

Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade

**CARACTERÍSTICAS E SINGULARIDADES EMPREENDEDORAS DOS
EMPRESÁRIOS ATENDIDOS PELO NÚCLEO DE EXTENSÃO PRODUTIVA E
INOVAÇÃO DE CRUZ ALTA- RS**

**FEATURES AND ENTREPRENEURIAL SINGULARITIES OF ENTREPRENEURS
ATTENDED BY NUCLEO DE EXTENSÃO PRODUTIVA E INOVAÇÃO THE CRUZ
ALTA- RS**

Rozali Araujo dos Santos, Valentine Daniel Belzarena e Gilmar Azeredo Wallau Junior

RESUMO

Atualmente, características de personalidade podem ser consideradas como qualidades essenciais ao sucesso do empreendedor e de sua empresa. Dessa forma, o presente estudo teve como principal objetivo investigar o perfil empreendedor dos empresários cruzaltenses atendidos pelo Núcleo de Extensão Produtiva e Inovação do Alto Jacuí. Para tanto, é apresentado o conceito de empreendedorismo, bem como feita uma análise do perfil do empreendedor e suas principais características e singularidades. Caracterizado como um estudo de abordagem qualitativa e descritiva, a presente investigação teve sua coleta de dados obtida através de entrevista semiestruturada realizada com oito empresários. Como resultados, o estudo observou que os empresários entrevistados apresentam as 11 características empreendedoras presentes na matriz elaborada por Souza (2005), que foram usadas como base nessa pesquisa, sendo elas: buscar oportunidades, conhecimento do mercado, conhecimento do produto, correr riscos, criatividade, iniciativa, inovação, liderança, necessidade de realização, proatividade e visionaridade. Sendo assim, é possível afirmar que há evidências de que as características empreendedoras são singulares em sua maioria havendo um equilíbrio quanto aos itens analisados alcançando assim, o objetivo desta pesquisa.

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

ABSTRACT

Currently, personality characteristics can be considered as essential qualities to the success of the entrepreneur and his company. Thus, this study aimed to investigate the entrepreneurial profile of cruzaltenses entrepreneurs served by the Nucleo de Extensão Produtiva e Inovação of Alto Jacuí. Therefore, the concept of entrepreneurship is presented and made one entrepreneur profile analysis and its main characteristics and peculiarities. Characterized as a study of qualitative and descriptive approach, this research had its collection of data obtained through semi-structured interview with eight entrepreneurs. As a result, the study found that respondents entrepreneurs have the 11 entrepreneurial characteristics present in the matrix prepared by Souza (2005), which were used as the basis of this research, namely: seeking opportunities, market knowledge, product knowledge, take risks, creativity, initiative, innovation, leadership, need for achievement, proactive and visionaridade. Thus, we can say that there is evidence that the entrepreneurial characteristics are unique mostly having a balance as to items analyzed thus achieving the objective of this research.

Keywords: entrepreneurship; Profile entrepreneur; entrepreneurial characteristics.

Introdução

O atual ambiente econômico tem obrigado as organizações a se adaptarem a uma nova realidade competitiva no mercado, onde as inovações tecnológicas, estruturais e comportamentais têm avançado significativamente diante de consumidores cada vez mais exigentes (MATTOS, 2002). Para Pantzler (1999) esses avanços têm sido constantes e precisos, alterando de forma expressiva antigos paradigmas, assim, hoje é possível atuar e criar inovações em áreas onde antes não existiam, devendo, para tanto, as empresas e seus administradores acompanharem essa evolução de forma que estejam sempre em busca de uma contínua atualização, pois possuir competências e habilidades a fim de promover a inovação pode ser uma importante ferramenta de estratégia competitiva, já que podem fortalecer o crescimento da empresa no mercado (VIEIRA, 2011).

Dessa forma, para Dornelas (2008a) o empreendedorismo surgiu como consequência do desenvolvimento das mudanças tecnológicas e, para os empreendedores de hoje e do futuro, a tecnologia é uma ferramenta essencial, e as informações, conhecimentos e criatividade são os principais combustíveis que movem um empreendedor, isso faz com que ganhem cada vez mais espaço no mercado e tragam muitos benefícios para a sociedade.

Schumpeter (1939 *apud* DORNELAS, 2008a) afirma que o empreendedor é uma pessoa que destrói a ordem econômica existente introduzindo novos produtos e serviços, criando novas formas de organização e explorando novos materiais. Tal afirmação demonstra que o empreendedor é o agente da mudança nos mercados e consequentemente da economia, uma vez que promove a geração de novos empregos e a criação de produtos inovadores, estando sempre direcionado na busca de soluções para os problemas e necessidades da população. Ou seja, para Salim e Silva (2010) um empreendimento de sucesso é aquele proveniente de uma boa ideia devidamente planejada e que possua um empreendedor disposto a transformá-la em realidade. A inovação é o principal instrumento dos empreendedores, visto que eles exploram a mudança como uma oportunidade de negócio ou serviço diferenciado (DRUCKER, 2008).

Convém salientar que o conceito de empreendedorismo não equivale somente a uma pessoa ou uma ideia inovadora, sua amplitude envolve as mudanças trazidas pela globalização no ambiente econômico, deixando de ser composto predominantemente por empresas de grande porte e passando a ser dominado por pequenas e médias empresas (PMEs), que no Brasil, segundo dados do IBGE (2012), representam 20% do PIB Nacional, são responsáveis por 60% dos 94 milhões de empregos e constituem 99% dos seis milhões de estabelecimentos formais existentes no país. A maior parte dos negócios está localizada na região Sudeste, chegando a quase três milhões de empresas, onde o setor preferencial é o comércio, seguido de serviços, indústria e construção. Na busca da independência financeira e da realização profissional, muitos encaram o desafio de lançar-se no mercado de trabalho com um negócio próprio, porém, as empresas de pequeno porte na maior parte das vezes têm pouco tempo de existência, e isso frequentemente ocorre pela falta de preparo adequado dos gestores e pelas barreiras burocráticas que dificultam o acesso às políticas de crédito.

