

**Eixo Temático: Estratégia e Internacionalização de Empresas**

**PERFIL EMPREENDEDOR DOS MICRO E PEQUENOS EMPRESÁRIOS:  
DIAGNÓSTICO DA REGIÃO NOROESTE DO RIO GRANDE DO SUL**

**PROFILE ENTREPRENEUR OF THE MICRO AND SMALL ENTREPRENEURS:  
DIAGNOSIS OF THE NORTHWEST REGION OF RIO GRANDE DO SUL**

Abiel Jonatas Peyrot e Rosiane Oswald Flach

**RESUMO**

Este estudo buscou identificar perfil empreendedor dos empresários da microrregião Três Passos integrante da mesorregião noroeste do estado do Rio Grande do Sul. Para atender a proposta, realizou-se uma pesquisa de abordagem quantitativa e descritiva, que foi operacionalizada por meio de uma *survey*. A análise dos dados se deu através dos softwares SPSS (Statistical Package For The Social Sciences) e Google Drive. Participaram deste estudo 43 empresários. Os principais resultados foram: predominância do gênero masculino, casados, com idade média de 38 anos, grau de instrução considerado baixo sendo que apenas 39% possui Ensino Superior. Já no que tange o perfil empreendedor, verificou-se que a região estudada possui empresários com considerável grau de compreensão do mercado em que atuam, conscientes em relação às barreiras e facilidades encontradas pelo caminho empreendedor, empresas em sua maioria familiares estruturalmente organizadas, sólidas e com carteiras de clientes fiéis.

**Palavras-chave:** empreendedorismo, perfil empreendedor, micro e pequenas empresas.

**ABSTRACT**

The contribution of entrepreneurship to the development of countries and regions has been This study aimed to identify the entrepreneurial profile of entrepreneurs from the Três Passos micro-region, which is part of the northwest mesoregion of the state of Rio Grande do Sul. In order to meet the proposal, a quantitative and descriptive approach was carried out, which was operationalized through a survey. Data analysis was done through SPSS software (Statistical Package For The Social Sciences) and Google Drive. 43 entrepreneurs participated in this study. The main results were: predominance of males, married, with a mean age of 38 years, education level considered low, and only 39% had higher education. As far as the entrepreneurial profile is concerned, it was verified that the region studied has entrepreneurs with a considerable degree of understanding of the market in which they operate, aware of the barriers and facilities found in the entrepreneurial path, mostly family-owned, structurally organized, solid and With wallets of loyal customers.

**Keywords:** entrepreneur profile, profile entrepreneur, micro and small business.

## 1. INTRODUÇÃO

A consolidação do empreendedorismo já é uma realidade, principalmente, em virtude das mudanças no cenário econômico e social, o qual segue firmemente a direção da globalização. Consequentemente, temos a competitividade entre as empresas trazendo uma extrema exigência em relação a novas “formas de trabalho” e “posicionamentos”. Espera-se que o atual empreendedor possua mais criatividade, agilidade, eficiência, eficácia, entre outros fatores, comuns à sobrevivência e ao desenvolvimento das organizações/empresas (SCHUMPETER, 2003).

Dentre as estratégias para atender às necessidades exigidas pelo mercado está o desenfreado avanço tecnológico o qual traz alguns prejuízos, como por exemplo: a filtragem feita em relação à mão de obra (qualificada e não qualificada), gerada pela redução de postos de trabalho, ocasionada em diversas vezes pela implantação de novas técnicas agora manipuladas por um sistema informatizado (HILÁRIO NETO 2004).

Em razão de prejuízos como o exemplificado anteriormente, as empresas passaram a buscar por profissionais com maior habilidade, profissionais multifuncionais, ou seja, capazes de serem criativos, com habilidades técnicas e de relacionamento, acima de tudo, que estejam em constante busca por mudança/aperfeiçoamento (GARCIA, 2000).

Partindo deste pressuposto, algumas pessoas que não conseguem ingressar ou se relocar no mercado de trabalho, são forçadas a “criar” um meio próprio para sobreviver, tais indivíduos tornam-se empreendedores ao realizarem em sua maioria a abertura de um negócio próprio (DOLABELA, 2002).

Garcia (2000) comenta que os popularmente conhecidos como negócios próprios necessitam ser rigidamente administrados, de maneira que os produtos e/ou serviços a serem oferecidos por estes, estejam adequados aos padrões mínimos de qualidade sem perder a competitividade no mercado, considerando o significativo aumento na concorrência (número de empresas) gerada pela globalização econômica.

De modo geral, é possível afirmar que são inúmeros os desafios a serem enfrentados pelos empreendedores, desde o planejamento, ao efetivo início das atividades bem como no decorrer do exercício laboral da empresa (HILÁRIO NETO 2004).

Dessa forma, compõem-se o objetivo geral deste trabalho, que busca identificar o perfil empreendedor dos gestores das micro e pequenas empresas da microrregião Três Passos localizada na região noroeste do estado do Rio Grande do Sul.

A região noroeste do Rio Grande do Sul é composta por 202 municípios distribuída em 13 microrregiões, sendo escolhida à microrregião de Três Passos para aplicação deste estudo. A mesma é composta por 20 (vinte) municípios, possui aproximadamente 141.637 habitantes (IBGE, 2010). Hilário Neto (2004) justifica a aplicação de pesquisas com foco no empreendedorismo, em virtude do quanto as pequenas e médias empresas representam na economia e desenvolvimento de uma região, estado e/ou país em razão número elevado de empregos gerados por estes empreendimentos, gerando renda a população e ao governo.

Justifica-se também a importância desta pesquisa, ao fato de que quando se identifica talentos, habilidades, atitudes e conhecimentos dos empreendedores de uma região, gera melhoria nos investimentos em relação a programas de capacitação e/ou no incentivo de empreendedores locais, garantindo assim, o crescimento e a evolução daquela região por meio do crescimento das atividades realizadas pelas empresas ali instaladas.

