5

Caracterizações sobre empreendedores e amostras utilizadas quando realizada pesquisa empírica

(continuação)				
Autor(es)	Tipo ¹	Definições	Amostra	Características
McClelland (1961)	E	... alguém que exerce algum controle sobre os meios de produção e produz mais do que ele pode consumir a fim de vender (ou permutar) para gerar renda individual (ou familiar) ... Na prática essas pessoas tornam-se negociantes, artesãos independentes e operadores de empresas. (p. 65)	Gerentes de nível médio de Programas Executivo de Harvard e do MIT, gerentes de unidades da General Electric, gerentes peruanos, italianos, poloneses e mecânicos indianos.	Realização, otimismo, affiliation, poder, consciência, otimismo, asceticismo, crença em status adquirido, moralidade do mercado.
Mescon; Montanari (1981)*	E	Os empreendedores são, por definição, geradores de novos negócios.	31 corretores de bens imóveis que possuíram e operaram suas próprias empresas na região do central norte dos Estados Unidos. A idade das empresas não foi especificada.	Realização, autonomia, dominação, persistência, ordem, locus de controle.
Palmer (1971)*	N	... a função empreendedora envolve principalmente a mensuração do risco e seu enfrentamento dentro de uma empresa. Além disso, o empreendedor bem sucedido é aquele individual que corretamente pode interpretar uma situação de risco e determinar as políticas que minimizarão esse risco ... Deste modo, o indivíduo que corretamente pode medir uma situação de risco, mas é incapaz de o minimizar, não seria definido como um empreendedor. (p. 38)	Não se aplica.	Nenhum dado.
Say (1816)	N	O agente que une todos os meios de produção e que obtém no valor dos produtos ... a recuperação de todo o capital que emprega, o valor do salário, o juro e o aluguel que ele paga, como também os lucros que pertencem a ele mesmo. (p. 28-29)	Não se aplica.	Nenhum dado.
Schrage (1965)*	E	Nenhum dado.	22 empresas de P&D, menos de 10 anos de fundadas, nas áreas de serviços, consultoria, e manufatura.	Capacidade de percepção sobre veracidade, motivação para a realização, motivação para o poder, atenção quanto as dificuldades da execução sob tensão.
Schumpeter (1934)	N	... empreendedorismo, como definido, essencialmente, consiste em fazer coisas que não são geralmente feitas no curso ordinário de rotina dos negócios, é essencialmente um fenômeno que surge sob o aspecto mais amplo da liderança. (p. 254)	Não se aplica.	Nenhum dado.
Stauss (1944)*	N	Este texto é um argumento para avançar a proposição de que a <i>empresa é o empreendedor</i> .	Não se aplica.	Nenhum dado.
Thorne; Ball (1981)*	E	Nenhum dado.	51 fundadores de pequenas empresas industriais e empresas prestando serviços a elas. A idade média das empresas ficou em 11 anos.	Idade, número de negócios anteriores, escolaridade, antecedentes familiares.

QUADRO 5

Caracterizações sobre empreendedores e amostras utilizadas quando realizada pesquisa empírica