Assim, considerando a importância do empreendedorismo e do ser empreendedor, este artigo teve como principal objetivo investigar o perfil empreendedor dos empresários atendidos pelo Núcleo de Extensão Produtiva e Inovação do Alto Jacuí, mais especificamente os empresários de Cruz Alta, sendo que tal pesquisa decorre do fato de que esse perfil é um importante diferencial na gestão de uma empresa e um fator preponderante para o sucesso empresarial. Sendo assim, explorar os aspectos relacionados ao empreendedor, suas características e desempenho se tornam importantes uma vez que podem contribuir, de alguma forma, para que o interesse pelo empreendedorismo aumente, e consequentemente, surjam profissionais cada vez mais capacitados e bem sucedidos.

Para tanto o trabalho será dividido em quatro partes: a primeira traz a introdução, a segunda busca contextualizar, através de estudos bibliográficos, o empreendedorismo e caracterizar o perfil empreendedor; a terceira parte demonstra o método utilizado para a avaliação deste perfil e por fim são apresentadas as referências.

Empreendedorismo

A palavra “empreendedor” vem do latim *impredere*, que significa “decidir realizar tarefa difícil e laboriosa” ou “colocar em execução”, no francês é chamado de *entrepreneur*, significando “aquele que assume riscos e começa algo novo”. Na língua inglesa recebe o nome de *entrepreneurship*, que designa o comportamento do empreendedor (MAXIMIANO, 2006).

Segundo Salim e Silva (2010), as demonstrações de empreendedorismo vêm desde a antiguidade, fazendo parte da construção de grandes obras, como as pirâmides do Egito, os jardins suspensos da Babilônia, o Farol de Alexandria, a cidade Maia de Chichen Itzá, e vem se desenvolvendo ao longo dos anos com as realizações de planos mais simples como a construção de casas para moradia, de lojas comerciais e na criação das infraestruturas de cidades.

Aprofundando o estudo acerca do surgimento do empreendedorismo, Dornelas (2008a) cita Marco Polo como sendo o iniciador, já que assumia riscos de forma ativa, físicos e emocionais, em suas negociações com os capitalistas, que assumiam riscos passivos. Na Idade Média, o empreendedor gerenciava grandes projetos, que eram geralmente financiados pelo governo, mas sem assumir grandes riscos. No século XVII surge a relação entre assumir riscos e o empreendedorismo, e no século XVIII ocorre a diferenciação entre o capitalista e o empreendedor. Finalmente, nos séculos XIX e XX os empreendedores passaram a ser confundidos com os gestores ou administradores, o que ocorre até hoje.

No Brasil o interesse pelo empreendedorismo foi intensificado na década de 1990 com o surgimento de entidade como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software), ganhando uma atenção especial do governo e de entidades de classe devido ao surgimento de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos (DORNELAS, 2008a). Segundo Dornelas (2008a), uma das consequências do empreendedorismo foi o aumento do índice de desemprego, que levou as pessoas a abrirem negócios próprios, mesmo sem experiência, ou até mesmo assumirem negócios familiares.

O empreendedorismo é a maior força transformadora que existe hoje no planeta, já que empreendedores eficazes tornam-se líderes capazes de criar ou identificar oportunidades para desenvolver novos mercados e enfrentar a concorrência (DORNELAS; TIMMONS; SPINELLI, 2010). O papel do empreendedor tem se tornado cada vez mais fundamental na sociedade, devido aos avanços tecnológicos, o crescimento da economia e dos meios de produção e serviços. Isso demonstra que o empreendedorismo surge como consequência dos avanços tecnológicos, o que força os novos empresários a adotarem novos paradigmas diante de uma economia tão competitiva (DORNELAS, 2008a).

Para Salim e Silva (2010) o empreendedorismo vem crescendo cada vez mais no mundo inteiro, o que contribui para a realização pessoal do empreendedor e para o desenvolvimento econômico. “Em razão disso, foram criadas organizações para difundir o empreendedorismo e transformá-lo em uma vantagem competitiva naquele país que adotasse a cultura” (SALIM; SILVA, 2010, p. 18).

Buscando mapear este crescimento do empreendedorismo, foi iniciado um projeto pela *London Business School* e a *Babson College*, a pesquisa GEM (*Global Entrepreneurship*

Monitor), que é a maior pesquisa sobre empreendedorismo global, e é executada no Brasil pelo IBQP (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade) em parceria com o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e o Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas. Esse projeto formulou um conceito de empreendedorismo que é aceito internacionalmente, onde diz:

“Entende-se como empreendedorismo qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como por exemplo: uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente” (GEM, 2005, p. 15).

Salim e Silva (2010) ressaltam a importância da pesquisa realizada pelo GEM, já que é uma forma de identificar o comportamento dos empreendedores e os aspectos que favorecem e dificultam o desenvolvimento do empreendedorismo. Proporciona diversas informações importantes pertencentes a cada país pesquisado, cada qual com sua cultura, infraestrutura e legislação, sendo uma forma de colaborar com o crescimento do empreendedorismo pelo mundo.

Martens e Freitas (2007, p. 5) elaboraram um quadro onde são apresentadas algumas definições de empreendedorismo na perspectiva de determinados autores:

Quadro 1– Definições de empreendedorismo

Autores	Definições de Empreendedorismo
Stevenson e Jarillo (1990)	Empreendedorismo é um processo pelo qual indivíduos – em sua própria empresa ou dentro de organizações – perseguem oportunidades sem considerar os recursos que controlam.
Covin e Slevin (1991)	Empreendedorismo é uma dimensão de postura estratégica de uma organização representada por assumir riscos, tendência a agir proativamente e com agressividade competitiva e confiar em inovação de produtos.
Morris, Lewis e Sexton (1994)	Empreendedorismo é uma atividade em processo que envolve uma série de inputs (oportunidade, indivíduos proativos, recursos, etc.) e que pode produzir diferentes outputs (novo negócio, valor, novo produto, benefício pessoal, crescimento, lucro, etc.).
Lumpkin e Dess (1996)	Empreendedorismo tem relação com novos negócios, no que consiste o empreendedor.
Filion (1999)	Empreendedorismo envolve o estudo dos empreendedores, examina suas atividades, características, efeitos sociais e econômicos e os métodos de suporte usados para facilitar a expressão da atividade empreendedora.
Shane e Venkataraman (2000)	Empreendedorismo é o processo de descoberta, evolução e exploração de oportunidades.

Fonte: Martens e Freitas (2007, p. 6).

