

Evolução Empreendedora Pós Participação No Workshop Empretec No Estado Do Amazonas

Luan Ricardo Ferreira De Souza; Wladimir Leite Correia Filho;
Tatiana Da Rocha Barbosa; Orlem Pinheiro De Lima; Marcia Ribeiro Maduro
(Aluno De Graduação Da Escola Superior De Ciências Sociais /Universidade Do Estado Do Amazonas, Brasil)
(Professor Adjunto Da Escola Superior De Ciências Sociais /Universidade Do Estado Do Amazonas, Brasil)
(Professora Adjunta Da Escola Superior De Ciências Sociais /Universidade Do Estado Do Amazonas, Brasil)
(Professor Adjunto Da Escola Superior De Ciências Sociais /Universidade Do Estado Do Amazonas, Brasil)
(Professora Associada Da Escola Superior De Ciências Sociais /Universidade Do Estado Do Amazonas, Brasil)

Resumo:

O presente artigo realizou um breve estudo sobre o comportamento dos participantes do workshop EMPRETEC após sua conclusão, com o objetivo central de identificar as características empreendedoras que foram mais valoradas pelos participantes e com o propósito de descrever o empreendedorismo como fator de desenvolvimento regional e também apresentar características empreendedoras segundo alguns autores do assunto, como: David McClelland; Robert D. Hisrich; José Carlos de Assis Dornelas e outros. Este artigo, de caráter quantitativo, busca por meio de dados coletados com os participantes do evento, e por uma revisão bibliográfica acerca dos principais autores do tema empreendedorismo avaliar a frequência da prática empreendedora. Por fim, constatou-se que habilidades como: aproveitamento de oportunidades; comprometimento com o negócio; e busca por informações foram as mais valoradas dentre todas as pesquisadas, evidenciando a necessidade do uso destas para o desenvolvimento regional em pequena e grande escala.

Palavras-chave: Empreendedorismo, características empreendedoras, comportamento empreendedor, empreendedor.

Date of Submission: 09-11-2024

Date of Acceptance: 19-11-2024

I. Introdução

O empreendedorismo desempenha papel importante na sociedade atual, tendo em vista que, no contexto mundial predominantemente capitalista, empregos são escassos e exige muitas vezes mão-de-obra extremamente qualificada para a resolução de trabalhos. Nesse contexto, o empreendedorismo surge como uma oportunidade de renda para pessoas que, por opção ou não, deixaram seus empregos. Apesar de ser de livre iniciativa, o ato de empreender exige dos empreendedores comprometimento e habilidades para a obtenção de êxito na empreitada. Esses atos realizados por empreendedores são decorrentes de traços de suas personalidades, que podem ser tanto inerentes ou desenvolvidos ao longo do tempo.

O estudo do comportamento empreendedor, desenvolvido por David McClelland, refere-se a uma linha de pesquisa que atribui à figura do empreendedor características pessoais inerentes aos que obtêm sucesso conhecidas como Personal Entrepreneurial Characteristics ou apenas PEC's (Krüger et al., 2017).

Para Silva (2022), a personalidade de um empreendedor basicamente se dá pela necessidade de realização, planejamento de suas ações e o poder, conforme o que escreve McClelland.

Este artigo tem como objetivo o estudo das características, tanto inerentes quanto adquiridas pelo empreendedor encontradas em uma amostra de participantes do EMPRETEC no estado do Amazonas em contraponto às características citadas por teóricos e estudiosos do assunto, quais delas são mais utilizadas e como tais características impactam no desenvolvimento do empreendedorismo regional.

O intuito do estudo baseia-se na revisão bibliográfica das principais obras e autores sobre a temática com a expectativa de compreender quais das características e comportamentos apontados por eles é mais frequente nos dias de hoje.

II. Revisão Da Literatura

O termo Empreendedorismo tem origem inglesa, da expressão "Entrepreneurship", que por sua

vez deriva da palavra em francês “Entreprendre”, que não exprime um significado concreto, entretanto, Franco e Gouvêa (2016), afirma que a palavra ser traduzida como aquele que está entre ou intermediário. Dessa forma, entende-se que o empreendedorismo é a forma que as pessoas podem usar para alcançar seus objetivos, tanto como consumidor, quanto como prestador de serviços.

Silva (2023), afirma que para se tornar um empreendedor, são necessárias certas habilidades e competências. No total, são 10 habilidades e competências tidas como fundamentais para o empreendedor, sendo elas: Busca por oportunidades e iniciativa; Persistência; Correr riscos calculados; Exigência de qualidade e eficiência; Comprometimento; Busca de informações; Estabelecimento de metas; Planejamento; Persuasão; e Independência e autoconfiança.

Vale ressaltar que, dificilmente um empreendedor conseguirá dispor de todas as competências, mas o mais apropriado é que ele consiga se desenvolver no máximo de competências possíveis para maiores resultados nas suas atividades.