(continuação)				
Autor(es)	Tipo ¹	Definições	Amostra	Características
Wainer; Rubin (1969)*	E	O empreendedor na forma como é apresentado por McClelland é o “homem que organiza a empresa (a unidade de negócios) e/ou aumenta sua capacidade produtiva.” (p. 178)	51 empresas de serviços técnicos e industriais que foram <i>spin-offs</i> do MIT, 4 a 10 anos de fundação.	Realização, poder, afiliação.
Welsh; Young (1982)	E	Nenhum dado.	53 proprietários de pequenos negócios. Número médio de 10 empregados de turno completo e 4 empregados de meio-turno. Todos os tipos de atividades empresariais. (Idade não informada.)	Locus de controle, maquiavelismo, auto-estima, enfrentar risco, abertura para a inovação, rigidez, regulamentação governamental, otimismo econômico.
Sexton; Bowman (1985)	E	... um executivo capaz ... que precisa possuir um número de características psicológicas em maior ou menor grau que seus parceiros na empresa. (p. 136)	Primeiro estudo: 401 estudantes universitários (63 matriculados em cursos de empreendedorismo, 115 matriculados em cursos de negócios com uma disciplina eletiva de empreendedorismo, 110 matriculados em cursos de negócios e 113 matriculados em outros cursos); segundo estudo: 218 estudantes de graduação (45 matriculados em cursos de empreendedorismo, 75 matriculados em cursos de negócios e 98 em outros cursos); terceiro estudo: 135 estudantes (41 matriculados em cursos de negócios, 43 matriculados em cursos de empreendedorismo e 51 em outros cursos).	Tolerância à ambigüidade, autonomia, não-conformidade, reserva quanto as relações interpessoais embora socialmente hábil, convivência agradável com o risco, fácil adaptação à mudança, baixa necessidade de suporte.
Peay; Dyer (1989)	E	... empreendedor é um indivíduo que participa de forma destacada da fundação de pelo menos uma organização com propósitos lucrativos, que é proprietário da maior parte da mesma além de deter seu controle direto em virtude de ocupar a mais alta posição gerencial. (p. 49)	79 empreendedores (75 do sexo masculino e 4 do sexo feminino, idade entre 33 a 81, escolaridade variando entre 10 a 20 anos ou mais e a maioria com formação universitária).	Motivado por necessidade de poder social ou pessoal.
Robinson et al (1991)	E	... um indivíduo que iniciou mais de um negócio, o último tendo pelo menos 5 anos de funcionamento, usando algum tipo de inovação. (p. 18)	54 empreendedores operando negócios no estado de Utah. 57 não-empreendedores (profissionais não ocupantes de cargos gerenciais)	Inovação, controle pessoal, auto-estima e realização.
Allinson, Chell, Hayes (2000)	E	Gerente-proprietário é alguém que implacavelmente busca identificar e perseguir oportunidades para acumulação de capital e crescimento (p. 33)	156 empreendedores escoceses e 546 gerentes atuando no Reino Unido.	Mais intuitivo do que não-empreendedores.
Leite (2000)	N	O empreendedor é um artista, um criador. Alguém que cria novos produtos, novos empregos, novas coisa. E nunca para. O empreendedor não cria porque quer, mas porque tem uma grande necessidade de realização. (p. 25)	Não se aplica.	Flexibilidade, necessidade de atualização permanente, motivação, envolvimento, compromisso, criatividade, atitude pró-ativa, abertura à mudança e disponibilidade, capacidade de adaptação, orientado para resolver problemas, tenacidade e resistência ao estresse.
Bhidé (2001)	N	Indivíduo que inicia uma empresa própria. (p. 2)	Não se aplica.	Forte tolerância à ambigüidade e autocontrole.

QUADRO 5

Caracterizações sobre empreendedores e amostras utilizadas quando realizada pesquisa empírica

Autor(es)	Tipo ¹	Definições	Amostra	Características (conclusão)
Bolton; Thompson (2000). Thompson (2004) com contribuições de Bolton.	E	Empreendedor é uma pessoa que habitualmente cria e inova para construir algo de valor reconhecido através de oportunidades percebidas por ele.	Diversas amostras com diversos instrumentos: 14 pré-incubados no HBG (Huddersfield-Reino Unido) no ano 2000; 242 neo-zelandeses participantes da pesquisa GEM-2002; 71 empreendedores e pré-empresendedores; 46 pós-graduados interessados em iniciar um negócio (2003).	Focado, criativo, oportunista, motivado, locus interno controlado, guia de equipe, bem relacionado.
Dornelas (2001)	N	... um administrador, mas com diferenças consideráveis em relação aos gerentes ou executivos de organizações, pois ... são mais visionários que os gerentes, (p. 30-3)	Não se aplica.	Visionário, seguro (sabe tomar decisões), sabe explorar oportunidades, determinado, dinâmico, dedicado, otimista, dedicado pelo que faz, independente, possui <i>locus</i> de controle interno, líder, bem relacionado, planejador, assume riscos calculados.
Lezana; Tonelli (2004)	N	Empreendedores são pessoas que perseguem o benefício, trabalham individual e coletivamente. Podem ser definidos como indivíduos que inovam, identificam e criam oportunidades de negócios, montam e coordenam novas combinações de recursos (funções de produção), para extrair os melhores benefícios de suas inovações num meio incerto. (p. 39)	Não se aplica.	Sente necessidade de: aprovação, independência, auto-desenvolvimento, segurança e auto-realização; detém conhecimentos gerais e específicos sobre negócios; possui habilidade para: identificar oportunidades, conduzir negociações, comunicar-se, obter informações, resolver problemas; possui valores que determinam sua conduta.
Ma; Tan (2006)	N	Empreendedorismo, em sua maior forma básica, é um processo em que pioneiros, inovadores ou campeões da inovação, mergulhados e guiados por uma perspectiva orientada para a criatividade, engajados na prática da criação e direcionado para atividades de inovação, que levam a um certo nível de desempenho como indicado pela realização criativa e inovativa. A forma específica do empreendedorismo depende dos padrões de interação entre o pioneirismo, perspectiva, e prática, a cujos efeitos conjuntamente determinam o desempenho empresarial. (p. 707)	Não se aplica.	Ter um propósito, estrategista, agir com paixão, perseverante, persuasivo, sempre em busca de oportunidades, inovador.
Nair; Pandey (2006)	E	[Empreendedor] Alguém que iniciou um negócio. (p. 52)	46 pessoas que iniciaram um negócio, sendo que 30 deles ainda estavam em funcionamento, e 36 pessoas que nunca tentaram iniciar um empreendimento, sendo todas residentes no estado de Kerala, na Índia.	Inovativo.

