

CARACTERÍSTICAS E COMPORTAMENTOS DE EMPREENDEDORES NO ESTADO DE SANTA CATARINA

FEATURES AND ENTREPRENEURS OF BEHAVIOUR IN SANTA CATARINA STATE

Inara Antunes Vieira Willerding¹
Mirian Torquato²

RESUMO

O empreendedor se diferencia de um indivíduo comum por seu comportamento, atitudes e ações. Portanto, suas características são marcantes, pois de forma visionária cria e desenvolve ações com liberdade, satisfação pessoal e superação dos novos desafios, de forma contínua, sem perder o foco referente à obtenção do lucro financeiro. Por se diferenciar do cidadão comum, ele age desse mesmo modo nas mais diversas áreas de atuação. Este artigo aborda uma avaliação das características e comportamentos de empreendedores no estado de Santa Catarina, na qual se empregou a metodologia do Discurso do Sujeito Coletivo para coletar, organizar e tabular os dados qualitativos, obtidos de depoimentos de questões abertas. Após ser dado esse tratamento ao estudo, concluiu-se que os pesquisados possuem diversas características e comportamentos em comum mesmo que cada um atue a seu modo. Constatou-se, também, que os conhecimentos resultantes da vivência dos sujeitos da pesquisa frente a situações novas, das suas habilidades de negociação e suas necessidades de independência e desenvolvimento pessoal requerem o perfil diferenciado do empresário catarinense.

Palavras chave: Empreendedorismo. Características e Comportamento Empreendedor.

ABSTRACT

The entrepreneur is different from an ordinary individual for their behavior, attitudes and actions. Therefore, its features are striking, because in a visionary way creates and develops actions with freedom, personal satisfaction and overcoming new challenges, continuously, without losing focus related to obtaining financial profit. By differentiating from the average citizen, it acts of in the same way in several areas. This article discusses an assessment of the characteristics and behaviors of entrepreneurs in the state of Santa Catarina, in which it was employed the methodology of Collective Subject Discourse to collect, organize and tabulate the qualitative data, which was obtained from an open questions testimonials. After being given this treatment to the study, it was concluded that the surveyed have different characteristics and common behavior, even though each acts in its own way. It was also found

¹Universidade Federal de Santa Catarina-inara.antunes@gmail.com

² Universidade Federal de Santa Catarina- miriantorquato@gmail.com

that the knowledge gained through the experience of the subjects of the research forward to new situations, their trading skills and their independence and personal development require differentiated profile of Santa Catarina businessman.

Keywords: Entrepreneurship, Features and Entrepreneurial Behavior

INTRODUÇÃO

Atualmente, o homem vivencia a nova Revolução, denominada a “Era do Conhecimento”, e traz consigo a necessidade da visão empreendedora. A valorização do capital humano passou a ser o grande diferencial das empresas, reconhecendo o indivíduo como personagem gerador de saber e agente do processo de inovação, interagindo e compartilhando seus conhecimentos com os demais membros do grupo no qual ele está inserido.

O empreendedorismo refere-se à busca de oportunidades e inovação, onde o empreendedor com suas características peculiares impulsiona ações para o sucesso pessoal e profissional. Neste cenário, destaca-se a figura do empresário catarinense que, cada vez mais, aprimora seus talentos em benefício de suas necessidades, anseios e aspirações e comprometimento com seu público alvo.

Com base nos fundamentos de Cooley (1990), que propõe as características e os comportamentos de empreendedores, buscou-se neste estudo identificar quais as semelhanças em histórias de vida dos empresários catarinenses com o intuito de caracterizá-los como empreendedores segundo o referencial adotado. Para tanto, os sujeitos da pesquisa foram entrevistados tomando-se por base esse quadro teórico e fazendo-se posterior coletânea dos depoimentos, constatando-se o que permeia as atividades individuais para um discurso coletivo.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A ação de empreender tem como fundo conceitual a capacidade de um indivíduo de resolver problemas, de “pôr em execução” projetos ou ideias, ou seja, empreender é um conceito estritamente atrelado à prática e seu estudo teórico tem função única de apoio à sua compreensão, visando estimular ações concretas e práticas de disseminação.