Empreendedorismo

Ao longo da história, a humanidade passou por processo que mudaram suas características sociais. Segundo Bitencourt (2024), com a evolução social, a humanidade passou de um sistema chamado feudal ao latifundiário que pode ser caracterizado pela utilização de novas tecnologias para o trabalho no campo e pela mão de obra assalariada, o que conhecemos hoje como emprego.

Ainda segundo esta autora, nesse mesmo período o avanço tecnológico dava indícios de que aconteceria a primeira Revolução Industrial de forma que começaria a contar a partir dali o tempo de vida de muitos empregos.

Segundo Bulhões et al. (2016) ao final do século XX, com o grande avanço tecnológico mundial, a estabilidade laboral e a empregabilidade (conceito de um emprego para toda a vida) perdem forças, dando assim espaço para o surgimento de um novo conceito atividade profissional, a trabalhabilidade que pode ser traduzida como a capacidade do indivíduo de adquirir renda através de suas capacidades intelectuais sem necessariamente estar em um emprego formal. Tal habilidade requer competências que se entrelaçam com a figura do empreendedor, de modo que se tornam mais frequente e constante certos comportamentos em pessoas que buscam o empreendedorismo como fonte de renda.

Tipos de Empreendedores

O empreendedorismo abarca diversos tipos de empreendedores, desde os que nasceram com tino para os negócios, como os que aprenderam a ser um. De acordo com Dornelas (2005, apud. Silva, 2014), existem 7 tipos de empreendedores, sendo eles: o nato; o que aprende; o serial; o corporativo; o social; o por necessidade; e o herdeiro.

O empreendedor nato é aquele que já nasce com o instinto apurado para os negócios e que naturalmente leva jeito com finanças, pessoas, observação de oportunidades, entre outras habilidades necessárias para o empreendedorismo. O empreendedor que aprende pode ser traduzido como a pessoa que que diferente da anterior, não nasceu com as mesmas características, mas sua vontade de aprender sobre tal universo o transformou em uma pessoa preparada para exercer a atividade.

O empreendedor serial é o ponto fora da curva, aquele que não se contenta com um negócio apenas e precisa sempre estar criando novos empreendimentos e estar a frente de todos. Um comportamento muito presente neste tipo de empreendedor é a capacidade de avaliar as oportunidades e usufruir disso para seus negócios.

O empreendedor corporativo, ou intraempreendedor é aquele que não compete diretamente no mercado de empreendimentos, mas que está inserido em uma organização e tem em seu DNA traços de empreendedor, sempre atento a oportunidades, a fim de resolver problemas e em constante busca de melhoria. Esse tipo de profissional é muito procurado pelas organizações nos dias de hoje com o intuito de transformar a empresa em um ambiente mais dinâmico, criativo e instigante ao trabalho. O empreendedor social é aquele empreendedor que visa empreendimentos e inovações sem necessariamente visar o lucro. Na verdade, este tipo de empreendedor está mais voltado à resolução de problemas da sociedade e geralmente está inserido em organizações do terceiro setor.

O empreendedor por necessidade é aquele que não necessariamente pensava em empreender, mas por algum motivo fortuito foi forçado a encontrar uma fonte de renda para se sustentar ou completar sua renda e nessa busca acabou encontrando no empreendedorismo uma oportunidade de suprir suas necessidades. Este tipo de empreendedor geralmente é muito esforçado pelo fato do seu negócio ser sua única saída para suprir suas necessidades. Já o empreendedor herdeiro é aquele que herdou de algum ente familiar um negócio. Este tipo de empreendedor muitas vezes não consegue dar continuidade nos negócios por falta de capacitação ou habilidades, entretanto, uma boa parte também consegue lograr êxito ao assumir os negócios herdados.

Sob essa ótica, é válido ressaltar também que os empreendedores podem ser divididos em duas

categorias gerais, os empreendedores por oportunidade e os empreendedores por necessidade. Bandeira e Silva (2023) classificam o empreendedor por necessidade como aquele que inicia um negócio pela ausência de outras fontes de captação de renda, seja por conta do desemprego ou para o complemento de sua renda. Esses empreendedores são muito encontrados em países emergentes onde diversas crises econômicas podem surgir de repente. Já os empreendedores por oportunidades são descritos pelos autores como pessoas que possuem um conhecimento prévio sobre o empreendedorismo vislumbram a oportunidade de criação de um negócio com visão de longo prazo. Geralmente essas pessoas têm também conhecimento técnico prévio do mercado em que entraram.

Ainda que cada tipo de empreendedor tenha suas particularidades, todos compartilham de certos comportamentos que os fazem ser bem-sucedidos no que se dispõe a fazer. Desta forma, fica nítido que certos comportamentos são padrão para o exercício do empreendedorismo, comportamentos estes que serão explorados ao decorrer deste artigo.