Este artigo está estruturado da seguinte maneira: primeiramente, discorrem-se acerca dos conceitos de empreendedorismo, do perfil dos indivíduos considerados empreendedores e principais aspectos teóricos ao tema. Na sequência se apresenta a metodologia utilizada na aplicação da pesquisa; Perfil dos respondentes e principais resultados. Finalizando, discutem-se os resultados por meio da apresentação das considerações finais e referências.

## 2. O EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo apresenta diversos conceitos em sua contemporaneidade, desta forma, cabe destacar o apresentado por Filion (2000 *apud*, Gomes, 2004), onde este cita que o termo empreendedorismo passou a ser conhecido/utilizado por volta do século XVII, quando Richard Cantilon, em uma de suas obras denominou empreendedores aquelas pessoas cujo ganha pão era a atividade de comprar determinados produtos (matéria prima), os quais costumavam ser na maioria das vezes produtos agrícolas. Compravam por um determinado preço, com o objetivo de submeter tal produto a um processamento (industrialização/modificação), para posteriormente vender por outro a definir de acordo com a negociação, garantindo-lhes assim lucro ou prejuízo sobre a venda.

Desta forma, estes indivíduos podem ser chamados de empreendedores, pois ao comprar determinado produto e processá-lo, estavam gerando um custo/investimento a si próprios, ou seja, assumindo um risco de multiplicar seu dinheiro ou de perdê-lo.

Contudo, cabe ressaltar que, segundo Longen (1997), o termo empreendedor foi utilizado pela primeira vez no século XVI, para denominar os comandantes de ações militares, e posteriormente aqueles proprietários de fazendas que dispunham de trabalhadores assalariados, empreiteiros de estradas e pontes e arquitetos.

Jean Baptiste Say (1832) já defendia que o desenvolvimento da economia se dava por meio da abertura de novos empreendimentos, apresentando um gestor que na verdade tratava-se de uma agente econômico, racional e dinâmico, o qual utiliza-se dos conhecimentos disponíveis de forma a racionaliza-los, criando meios/métodos de produção/transformação com objetivo de gerar produtos uteis a sociedade (GOMES, 2004).

Segundo o autor, o empreendedor é aquele indivíduo que inova e promove mudança, conceito este que conhecemos atualmente. No entanto, foi Joseph Alois Schumpeter quem associou o empreendedor à inovação, e o classificou como responsável pelo desenvolvimento econômico das sociedades (GOMES, 2004).

Schumpeter (1997) cita que o empresário inovador/empreendedor é item fundamental para que ocorra o processo de desenvolvimento econômico, e em paralelo ao avanço tecnológico o mesmo é agente fundamental na criação implantação e estruturação de novos negócios, obtendo por consequência o desenvolvimento econômico social. Ao relacionar a figura do empreendedor com a inovação, criou-se também uma fictícia imagem de que este trata-se de um ser irresponsável devido a sua visão em relação a produtos, serviços e propriamente ao mercado, a qual possibilita enxergar certas oportunidades muitas vezes “tidas” como loucura.

Cooley (1990) possuía uma visão um pouco diferenciada, ao afirmar que o indivíduo empreendedor, por mais alto que seja o risco que aceite correr, ainda assim é um “risco calculado”, visto que o mesmo busca previamente a identificação e minimização dos mesmos, avaliando alternativas possíveis para as mais diversas situações e mantendo rígido controle dos resultados obtidos através de suas ações empreendedoras.

Desta forma, o indivíduo empreendedor precisa estar cercado de pessoas que possam atuar de uma maneira a dar suporte ao mesmo, visando o alcance de seu objetivo (CARREIRA *et al*, 2015). Para tanto, o empreendedor necessita de diversas características em sua personalidade, tais como ser persuasivo, saber construir redes de contatos sólidas e valiosas, visto que em diversas situações este necessitará saber envolver seus próprios colaboradores e/ou interessados em seu negócio (clientes, fornecedores, sócios, entre outros). (COOLEY 1990).

Dolabela (2002) afirma ainda que não há consenso na academia no que tange aos traços/características de um empreendedor, embora a grande maioria conclua que é difícil medir o perfil das pessoas e dizer quanto são empreendedoras, todos concordam com o fato de que tais indivíduos não nascem empreendedores, mas desenvolvem características empreendedoras

com o passar do tempo, baseando-se no ambiente onde estão inseridos, nas atividades desenvolvidas, entre outros fatores capazes de influenciar na vida/attitudes do ser humano.

Desta forma, podemos enquadrar o empreendedorismo como algo que é absorvido e se desenvolve em determinados indivíduos, sem distinção, estes possuem graus diferentes de necessidades, impossibilitando assim a existência de uma fórmula capaz de identificar, medir/mesurar o empreendedorismo ou ainda definir seu papel puro perante as sociedades. No entanto, existem vários especialistas que apontaram em seus estudos alguns traços comportamentais identificados naqueles denominados empreendedores.

## 2.1 Perfil Empreendedor

Filion (1999) define as seguintes características como sendo componentes do perfil de um empreendedor: inovação, persistência, liderança, capacidade de usar de maneira inteligente os recursos disponíveis e medir riscos a serem corridos. Partindo do contexto das características empreendedoras Chaves (2014), complementa definindo empreendedores como seres organizadores eficientes e eficazes das mais diversas atividades, capazes de identificar oportunidades, desde à mais simples até aquelas inimagináveis, com pensamentos focados no cliente, consumidor, mercado, entre outros, em resumo, são visionários em uma busca constante por fazer a diferença entre os demais integrantes da sociedade.

