

Um estudo de caso sobre Perfil Empreendedor – Características e traços de personalidade empreendedora

Alice Dias Paulino¹
Sonia Maria Morro Rossi²

ISSN 1518-4342

REFERÊNCIA deste trabalho:

PAULINO, Alice Dias e ROSSI, Sonia Maria Morro. Um estudo de caso sobre Perfil Empreendedor – Características e traços de personalidade empreendedora. In: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 3., 2003, Brasília. **Anais...** Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003, p. 205-220.

Resumo

O presente trabalho aborda o *fenômeno empreendedorismo* sob a ótica da Psicologia Comportamental e da Psicanálise, com o propósito de ampliar a compreensão sobre o desenvolvimento do Perfil Empreendedor na sociedade contemporânea. Estudar os conceitos já definidos e publicados a respeito nas áreas da Administração e Psicologia; descrever características e/ou traços de personalidade empreendedora e buscar identificar algumas das condições favoráveis ao seu desenvolvimento, fizeram parte dos objetivos específicos para o desenvolvimento deste estudo exploratório. Sua metodologia envolveu aplicação de entrevista semi-estruturada e o Teste Psicológico de Wartegg, aplicados em uma amostra com 20 profissionais com empreendimentos próprios, na cidade de Maringá/PR. Os instrumentos de avaliação utilizados e seus resultados permitiram identificar e relacionar alguns dos pressupostos teóricos tomados como base de estudo sobre a formação do perfil empreendedor. Dada a relevância do tema na atualidade, assinala-se a necessidade de maiores estudos, segundo abordagem psicodinâmica e holística, saindo do enfoque descritivo de grande parte dos trabalhos dedicados ao tema. Considera-se seja este o desafio para os Psicólogos e profissionais de áreas afins, no sentido de conduzir sua práxis profissional à luz da própria história, evolução e transformações das relações de trabalho na sociedade.

Palavras-chaves: Perfil Empreendedor, Psicodinâmica, Personalidade Empreendedora

¹ Psicóloga do Trabalho na UPA- Unidade de Psicologia Aplicada, Formação de Psicólogos da Universidade Estadual de Maringá, Paraná, Especialista em Gestão e Tecnologia da Qualidade, UEM/CESUMAR/PR - E-mail: adpaulino@uem.br

² Docente e Supervisora de Estágio do Departamento de Psicologia da Universidade Estadual de Maringá, Paraná, Mestre em Psicologia Social pela UNESP/ Assis – E-mail: srossi@irapida.com.br

Introdução

A investigação realizada com um grupo de profissionais donos de empreendimentos foi, sobretudo, incentivada a partir de uma breve revisão da literatura, cujos estudos e pesquisas apresentadas, em grande parte, discutem o tema empreendedorismo e seus efeitos sobre a ótica da economia. Constata-se e, entende-se ainda como lacuna, a falta de mais estudos que visem ampliar a compreensão do empreendedor do ponto de vista psicológico, não obstante o número de pesquisas já realizadas e interesse que vem despertando nos diversos profissionais da Psicologia e áreas correlatas.

O presente estudo de caso, realizado no período entre 2001 e 2002, contemplou em seu primeiro momento, revisão da literatura direcionada a autores mais referenciados em estudos e pesquisas sobre o tema e, em segundo, a condução de uma pesquisa de campo com 20 profissionais com empreendimentos próprios, cidade de Maringá/PR.

Segundo a visão de alguns autores, Dolabela (1999), Degen (1989), Dornelas (2001), Drucker (1989,1998), Leite (2000), Fillion (1998), Gerber (1996), Timmons (1998), uma revolução está emergindo, mundialmente, talvez ainda em menor escala na realidade brasileira, com vistas a virar o jogo das relações de trabalho e negócios, tanto para organizações como para o ser humano.