Comportamentos Empreendedores

Conforme afirma Pimenta (2019), comportamento segundo a psicologia pode ser entendido como um conjunto de atividades e reações de um indivíduo ao ambiente que está inserido. Desta forma, pode-se compreender que o comportamento de um empreendedor muitas vezes é entendido como uma reação do indivíduo em resposta ao ambiente que está inserido levando em consideração suas experiências anteriores. Tais comportamentos podem ser entendidos como responsáveis para o desenvolvimento de habilidades que o ajudaram na sua jornada empreendedora, esses comportamentos em específico são conhecidos como Comportamentos empreendedores.

Comportamentos empreendedores de acordo com Cualheta et al. (2020), pode ser traduzido como um conjunto de conhecimentos, atitudes e habilidades que somados permitem que o indivíduo seja bem-sucedido no desenvolvimento de projetos, produtos ou serviços originais. Sob esse viés, é notável que empreendedores de sucesso partilham de certas competências, como: sensibilidade para identificar bons negócios, tino financeiro e capacidade de identificar e aproveitar oportunidades nem sempre tão claras e definidas como afirma Chiavenato (2012). No entanto, tais habilidades não são inatas a todos os empreendedores de sucesso, mas o discurso de que empreendedores já nascem prontos tem se tornado um conceito longínquo. Atualmente, pessoas que não nasceram com as habilidades e/ou competências necessárias para o exercício do empreendedorismo podem sim ser educadas e treinadas para esse tipo de prática, como explica Dornelas (2005), esses empreendedores são classificados pelo autor como empreendedor que aprende.

Segundo Krüger e Ramos (2020), uma característica comum nos atores do empreendedorismo é o dinamismo em seus comportamentos, o que possibilita descrever o comportamento empreendedor de diferentes características. Entre os estudiosos do assunto, o nome de David McClelland é o mais citado. Este autor foi o responsável pelo uso de teorias da ciência comportamental para entender o comportamento de empreendedores. Segundo Barlach (2015), dentre as três necessidades do empreendedor descritas por McClelland - poder, aflição e sucesso (necessidade de realização) - a última é tida como responsável, em grande parte, pelo desenvolvimento regional de diversas áreas de um país, reafirmando assim a importância do empreendedorismo para o avanço regional.

Na visão de Moreira (2021), ações como: criação de novos empregos, diversidades na indústria e criação de produtos e/ou serviços inovadores, são alguns indicadores do desenvolvimento econômico, que por sua vez, estão atrelados diretamente ao processo de empreendedorismo. O processo de criação desses novos negócios, empregos e o fomento da diversificação do mercado, traz consigo o que é conhecido como desenvolvimento econômico regional, que pode influenciar diretamente na realidade de pequenas, médias e até grandes regiões.

Desenvolvimento Regional

Segundo Oliveira (2021, p. 5), o desenvolvimento poderia ser caracterizado como “uma mudança social e mental que conduzia ao crescimento econômico e a melhorias nas condições de vida”. Diante dessa afirmação, pode-se afirmar que um desenvolvimento regional está ligado diretamente a uma mudança em uma determinada região. Esta mudança por sua vez, não ocorre por si só, mas por meio dos seus agentes, que no caso são os próprios residentes da região.

Segundo dados da Organização de Cooperação de Desenvolvimento Econômico (OCDE), em um estudo realizado de 1981 a 2022, afirmou que os empreendedores contribuíram para o desenvolvimento regional e econômico e que sua maior importância se deu na década de 1990, evidenciando assim a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento regional.

Além do desenvolvimento econômico, o desenvolvimento regional também almeja o crescimento de outras esferas locais. Segundo Brustolin, Pinzetta e Machado (2022) o desenvolvimento regional ou endógeno, se trata de uma governança projetada e executada por agentes públicos e privados, organizações não

governamentais e até instituições internacionais. Dessa forma, o intuito dessa junção de forças não se limita apenas à esfera econômica, mas também prevê a elevação da competitividade de negócios, a melhoria dos padrões de vida e o aumento de empregos da sociedade como um todo, de forma que muitos pequenos e médios empreendedores podem participar como parte ativa dessa transformação.

III. Metodologia

Para melhor filtragem dos resultados, o artigo conta com o método descritivo e uma abordagem quantitativa. Para a obtenção dos dados utilizados nesta pesquisa, foi realizado um questionário que, de forma quantitativa, buscou captar através de uma determinada amostra de 23 alunos, as características que mais se repetiram em suas formações empreendedoras.

De acordo com Sampaio (2022, p. 26), “A pesquisa descritiva, por sua vez, tem como finalidade caracterizar uma determinada realidade a ser estudada.”. Sob essa ótica, compreende-se que o intuito da utilização desta metodologia é conhecer a população estudada e suas características que influenciam no processo empreendedor.

A abordagem quantitativa foi escolhida com o objetivo de verificar quais características foram apresentadas com maior frequência pela população estudada.

Para que seja possível traçar um paralelo entre os dados estudados e um referencial teórico, foram utilizadas pesquisas bibliográficas, que de acordo com Cruz (2023), se apoia em obras já existentes como livros e artigos dos principais autores da temática.