Kirzner (1986) cita ainda a capacidade dos empreendedores de gerar ou usufruir de oportunidades criadas a partir do uso de novas tecnologias, sejam estas vindas para substituir algo já existente ou algo totalmente novo. Desta forma, o autor contribui com a teoria de Schumpeter (2003) da “destruição criativa”, que afirma a capacidade de um processo de incidir novas tecnologias, suprimindo, destruindo ou complementando aquelas já existentes.

Ainda se tratando das características integrantes do perfil do empreendedor, Drucker (2000) já enfatizava a visão de mudança das pessoas empreendedoras, e esta atitude como algo natural, necessário e muito bem-vindo. Para o autor, tal indivíduo considera de tamanha importância o ato de mudar, que se mantém em constante busca pela mesma de modo a explorá-la unicamente como oportunidade.

Degen (2000) dava importância à criatividade no ser empreendedor, visto que através da mesma este cria associações geradoras de novos negócios/empreendimentos, ainda segundo o autor os empreendedores em sua maioria são alimentados pela oportunidade de ganhar mais dinheiro, ou muito dinheiro além da possibilidade de sair da rotina e conseqüentemente atingir “o tão sonhado sucesso profissional”.

Hall (2001) afirma que falta um termo/palavra adequado para descrever o papel e a capacidade dos empreendedores e ressalta o valor dado por estes ao *networking*, a capacidade de se reinventar quando necessário, e o foco na criação de novos negócios/empreendimentos e/ou melhora dos atuais. Schumpeter (1997) complementa ao colocar o empreendedor como responsável pela elaboração das adaptações/inovações necessárias para o progresso econômico social.

Dornelas (2001) contribui ao dizer que as características empreendedoras são provenientes da motivação imposta por tais indivíduos em suas atividades e destaca que os mesmos apresentam motivação e determinação consideravelmente superior aos demais profissionais. Cruz (2009) sustenta a afirmativa a partir do fato de que o empreendedor vai além do ato de imaginar/sonhar, ele põe em prática suas ideias/sonhos, centralizando-as como um objetivo principal, formando assim um empreendedor líder que direciona seus esforços para orientar sua equipe de maneira estratégica, visando compreender e explorar ao máximo as características potenciais de cada profissional, através de meios que objetivam desenvolver o colaborador, a empresa e o próprio gestor empreendedor no atingimento de seu objetivo macro.

Trata-se do empreendedor em si, da sua intuição em relação aos negócios, do quanto está apto para correr riscos, da sua autonomia, entre outros. Neste viés, Degen (2000) apresenta a necessidade de se investir na formação de empreendedores, visto que são de extrema importância na estrutura da economia de um país, por serem indivíduos que buscam constantemente a geração de novos produtos, novas técnicas de produção e de novos mercados a serem explorados.

Hilario Neto (2004) complementa ao ressaltar a importância do chamado Capital Social gerado pelos empreendedores, ou seja, os ideais e valores passados pelos pais, amigos, professores e demais influenciadores destes indivíduos. Visto que afetam diretamente a formação do intelecto dos mesmos, assim aqueles com mais contato/convivência com pessoas consideradas empreendedoras terão maiores chances de tornarem-se futuros empreendedores.

É possível explicar que mesmo com diversos autores dizendo que não se pode identificar um perfil nos empreendedores, existem vários estudos responsáveis por caracterizar traços comuns nestes indivíduos: Kirzner (1986); Cooley (1990); Fillion (1999); Dornelas (2001); Hall (2001); Schumpeter (2003); Chaves (2014), a exemplo: Independência; Autoconfiança; Ampla rede de contatos; Persuasão; Pro atividade; Comprometimento; Persistência; Planejamento, constante busca por informação (atualizado), entre outros traços encontrados nestes seres. A partir deste construto base, o próximo tópico irá abordar os procedimentos metodológicos que nortearam esta proposta deste estudo.

### 3. METODOLOGIA

Este estudo classifica-se como teórico empírico, quantitativo e descritivo, e foi operacionalizado por meio de uma *survey*. Portanto, os dados desta pesquisa foram coletados por meio da aplicação de um questionário.

O questionário foi composto por perguntas de múltipla escolha. Neste constructo, Fonseca (2002) afirma que as pesquisas do tipo *survey*, dão-se a partir da obtenção de informações e dados de indivíduos pertencentes a um grupo, representando seu público-alvo. Partindo dos objetivos do estudo, a pesquisa quantitativa foi aplicada através do roteiro de pesquisa proposto e validado por Hilario Neto (2004), este que buscou a identificação do perfil dos empreendedores da cidade de São Jose Campos.

O questionário foi dividido em três blocos, com um total de 32 (trinta e dois) questões de múltipla escolha e do tipo *Likert*, com uma escala intervalar de cinco pontos (1 a 5), alternando de 1 **discordo totalmente** ao 5 **concordo totalmente**. A coleta de dados se deu da seguinte maneira: o pesquisador visitou empresas em cada um dos municípios pertencentes à microrregião Três Passos, em estudo e buscou identificar o número de micro e pequenos empreendimentos. A partir de tal definição, o mesmo buscou os gestores destes empreendimentos para realizar a pesquisa. Obteve-se 43 questionários válidos.

Portanto, os participantes da pesquisa foram selecionados de forma aleatória simples, sem uso de formas estatísticas. O roteiro da pesquisa teve uma breve introdução com a identificação da pesquisa e explicações para efetuar o preenchimento da mesma.

Os dados coletados na etapa quantitativa foram tabulados e analisados com o auxílio das ferramentas *Google Drive* e *SPSS (Statistical Package For The Social Sciences)*, posteriormente apresentados por meio de tabelas, contendo o percentual e os valores mínimos e máximos observados. Inicialmente, realizou-se uma análise descritiva das variáveis sócio demográficas dos respondentes da pesquisa, com o objetivo de identificar o perfil do público alvo. Cabe destacar que os procedimentos metodológicos estão em obediência aos preceitos éticos implicados na pesquisa com seres humanos, conforme a resolução do Conselho Nacional de saúde (196/96) e do Conselho Federal de Psicologia (16/2000), que incluem o sigilo quanto

à identidade dos participantes e à liberdade de adesão voluntária ao estudo bem como a garantia da utilização dos dados para fins específicos deste estudo.