Assim, pode-se perceber que são inúmeros os estudos e pesquisas que buscam identificar as características, comportamentos e atitudes do empreendedor, o que vem gerando muitas discordâncias ao tentar conceituar tal perfil (SOUZA; FRACASSO; LOPES JR., 2008). Dessa forma, o capítulo seguinte, busca apresentar argumentos no que tange o perfil dos empreendedores.

Perfil dos empreendedores

A figura do empreendedor é muitas vezes confundida com a do inventor e a do administrador, porém Dornelas (2008b) destaca que o inventor busca a criação e a descoberta, ignorando os fins econômicos, enquanto que o empreendedor busca identificar oportunidades

de inovar utilizando sua criatividade, habilidades gerenciais e o conhecimento dos negócios. A diferença entre o empreendedor e o administrador, é que o empreendedor tem uma visão mais abrangente, buscando sempre fazer mais e ultrapassando as tarefas básicas desempenhadas pelo administrador. Dornelas (2008b) complementa que os empreendedores precisam ser bons administradores para atuar nas decisões da empresa, sendo capazes de definir as prioridades e gerenciar. Porém, nem todo administrador possui as habilidades e anseios pertencentes aos empreendedores.

Salim e Silva (2010, p. 10-11) ressaltam que o empreendedorismo é caracterizado por certos elementos que são observados nos empreendedores e passam a ser considerados como características do comportamento empreendedor mesmo que não sejam observadas em todos eles. A seguir, algumas reflexões dos autores acerca dos empreendedores: são caracterizados por um conjunto de comportamentos e de hábitos que podem ser adquiridos, praticados e desenvolvidos; adotam clara atitude proativa de observação da realidade, que os leva a ter uma boa percepção das oportunidades; são capacitados para capturar e avaliar oportunidades e, a partir de suas idéias, desenvolver planos para realizar seus objetivos; desenvolvem habilidade para obter apoio de colaboradores e de financiadores para seus empreendimentos; são habituados a tomar decisões; buscam incessantemente criar valor para a sociedade através de seus empreendimentos.

Para Dornelas (2008a) o empreendedor de sucesso é aquele que conhece o negócio em que atua, e isso pode levar tempo e requer experiência. Nesse contexto, a busca constante de conhecimento é de vital importância uma vez que certas habilidades e experiências levam ao sucesso do empreendimento. Segundo ele uma ideia gera uma inovação e uma inovação gera uma empresa. Como características dos empreendedores de sucesso Dornelas (2008a, p. 17-18) define: sabem explorar ao máximo as oportunidades; são determinados e dinâmicos; são dedicados; são otimistas e apaixonados pelo que fazem: eles adoram o seu trabalho; são independentes e constroem seu próprio destino; são líderes e formadores de equipes; são bem relacionados (networking); são organizadores; planejam; possuem conhecimento; assumem riscos calculados; criam valor para a sociedade.

Conforme Bessant e Tidd (2009, p. 290), “[...] treinamento, prática, experiência e apoio podem influenciar o comportamento. Isso sugere que o empreendedorismo não é simplesmente um traço inerente, mas, em um significado mais amplo, pode ser adquirido e desenvolvido.” Seguindo a mesma concepção, Dornelas (2007, p. 11-16) enfatiza que não existe um perfil específico de empreendedor, o que comprova que qualquer pessoa pode tornar-se empreendedor.

Diante dos mais variados conceitos encontrados na literatura sobre o perfil empreendedor, Toledo *et al.* (2011) ressalta a importância de identificar as características empreendedoras, pois podem servir de referência na formação de novos empreendedores e de base para o início de ações que ajudem a incrementar o perfil empreendedor.

Pautando-se nas idéias de Toledo *et al.* (2011), aqui apresenta-se uma matriz onde são mostradas características empreendedoras consideradas por alguns autores (SOUZA, 2005, p. 143).

Quadro 3 – Matriz de características de empreendedor e empreendedorismo

Características	Autores
-----------------	---------

	J. Schumpeter	D. McClelland	M. Weber	L. J. Filion	R.E. McDonald	E. Degen	P. Drucker	R. Lalkala	I. Dutra	Barros e Prates	H. Mintzberg	E. Angelo	Logenecker et al.	E. Leite	Carland et al.	Frese et al.	TOTAL
Buscar oportunidades	x	x		x	x	x	x		x		x	x	x	x			11
Conhecimento do mercado						x	x	x				x		x			5
Conhecimento do produto						x	x	x				x		x			5
Correr riscos	x	x		x	x	x	x				x	x		x	x		10
Criatividade		x		x		x		x	x	x		x		x	x		9
Iniciativa	x	x		x					x					x		x	6
Inovação	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	16
Liderança	x	x	x	x	x		x				x						7
Necessidade de realização	x	x									x				x	x	5
Proatividade	x	x		x											x	x	5
Visionariedade				x					x		x			x		x	5

Fonte: Souza (2005, p. 143)

Para uma melhor compreensão das onze características citadas na matriz de Souza (2005), buscou-se caracterizar cada uma delas. A primeira característica é a busca de oportunidades, para Salim e Silva (2010) as oportunidades podem ser percebidas através da análise dos pontos de insatisfação e inequação presentes no mercado atual, assim, através da busca de ideias ocorre a transformação das oportunidades em empreendimentos. Um empreendedor deve ter a capacidade de encontrar, avaliar e desenvolver as oportunidades derrubando as barreiras que resistem à criação de algo novo, ficando atento às possibilidades e estabelecendo mecanismos que o auxiliem na identificação das oportunidades em potencial (HISRIC; PETERS, 2004).

A segunda característica é o conhecimento do mercado, que conforme o SEBRAE (2009 *apud* ROMANO, 2009) envolve o entendimento sobre o público alvo que o empreendedor deseja atingir, bem como seus gostos, hábitos e costumes, sabendo identificar de maneira correta o que eles desejam para encontrar a melhor fonte de aquisição desses produtos. Isso demonstra que é de extrema importância estar atento ao que o mercado tem como disponibilidade e o que as pessoas estão demandando.

A terceira característica é o conhecimento do produto, Degen (1989) afirma que o empreendedor tem a capacidade de prever a viabilidade ou não de seus empreendimentos através da formalização de estratégias e de ferramentas de planejamento e controle, conseguindo assim, ter profundo conhecimento técnico sobre o produto que pretende oferecer e o mercado que pretende atuar. Drucker (2008) complementa que o empreendedorismo vai muito além da identificação de oportunidades, já que exige conhecimento do negócio, dos produtos, dos mercados, dos clientes e das tecnologias disponíveis.