Segundo Brockhaus e Horwitz (1982), a abordagem psicológica do conceito de empreender teve início em 1942 com Cole que propôs a necessidade de serem estudadas as forças motivacionais e as demais características da personalidade dos empreendedores. Isso

foi suficiente para que uma série de pesquisadores passasse a buscar, na “personalidade empreendedora”, suas características (perfil) e a forma de validar instrumentos que identificassem sujeitos com alto potencial de sucesso nos negócios.

Lachman (1980, p. 114) afirma que: “as pessoas que possuem as mesmas características que os empreendedores terão uma alta tendência (ou potencial) de desenvolver ações empreendedoras, mais do que as pessoas que não possuem tais características.”

Para atingir o alto desempenho em determinado mercado algumas competências podem ser mais importantes que outras, mas de um modo geral todas elas devem estar presentes para que uma ação empreendedora gere os resultados esperados. David McClelland, David Winter e John William Atkinson dedicaram-se a estudar a relação entre as necessidades de realização, poder, defesa do fracasso e afiliação e o comportamento humano. McClelland (1962, 1967, 2000) identificou que a necessidade de realização é particularmente alta entre os empreendedores com excelentes resultados. O autor ainda descobriu que nesse grau, faz com que algumas características apareçam com mais frequência: preferência por analisar os riscos; interesse em avaliação imediata sobre as decisões tomadas; e desinteresse por trabalhos de pouca criatividade, repetitivos ou rotineiros.

Em um processo educacional de empreendedorismo, Cooley (1990) propõe as características e os comportamentos (definições operacionais) que, uma vez praticados sistematicamente, podem desenvolver as competências. São eles:

Estabelecimento de metas

- Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal.
- Tem visão de longo prazo, clara e específica.
- Estabelece objetivos de curto prazo mensuráveis.

Planejamento e monitoramento sistemático

- Planeja dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos.
- Constantemente revisa seus planos levando em conta resultados obtidos e mudanças circunstanciais.
- Mantém registros financeiros e utilizados para tomar decisões.

Persistência

- Age diante de um obstáculo significativo.
- Age repetidamente ou muda para uma estratégia alternativa a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo.
- Faz um sacrifício pessoal ou despense um esforço extraordinário para completar uma tarefa.

Comprometimento

Características e Comportamentos Empreendedores no Estado de Santa Catarina.

- Atribui a si mesmo e a seu comportamento as causas de seus sucessos ou fracassos e assume responsabilidade pessoal pelos resultados obtidos.
- Colabora com os empregados ou se coloca no lugar deles, se necessário, para terminar uma tarefa.
- Esforça-se para manter clientes satisfeitos e coloca a boa vontade a longo prazo acima do lucro a curto prazo.

Busca de informações

- Dedicar-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes.
- Investiga pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço.
- Consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial.

Busca de oportunidades e iniciativa

- Faz as coisas antes de solicitado ou forçado pelas circunstâncias.
- Age para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços.
- Aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio novo, obter financiamento, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.

Exigência de qualidade e eficiência

- Encontra maneiras de fazer as coisas da melhor forma, mais rápida ou mais barata.
- Age de maneira a fazer coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência.
- Desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda padrões de qualidade previamente combinados

Corre riscos calculados

- Avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente.
- Age para reduzir riscos ou controlar resultados.
- Coloca-se em situações que implicam desafios com riscos moderados.

Persuasão e rede de contatos

- Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros.
- Utiliza pessoas-chave como agentes para atingir seus objetivos.
- Age para desenvolver e manter relações comerciais

Independência e autoconfiança

- Busca autonomia em relação a normas e controles dos outros. Mantém seu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados desanimadores.
- Expressa confiança na sua própria capacidade de complementar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.

Quadro 1– Modelo de características e comportamentos empreendedores para um processo de formação

Características e Comportamentos Empreendedores no Estado de Santa Catarina.