Os dados utilizados neste trabalho foram coletados em forma de questionário e seu direcionamento foi ao público alvo deste estudo, participantes do Workshop EMPRETEC, na cidade de Manaus no estado do Amazonas. No total, o questionário foi respondido por 23 participantes, sendo destes, 17 residentes no município de Manaus e os outros 6 residentes em diversas áreas do país, no período de 20 de abril de 2024 a 25 de abril do mesmo ano.

O roteiro da pesquisa se desenvolveu através de perguntas direcionadas para características empreendedoras já existentes ou adquiridas ao decorrer do curso e que também foram citadas por David McClelland (1961) em sua obra *The Achieving Society*.

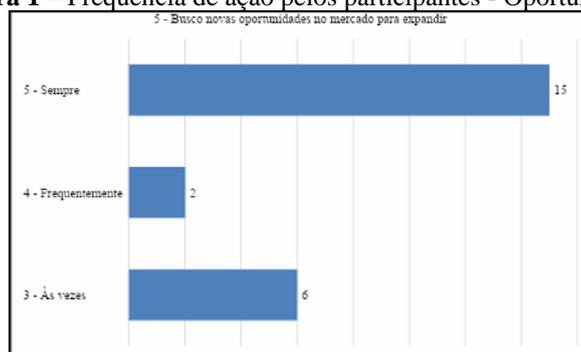
Todas as perguntas direcionadas para a obtenção dos dados e posterior elaboração dos resultados foram feitas em formato de frequência com escalas de número, sendo o número 1 correspondente à frequência Nunca, o número 2 referente à frequência Quase nunca, o número 3 referente a frequência Às vezes, o número 4 correspondente à frequência frequentemente e o número 5 correspondente à frequência Sempre .

IV. Resultados

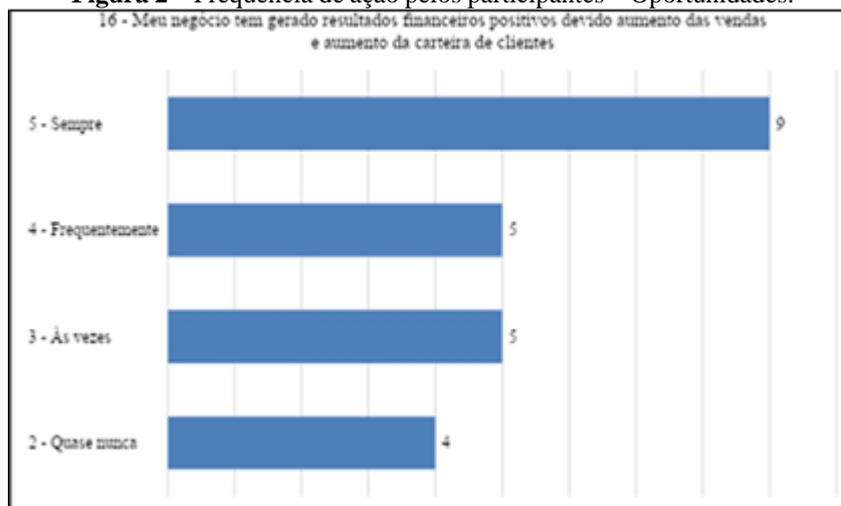
Aliando o referencial teórico aos resultados obtidos na pesquisa foi possível a identificação de certas características presentes na personalidade empreendedora dos participantes. Para fins de contextualização, vale ressaltar que, cerca de 13 participantes (56,52%) desenvolvem suas atividades laborais no setor de Serviços, 9 participantes (39,13%) no setor de Comércio e apenas 1 participante (4,34%) no setor Industrial.

No campo de oportunidades, foram direcionadas 2 perguntas, sendo elas: “Busco novas oportunidade no mercado para expandir” e “Meu negócio tem gerado resultados financeiros positivos devido aumento das vendas e aumento da carteira de clientes”, onde para a primeira pergunta 65,21% dos participantes responderam com a frequência sempre e para a segunda pergunta, aproximadamente 39,13% responderam com a mesma frequência. Nesse contexto, afirma Da Rosa (2020) que os negócios que começam de forma modesta e se tornam grandes cases de sucesso são decorrentes de empreendedores habilidosos que vislumbraram a possibilidade de transformar uma ideia simples em algo lucrativo, dando crédito a capacidade de aproveitamento da oportunidade por essas pessoas. As figuras 1 e 2 evidenciam as análises.

Figura 1 – Frequência de ação pelos participantes - Oportunidade.



Fonte: Elaborado pelo Autor (2024).

Figura 2 – Frequência de ação pelos participantes – Oportunidades.

Fonte: Elaborado pelo Autor (2024).