A quarta característica é correr riscos, que para Salim e Silva (2010) é uma das maiores qualidades do empreendedor, mas deve obedecer aos padrões de racionalidade, exigindo dele conhecimento para saber avaliar os riscos e as alternativas diante de um ambiente de incertezas. O risco pode variar de acordo com a capacidade que o empreendedor tem em controlá-lo e pode resultar em uma posição de vantagem competitiva ou em novas descobertas de oportunidades

(LLEWELLYN, 2004 *apud* KORNIEZUK, 2004). Segundo Drucker (2008, p. 33) “indivíduos que precisam contar com a certeza é de todo impossível que sejam bons empreendedores”.

A quinta característica é a criatividade que, para Degen (1989), é capaz de despertar no empreendedor a associação dos diversos tipos e formas de empreendimentos, podendo adotar a fórmula de sucesso de um negócio em outro. Segundo Filion e Dolabela (2000) a criatividade não representa somente a invenção de algo completamente novo, mas também a descoberta de novas formas para a utilização de produtos criados por outras pessoas, podendo encontrar mercados ainda não explorados para novos serviços e desenvolver uma forma mais rentável para produzir os mesmos produtos. “O empreendedor é uma pessoa criativa que gosta de estabelecer objetivos que busca atingir” (FILION, 1999, p. 19).

A sexta característica é a iniciativa, que para Pilleggi (2008) representa a busca constante por novas oportunidades de negócios, estando sempre atento ao que ocorre no mercado em que atua ou que pretende atuar. Segundo o SEBRAE (2009) o empreendedor com iniciativa é aquele que realiza as coisas antes de serem solicitadas ou antes de ser forçado pelas circunstâncias. Agem para expandir seu negócio a novas áreas, novos produtos ou serviços.

A sétima característica é a inovação, que para Lumpkin e Dess (1996) diz respeito à receptividade, o engajamento e o suporte a novas ideias que resultem em novos produtos e serviços, assim como, a criação de novas tecnologias de processos. Para que haja inovação é necessário que o empreendedor esteja disposto a introduzir novidades a partir de processos criativos que objetivem o desenvolvimento de novos produtos, serviços ou processos (LUMPKIM; DESS, 1996). Na concepção de Motta (1989), inovar é aplicar o incomum, o novo, como uma solução criativa para problemas que vão sendo detectados.

A oitava característica é a liderança, que para Munhoz e Oliveira (2011) envolve a influência pessoal, o relacionamento de poder e o processo de influência. Dando continuidade a essa concepção Tannenbaum, Weschler e Massarik (1961) afirmam que a influência pessoal é exercida em uma situação e gerenciada através da comunicação, visando atingir os objetivos do empreendedor e o sucesso na inovação organizacional. Em outras palavras, a liderança é considerada como um processo onde o líder é o principal elemento para a facilitação do alcance dos resultados das equipes (RICKARDS; MOGER, 2000).

A nona característica é a necessidade de realização, que para Maslow (1954) revelam uma tendência do indivíduo em realizar plenamente o seu potencial, onde buscam ser sempre mais do que são e tudo o que podem vir a ser. Birley e Westhead (1992 *apud* BARON; SILVA; LEZANA, 2008, p. 3) afirmam que a auto-realização “é o aperfeiçoamento dos desempenhos e realizações, por meio da maximização dos potenciais”, e que o empreendedor sente-se realizado quando tem a oportunidade de trabalhar com o que lhe dá prazer, quando tem seu potencial maximizado e com os resultados que esses fatores podem lhe trazer.

A décima característica é a proatividade que, para Lumpkin e Dess (1996, *apud* SILVA; GOMES; CORREIA, 2009), está relacionada à iniciativa do indivíduo na busca de oportunidades e pode representar a possibilidade de ganhos extraordinários para o empreendedor. Em suma, a proatividade significa a antecipação do indivíduo em relação às necessidades e aos problemas futuros.

E a última característica citada por Souza (2005) é a visionaridade que, na concepção de Fillion (2000), é a visão de uma imagem, projetada no futuro, do lugar que se quer ver ocupado pelos seus produtos no mercado, assim como a imagem projetada do tipo de organização necessária para consegui-lo. É através da visão que o empreendedor desenvolve uma ideia de novos produtos ou serviços, realiza um estudo de viabilidade, imagina novos negócios e define os objetivos que pretende alcançar (FILION; DOLABELA, 2000).

As características presentes na matriz elaborada por Souza (2005) foram conceituadas a fim de servir como base na identificação das características empreendedoras nos empresários

cruzaltenses atendidos pelo Nepi, sendo esse o objetivo principal dessa pesquisa. A seguir, é apresentada a metodologia utilizada no presente trabalho.

Metodologia

Nesse tópico é apresentada a estrutura metodológica que foi utilizada a fim de alcançar o objetivo principal dessa pesquisa, que busca identificar as características e singularidades empreendedoras dos empresários atendidos pelo Nepi de Cruz Alta - RS.

A abordagem da presente pesquisa é classificada como qualitativa, pois, segundo Reis (2008), busca dar significados aos fenômenos analisados, descrever a complexidade de um específico problema, analisar a interação de certas variáveis e compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais. Lakatos e Marconi (2004, p. 269) complementam que “a metodologia qualitativa preocupa-se em analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano. Fornece análise mais detalhada sobre as investigações, hábitos, atitudes, tendências de comportamento etc.” Entretanto, segundo Hair Jr. *et al.* (2003), esse tipo de metodologia exige do pesquisador a interpretação do texto ou das imagens referentes à pesquisa, já que os dados coletados tendem a ser subjetivos.

Quanto aos seus objetivos é caracterizada como descritiva, pois busca descrever fatos e características de determinada população ou área de interesse a fim de identificar problemas e justificar condições no estudo (GRESSLER, 2004). Para Andrade (2002) esse tipo de pesquisa busca observar os fatos, registrá-los, analisá-los, classificá-los e interpretá-los sem a interferência do pesquisador. Entretanto, Triviños (1987) ressalta que o objetivo da coleta e interpretação dos dados é conferir validade científica à pesquisa, exigindo do pesquisador uma definição mais precisa das técnicas, métodos, modelos e teorias que serão usadas.

Dessa forma, essa pesquisa pode ser classificada como descritiva, já que procura identificar características empreendedoras nos empresários que serão estudados.