CARACTERÍSTICAS	COMPORTAMENTOS (DEFINIÇÕES OPERACIONAIS)
Estabelecimento de metas	Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal.
	Tem visão de longo prazo, clara e específica.
	Estabelece objetivos de curto prazo mensuráveis.
Planejamento e monitoramento sistemático	Planeja dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos.
	Constantemente revisa seus planos levando em conta resultados obtidos e mudanças circunstanciais.
	Mantém registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões.
Persistência	Age diante de um obstáculo significativo.
	Age repetidamente ou muda para uma estratégia alternativa a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo.
	Faz um sacrifício pessoal ou despende um esforço extraordinário para completar uma tarefa.
Comprometimento	Atribui a si mesmo e a seu comportamento as causas de seu sucesso ou fracasso e assume responsabilidade pessoal pelos resultados obtidos.
	Colabora com os empregados ou se coloca no lugar deles, se necessário, para terminar uma tarefa.
	Esforça-se para manter clientes satisfeitos e coloca a boa vontade em longo prazo acima do lucro em curto prazo.
Busca de informações	Dedica-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes.
	Investiga pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço.
	Consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial.
Busca de oportunidades e iniciativa	Faz as coisas antes de solicitado ou forçado pelas circunstâncias.
	Age para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços.
	Aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio novo, obter financiamento, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.
Exigência de qualidade e eficiência	Encontra maneiras de fazer as coisas da melhor forma, mais rápida ou mais barata.
	Age de maneira a fazer coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência.
	Desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda padrões de qualidade previamente combinados.
Corre riscos calculados	Avalia as alternativas e calcula riscos deliberadamente.
	Age para reduzir risco ou controlar resultados.
	Coloca-se em situações que implicam desafios com riscos moderados.
Persuasão e redes de contatos	Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros.
	Utiliza pessoas-chave como agentes para atingir seus objetivos.
	Age para desenvolver e manter relações comerciais.
Independência e autoconfiança	Busca autonomia em relação a normas e controle dos outros.
	Mantém seu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados desanimadores.
	Expressa confiança na sua própria capacidade de complementar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.

Fonte: adaptado de Cooley (1990).

A mensuração dessas competências em um indivíduo, em determinado momento, permite a comparação com um “perfil ideal” ou de empreendedor, no qual o avaliado teria a pontuação mais alta em todas as requeridas. Por outro lado, apesar de estudos terem demonstrado haver baixa correlação entre as competências (MORALES, 2004; LOPES, 2000), a literatura possibilita estabelecer uma relação entre elas. A combinação entre a

intensidade desta e sua relação com outra gera por sua vez um novo perfil, o qual permite antever obstáculos na ação empreendedora.

Apresenta-se na Figura 1 uma representação gráfica do modelo, buscando explicitar de modo mais eficaz o encadeamento e a lógica de articulação entre as competências.

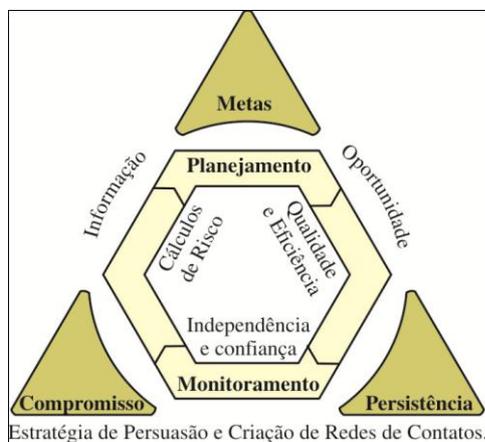


Figura 1: Modelo gráfico de lógica/articulação entre competências/comportamentos empreendedores
Fonte: Elaborado por Rosa e Lapolli (2010).

O **Estabelecimento de Metas** pode ser considerado aquela meta que faz todas as demais entrarem em ação. Mobiliza todas as outras, mesmo porque ela é a primeira questão formulada para aquele que se aventura a montar seu próprio negócio. Parece bastante claro imaginar que, empreendedores de sucesso, é uma questão simples, mas na prática não é: vários empreendedores veem a empresa como um veículo para resolver necessidades presentes em pontos profundos da sua personalidade, sem que o empreendedor tenha consciência disso (KETS DE VRIES, 1977, 1985, 1996; MCCLELLAND, 1975).

De imediato a competência de estabelecer metas requer a segunda delas, dentro de uma lógica de condução da aprendizagem, o **Planejamento e Monitoramento Sistemático**. Esta responderia à segunda pergunta-chave: o que fazer para que seja possível atingir as metas estabelecidas? As ações ligadas ao planejamento permitem antever o caminho do empreendimento, dificuldades que poderão surgir, precauções a serem tomadas e vantagens a empreender, entre outras tantas. Neste arranjo gráfico a competência ligada ao planejamento ocupa um ambiente central, servindo como ponto de conexão entre as demais. De fato ela é a que se articula de modo direto com todas as outras. Os comportamentos de planejamento articulam **Informação** e processam-na de modo a buscar **Oportunidade**. O planejamento continua no processo de **Cálculo de Riscos** com base nas informações obtidas, na **Persistência** necessária para perseguir a **Qualidade e a Eficiência**. Da mesma forma, o planejamento vai buscar as formas de **Persuasão** necessárias para trazer novos indivíduos

para os projetos empreendedores e para aumentar a confiança do agente da ação na sua iniciativa e na obtenção da meta desenhada.