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Este estudo focou em identificar o perfil empreendedor dos micro e pequenos da região microrregião Três Passos integrante da mesorregião noroeste do estado do Rio Grande do Sul. Para tanto, participaram 43 empresários da microrregião de Três Passos - RS. Inicialmente, elaborou-se uma síntese do perfil dos empresários.

Em relação ao gênero, 56% se declararam do gênero masculino e 44% do gênero feminino. A idade média dos empresários é de 38 anos, dos quais dedicaram em média nove anos gerindo os seus negócios próprios, sendo que do total de respondentes, apenas sete possuem empresa a menos de três anos. Este resultado evidencia que são poucas empresas em estágio inicial. Desta forma, temos um mercado formado por empresas consideradas maduras.

No que tange ao estado civil, 74,4% são casados. Em relação ao grau de escolaridade, 37% possuem apenas o Ensino Médio Completo e 39% com Ensino Superior Completo. Tal resultado nos remete a certa precariedade em relação ao grau de instrução dos empresários do noroeste Rio-grandense. Este dado é considerado como um fator não determinante para o sustento ou sucesso de um empreendimento, visto que conforme cita Schmidt Bohnenberger (2008) os empreendedores tornam-se empreendedores por meio da convivência, das atividades do dia a dia, este indivíduo aprende com seus erros e com as diversas situações encontradas em sua rotina. O próximo tópico irá abordar os principais resultados obtidos com a aplicação do questionário:

##### 4.1 Percepções Empreendedoras dos Gestores

Ao buscar identificar o perfil empreendedor do público estudado, auferiu-se aos entrevistados os seguintes questionamentos: se já participaram da criação ou aquisição de mais de um negócio, se algum destes possui mais de três anos de atividades e se os mesmos pensam em desenvolver melhorias em seus empreendimentos atuais ou criar/adquirir algum outro no futuro.

A elaboração dos mesmos se deu pela indicação de Hilário Neto (2004), este que afirma que estas “questões” são responsáveis por identificar as características mínimas para que se possa denominar um indivíduo como empreendedor, a partir de padrões de ação, comportamentos (presente e passado) de indivíduos empreendedores. Para tanto, o autor afirma que todas as respostas devem ser “**sim**”, para se ter um empreendedor de sucesso.

Neste estudo, obteve-se 22 empresários cuja resposta foi sim (51%). Desta forma, temos uma pequena maioria dos empresários do noroeste do Rio Grande do Sul que podem ser classificados como empreendedores de sucesso, conforme o autor.

Em relação ao pouco nível de empreendedorismo apresentado nesta amostra, os dados do GEM (2015) justificam as principais limitações: políticas governamentais específicas e desburocratizadas, educação/capacitação focada no empreendedorismo, apoio financeiro para a implantação de novos negócios, entre outros.

Cabe reforçar que a falta de políticas públicas adequadas às necessidades dos empreendedores, a alta carga tributária e a complexidade da legislação brasileira, que dificultam cada vez mais as atividades empresárias, tornando os “negócios” brasileiros menos competitivos e os profissionais menos empreendedores. (GEM, 2015)

Em continuidade a este estudo, buscou-se verificar quais as razões pelo qual os empresários se tornaram empreendedores. Salienta-se que o entrevistado pode marcar mais de uma alternativa:

**Tabela 01 – A ação Empreendedora**

Surgimento do Empreendedorismo	Nº Respostas	Percentual %
Herança ou exemplo dentro da família	8	19
Exemplo de círculos de amizades	4	9
Identificando oportunidades no emprego onde trabalhou	9	21
Identificando uma oportunidade no mercado	25	58
Adquirindo conhecimento do negócio por conta própria	20	47
Fazendo curso de empreendedorismo	4	9
Franquia	0	0
Por falta de opção de emprego	2	5
Procurando uma atividade após a aposentadoria	4	9
Procurando independência profissional	22	51
Outros	1	2

Fonte: Dados da Pesquisa.

Ficou evidenciado que a maioria (58%) dos respondentes se tornou empreendedor por terem **identificado uma oportunidade de negócio no mercado**, afirmativa sustentada pelos autores Kirzner (1986); Degen (2000) e Schumpeter (2003), ao citarem os empreendedores como detentores da capacidade de gerar ou identificar oportunidade de negócios sejam estas por meio do surgimento de novas tecnologias ou pelas “associações” destes indivíduos na sociedade, as quais podem “apresentar” uma ou mais necessidades de maneira espontânea, ou ainda pelo simples fato de se tratar de seres surpreendentemente criativos/empreendedores.

Hilário Neto (2004) ao analisar o perfil empreendedor dos empresários de São Jose dos Campos SP, obteve resultado semelhante em relação ao principal motivo pelo qual os mesmos se tornaram empreendedores.