Se tratando de planejamento, foram realizadas 3 perguntas, sendo elas: “Planejo meu negócio definindo ações e prazos, monitorando os resultados”, “Consulto meus registros financeiros para tomar decisões empresariais” e “Tenho definido minhas ações estratégicas considerando os aspectos da sustentabilidade empresarial e ambiental”. Os resultados apurados foram os seguintes, 34,78% dos participantes responderam que sempre planejam seus próximos passos, e a mesma porcentagem respondeu que frequentemente, o que resulta em 69,56% dos participantes usando um bom planejamento para seus próximos passos. Já para a segunda pergunta, 73,91% dos entrevistados responderam que sempre ou frequentemente usam do planejamento financeiro antes de qualquer decisão. Na última pergunta do bloco, apenas 43,47% que frequentemente ou sempre levam em consideração a sustentabilidade tanto empresarial como ambiental para tomar novas decisões. Sob esse viés, é notável que a alta frequência da utilização do planejamento se dá pela sua importância para a perpetuação de um empreendimento, como afirma Alves *et. al.* (2020, p 14):

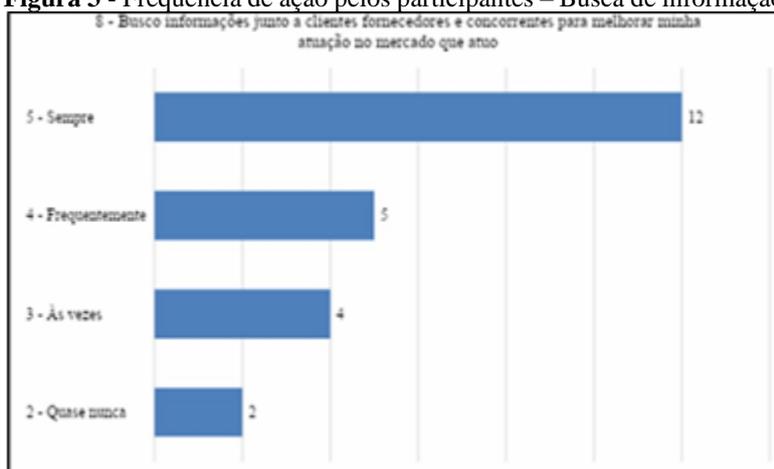
Analisando os pontos fundamentais para a obtenção de sucesso de uma empresa, nota-se que o planejamento e gestão financeira bem organizados, possuem suma importância, podendo garantir a tomada de decisões assertivas para obtenção de lucro líquido. [...] pensar antecipadamente no que pretende alcançar, criar planos, traçar metas, distinguir quais serão as etapas necessárias para alcançar o resultado almejado, são etapas necessárias para a estruturação de uma empresa. Deste modo consegue-se com mais segurança organizar, controlar e decidir onde se quer chegar.

Para a característica de persuasão foram feitas duas perguntas. “Nas negociações prezo pela transparência no Ganha-Ganha” e “Participo em encontros com fornecedores, concorrentes, clientes e colaboradores para aumentar minha rede de contatos”. Na primeira pergunta, o resultado encontrado foi de 47,82% com frequência sempre, evidenciando que quase metade da amostra preza por uma relação com o cliente persuasiva, mas ao mesmo tempo transparente, já a segunda pergunta mostra que apenas 43,47% têm o costume de sempre manter uma relação com seus concorrentes, clientes e possíveis investidores. Sob essa perspectiva, afirma McClelland (1961, apud Da Silva, 2022), que a persuasão tem três objetivos principais, que são: convencer o cliente através de alguma estratégia elaborada para aquela situação, utilizar de forma cooperativa as pessoas envolvidas no processo para o alcance de um objetivo e voltar ações para manutenções comerciais.

Dessa forma, comunicar-se constantemente e persuadir os seus clientes e parceiros se faz necessário para que uma relação de confiança seja construída, levando seu negócio a melhores resultados.

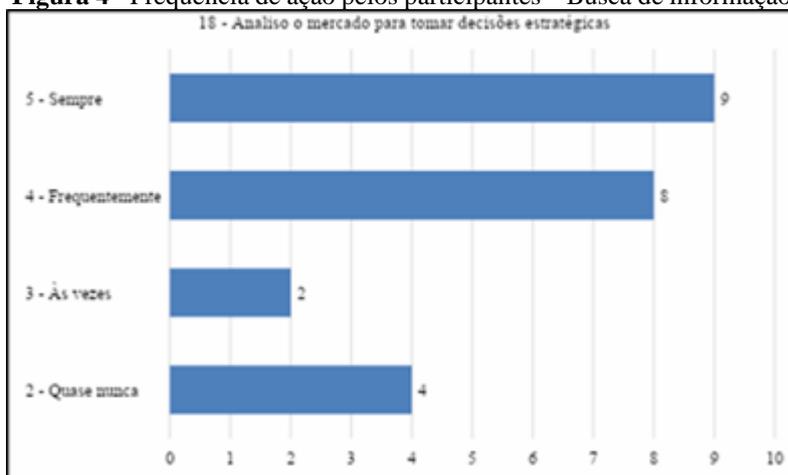
Em busca de informações, foram feitas também duas perguntas, sendo elas: “Busco informações junto a clientes, fornecedores e concorrentes para melhorar minha atuação no mercado que atuo” e “Analiso o mercado para tomar decisões estratégicas”. A primeira pergunta trouxe um resultado interessante, cerca de 52,17% dos participantes afirma sempre estar junto aos clientes e concorrentes atrás de novas informações do mercado para melhoria contínua de seus serviços e produtos. Já a segunda pergunta evidencia um resultado não tão positivo, apenas 39,13% dos participantes analisam o mercado antes de tomar decisões. Segundo McClelland (1961), a busca e obtenção de informações é uma forma de adquirir vantagem competitiva sobre seus concorrentes, desta forma, torna-se visível a importância da atualização e conhecimento do empreendedor para que seu negócio seja próspero e vantajoso perante seus concorrentes. Os resultados são apresentados nas figuras 3 e 4.