Tendo os comportamentos de “fazer, controlar e registrar” como suporte, a continuidade cíclica do planejamento e monitoramento conduz o agente da ação à outra etapa no processo de empreender que é a de identificar uma oportunidade que atenda, em princípio, às metas materiais e pessoais do empreendedor.

As competências relacionadas à **Busca de Informação** e, de uma forma mais elaborada, a **Busca de Oportunidade** permitirão acesso a pacotes de dados para serem processados, e que sejam suficientes para justificar a decisão pela ação, uma iniciativa de aproveitamento de oportunidade. De fato é a busca de informações que possibilita a um empreendedor avaliar, de forma consistente, os riscos envolvidos em cada oportunidade de negócios e fornece insumos para o planejamento. Em função disto, no arranjo gráfico a **Busca de Informações** (externas ao sujeito) aparece próxima a **Correr Riscos Calculados** (processados internamente e de acordo com a percepção de risco de cada sujeito).

O processo contínuo de “busca” que mantém o empreendedor alerta quanto às necessidades dos clientes (e o desafia a melhorar seus produtos, serviços e processos) vai se articular com a persistência de buscar regularmente se desafiar internamente e perseguir sem tréguas uma melhoria mínima, pontual, mas constante.

Por isso, a **Persistência** é competência chave para acionar a autoexigência de **Qualidade e Eficiência** que caracteriza o comportamento de um empreendedor de talento.

Na prática, o processo de busca de informações depende, em muitos casos, da boa vontade das pessoas que têm acesso a elas. Para o empreendedor, a possibilidade de contatá-las e convencê-las a apoiá-lo na coleta de dados pode significar a diferença entre obter informações confiáveis e de grande utilidade para a tomada de decisão ou não. Via planejamento de busca de informação, os indivíduos de uma rede de contato serão acionados por meio de estratégias deliberadas, tornando-se pessoas chave no processo empreendedor.

No modelo, a base do processo empreendedor está na **Persuasão e Rede de Contatos**, pois são as pessoas no plural que fazem crescer empreendimentos, e convencê-las a adotar suas metas é o desafio que mais motiva empreendedores de resultados. A motivação pelo poder está na origem da competência de persuadir e de montar e manter redes de contatos. Articulando-se internamente com a **Independência e a Confiança** que o empreendedor tem em si mesmo, essas competências formam a base de sustentação da ação empreendedora.

Empreendedores alimentam sua confiança com base em dados e registros feitos constantemente no processo de **Planejamento e Monitoramento**. Toda ação gera resultados,

e ações registradas sistematicamente geram um inventário de causa e efeito que pode ser útil para a cristalização de conhecimentos experimentados, testados e validados. Experiências que deram certo ensinam muito, e aquilo que não deu certo ensina mais ainda.

Finalmente, as competências **Persistência e Autoconfiança** se articulam tal qual um alicerce do processo de empreender, pois a persistência faz com que um empreendedor procure formas de superar os obstáculos que, por ventura, lhe permitam encontrar caminhos alternativos para atingir as metas estabelecidas. Por sua vez, a superação de obstáculos e o alcance de metas no passado servem como fonte de alimentação para a autoconfiança de um empreendedor, fazendo com que acredite na sua capacidade de realizar as coisas baseado em dados de fatos passados. Forma-se, assim, um círculo virtuoso: a **Autoconfiança** mantém um empreendedor persistindo e a **Persistência** com resultados positivos reforça a autoconfiança.

Estas e inúmeras outras articulações de processos empreendedores, de ações ocorridas, de incidentes críticos relatados por empreendedores de resultados reconhecidos publicamente, atestam a capacidade do modelo de explicar o que Cooley (1990) havia identificado como conjunto de competências básicas, mínimas e indispensáveis a serem dominadas para uma ação empreendedora de alto desempenho.