Em seguida, questionou-se os empresários quais são os fatores que os mesmos consideram imprescindíveis aos empreendedores. A referida questão está estruturada em uma subdivisão de características elaborada por meio dos saberes, onde o entrevistado teve a opção de escolher mais de uma das afirmações (características) em relação a cada saber, descritos a seguir:

**Tabela 02 – Fatores imprescindíveis para o sucesso empreendedor.**

Conhecimentos – Saber	Nº Respostas	Percentual %
Ter nível escolar médio	12	28
Ter nível escolar de graduação	3	7
Ter nível escolar de pós-graduação	0	0
Fazer cursos de capacitação constantemente	21	49
Conhecer muito bem o produto / serviço	37	86
Conhecer muito bem o mercado de atuação	35	81
Habilidades - Saber fazer	Nº Respostas	Percentual %
Saber planejar, definir metas e buscar atingi-las	31	72
Saber monitorar a atividade constantemente	19	44
Ser polivalente Saber negociar	26	60
Saber delegar	16	37
Saber tomar decisões e mudar de estratégia	27	63
Saber formar equipes e motivá-las	15	35
Saber reconhecer seus próprios limites	22	51
Relacionar-se bem com seus empregados	25	58
Manter redes de contato	21	49
Manter rígido controle financeiro sobre a empresa	27	63
Atitudes - Saber ser	Nº Respostas	Percentual %
Correr riscos apenas calculados	13	30
Ser comprometido	25	58

Ser exigente quanto a qualidade e eficiência	29	67
Trabalhar mais do que os outros se necessário	20	47
Manter clientes satisfeitos	39	91
Ter iniciativa	29	67
Buscar informar-se constantemente	26	60
Buscar novas oportunidades constantemente	23	53
<b>Talentos - Aptidões naturais</b>	<b>Nº Respostas</b>	<b>Percentual %</b>
Ser persistente	36	84
Ser criativo	35	81
Ser persuasivo	17	40
Ser intuitivo	12	28
Ser idealista	15	35
Ter bom senso	31	72
Ser autoconfiante	21	49
Ser independente	17	40

Fonte: Dados da Pesquisa.

Os resultados podem ser assim percebidos: **Conhecimento:** A característica “Conhecer muito bem o produto / serviço” obteve 81% de afirmação, seguida de “Conhecer muito bem o mercado de atuação” com 81% dos respondentes. Hilário Neto (2004) em sua obra apresentou resultados semelhantes em relação a este saber.

Davenport, Prusak (1998 *apud*, Hilário Neto, 2004) comenta estas afirmativas ao citar que o sucesso empreendedor está ligado diretamente ao conhecimento, visto que é através deste que tais indivíduos são capazes de identificar, julgar, criar e reproduzir diversas situações, uma vez que isto acontece com base no que já se conhece, ou seja os empreendedores tem a capacidade de se alto julgar e assim aprimorar suas atitudes futuras.

Em complemento, Santos (1995) diz que melhor atitude de um empreendedor é conhecer os pontos fortes e fracos seus e da sua empresa, bem como trabalha-los, ou seja, no caso das empresas administradas pelos entrevistados, as quais são localizadas em cidades pequenas, conhecer o mercado pode ser encarado como conhecer as pessoas ter bom relacionamento, e conhecer o produto serviço é saber aproveitar as mais diversas oportunidades de vende-lo.

**Habilidades:** a característica de maior destaque em relação a este saber é “Saber planejar, definir metas e buscar atingi-las”, escolhida por 72% dos entrevistados, seguida das características “Saber tomar decisões e mudar de estratégia” e “Manter rígido controle financeiro sobre a empresa” - ambas com 63% das respostas. Em contraposto Hilário Neto (2004), identificou em primeiro lugar a característica “Saber Delegar”, seguida de “Saber planejar, definir metas e buscar atingi-las” e “Saber formar equipes e motiva-las”.

Ferreira (1993) define habilidade como capacidade de fazer algo, inteligência, facilidade em executar várias atividades. Já Robbins (2000) cita que todos possuem algum tipo de habilidade, embora estas sejam divididas em intelectuais e físicas. No empreendedorismo temos fortemente a necessidade de habilidades intelectuais focadas no resultado, para tanto pode-se definir que os entrevistados possuem habilidades empreendedoras, visto eu em relação a este constructo escolheram afirmativas com foco exclusivo na gestão de seus empreendimentos.

**Atitudes:** em relação às atitudes a serem tomadas pelos empreendedores temos como principal “Manter clientes satisfeitos” – definida por 91% dos empresários, seguida de “Ser exigente quanto à qualidade e eficiência” e “Ter iniciativa” também ambas com 67% das respostas. Novamente, os resultados se igualam aos encontrados por Hilário Neto (2004) em sua obra. Em relação a este constructo Hilário Neto (2004) cita que o empreendedor deve constantemente melhorar suas atitudes em relação a sua organização seu clientes, fornecedores



e empregados, visando assim garantir uma boa imagem não somente perante a estes, mas a sociedade em geral, gerando assim visibilidade a sua empresa espelhada em si próprio.

**Talentos:** o principal talento escolhido pelos empresários entrevistados é “Ser persistente”, o qual foi definido como essencial para 84%, seguido de “Ser criativo” com 81%. Diferenciando-se dos resultados de Hilário Neto (2004), este que obteve também em primeiro lugar a característica “Ser persistente”, porém seguida da característica “Ter bom senso”. Ao comparar os resultados obtidos com os empresários focos desta pesquisa e os empresários entrevistados por Hilário Neto (2004), mesmo se tratando de regiões diferentes uma da outra, conclui-se que os empreendedores possuem perfis bastante semelhantes. Desta forma podem-se justificar as poucas diferenças encontradas.

Em relação à “diferença” do saber Habilidades, pode ser justificada pela população das cidades, visto que as cidades da Região Noroeste do Rio Grande do Sul são em sua maioria de pequeno porte e com empresas menores, o que tende a concentrar as atividades na função do gestor principal. O mesmo fator também justifica a escolha da característica “Ser criativo” ao em vez de “Ter bom senso”, visto que as cidades menores precisam usar de toda criatividade para buscar clientes, principalmente no atendimento, já que por serem menores, tendem a ter um cliente mais fiel, caso seja bem atendido.

## 4.2 Atributos Empreendedores

O empreendedorismo vem sendo estudado há décadas, por diversos estudiosos. Neste sentido, há certa concordância em relação às características/atributos encontrados nos indivíduos considerados empreendedores, aquelas que os diferem dos demais, bem como “vocação para assumir riscos ou riscos calculados”, “necessidade de auto realização”, entre outros (MORAES, HASHIMOTO, ALBERTINI, 2012).