A coleta de dados é a etapa da pesquisa onde os instrumentos das técnicas selecionadas são aplicados a fim de coletar os dados previstos (MARCONI; LAKATOS, 2002). No presente trabalho, a coleta de dados foi obtida por entrevista semi-estruturada.

Sendo assim, no intuito de identificar as características e as singularidades empreendedoras nos empresários atendidos pelo Nepi, foram utilizadas as seguintes categorias de análises:

Quadro 5: dimensões e indicadores para a construção do instrumento para a identificação do perfil empreendedor.

Dimensão	Indicadores	Autores
Realização	Buscar oportunidades Iniciativa Correr Riscos Necessidade de Realização Proatividade	J. Schumpeter; D. McClelland; L. J. Filion; E. Degen; P. Drucker; I. Dutra; H. Mintzberg; E. Angelo; Logenecker et al.; E. Leite; R. E. McDonald; Carland et al.; Frese et al.
Planejamento	Conhecimento do mercado Conhecimento do produto Visionaridade	E. Degen; P. Drucker; R. Lalkala; E. Angelo; E. Leite; L. J. Filion; I. Dutra; H. Mintzberg; Frese et al.
Poder	Liderança	J. Schumpeter; D. McClelland; M. Weber; L. J. Filion; R. E. McDonald; P. Drucker; H. Mintzberg
Inovação	Criatividade Inovação	J. Schumpeter; D. McClelland; M. Weber; L. J. Filion; R. E. McDonald; E. Degen; P. Drucker; R. Lalkala; I. Dutra; Barros e Prates; H. Mintzberg; E. Angelo; Logenecker et al.; E. Leite; Carland et al.; Frese et al.

Fonte: Elaborado pelo autor (2014)

A partir destas categorias foi elaborado um protocolo de entrevista semi-estruturada, para ser aplicada junto aos empresários a fim de atingir o objetivo proposto por esse trabalho. A entrevista semi-estruturada é realizada na presença do investigador, o que possibilita uma liberdade e espontaneidade ao informante. Parte de certos questionamentos realizados através de teorias e hipóteses que interessam à pesquisa, e que podem oferecer um amplo campo de interrogativas (TRIVIÑOS, 1987). Para tanto foram elaboradas 33 perguntas que se dividiram entre as quatro dimensões estudadas, conforme quadro 6, abaixo.

Quadro 6: distribuição das perguntas segundo suas dimensões.

Dimensão	Perguntas
Realização	1, 4, 5, 8, 9, 11, 12, 13, 16, 18, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 27, 28, 29, 32, 33.
Planejamento	2, 6, 7, 14, 15, 22.
Poder	26, 31.
Inovação	3, 10, 17, 30.

Fonte: Elaborado pelo autor (2014)

No presente trabalho, foram realizadas entrevistas abertas com oito proprietários de empresas atendidos pelo Núcleo de Extensão Produtiva e Inovação do Alto Jacuí – NEPI, que, segundo Pieniz *et al.* (2012), é um convênio entre a Universidade de Cruz Alta e o Governo do Estado do Rio Grande do Sul, por meio da Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Promoção do Investimento – AGDI, com objetivo de proporcionar capacitações e melhorias na eficiência e eficácia produtiva das empresas, fomentando a busca permanente da inovação e da sustentabilidade. O critério de escolha das empresas deu-se por meio da disposição dos empresários em participar da pesquisa.

Pretendeu-se através da análise de dados, coletar informações junto aos empresários que foram entrevistados a fim de compará-los com os conceitos de empreendedorismo e perfil dos empreendedores, sob a percepção dos vários autores citados na revisão bibliográfica.

A análise de conteúdo é uma técnica de pesquisa com determinadas características metodológicas, como objetividade, sistematização e inferência (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Segundo Silva (2012, p. 60), a análise de conteúdo compreende as seguintes fases:

- Transcrição das entrevistas na íntegra;
- Leitura geral do material coletado (entrevistas e documentos);
- Recorte do material, em unidades de registro (palavra, frases, parágrafos) comparáveis e com o mesmo conteúdo semântico;
- Estabelecimento de categorias ou classes que se diferenciam, tematicamente, nas unidades de registro (passagem de dados brutos para dados organizados). A formulação dessas categorias segue os princípios da exclusão mútua (entre categorias), da homogeneidade (dentro das categorias), da pertinência na mensagem transmitida (não distorção), da fertilidade (para as inferências) e da objetividade (compreensão e clareza);
- Agrupamento das unidades de registro em categorias comuns;
- Inferência e interpretação, respaldadas no referencial teórico (SILVA, 2012).

Buscou-se a partir das entrevistas, interpretar a problemática da pesquisa através da valorização e da exploração da fala dos entrevistados, buscando assim uma melhor interpretação dos dados obtidos. Dessa forma, a seguir, são apresentados os resultados alcançados e que fundamentam o objetivo dessa pesquisa.

Análise e discussão dos dados

Os resultados da pesquisa serão apresentados com base nas entrevistas realizadas junto aos empresários, no qual foram identificados primeiramente o perfil demográfico e posteriormente o perfil empreendedor.

A fim de preservar a identidade dos entrevistados, não serão mencionadas informações específicas que podem de alguma maneira identificar os mesmos.

Perfil demográfico dos entrevistados

Participaram dessa pesquisa oito empresários, sendo em sua maioria mulheres (6), com idade entre 30 e 39 anos (3), ensino superior completo (6), todos são casados, tem em média 2 filhos (4), o ramo de atuação predominante é o comércio (3), o tempo de atuação no mercado está entre 5 e 10 anos (4), são empreendedores por oportunidade (6), com renda mensal inferior a R\$ 5.000,00 (3) e metade deles possui uma renda extra (4).