METODOLOGIA

Para avaliar as características e comportamentos de empreendedores do estado de Santa Catarina/Brasil segundo a concepção de Cooley (1990), a metodologia do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC).

O DSC conforme Lefèvre e Lefèvre (2000, p. 19) é:

uma metodologia que estabelece um caminho sistemático para identificação desses padrões, ou representações sociais, de grupos específicos em relação a determinados temas. Busca-se, através dela, reconstituir, com partes de discursos individuais, como um quebra-cabeça, tantos discursos - síntese quantos se julgue necessário para expressar uma determinada figura ou tema.

A técnica do DSC segundo Lefèvre e Lefèvre (2012, p. 17) constitui um recurso metodológico que:

consiste em uma série de operações sobre a matéria-prima dos depoimentos individuais ou de outro tipo de material verbal (artigos de jornais, revistas, discussões em grupo, etc.), operações que redundam ao final do processo, em *depoimentos coletivos*, ou seja, constructos confeccionados com extratos literais do conteúdo mais significativo dos diferentes depoimentos que apresentam sentidos semelhantes.

Portanto, a pesquisa se configura como um estudo de caso com abordagem qualitativa. Quanto ao seu encaminhamento se classifica como exploratória e descritiva e, em relação aos meios, caracteriza-se como uma pesquisa bibliográfica e de campo.

A coleta de dados se deu por entrevistas semiestruturadas com seis empreendedores de Santa Catarina.

Tal recurso metodológico permitiu a organização e tabulação de dados qualitativos de natureza verbal, dos depoimentos obtidos de questões abertas, encaminhadas por meio de cinco propostas.

Foram assim selecionadas as falas de cada entrevistado e agrupadas como expressões-chave. Após agrupou-se o material verbal por ideias centrais e em seguida partiu-se para as ancoragens. É importante salientar que, com as ancoragens, foi possível expressar o sentimento de cada participante de maneira impessoal e conseqüentemente o entendimento coletivo acerca do tema em questão.

A primeira proposta a ser feita foi: Descreva uma situação em que você fez alguma coisa por si, ou seja, em que teve uma atitude marcante para você mesmo. Como resultado do DSC 1 obteve-se:

Então hoje é um prédio novo, que atende pacientes com câncer de todos os estados brasileiros e de outros países. Dormia sempre com as incertezas e acordava com as impossibilidades. Diante de uma situação, sempre tinha um questionamento de ordem familiar ou comunitário, para dar certo, eu sempre tomava uma atitude. Vou construir, vou botar a mão na massa. Adoro buscar novos desafios, abrir as lojas em lugares promissores, vislumbrar oportunidades de negócio e me comprometer para que isso ocorra com sucesso. Sacrifiquei muitos finais de semana, noites, enfim, por muitos anos meu lazer foi trabalhar, foi muita intuição nesse nosso negócio.

Diante do discurso apresentado anteriormente, pode-se afirmar que o empreendimento hoje consegue encantar como um todo. Existem incertezas e impossibilidades. Diante de uma situação, apresentada para dar certo, sempre há necessidade da tomada de atitude. Buscar novos desafios, vislumbrar oportunidades de negócio e comprometimento favorecem para que ocorra o sucesso. Ter um sonho exige sacrifício e intuição no negócio.

Considerando o que foi respondido na questão 1, percebe-se que o pensamento coletivo dos sujeitos da pesquisa revela que no empreendedorismo existem incertezas, mas que diante de um sonho a busca de **Oportunidades** e **Iniciativas** e a **Busca de informação** se fazem necessárias, fato este que vem ao encontro das características e comportamentos

citados por Cooley (1990). Buscam assim através de dedicação pessoal obter informações e novos conhecimentos para o sucesso de seus negócios.

O segundo questionamento foi: Descreva uma situação em que você teve que conseguir que alguém fizesse algo que você queria (que foi necessário persuadir alguém para fazer algo que você queria que fosse feito).