Neste olhar, o quadro 03 apresenta várias afirmativas, as quais os entrevistados tiveram que atribuir uma nota de um a cinco, a qual correspondia desde Discordo Totalmente a Concordo Totalmente. Objetivou-se por meio das afirmativas remeter os entrevistados a situações do dia a dia para que assim expusessem sua opinião ou atitude em relação a mesma:

**Tabela 03: Traços empreendedores**

AUTO EFICAZ	Discordo Totalmente	Discordo	Neutro	Concordo Parcialmente	Concordo Totalmente
Prefiro trabalhar sem ter chefe.	2%	12%	35%	30%	21%
Tenho preferência por trabalhar de forma autônoma para ter maior autonomia profissional.	2%	12%	19%	37%	30%
Quando planejo minha viagem tenho certeza que serei capaz de realizá-la.	2%	7%	14%	35%	42%
ASSUME RISCOS CALCULADOS	Discordo Totalmente	Discordo	Neutro	Concordo Parcialmente	Concordo Totalmente
Procuo conhecer bem a estrada que vou pegar para não ter surpresas desagradáveis.	0%	2%	14%	37%	47%
Eu assumiria uma dívida elevada de longo prazo, acreditando nas vantagens que uma oportunidade de negócio me traria.	19%	19%	7%	40%	16%
Admito correr riscos em troca de possíveis benefícios.	12%	26%	12%	40%	12%

Apostaria minhas economias em um negócio com altas chances de sucesso.	2%	14%	9%	35%	40%
<b>PLANEJADOR</b>	<b>Discordo Totalmente</b>	<b>Discordo</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo Parcialmente</b>	<b>Concordo Totalmente</b>
Tenho um bom plano da minha vida profissional a longo prazo.	2%	5%	23%	40%	30%
Procuo estabelecer um planejamento para realizar as manutenções do meu caminho.	2%	7%	30%	16%	44%
Pretendo continuar neste ramo para acumular lucro para aposentadoria.	2%	5%	26%	37%	30%
<b>DETECTA OPORTUNIDADES</b>	<b>Discordo Totalmente</b>	<b>Discordo</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo Parcialmente</b>	<b>Concordo Totalmente</b>
Consigo com frequência melhores serviços (viagens) do que meus colegas.	5%	16%	53%	21%	5%
Se for investir em um caminhão procurarei vários Bancos para buscar menor taxa de juros.	0%	5%	16%	26%	53%
A rentabilidade da viagem é mais importante do que o seu tempo de duração (ou seja, se é curta ou longa).	2%	5%	35%	30%	28%
<b>PERSISTENTE</b>	<b>Discordo Totalmente</b>	<b>Discordo</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo Parcialmente</b>	<b>Concordo Totalmente</b>
Profissionalmente, me considero uma pessoa mais persistente que as demais.	2%	9%	21%	37%	30%
Mesmo que uma tarefa pareça ser de difícil solução, continuo tentando resolvê-la.	0%	0%	5%	30%	65%
Me apego bastante a uma ideia quando ela me parece ser boa.	0%	2%	12%	26%	60%
<b>SOCIÁVEL</b>	<b>Discordo Totalmente</b>	<b>Discordo</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo Parcialmente</b>	<b>Concordo Totalmente</b>
Me relaciono facilmente com outras pessoas.	0%	2%	7%	26%	65%
Os contatos sociais que tenho são importantes para minha vida profissional.	0%	0%	9%	26%	65%
Conheço várias pessoas que poderiam me auxiliar profissionalmente.	0%	9%	21%	37%	33%
<b>INOVADOR</b>	<b>Discordo Totalmente</b>	<b>Discordo</b>	<b>Neutro</b>	<b>Concordo Parcialmente</b>	<b>Concordo Totalmente</b>
Encontro soluções criativas para problemas profissionais com os quais me deparo.	5%	5%	7%	49%	35%
Prefiro um trabalho repleto de novidades a uma atividade rotineira.	2%	7%	26%	47%	19%
Gosto de mudar minha forma de trabalho sempre que possível.	2%	9%	26%	28%	35%
Sou conhecido por ter várias ideias com frequência.	2%	9%	26%	40%	23%

LÍDER	Discordo Totalmente	Discordo	Neutro	Concordo Parcialmente	Concordo Totalmente
Frequentemente as pessoas pedem minha opinião sobre os assuntos de trabalho.	0%	7%	26%	49%	19%
No trabalho, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto.	0%	2%	23%	53%	21%

Em relação ao subconstructo **Auto Eficaz**, evidencia-se a afirmativa “*Prefiro trabalhar sem ter chefe*”, pelo fato de que a maioria dos empresários se manteve neutro diante de tal questionamento (35%), uma vez que empreendedores são considerados pessoas independentes. Para tanto, Moraes, Hashimoto, Albertini (2012) dizem que o comportamento empreendedor apresenta fatores como, aceitar riscos, tomar iniciativa como sendo uma estimativa cognitiva que estes indivíduos têm de buscar motivação e recursos necessários para executar controle sobre sua própria vida (independência).

Este resultado contradiz os estudos elaborados por Moraes, Hashimoto, Albertini (2012) bem como algumas teorias em relação ao perfil empreendedor, pelo fato de que os empresários/empreendedores da região noroeste Rio-Grandense são de certa forma, flexíveis, onde uma das principais características empreendedoras (independência profissional), não os “limita”.

Quanto a variável **Assume Riscos Calculados** destaca-se a afirmativa “*Procuro conhecer bem a estrada que vou pegar para não ter surpresas desagradáveis*”, onde uma maioria considerável de entrevistados (47%) concordou com a afirmação. Buscando justificar a escolha de tal afirmativa. Dornelas (2001) cita que o empreendedor é o indivíduo capaz de fazer as coisas acontecerem, ele se antecipa aos fatos e tem uma visão privilegiada de futuro em relação à sua organização.