¹ (N) Normativo, teórico, (E) Empírico.

* Não verificado o texto original, apresentando-se portanto como citação de citação.

Adaptado (com alterações e acréscimos) de: GARTNER, William. Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, v. 112, n. 4, p. 11-32, 1988.

QUADRO 6

Algumas das mais citadas características de empreendedores

(continua)

Característica	Autor (es)	+/- ¹	Fonte	
Necessidade e realização (motivação para realizar)	1. McClelland (1961)	+	McClelland, D. C. (1961). <i>The Achieving Society</i> . Princeton, NJ: D. Van Nostrand.	
	2. Hornaday & Aboud (1971)	+	Hornaday, J. A. and Aboud, J. (1971). Characteristics of successful entrepreneurs, <i>Personnel Psychology</i> , 24, 141-153.	
	3. Sexton & Bowman (1985)	-	Sexton, D.L and Bowman, N. (1985). The entrepreneur: A capable executive and more. <i>Journal of Business Venturing</i> , 1(1): 129-140.	
	4. Brockhaus & Horwitz (1986)*	+	Brockhaus, R. H., & Horwitz, P.S. (1986). The psychology of the entrepreneur. In D. L. Sexton & R. W. Smilor (Eds.), <i>The art and science of entrepreneurship</i> , pp. 25-48. Cambridge, MA: Ballinger.	
	5. Cromie (1987)	+	Cromie, S. (1987). Motivations of aspiring male and female entrepreneurs, <i>Journal of Organisational Behaviour</i> , 8(3), 251-61.	
	6. Begley & Boyd (1987)*	+	Begley, T. M., & Boyd, D. B. (1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and small businesses. <i>Journal of Business Venturing</i> (2), 79-93	
	7. Green et al. (1996)	+	Green, R., David, R. G. and Dent, M. (1996). The Russian entrepreneur: a study of psychological characteristics. <i>International Journal of Entrepreneurial Behavior</i> , 2 (1), 49-58.	
	8. Stewart et al. (1998)	+	Stewart, W. H., Watson, W. E., Carland, J. C. and Carland, J. W. (1998). A proclivity for entrepreneurship: a comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. <i>Journal of Business Venturing</i> , 14, 189-214.	
	9. Korunka et al. (2003)	+	Korunka, C., Frank, H., Lueger, M. and Mugler, J. (2003). The entrepreneurial personality in the context of resources, environment, and the startup process – A configurational approach. <i>Entrepreneurship Theory & Practice</i> , 28(1), 23-42.	
Locus de controle	Brockhaus & Nord (1979)	+	Brockhaus, R.H. and Nord, W.R. (1979). An exploration of factors affecting the entrepreneurial decision: personal characteristics vs. environmental conditions, <i>Proceedings of the Academy of Management Conference</i> , pp.509-520.	
	Chen et al. (1998)	-	Chen, C.C., et al. (1998). Does entrepreneurs self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? <i>Journal of Business Venturing</i> , 13(4), 295-316.	
	Begley & Boyd (1987)*	+	Begley, T. M., & Boyd, D. B. (1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and small businesses. <i>Journal of Business Venturing</i> (2), 79-93	
	Green et al. (1996)	+	Green, R. et al. (1996). The Russian entrepreneur: a study of psychological characteristics. <i>International Journal of Entrepreneurial Behavior</i> , 2 (1), 49-58.	
	Korunka et al. (2003)	+	Korunka, C., Frank, H., Lueger, M. and Mugler, J. (2003). The entrepreneurial personality in the context of resources, environment, and the startup process – A configurational approach. <i>Entrepreneurship Theory & Practice</i> , 28(1), 23-42.	
	Propensão a assumir riscos	Brockhaus (1980)	-	Brockhaus, R.H. (1980). Risk-Taking Propensity of Entrepreneurs. <i>Academy of Management Journal</i> , 23(3), 509-520.
		Sexton & Bowman (1985)	-	Sexton, D.L and Bowman, N. (1985). The entrepreneur: A capable executive and more. <i>Journal of Business Venturing</i> , 1(1): 129-140.
Begley & Boyd (1987)*		+	Begley, T. M., & Boyd, D. B. (1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and small businesses. <i>Journal of Business Venturing</i> (2), 79-93	
Low & MacMillan (1988)		-	Low B. M. and McMillan, B. C. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. <i>Journal of Management</i> , 14(2), 139-162.	
Chell, Haworth & Breadley (1991)*		-	Chell, E., Haworth, J., & Brearley, S. (1991). <i>The entrepreneurial personality: Concepts, cases, and categories</i> . London, New York: Routledge.	
Mullins & Forlani (1998)		-	Mullins, J.W. and Forlani, D. (1998). Differences in perceptions and behavior: a comparative study of new venture decisions of	
Stewart et al. (1998)		-		