Como resposta do DSC 2 obteve-se: *Eu tinha como objetivo construir um complexo. Eu me cercava de profissionais que eram pessoas-chaves, e descobri que o estava persuadindo. Eu tinha uma convicção eu as ganhei. Convencer a mudança de comportamento e de hábitos é complicada dentro do seu negócio. Fiz a defesa e nós ganhamos a venda, disseram que foi a sinceridade, a forma transparente como eu apresentei a nossa proposta, onde tive que apelar para o emocional dos nossos clientes. Tive que montar uma estratégia para conseguir chegar, enfim, três anos conversando e eu consegui a custo zero com a federação um terreno de 26 mil metros quadrados e uma construção com 2 mil e 600 metros quadrados. Eu tinha uma ideia e convenci até amigos. Eu fiz um briefing do que eu achava que deveria ser a empresa, entendo que ninguém basta a si mesmo. Nós dependemos uns dos outros e quem tem um bom network não encontra porta fechada em lugar nenhum. Eu sempre procurei me cercar de pessoas mais capazes do que eu para poder ajudar a desenvolver o negócio. O segredo para o sucesso é buscar entender as pessoas, aceitando-as como elas são.*

Nesse momento pode-se confirmar que para o empreendedor ter seus objetivos concretizados precisa ter capacidade de persuasão. Muitas vezes o convencimento de mudanças de comportamentos e hábitos é complicado; complexo dentro do seu negócio. Porém, buscar opiniões, colher informações, montando uma base de conhecimento e reforçar grande parte das estratégias são ações que podem favorecer as modificações necessárias. O empreendedor defende seu produto, de forma sincera e transparente e apela para o emocional de seus clientes. Monta estratégias para atingir seus objetivos, e quando tem uma ideia convence até amigos. Entende que as pessoas dependem uma das outras e o *network* é importante para o desenvolvimento e sucesso do negócio.

Analisando o DSC 2, observa-se que os entrevistados possuem as características e comportamentos de **Persuasão e rede de contatos** Cooley (1990) pois utilizam estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros. Fica evidenciado também que utilizam pessoas-chave como agentes para atingir seus próprios objetivos, bem como, agem para desenvolver e manter relações comerciais. Observa-se também que o **Comprometimento** indicado por Cooley (1990) está implícito nas falas dos entrevistados quando atribuem a si mesmos e a seu comportamento as causas de seus sucessos e fracassos assumindo

responsabilidade pessoal pelos resultados obtidos, bem como esforçam-se para manter os clientes satisfeitos a longo prazo acima do lucro.

A proposta 3 foi: Descreva uma situação em que você teve muita dificuldade de conseguir algo.

Como resposta obteve-se o DSC 3: *Era preciso construir e eu tinha muito mais necessidades. Eu tinha que ter algo palpável nas mãos para começar a trabalhar e a gerenciar. Eu tinha que correr muito. Provar para mim mesmo que eu era capaz de fazer alguma coisa e ir além. Perdi dinheiro. Demorei para equacionar as dívidas, pagar os juros e aproximadamente mais alguns anos para pagar tudo. A decisão mais difícil da minha vida foi de querer estudar fora, sair de casa. Pensei em desistir de tudo, mas a vontade de vencer me manteve.*

Diante do exposto, pode-se afirmar que o empreendedor necessita ter algo palpável para começar a trabalhar e gerenciar seu negócio de forma veloz. Precisa provar para si mesmo que é capaz e ir além de suas limitações. É persistente para equacionar dificuldade apresentadas. Diante de um problema não desiste, pois sua vontade de vencer supera os obstáculos. Por ser um sonhador, investe em seus experimentos buscando a sua realização. O empreendedor é perseverante e está sempre pronto a revisar seus planos demandados pelas mudanças.

Analisando o DSC 3, percebe-se que a característica **Persistência**, enunciada por Cooley (1990), fica evidenciada nos depoimentos dos entrevistados pois todos expressam que agem diante de um obstáculo significativo, ou seja, agem repetidamente ou mudam de estratégia a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo. A persistência é percebida também quando declaram que fazem um sacrifício pessoal ou esforço extraordinário para completar uma tarefa. A característica de **Independência e Autoconfiança** citada por Cooley (1990) também é observada quando expressam confiança na sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio e com autonomia e determinação busca realizar seus sonhos mesmo que, inicialmente, sejam desanimadores.

No quarto questionamento foi solicitado: Descreva uma situação em que você teve uma atitude marcante em seu trabalho, pesquisa, projeto, gestão (fez algo que causou uma sensação de realização pessoal).