Na característica **Planejador** se destaca a afirmativa “*Procuro estabelecer um planejamento para realizar as manutenções do meu caminho*”, onde 44% dos entrevistados concordou com a mesma, a referida afirmativa objetivou identificar a capacidade de “prever o futuro” por parte dos empresários da região estudada. Ou seja, se os empresários entrevistados possuem planejamento em suas atividades. Dornelas (2001) complementa dizendo que os empreendedores ao definirem situações, visualizam o que querem alcançar e como iram chegar até seu objetivo, situação rotineira para motoristas de caminhão segundo Moraes, Hashimoto, Albertini (2012), que obtiveram dados compatíveis em relação a tal característica.

O subconstructo **Detecta Oportunidades** pode-se destacar a afirmativa “*Se for investir em um caminhão procurarei vários Bancos para buscar menor taxa de juros*”, com 53% dos respondentes concordando com o fato de buscar opções. A referida afirmativa buscou qual através de um exemplo tentar identificar a disposição dos empresários entrevistados por “pechinchar” ou buscar a melhor alternativa para alcançar seu objetivo. Em relação a tal característica e afirmativa, Degen (2000) apresenta as habilidades identificar, capturar e fazer efetivo bom uso das informações “ocultas” no mercado como chave para explorar o valor oferecido pelas oportunidades de negócio constantes no mercado atual.

Ao tratar-se da **Persistência** dos empresários, estes não se consideram muito persistentes, mesmo assim a afirmativa “*Mesmo que uma tarefa pareça ser de difícil solução, continuo tentando resolvê-la*” que tem relação de certa forma direta com a solução de problemas obteve 65% dos entrevistados concordantes. Markman e Baron (2003) explicam este fato ao citar que desenvolver um perfil “considerável” empreendedor trata-se de capacitar alunos para criar, conduzir, implementar processos, definir metas e muito mais, ou seja, a formação de empreendedores é constante e baseia-se nas atividades do dia a dia, no

autoconhecimento adquirido por meio dos fracassos e sucessos, por meio de pequenas privações que passam por despercebidas, entre outros.

**Sociável** é uma das características consideradas como essenciais em empresas, principalmente empresas unicamente de comércio local que é o caso das empresas estudadas. Para tanto, a afirmativa “*Os contatos sociais que tenho são importantes para minha vida profissional*” obteve 65% de concordância por parte dos entrevistados. Este fato é sustentado por Moraes, Hashimoto, Albertini (2012), ao definirem os empreendedores como não mais fornecedores de empregos, mas sim, responsáveis pelas inovações que estimulam o crescimento econômico das sociedades.

A variável “*Encontro soluções criativas para problemas profissionais com os quais me deparo*” apresentou concordância de 49% dos entrevistados, sendo a de maior destaque entre as demais afirmativas componentes da característica **Inovador**. Em justificativa a escolha desta afirmativa Schmidt, Bohnenberger (2008) dizem que o empreendedor é a pessoa que encontra relação ente ideias, fatos, necessidades e demandas de mercado gerando solução de forma criativa.

Quanto à **Liderança**, os entrevistados definiram “*No trabalho, normalmente influencio a opinião de outras pessoas a respeito de um determinado assunto*” na qual 53% dos entrevistados se identificaram (concordaram), porcentagem relativamente baixa, por se tratar de uma afirmativa relacionada diretamente a gestão. Justifica-se tal fato por meio da afirmação exposta por Schmidt Bohnenberger (2008) ao dizer que líder é a pessoa da qual, a partir de um objetivo próprio, influencia as outras a ponto de estas aderirem a seu propósito voluntariamente contribuindo assim com tal objetivo.

Moraes, Hashimoto, Albertini (2012) destacam que as afirmativas que compuseram esta entrevista buscam ampliar os conceitos em relação ao perfil dos empreendedores, por meio das diversas caracterizações encontradas na literatura, de modo que as mais representativas foram auto eficaz; assume riscos calculados; planejador; detecta oportunidades; persistente; sociável; inovador e líder, entre outros.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi identificar o perfil empreendedor dos empresários da região Noroeste do Rio Grande do Sul. Para tanto, realizou-se uma pesquisa quantitativa, descritiva, que foi operacionalizada por meio da aplicação de questionários. Obteve-se 43 respondentes. O questionário foi elaborado a partir dos estudos já validados pelos autores Hilario Neto (2004) e Moraes, Hashimoto, Albertini (2012).

Quanto à caracterização do perfil dos respondentes, ficou evidenciado que os mesmos são em sua maioria do gênero masculino, casados, com média de idade de 38 anos e apenas 39% dos mesmos possui Ensino Superior. Destaca-se que os empresários estão há pelo menos 09 anos dedicando-se ao empreendedorismo. Com base nestes dados podemos dizer que as empresas da região são “maduras” e que seus proprietários possivelmente buscam certa estabilidade com a empresa própria, do modo a possibilitar maior atenção à família.

Já no que tange aos traços que compõem o perfil empreendedor, 58% dos entrevistados tornaram empresários por meio da identificação de uma oportunidade de negócio no mercado. Resultado mediano se comparado ao tempo de permanência do negócio em atividade.

Evidenciou-se os seguintes resultados no que tange ao perfil dos empresários: são empresários com elevado grau de compreensão do mercado em que atuam, conscientes em relação às barreiras e facilidades encontradas pelo caminho empreendedor, empresas em sua maioria familiares estruturalmente organizadas, sólidas alicerçadas em carteiras de clientes fiéis.