Figura 3 - Frequência de ação pelos participantes – Busca de informação.



Fonte: Elaborada pelo Autor (2024).

Figura 4 - Frequência de ação pelos participantes – Busca de informação.



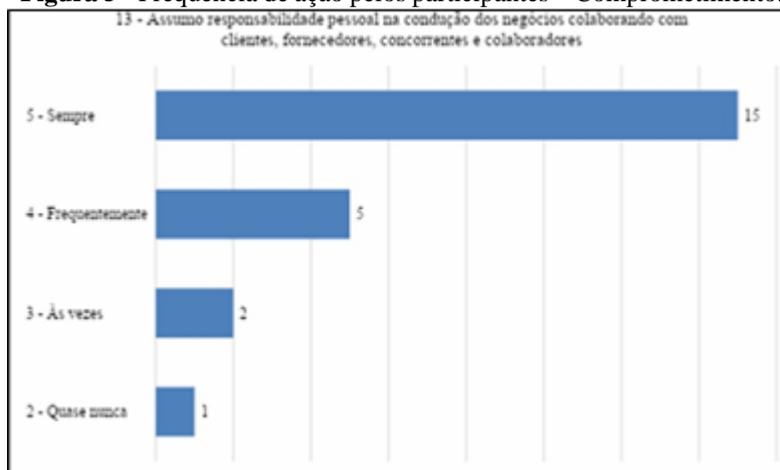
Fonte: Elaborada pelo Autor (2024).

Qualidade e eficiência trouxeram duas perguntas. “Inovo melhorando meus processos e superando expectativas dos clientes” e “Busco reduzir custos e reinvestir os resultados na empresa”. A primeira pergunta obteve 43,47% de respostas com frequência máxima, já a segunda resposta obteve apenas 39,13% de respostas na mesma frequência. Tais resultados, evidenciam que a maioria dos participantes se preocupam com um nível de inovação maior, entretanto não têm a mesma preocupação em reinvestir seus resultados na empresa de forma que gere mais inovações, seja ela em processos ou em produtos para a satisfação do cliente. Segundo Greatti e Senhorini (2000), o reinvestimento no negócio se faz importante para que os padrões de exigência de qualidade e eficiência sejam atendidos, trazendo para o empreendimento resultados positivos, como: melhor execução em termos financeiros e de tempo dos processos; aumenta a capacidade de exceder os padrões de qualidade exigidos e esperados; redução de custos e aumento da eficiência nos processos realizados.

Acerca de comprometimento, foram realizadas também duas perguntas, sendo elas: “Assumo responsabilidade pessoal na condução dos negócios colaborando com clientes, fornecedores, concorrentes e colaboradores” e “Em relação aos funcionários promovo condições ideais para o desenvolvimento de trabalho e remunero-os de acordo com a lei e os resultados”. Para a primeira pergunta, a porcentagem de respostas na maior frequência foi de 65,21%, já para a segunda pergunta de apenas 43,47%, evidenciando que, apesar de da assunção de responsabilidades como forma de comprometimento com o negócio, em algumas vezes o comprometimento dos funcionários não é levado em tanta consideração como deveria. De acordo com Da Silva (2022), o comprometimento de terceiros envolvidos no processo é de suma importância, tendo em vista que o não comprometimento deles pode levar ao não avanço do empreendimento, uma vez que lobos solitários não sobrevivem num mundo onde todos necessitam de ajuda em algum momento. Em contrapartida, Evangelista (2012), afirma que o empreendedor deve ter o comprometimento como uma característica principal por ser uma das mais importantes, tendo em vista que empreender significa muitas vezes ter que realizar tarefas árduas e