Como resposta do DSC 4 teve-se: *Cheguei ao presidente e fiquei mais ou menos umas quatro horas conversando com ele sobre a importância das camas. Era uma troca que eu tinha que fazer, e rápido. Eu acho que constantemente tem que ser feito um investimento em novos equipamentos, novas estruturas. Queria fazer de maneira diferente. Estabeleci os*

objetivos que eu queria alcançar, sempre fazendo planos. Adicionava duas horas por dia de leitura para superar. Foi um desafio que eu me autoimpus e alcancei os resultados esperados.

Com relação ao DCS 4, pode-se considerar que os empreendedores tomam iniciativas diante de uma dificuldade, sem limite de tempo e com poder de convencimento. Não se conformam com pouca coisa e por isso investem constantemente. Estão sempre em busca da realização de seus sonhos. E nada os impede de realizar suas metas mesmo que seja de forma individualizada. Gostam de realizar seus projetos de forma diferenciada. Estabelecem seus objetivos com planejamentos. Encaram os desafios como metas e satisfazem seus anseios tomando atitudes para a concretude de seus ideais.

Diante dos depoimentos dos entrevistados, observa-se que para o empreendedor o **Estabelecimento de Metas** assinalado por Cooley (1990) é inerente ao seu ser onde sempre irá fazer algo que lhe causa sensação de realização pessoal. Por isso, define metas de forma clara e seus objetivos mensuráveis, sendo que as metas e objetivos devem ser desafiantes e ter significado pessoal. Outra característica identificada nos depoimentos é a constatação de que exigem **Qualidade e eficiência** em seus empreendimentos, pois encontram maneiras de fazer as coisas melhores, mais rápidas ou de custo baixo, e que satisfaçam a padrões de excelência.

O quinto questionamento requerido: Conte-me uma situação em que você correu um risco (desastrosa ou de fracasso e uma de sucesso).

Como resposta do DSC 5 teve-se: *Fizemos tudo o que tinha que ser feito: tomamos todos os dados, pegamos amostras de materiais e plantas, enfim, realmente foi muito pesado para mim a responsabilidade deste risco. Dormia tranquilo todas as noites, pois antes fazia um relatório. Eu corri um risco grande e consciente, eu tinha juventude, eu tinha a grana que tinha levantado, mas eu não tinha mais tempo. Dei autonomia e liberdade, mas com responsabilidade, para que as pessoas efetivamente empreendessem dentro da empresa.*

No DSC 5, pode-se observar que o empreendedor vai em busca de suas necessidades assumindo toda a responsabilidade e riscos calculados. Planeja e monitora seus negócios, através de relatórios. Encara os riscos conscientemente e com caráter desafiador. Correndo riscos, realiza seus objetivos, mas também se preocupa com os compromissos que norteiam sua vida cotidiana. Diante de um obstáculo, é otimista e procura se organizar para obter sucesso no empreendimento. Por estar atento aos desafios financeiros, prefere mudar o foco do seu empreendimento reduzindo muitas vezes o número de sua clientela. Sabedor que corre riscos, porém acredita no potencial de seus colaboradores, dando-lhes responsabilidades para empreenderem dentro da empresa.

Percebe-se nos depoimentos dos entrevistados que em seus empreendimentos, tanto nos negócios como na vida pessoal, **correm riscos calculados** na concepção de Cooley (1990), pois avaliam alternativas e calculam riscos deliberadamente. Fica evidente que agem para reduzir os riscos e/ou controlar os resultados, colocam-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados. Considera-se que o **Planejamento e Monitoramento**, característica expressa em Cooley (1990), estão evidenciados nas falas dos entrevistados, o que os caracterizam neste comportamento, pois planejam de modo a dividir tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos. Constantemente revisam seus planos levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais, mantêm registros financeiros para tomar decisões.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ser empreendedor significa, acima de tudo, ter a capacidade de realizar coisas novas, pôr em prática ideias próprias, sendo dessa forma, um fenômeno complexo que envolve o empreendedor, a empresa e o ambiente no qual o processo ocorre.

Empreendedores são pessoas que possuem uma motivação singular, gostam de desafios, são autoconfiantes e mudam a sociedade onde vivem. Responsáveis pelo desenvolvimento pessoal e da sociedade, chamam a atenção por seus resultados.

Uma grande diversidade de competências é atribuída a empreendedores, mas dificilmente elas são concentradas integralmente em uma única pessoa. Por isso os *cases* são as fontes de dados que ajudam a compreender este conceito de modo a disseminá-lo.