Perfil empreendedor

Para a realização deste trabalho, deu-se maior ênfase às onze características empreendedoras presentes na matriz elaborada por Souza (2005, p. 143), que foram distribuídas entre quatro dimensões (realização, planejamento, poder e inovação), assim, foi possível verificar que dos oito empresários entrevistados, a dimensão planejamento foi a mais identificada, estando presente em todos os empresários. Segundo Souza et al. (2013, p. 233), a dimensão “planejamento” refere-se à “predisposição para gerenciar o empreendimento, a fim de obter informações para acompanhá-lo e avaliá-lo sistematicamente”. As dimensões realização e inovação foram identificadas nas respostas de sete empresários. A dimensão “realização” é a predisposição para ter iniciativas, tomar decisões, atingir objetivos, cumprir metas, buscar oportunidades e aceitar riscos (SOUZA et al., 2013, p. 233); enquanto que a dimensão “inovação”, é a predisposição para agir de forma inovadora e criativa e construir diferenciais competitivos e produtivos (SOUZA et al., 2013, p. 233). E por fim, a dimensão “poder” esteve presente em apenas quatro dos empresários entrevistados, tal dimensão diz respeito à predisposição para liderar, influenciar nas ações e nos resultados do empreendimento, estabelecer redes sociais e desenvolver a autoconfiança (SOUZA et al., 2013, p. 233).

Na análise individual das onze características empreendedoras, foi possível verificar que a característica mais identificada nos empresários entrevistados foi o conhecimento do produto, o que demonstra o quanto é essencial ao profissional ter as informações necessárias sobre aquilo que deseja oferecer ao mercado, para que ele possa transmitir mais confiança para os clientes e consequentemente realize mais vendas. Degen (2009) complementa que a eficácia do vendedor só será possível se ele conhecer o produto que pretende vender e se possuir a capacidade de convencer seu cliente de como o seu produto pode atender suas necessidades. A característica “conhecimento do produto” pode ser identificada na fala de um dos empresários entrevistados, onde ele diz (Empresário 7): “Procuro me especializar o mais que posso no meu produto e assim oferecer um serviço de qualidade cada vez maior.”

A característica “iniciativa” foi identificada em seis empresários e, segundo McClelland (1961) diz respeito à capacidade de se antecipar às situações, agindo de uma maneira oportuna e adequada sobre a realidade, apresentando soluções e influenciando os acontecimentos futuros. O empreendedor com iniciativa age para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços, como pode ser visto na resposta de um dos entrevistados (Empresário 1): “Sempre sofri com a mão-de-obra escassa na região, então como solução decidi capacitar pessoas para trabalharem na minha empresa.”

A característica “necessidade de realização” pôde ser identificada em seis dos empresários entrevistados, condizendo com a teoria de McClelland (1961) onde ele afirma que o indivíduo empreendedor necessita provar a si mesmo seus limites, fazer um bom trabalho e mensurar as realizações pessoais. Pessoas com alta necessidade de realização procuram mudanças em suas vidas, estabelecem metas realistas e realizáveis a fim de colocar-se em situações competitivas. Um exemplo disso pode ser verificado na fala de um dos entrevistados, ao afirmar que (Empresário 2): “Tenho outras formações, mas escolhi ser empreendedora, porque queria fazer algo que me desse prazer, e trabalhar com atendimento ao público é algo que me faz muito feliz.”

A característica “conhecimento do mercado” foi verificada em seis empresários, sendo de extrema importância já que conhecendo o mercado que pretende trabalhar, conseqüentemente o empreendedor terá noção de como o consumidor reagirá diante dos produtos ou serviços que pretende oferecer (DRUCKER, 2008). Através da fala de um dos entrevistados, é possível verificar o grau de conhecimento do mercado que um deles possui (Empresário 8): “Trabalho há 20 anos nesse ramo de negócio, desde pequeno já ajudava meu pai, posso dizer que sei bastante sobre o tradicionalismo, sobre os produtos que as pessoas procuram, sobre a concorrência, acho que esse conhecimento me ajudou bastante a chegar onde cheguei.”

A característica “criatividade” esteve presente em seis das entrevistas e manifesta-se através da capacidade de associar e combinar ideias de novas formas, é um meio de encontrar métodos para executar tarefas de uma maneira nova ou diferente do habitual, com a intenção de satisfazer um propósito (FILION, 1999). A criatividade está presente na seguinte entrevista (Empresário 3): “Querida fazer alguma coisa diferente do habitual e via que tinha bastante público infantil, então foi aí que decidi começar a fazer roupas e fantasias exclusivas para crianças, é um diferencial, porque só existem costureiras para roupas de adultos.”

A característica “inovação” foi constatada no perfil de seis empresários, e, segundo Drucker (2008), é um processo sistemático que consiste na busca deliberada e organizada de mudanças - podendo ser sociais, econômicas ou tecnológicas; e também ocorre através da análise permanente e sistemática das oportunidades que tais mudanças podem oferecer. A inovação pôde ser identificada na fala de um dos entrevistados (Empresário 7): “[...] meu produto é inovador mesmo e então estamos sempre atualizados dentro do mercado. Sempre positivos, pois novidades atraem vendas”.

A característica “buscar oportunidades” foi encontrada em cinco dos empresários entrevistados, pois para Drucker (2008) o empreendedor está sempre buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade. Na fala a seguir, é possível identificar a busca de oportunidade realizada (Empresário 7): “Era um produto que na época crescia em vendas, vimos um folheto e fomos atrás. Deu certo.”

A característica “correr riscos” foi identificada em quatro dos empresários, o que pode ser constatado através da seguinte fala de um dos entrevistados (Empresário 3): “Não tenho medo de arriscar, acho que sempre temos que pensar positivo, se alguma coisa der errado, que sirva de exemplo para as próximas decisões.” Para Carland et al. (1992) a propensão ao risco tem sido considerada um comportamento inerente ao empreendedor, já que a abertura e a condução de um negócio já é algo arriscado. Dessa forma, pode ser entendida como a tendência do indivíduo em aceitar ou evitar situações de incerteza.

A característica “visionaridade” esteve presente em quatro entrevistados e pode ser vista como uma visão empreendedora que atua como uma diretriz, fornecendo indicadores para o empreendedor organizar e desenvolver suas atividades. A visão é um processo em constante evolução que depois de imaginada é desenvolvida, corrigida e ajustada (FILION, 1999). Identificou-se a visionaridade através da seguinte fala (Empresário 3): “Pretendo ampliar meu negócio, será em um endereço mais central, quero fazer um espaço para a produção, outro para

dar as aulas de costura, fazer uma sala de recepção e também uma pequena loja de produtos para comercializar para as alunas e também para a população.”

A característica “liderança” foi percebida em quatro dos empresários entrevistados, como pode ser visto na seguinte fala (Empresário 1): “Gosto de trabalhar com pessoas e de ensinar a elas o que sei, na minha empresa há um ótimo clima de amizade, afinal, são todos buscando o mesmo objetivo.” Para Drucker (1996) a liderança é uma relação entre líder e seguidores, assim, sem seguidores não há o que liderar.