Destaca-se ainda como fator importante ressaltar uma característica contraditória em relação aquelas definidas em diversos estudos como de significativa importância em relação ao perfil dos empreendedores, que é o fato de que ao serem questionado se preferiam trabalhar sem ter chefes, de maneira independente, os referidos entrevistados se mantiveram em sua maioria neutros e alguns chegaram a discordarem de tal afirmativa. Assim pode-se definir que os empresários focos desta pesquisa apresentam flexibilidade quanto ao local de trabalho se é deles próprios ou de terceiros como subordinados.

Com base no exposto identificou-se nos empresários da Região estudada Características empreendedoras que fazem referência aos saberes (conhecimento, habilidades, atitudes e talentos) por meio de fatos como: Conhecerem bem o produto/serviço oferecido, conhecem o mercado que atendem, planejam seu futuro, definindo metas, cuidam do atingimento das mesmas mantendo clientes satisfeitos, entre outras. Desta forma consideram-se empreendedores, pois apresentam entre outros traços como saber assumir riscos calculados, detectar oportunidades; persistência; possuem bom relacionamento social, e principalmente são inovadores.

Em relação às limitações deste estudo, destaca-se como principal limitação o método utilizado, ou seja, pesquisas quantitativas não são capazes de abranger aspectos subjetivos. Outra limitação a ser destacada é a pequena amostragem de empresários entrevistados, estes de uma região em específico, o que não permite generalizar os resultados. O fato de delimitar a amostra em micro e pequenos empresários também limita os resultados.

Como indicação de novos estudos, sugere-se realizar pesquisas com foco no comportamento empreendedor dos funcionários das micro e pequenas empresas, afim de visualizar possibilidades, como, se estes possuem os traços componentes do perfil empreendedor; se podem se tornarem futuros empreendedores. Sugere-se novas abordagens metodológicas também. Estudos que identificam as principais causas de insucesso empreendedor se mostram importantes.

## 6. REFERENCIAS

CARLAND, J.A.; CARLAND, J.W.; ENSLEY, M.D. The Search for the Lead Entrepreneur: Identification Through the Measurement of Entrepreneurial Drive and Skills. **Babson College**, 1999.

CARREIRA, S. S.; FRANZONI, A. B.; ESPER, A. J. F.; PACHECO, D. C.; GRAMKOW, F. B.; CARREIRA, M. F. Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. **NAVUS - Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 5, n. 2, p. 6-13, 2015.

CHAVES JUNIOR, C. A. M.; CAVALCANTI, M. C. S.; BARBOSA, J. D. Comportamento empreendedor dos dirigentes de clínicas médicas de Maceió. **Revista de Administração Hospitalar e Inovação em Saúde**, v. 11, n. 3, p. 229-246, 2014.

COOLEY, L. Entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance. **Washington: USAID**, 1990.

CRUZ, R. R. N. Análise da motivação dos empreendedores do novo paradigma do Século XXI: um estudo de caso com empreendedores do primeiro, segundo e terceiro setor de Brasília. **Universidade de Brasília**, Brasília, 2009.

DEGEN, R. J. “O empreendedor, fundamentos da iniciativa empresarial”. **McGraw-Hill**. São Paulo, 2000.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. **Editora Campus LTDA**. Rio de Janeiro, 2001.

DOLABELA, F. C. O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. **Cultura 13**. São Paulo, 2002.

DRUCKER, Peter. Administração, tarefas, responsabilidades, práticas. **Pioneira**. São Paulo, 2000.

FERREIRA, A. B. H. **Dicionário da Língua Portuguesa**. 3.<sup>a</sup> Edição. Rio de Janeiro, 1993.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, v. 34, n. 2, 1999.

GARCIA, L. F. Formação Empreendedora na Educação Profissional: capacitação a distancia de professores para o empreendedorismo. **LED** Florianópolis, 2000.

MONITOR, Global Entrepreneurship (GEM). Empreendedorismo no Brasil. **Relatório global**, 2015.

GOMES, A. F. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista-BA. **Revista Alcance**, v. 11, n. 2, p. 207-226, 2004

HASHIMOTO, M. Empreendedorismo não tem idade. **Portal Santander Empreendedor**, 2010.

HILARIO NETO, G. Diagnostico e Análise do Perfil do Empreendedor Joseense. **Departamento de Economia, Contabilidade e Administração da Universidade de Taubaté**. São Paulo, 2004

KIRZNER, I. M. Competição e atividade empresarial. **Instituto Liberal**. Rio de Janeiro, 1986.

LONGENECKER, Justin G. *et al.* Administração de Pequenas Empresas. **Makron Books**, São Paulo, 1997.

LONGEN, Marcia T. Um modelo comportamental para o estudo do perfil do empreendedor. **Dissertação de Mestrado**. Universidade Federal de Santa Catarina UFSC. Florianópolis, 1997.

MARKMAN, G. D., & BARON, R. A. Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others. **Human Resource Management Review**, 2003

MORAES, M. J; HASHIMOTO M; ALBERTINI T. Z. Perfil Empreendedor: Diagnóstico e Análise de Motoristas Funcionários, Agregados e Autônomos do Transporte Rodoviário de Cargas. **XXXVI Encontro da AMPAD – EnANPAD**. Rio de Janeiro, 2012.

MINTZBERG, H. The nature of managerial work. **Harper e Row**. New York, 1973

ROBBINS, S. P. **Administração: mudanças e perspectivas**. Editora Saraiva. São Paulo, 2000.

SANTOS, S. A. Criando Seu Próprio Negócio: Como desenvolver o potencial empreendedor. **SEBRAE**, 1995.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. A efetividade das ações para promover o empreendedorismo: o caso da FEEVALE. **REAd. Revista Eletrônica de Administração**, v. 14, n. 1, p. 1-27, 2008.

SCHUMPETER, J. A. Teoria do Desenvolvimento Econômico. **Editora Nova Cultural**. São Paulo, 1997.

SCHUMPETER, J. A. Capitalism, socialism, and democracy. **New York: Harper**. 2003.