QUADRO 6

Algumas das mais citadas características de empreendedores

(conclusão)

Característica	Autor (es)	+/- ¹	Fonte
			managers and entrepreneurs. <i>Frontiers of Entrepreneurship Research</i> .
			Stewart, W. H., Watson, W. E., Carland, J. C. and Carland, J. W. (1998). A proclivity for entrepreneurship: a comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. <i>Journal of Business Venturing</i> , 14, 189-214.
Preferência pela inovação (inovatividade)	Schumpeter (1934)*	+	Schumpeter, J.A. (1934), <i>The Theory of Economic Development</i> , Cambridge, Harvard University Press 1934.
	Timmons (1978)*	+	Timmons, J.A. (1978), "Characteristics and Role Demands of Entrepreneurship", <i>American Journal of Small Business</i> , 3, 1, p. 5-17.
	Carland et al. (1984)	+	Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R. and Carland, J. C. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization. <i>Academy of Management Review</i> , 9(2), 354-359.
	Drucker (1985)	+	Drucker, P. F. (1985). <i>Innovation and entrepreneurship</i> . New York: Harper.
	Stewart et al. (1998)	+	Stewart, W. H., Watson, W. E., Carland, J. C. and Carland, J. W. (1998). A proclivity for entrepreneurship: a comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. <i>Journal of Business Venturing</i> , 14, 189-214
	Utsch, Rauch, Rothfuss & Frese (1999)*	+	Utsch, A. et al.(1999). Who becomes a small scale entrepreneur in a post-socialist environment: On the differences between entrepreneurs and managers in East Germany. <i>Journal of Small Business Management</i> , July, 31-42.
Autonomia	Sexton & Bowman (1985)	+	Sexton, D.L and Bowman, N. (1985). The entrepreneur: A capable executive and more. <i>Journal of Business Venturing</i> , 1(1): 129-140.
	Cromie (1987)	+	Cromie, S. (1987). Motivations of aspiring male and female entrepreneurs, <i>Journal of Organisational Behaviour</i> , 8(3), 251-61.
	Utsch, Rauch, Rothfuss & Frese (1999)*	+	Utsch, A. et al.(1999). Who becomes a small scale entrepreneur in a post- socialist environment: On the differences between entrepreneurs and managers in East Germany. <i>Journal of Small Business Management</i> , July, 31-42.
Necessidade de independência	Hornaday & Aboud (1971)	+	Hornaday, J. A. and Aboud, J. (1971). Characteristics of successful entrepreneurs, <i>Personnel Psychology</i> , 24, 141-153.
	Sexton & Bowman (1985)	+	Sexton, D.L and Bowman, N. (1985). The entrepreneur: A capable executive and more. <i>Journal of Business Venturing</i> , 1(1): 129-140.
Ética no trabalho	Green et al. (1996)	+	Green, R. et al. (1996). The Russian entrepreneur: a study of psychological characteristics. <i>International Journal of Entrepreneurial Behavior</i> , 2 (1), 49-58.
	Littunen (2000)	+	Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. <i>International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research</i> , 6(6), 295-309.
Powerful others	Green et al. (1996)	+	Green, R. et al. (1996). The Russian entrepreneur: a study of psychological characteristics. <i>International Journal of Entrepreneurial Behavior</i> , 2 (1), 49-58.
	Littunen (2000)	+	Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. <i>International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research</i> , 6(6), 295-309.
Tolerância com a ambigüidade	Begley & Boyd (1987)*	+	Begley, T. M., & Boyd, D. B. (1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and small businesses. <i>Journal of Business Venturing</i> (2), 79-93

¹ +: observado em empreendedores, -: não-específico de empreendedores; * Não investigados pelo autor que serviu de fonte.

Fonte: GOUATARBÈS, Benoit. Why do people engage in start-up activities: personality traits and cognitive processes. Paper apresentado no Seminar in Business Strategy and International Business. Helsinki University of Technology. Department of Industrial Engineering and Management - Institute of Strategy and International Business. Helsinki, 13-03-2006 a 27-04-2006. Disponível em: <http://www.tuta.hut.fi/studies/Courses_and_schedules/Isib/TU-91.167/seminar_papers_2006/seminar_schedule.php>. Acesso em: 17 mai 2006.

Nota: Foram adicionadas ao quadro, produzido pela fonte utilizada, as referências bibliográficas dos estudos originais.