E por fim, vem a característica “proatividade”, que foi identificada em apenas um dos empreendedores. Filion (1991) destaca a importância da postura proativa, pois proporciona a aprendizagem com experiências passadas e também com a atual, para ele os empreendedores devem “identificar coisas novas que deverão aprender, tendo em vista as coisas novas que desejam realizar” (FILION, 1991, p. 64). A proatividade pôde ser identificada através da seguinte fala do entrevistado (Empresário 3): “Estou sempre em busca de atualizações, acho que sempre posso aprender mais, acredito na qualidade dos meus produtos e é por isso que meus clientes me procuram e também me indicam. Posso dizer que estou sempre na busca de algo mais.” Filion (1991) complementa que pessoas proativas criam e buscam oportunidades para a mudança, enquanto que as menos proativas tendem a seguir apenas o que está determinado.

Na busca do perfil empreendedor, encontrou-se nos empresários cruzaltenses atendidos pelo Nepi as 11 características citadas por Souza (2005, p. 143) em sua matriz de características de empreendedor e empreendedorismo, sendo assim é possível afirmar que há evidências de que as características empreendedoras são singulares em sua maioria havendo um equilíbrio quanto aos itens analisados alcançando assim, o objetivo desta pesquisa.

Considerações finais

Sabe-se que o empreendedorismo é um fator determinante para o desenvolvimento da economia, já que é capaz de gerar crescimento econômico através da criação de novas empresas e de vagas de emprego e, acredita-se que o empresário que possuir alguma característica empreendedora poderá desenvolver melhor suas habilidades e conseguirá alcançar um alto nível de competências, que resultarão em um negócio lucrativo e com grande aceitação em uma sociedade cada vez mais competitiva e com grandes tendências inovadoras de mercado. Desta forma, o objetivo deste estudo foi investigar o perfil empreendedor dos empresários de Cruz Alta atendidos pelo Núcleo de Extensão Produtiva e Inovação do Alto Jacuí.

A partir de uma pesquisa de caráter qualitativo e descritivo, foi elaborada e aplicada uma entrevista composta por 33 perguntas, aplicadas em oito empresários, que pela análise e interpretação dos dados permitiu alcançar o objetivo proposto. Através das entrevistas realizadas, foi possível verificar que os empresários apresentam as 11 características empreendedoras presentes na matriz elaborada por Souza (2005), sendo elas: buscar oportunidades, conhecimento do mercado, conhecimento do produto, correr riscos, criatividade, iniciativa, inovação, liderança, necessidade de realização, proatividade e visionaridade. Tais características foram utilizadas como base para a identificação das características e singularidades empreendedoras desse estudo.

Cabe salientar, que diversas características de personalidade podem ser consideradas como qualidades essenciais ao sucesso do empreendedor e de sua empresa. Porém, como pôde ser percebido através das pesquisas bibliográficas, não existe um modelo único de perfil empreendedor, o que existe são características básicas que permitem que se chegue a um certo nível de classificação. Dessa forma, foi possível verificar através dos resultados que o perfil profissional encontrado nessa pesquisa se aproxima do perfil empreendedor citado na literatura, assim, diante do exposto, é possível considerar que identificar e buscar conhecimentos e

especializações acerca das características de pessoas que tenham um perfil empreendedor ajudará no desenvolvimento de profissionais mais capacitados para darem início a novos empreendimentos de sucesso.

Como limitações, a pesquisa deparou-se com algumas recusas e com a indisponibilidade de alguns empresários em relação à participação nas entrevistas, sendo que dessa forma obteve-se um número reduzido de entrevistados. Porém, cabe destacar que os empresários que participaram desse estudo contribuíram da melhor forma possível para que se alcançasse o resultado esperado, mostrando-se ser profissionais dinâmicos e de futuro promissor. Pode-se concluir este trabalho sugerindo que estudos futuros avancem na análise da literatura, visando eliminar indefinições conceituais e metodológicas acerca das pesquisas sobre empreendedorismo e também para que haja um estudo mais amplo nas organizações e em seus gestores, pois o profissional empreendedor vem ganhando maior destaque no ambiente em que atua e suas características e habilidades tornam-se um importante diferencial na gestão de uma empresa e um fator preponderante para o sucesso empresarial.

Convém ressaltar que a pesquisa, ainda que não exaustiva pela quantidade de elementos entrevistados, apresenta uma diversidade de empresas em relação às suas características operacionais, criando um quadro qualitativamente representativo das empresas atendidas pelo NEPI no município de Cruz Alta. Naturalmente, uma extensão dessa pesquisa traria mais elementos qualitativos e uma segurança maior.

Referências

- ANDRADE, M. M. de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. 5.ed. São Paulo: Altas, 2002.
- BARON, G. D.; SILVA, G. D. D. da; LEZANA, A. G. R. **Manifestação das necessidades do empreendedor no modelo do ciclo de vida das organizações de Greiner**. In: XXVIII Encontro de Engenharia de Produção: A integração de cadeias produtivas com a abordagem da manufatura sustentável. Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 13 a 16 de outubro de 2008.
- BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- CARLAND, J. W.; CARLAND, J. A. C.; HOY, F. S. **An entrepreneurship index: an empirical validation**. In: *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 1992.
- DEGEN, R. J. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.
- _____. **Empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- _____. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008a.
- _____. **Empreendedorismo corporativo**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008b.
- DORNELAS, J.; TIMMONS, J. A.; SPINELLI, S. **Criação de novos negócios: empreendedorismo para o século 21**. São Paulo: Elsevier, 2010.
- DRUCKER, P. F. **Sociedade pós-capitalista**. 5.ed. São Paulo: Pioneira, 1996.
- _____. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. 6.ed. São Paulo: Pioneira Thompson, 2008.
- FILION, L. J. O planejamento de seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas- FGV**. v. 31, n.3, p. 63- 72, jul/set, São Paulo, 1991.