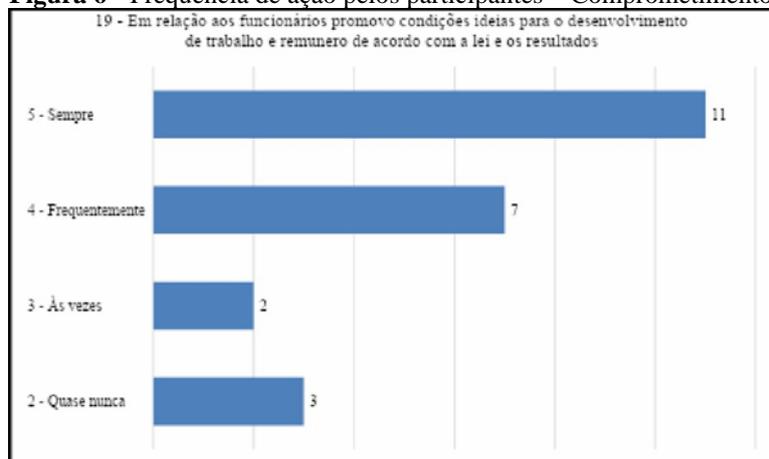
desagradáveis, mas necessárias para o desenvolvimento do seu negócio. As figuras 5 e 6 mostram os resultados da pesquisa.

Figura 5 - Frequência de ação pelos participantes – Comprometimento.



Fonte: Elaborada pelo Autor (2024).

Figura 6 - Frequência de ação pelos participantes – Comprometimento



Fonte: Elaborada pelo Autor (2024).

V. Conclusão

Em relação a metas, foi feita apenas uma pergunta, sendo ela: “tenho metas (específicas, mensuráveis e com prazos definidos) de curto, médio e longo prazo”, apresentando um resultado de apenas 26,08% na frequência sempre e 43,47% na frequência 4, correspondente a frequentemente. Demonstrando um pequeno descuido com as metas, algo que pode refletir com significância na variável planejamento. De acordo com Rodrigues (2009), as metas são ferramentas de importância ímpar para o empreendimento, sendo ela a ferramenta que norteia e direciona o negócio para seu objetivo final, trazendo maior sensação de motivação não só ao empreendedor, mas também aos terceiros participantes do processo.

Em relação a riscos, apenas uma pergunta foi feita: “Minimizo os riscos avaliando possibilidades de êxito nas ações empresariais”, onde os resultados foram de 39,13% para a frequência sempre e 34,78% para a frequência denominada frequentemente, juntas as duas frequências somam 73,91% das respostas, evidenciando que, além da assunção de riscos, os empreendedores buscam formas de minimizar os possíveis contratempos decorrentes das ações escolhidas. Segundo Paiva et.al. (2021), a característica de assumir riscos calculados é essencial para empreendedores que necessitam contar com a estabilidade diante da incerteza.

Para a característica persistência foi realizado também apenas uma pergunta, sendo ela: “Enfrento desafios e supero obstáculos agindo repetidamente ou mudando a estratégia para alcançar os resultados”, com 56,52% de respostas na máxima frequência. Tal resultado mostra a capacidade dos participantes de suportar dificuldades e se reinventarem perante elas. Como afirmam Baron e Markman (2003, apud. Ferreira e Krakauer, 2022) o empreendedorismo é um lugar de constante incerteza para os que praticam e esse sentimento de incerteza é capaz de levar o negócio a falência, entretanto, o empreendedor que for dotado de persistência e

resiliência é capaz de superar todos os obstáculos e prosperar em seus negócios. Desse modo, a persistência se faz importante no empreendedorismo por ser um propulsor de ânimo e disciplina nos empreendedores, impedindo muitas vezes de deixar seus negócios desandar e ir à falência.

A última característica a ser analisada é a de independência e autoconfiança, que recebeu apenas uma pergunta também: “Confio na minha própria capacidade de apresentar resultados graças as minhas habilidades, competências e atitudes”, cuja mesma teve 52,17% de respostas na máxima frequência, indicando assim um elevado nível de autoconfiança dos participantes. Segundo Chiavenato (2012, p. 5) “A preferência pelo risco moderado reflete a autoconfiança do empreendedor”. Desta forma, é notável que a autoconfiança do empreendedor o faz correr riscos calculados e moderados, lhe deixando mais atento ao planejamento do empreendimento e menos suscetíveis a erros. Entretanto, segundo Gheno (2024), a autoconfiança excessiva pode ser um desafio nas tomadas de decisões que tragam riscos e incertezas, fazendo com que o excesso cegue o tomador de decisões e lhe faça tomar uma decisão equivocada.