O universo de uma pesquisa de percepção coletiva oferecem-se inúmeras direções de análise. Entretanto, buscou-se, para a análise final dos dados, levar em conta ponderações que pudessem dar conta do objetivo principal da pesquisa: averiguar características e comportamentos de empreendedores no estado de Santa Catarina.

Com as sínteses das ideias centrais, em sua totalidade, conseguiu-se compor um discurso coletivo de seis empreendedores. O DSC foi construído pelas autoras, com a utilização de metodologia qualitativa a fim de abstrair, detectar e captar experiências subjetivas, podendo assim expressar diretamente a representação social de um dado sujeito social, utilizando-se três figuras metodológicas, também chamadas de operadores do DSC, ou seja, as expressões-chave, as ideias centrais e as ancoragens.

Diante dos discursos apresentados, alguns pontos se tornam bastante evidentes mesmo sendo empreendedores de áreas diversificadas, possuem características empreendedoras

conforme a teoria de Cooley (1990), evidenciando haver necessidade da tomada de decisão, buscar e enfrentar novos desafios, vislumbrar oportunidades de negócio e comprometimento, contribuindo dessa forma para o seu sucesso. Também se verificou que para o empreendedor conseguir concretizar seus objetivos, precisa ter capacidade de persuasão, usar estratégias apropriadas, e ser persistente para equacionar as dificuldades que surgem. Os sujeitos da pesquisa demonstraram que gostam de realizar seus projetos de forma diferenciada, a despeito de encontrarem possíveis obstáculos, são otimistas e procuram se organizar para obter sucesso no empreendimento. Além disso, constantemente revisam seus planos levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais, bem como mantêm registros financeiros para tomar decisões.

REFERÊNCIAS

ATKINSON, J. W. Motivational determinants of risk-taking behavior. **Psychological Review**, Vol. 64, nº 6, p 359 – 372, 1957.

BROCKHAUS, R. H. e HORWITZ, P. S. The psychology of the entrepreneur. In: KENT et al. (eds.). **Encyclopedia of Entrepreneurship**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1982. p. 36-57.

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

KETS DE VRIES, M. **The Entrepreneurial Personality: A Person at the Crossroads**, Journal of Management Studies, 14, 1977, p. 34-57.

_____. **The Dark Side of the Entrepreneur**. Harvard Business Review, 63, 1985, p. 160-7.

_____. **The Anatomy of the Entrepreneur**. Human Relations, 49, 1996, p. 853-884.

LACHMAN, R. Toward Measurement of Entrepreneurial Tendencies. **Management International Review**, 20 (2), 1980, p. 108-116.

LEFÈVRE F.; LEFÈVRE A. M. C. **O Discurso do Sujeito Coletivo: uma nova abordagem metodológica em pesquisa qualitativa**. Caxias do Sul: EDUCS, 2000.

_____. **Pesquisa de Representação Social: Um Enfoque Quali-quantitativo**. Brasília: Liber Livro Editora, 2012.

LOPES, A. **A Sociedade Brasileira de Geriatria e Gerontologia e os Desafios da Gerontologia no Brasil**. 2000. Dissertação (Mestrado em Gerontologia) - Curso de Pós-graduação em Gerontologia da Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas - UNICAMPI, São Paulo, 2000.

McCLELLAND, D. C. **Business Drive and National Achievement**. Harvard Business Review, 40:4, p. 99-112, 1962.

_____. **The Achieving Society**. New York: Free Press, 1967.

_____. **Alimentação**: a experiência interior. New York: Halstead, 1975.

_____. **Human Motivation**. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

MORALES, S. A. **Relação entre competências e tipos psicológicos junguianos nos empreendedores**. Tese (doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Florianópolis, 2004.

ROSA, S. B.; LAPOLLI, E. M. Santa Catarina: um estado que é uma vitrine de talentos. In: LAPOLLI, E. M.; FRANZONI, A. M. B.; SOUZA, V. A. B. de. **Vitrine de talentos**: notáveis empreendedores em Santa Catarina. Florianópolis: Pandion, 2010.

WINTER, D. G. (1992a). A revised scoring system for the power motive. In Charles P. Smith (Ed.), *Motivation and personality*: Handbook of thematic content analysis (p. 311-324). Cambridge: Cambridge University Press.