- _____. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**. São Paulo, v. 34, n.2, abril/junho, 1999. p. 05-28.
- FILION, L. J.; DOLABELA, F. **Boa idéia! E agora? Plano de Negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa**. São Paulo: Cultura, 2000.
- GEM. *Global Entrepreneurship Monitor*. **Empreendedorismo no Brasil: 2005**. Disponível em: < <http://www.gemconsortium.org/docs/download/445> >. Acesso em 30 abr. 2014.
- GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.
- GRESSLER, L. A. **Introdução à pesquisa: projetos e relatórios**. 2.ed. São Paulo: Loyola, 2004.
- HAIR JR., J. *et al.* **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael. **Empreendedorismo**. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Mapa das micro e pequenas empresas**. In: Portal Brasil, Publicado em 02/02/2012. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2012/02/o-mapa-das-micro-e-pequenas-empresas>>. Acesso em 27 mai. 2014.
- KORNIJEZUK, F. B. S. **Características Empreendedoras de Pequenos Empresários de Brasília**. Brasília – DF: Universidade de Brasília, 2004.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Metodologia científica**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- LUMPKIM, G.; DESS, G. **Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance**. *Academy of Management Review*, 1996.
- MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- MARTENS, C. D. P.; FREITAS, H. Empreendedorismo no nível organizacional: um modelo conceitual para estudo da orientação empreendedora, suas dimensões e elementos. In: **Revista Adm. MADE (Universidade Estácio de Sá)**, v. 11, p. 15-44, 2007.
- MASLOW, A. H. **Motivación y personalidad**. Barcelo: Sagitário, 1954.
- MATTOS, L. K. **As Mudanças Organizacionais e seus Gestores nas Empresas na Era da Informação**. 2002. Dissertação (Mestrado Executivo em Gestão Empresarial) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas. Disponível em: < <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/3671> >. Acesso em 26 abr. 2014.
- MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- MCCLELLAND, D. **The achieving society**. Princeton, NJ: Van Nostrand, 1961.
- MOTTA, P. R. Gerência de idéias novas: como despertar a criatividade e vencer a impotência do desejo inovacional? **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v.23, n.4, p. 71-86, 1989.
- MUNHOZ, C. E.; OLIVEIRA, J. R. B. de. **Empreendedorismo**. São Paulo: UNISA, 2011.
- PANTZIER, R. D. **Empreendedorismo e formação de administradores: uma análise do curso de administração da Universidade Regional de Blumenau**. Blumenau, 1999. Disponível em: <http://proxy.furb.br/tede/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=91>. Acesso em 21 abr. 2014.

- PIENIZ, Luísa C.C. *et al.* **Núcleo Extensão Produtiva E Inovação Alto Jacuí/Unicruz.** Cruz Alta: UNICRUZ, 2012. Disponível em: <<http://www.unicruz.edu.br/seminario/anais/2014/CCSA/ADMINISTRACAO/POSTER/N%20DACLEO%20EXTENS%C3O%20PRODUTIVA%20E%20INOVA%C7%C3O>>. Acesso em 07 dez. 2014.
- PILLEGGI, M. V. As principais características de um empreendedor de sucesso. Pequenas Empresas e Grandes Negócios. **Editora Globo S/A**, 2008. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI115383-17189,00-AS+PRINCIPAIS+CARACTERISTICAS+DE+UM+EMPREENDEDOR+DE+SUCESO.html>> Acesso em 12 nov. 2014.
- REIS, L. G. **Produção de monografia: da teoria à prática.** 2.ed. Brasília: Senac – DF, 2008. Disponível em: <<http://books.google.com.br/books?id=xD0ar36C6fgC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em 25 jun. 2014.
- RICKARDS, T., MOGER, S. Creative leadership processes in project team development: an alternative to Tuckman's stage model. **British Journal of Management**, 11(4), 273-283, 2000.
- ROMANO, B. **Estudo do empreendedorismo no âmbito das micro e pequenas empresas pelos alunos da Fatec Zona Leste.** São Paulo: FATEC, 2009.
- SALIM, C. S.; SILVA, N. C. **Introdução ao empreendedorismo: construindo uma atitude empreendedora.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- SANTOS, P. da C. F. dos. **Uma escala para identificar potencial empreendedor.** Orientador Álvaro Guillermo Rojas Lezana. – Florianópolis, 2008.
- SILVA, A. H. **Rituais corporativos como estratégia de legitimação dos valores organizacionais em empresas familiares.** Dissertação, Universidade Federal de Santa Maria, 2012. Disponível em: <http://w3.ufsm.br/ppga/site_antigo/dissertacoes/dissertacoes_2012/AndressaHennigSilva.pdf>. Acesso em 25 jun. 2014.
- SILVA, M. A. O. M.; GOMES, L. F. A. M.; CORREIA, M. F. Cultura e orientação empreendedora: uma pesquisa comparativa entre empreendedores em incubadoras no Brasil e em Portugal. **Revista de Administração Contemporânea**, v.13, n.1, p. 57-71, 2009.
- SOUZA, E. C. L. de. **Empreendedorismo: da gênese à contemporaneidade.** In: EGEPE – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. 4. 2005, Curitiba, Anais... Curitiba, 2005, p. 134-146.
- SOUZA, E. C. L. de; FRACASSO, E. M.; LOPEZ JR., G. S. **Empreendedorismo e atitude empreendedora: conceitos e construção de escalas.** In: Egepe – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. 5. 2008, São Paulo, Anais... São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2008.
- SOUZA, E. C. L. de; LOPEZ JR., G. S.; BORNIA, A. C.; ALVES, L. R. R. Atitude empreendedora: validação de um instrumento de medida com base no modelo de resposta gradual da teoria da resposta ao item. **RAM, Rev. Adm. Mackenzie**. vol.14, n.5. São Paulo: Sept./Oct. 2013.
- TANNENBAUM, R.; WESCHLER, I.R.; MASSARIK, F. **Leadership and organization: a behavioural science approach.** New York, USA: Mc Grow-Hill Book Company, 1961.
- TOLEDO, L. T. *et al.* **Identificação de características empreendedoras em empreendedores alagoanos.** In: VIII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia – SEGeT, 2011. Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/artigos11/58714825.pdf>>. Acesso em 16 jun. 2014.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

VIEIRA, M. C. de S. **O perfil do empreendedor e o sucesso de micro e pequenas empresas picoenses:** estudo de caso das Óticas Riveliny. Picos – PI, 2011. Disponível em: <<http://www.ufpi.br/subsiteFiles/admpicos/arquivos/files/MONOGRAFIA%20CIDIANE%20ESSE%20PARA%20IMPRIMIR.pdf>>. Acesso em 26 abr. 2014.