Referências

- [1] Bandeira, P. V. R.; Silva, T. S. Motivações Para O Empreendedorismo: Necessidade E Oportunidade. Id On Line. Revista De Psicologia, V. 17, N. 66, P. 190–208,31 Mai. 2023.
- [2] Barlach, L. Comportamento Empreendedor: Um Estudo Empírico Baseado No Referencial De McClelland. Revista De Carreiras E Pessoas, V. 4, N. 3, 11 Jan. 2015. [3]. Brustolin, P. L.; Pinzetta, G.; Machado, H. P. V. Empreendedorismo E Desenvolvimento Endógeno: Um Estudo Bibliométrico. Interações (Campo Grande), P.777–799, 25 Out. 2022.
- [3] Bulhões, D. M. S. Vasconcelos, A. B. L.; Leite, E. Trabalhabilidade: O Caminho Para O Empreendedorismo. International Journal Of Professional BusinessReview, V. 1, N. 1, P. 30-40, 2016.
- [4] Chiavenato, I. Empreendedorismo. 4. Ed. Barueri: Editora Manole, 2012.
- [5] Cruz, W. C. Da. Gestão De Pessoas: Um Estudo Acerca Do Recrutamento E Seleção De Pessoal. Revista Owl (Owl Journal) - Revista Interdisciplinar De Ensino E Educação, V. 1, N. 1, P. 14–29, 11 Abr. 2023.
- [6] Cualheta, L. P. Et Al. Competências Empreendedoras: Construção De Uma Escala De Avaliação. Revista De Empreendedorismo E Gestão De Pequenas Empresas, V. 9, N. 2, P. 158-180, 2020.
- [7] Evangelista, A. A. Et Al. Epe: Empreendedorismo E Pequena Empresa. Seget: Simpósio De Excelência Em Gestão E Tecnologia, V. 9, 2012.
- [8] Everton, B. M. Et Al. Desenvolvimento Regional E Empreendedorismo: Percepções Dos Atores Locais De Transformação. Research Society And Development, V. 10, N. 15, P. E367101523040-E367101523040, 28 Nov. 2021.
- [9] Ferreira, B. L.; Krakauer, P. V. C. Análise Da Persistência No Perfil Comportamental De Empreendedoras Brasileiras. Revista Livre De Sustentabilidade E Empreendedorismo, V. 7, N. 3, P. 117-144, 2022.
- [10] Franco, J. O. B.; Gouvêa, J. B. A Cronologia Dos Estudos Sobre O Empreendedorismo. Iberoamerican Journal Of Entrepreneurship And Small Business, V. 5, N. 3, P. 144–166, 29 Set. 2016.
- [11] Gheno, R. C. Empreendedorismo Na Universidade: Competências Empreendedoras E A Intenção De Empreender. Desafio Online, V. 12, N. 2, 11 Abr. 2024.
- [12] Greatti, L.; Senhorini, V. M. Empreendedorismo: Uma Visão Comportamentalista. Encontro De Estudos Sobre Empreendedorismo E Gestão De Empresas. Anais, V. 1, 2000
- [13] Henrique, B. Empreendedorismo E Planejamento Financeiro: Percepções Financeiras Das Pessoas Que Abriram Microempresas Em Arapiraca No Ano De 2018. Ufal.Br, 2018.
- [14] Krüger, C.; Ramos, L. F. Comportamento Empreendedor, A Partir De Características Comportamentais E Da Intenção Empreendedora. Revista De Empreendedorismo E Gestão De Pequenas Empresas, V. 9, N. 4, P. 528, 18 Set. 2020.
- [15] Krüger, C.; Minello, I. F. As Características Comportamentais Empreendedoras Dos Estudantes De Graduação. Revista Alcance, V. 25, N. 2(Mai/Ago), P. 142, 5 Out. 2018.
- [16] Mérilan, B. Trabalhabilidade. [S.L.] Editora Dialética, 2024.
- [17] Oliveira, N. M. Revisitando Algumas Teorias Do Desenvolvimento Regional. Revising Classical Regional Development Theories. Informe Gepec, V. 25, N. 1, P. 203–219, 7 Jan. 2021.
- [18] Paiva, C. P.. Et Al. Comportamento Empreendedor: Revista De Micro E Pequenas Empresas E Empreendedorismo Da Fatec-Osasco, V. 7, N. 2, P. 232–251, 1 Set. 2021.
- [19] Pimenta, T. Como O Comportamento Afeta A Nossa Vida Pessoal E Profissional? Disponível Em: <Https://Www.Vittude.Com/Blog/Comportamento/>. Acesso Em: 26Set. 2024.
- [20] Rodrigues, W. A. A Influência Das Metas E Recompensas Na Motivação: Um Estudo No Setor Público Mineiro. Fumec.Br, 2016.
- [21] Rosa, S. S. Empreendedorismo E A Atitude Empreendedora: Um Relato De Sua Importância Para A Economia. Administração De Empresas Em Revista, V. 4, N. 22, P. 154-168, 2020.
- [22] Sampaio, T. B. Metodologia Da Pesquisa. 1. Ed. Santa Maria: Brasil, 2022.
- [23] Silva, A. C. A. Perfil Empreendedor: As Principais Características E Os Tipos De Um Empreendedor De Sucesso. 2014. [25]. Silva, B. I. G. Comportamento Empreendedor E As Principais Características Para Alcançar O Sucesso. 2022.
- [24] Silva, H. P. Entre Vidas E Negócios: Um Estudo Das Competências Empreendedoras De Médicos Empreendedores. 2023.