De maneira geral, as discussões sobre o tema permitem observar a difusão da cultura empreendedora, chegando a ser considerada a grande revolução silenciosa no século XXI, mais do que a revolução industrial foi para o séc. XX, como afirma Jeffry Timmons (1998), responsável pelo programa *Price-Babson* de formação de professores de empreendedorismo do *Babson College*, na Nova Inglaterra, região que é hoje o segundo pólo de desenvolvimento da Nova Economia nos Estados Unidos (atrás apenas da região do Vale do Silício, na Califórnia).

Formar empreendedores apresenta-se com grande tônica nessa última década, tarefa que vem se tornando cada vez mais significativa e necessária, considerando o decréscimo dos postos de trabalho no mundo inteiro. Sua relevância parece ainda maior ao se focar a necessidade de conciliar, cada vez mais, “o mundo do trabalho” com o prazer da realização humana, ou seja, pensando em saúde e qualidade de vida.

Um outro dado de relevância para essa discussão nos é colocado por Fillion (1998) ao afirmar que o final dos anos 80 marca uma virada, com a qual o empreendedorismo se torna um tema de estudos em quase todas as áreas do conhecimento. Vários pesquisadores, segundo ele, recolocaram em questão a importância de se continuar a desenvolver tantas pesquisas para se saber “quem é o empreendedor?” Eles propuseram que a questão central da pesquisa fosse: “o que faz um empreendedor?”.

Interessante observar que dos 25 temas citados por Fillion, entre os que mais comumente suscitaram pesquisas sobre empreendedorismo ao longo dos anos 90, evidencia-se 80% dos temas ligados à economia: criação e desenvolvimento de empresas, processo das PME, tecnologia, redes de trabalho, incubadoras, parcerias estratégicas, franquias, políticas de incentivo; as demais pesquisas (a minoria) se concentram em características comportamentais e gerenciais, cultura, educação e outros estudos comparativos sobre os processos do empreendedorismo.

O uso mais antigo da expressão “empreendedor” (*entrepreneur*) se registra na história militar francesa, no século XVII. Fazia referência a pessoas que se comprometiam em conduzir expedições militares. Atribui-se a um irlandês do século XVIII chamado Richard Cantillon, o primeiro uso do termo “*entrepreneur*” no contexto empresarial, para referir-se a alguém que compra bens e serviços a certos preços com vistas de vendê-los a preços incertos no futuro. Em outras palavras, correndo um risco não assegurado. O termo passou a ser usado

na França, para designar aquelas pessoas que se associavam com proprietários de terras e trabalhadores assalariados (Paulino, Freitas & Barbiere, 2001).

Aproximadamente, uma década depois, o economista francês, Jean Baptiste Say, em 1803, descreveu a função do empreendedor em termos mais amplos, em seu livro “*A treatise on political economy*”. O empreendedor definido por Say (1964) é responsável em reunir os fatores de produção com a condução administrativa e com riscos associados à empresa. Em seus estudos, enfatizou alguns requisitos necessários para ser empreendedor: julgamento, perseverança, conhecimento sobre o mundo e os negócios.

A partir de 1911, a conotação de empreendedor parece adquirir novo significado com a publicação da obra “*Teoria do Desenvolvimento Econômico*” de Joseph Alois Schumpeter. Segundo sua visão econômica, o empreendedor é o responsável pelo processo de *destruição criativa*, considerado o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção e mercados, que vão sobrepor-se aos antigos métodos, menos eficientes e mais onerosos, permitindo que a economia renove a si mesma e um novo ciclo comece (Schumpeter, 1982).

Em sua concepção, estes indivíduos apareciam casualmente em qualquer população e tinham um dom de intuição especial para ver as coisas. Possuíam a energia e a força de vontade para superar as normas tradicionais e suportar a oposição social. Reconhecida e ainda hoje muito respeitada, sua teoria é constantemente referenciada em estudos relacionados com a função do empreendedor.

Registra-se, entretanto, que a Inglaterra foi o país que mais dedicou esforços para definir explicitamente a função do empreendedor no desenvolvimento econômico. Dentre os teóricos que ofereceram grande contribuição para o entendimento do *fenômeno empreendedorismo* ressaltam os economistas Adam Smith e Alfred Marshall.

Adam Smith (1776, citado por Marshall, 1985) caracterizou o empreendedor como um proprietário capitalista, fornecedor de capital e, ao mesmo tempo, administrador que se interpõe entre o trabalhador e o consumidor. O conceito de Smith refletia uma tendência da época em considerar o empreendedor como alguém que visava somente produzir dinheiro.

Marshall (1985) entendia o novo empresário (empreendedor) como alguém que combina através de uma atividade energética os fatores de produção, trabalho e capital de maneira a gerar uma maior produção de bens e serviços, aumentando, assim, a riqueza total ou o bem estar material da sociedade.

Em discussões mais recentes, Peter Drucker (1998) afirma que os empreendedores são pessoas inovadoras. Em sua concepção, inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como oportunidade para o negócio ou serviço diferenciado.

Embora nos estudos e pesquisas relacionados com o empreendedorismo haja muitas diferenças e disparidades a respeito das exatas definições, pode-se perceber que há um ponto de consenso entre os estudiosos de que o que distingue o empreendedor das outras pessoas é a maneira como este percebe a mudança e lida com as oportunidades.

Drucker (1989,1998) destaca que o empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela e a explora como sendo uma oportunidade. Embora muitas vezes parte dos conceitos, estudos e pesquisas efetuadas sobre empreendedores refiram-se a área de negócios, é importante frisar que eles devem ser vislumbrado em todos os ramos de atividade humana: artes, esporte, política, música, entre outras.

Observa-se, ainda, que pesquisas acadêmicas sobre empreendedores têm crescido, também no Brasil, e com elas, o reconhecimento de que empreendedores são os maiores propulsores do desenvolvimento econômico como na maioria dos países.

No que se refere à experiência brasileira, parte dos estudos citados com maior frequência enfocam o empreendedorismo mais em seus aspectos necessários à criação e o desenvolvimento de um negócio próspero, com informações elaboradas em forma de “manual” (Degen, 1989) ou os que se relacionam aos programas nacionais de formação e treinamento, onde se estimula o espírito empreendedor e se ensina o uso da ferramenta mais importante como o “plano de negócio” (Dolabella, 1999).

Souza (1995) assinala que um segmento da economia de fundamental importância é o composto por pequenas empresas, estimado em 3,5 milhões, representando 98,3% do total de empresas registradas, que respondem por 20,4% do Produto Interno Bruto e 59,4% da mão-de-obra do País.

Avalia-se que a existência de indivíduos reconhecidos como empreendedores é a condição básica para o surgimento de novos empreendimentos. Estes são os agentes responsáveis pelo desencadeamento e condução do processo de criação de unidades produtivas. Os empreendedores com suas ações e atitudes inovam e desenvolvem o universo empresarial, permitindo que o fluxo e desenvolvimento da economia sejam catalisados.

Com frequência se encontra a relação de que o sucesso de um empreendimento está diretamente ligado aos atributos e comportamentos de seus empreendedores. No caso de empresas de pequena dimensão as características individuais têm uma estreita e forte relação. Nas primeiras etapas do seu desenvolvimento, relaciona-se que sua debilidade ou vigor é também a do empreendedor. A personalidade do empreendedor, portanto, configurará a imagem da empresa, os valores e o comportamento social do empreendimento.

Por isso, e devido ao importante papel exercido pelas empresas de pequena dimensão no Brasil, defendido também pelo SEBRAE (Sistema de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), acreditamos faz-se necessário entendimento maior sobre o perfil empreendedor que permita ampliar e melhorar formas para seu desenvolvimento não somente restrito aos aspectos econômicos mas, sobretudo, dos seus aspectos psicológicos, formação e desenvolvimento.

Um outro dado de relevância para esse entendimento encontramos ainda em Filion (1997) ao afirmar que o final dos anos 80 marca uma virada, com a qual o empreendedorismo se torna um tema de estudos em quase todas as áreas do conhecimento. Segundo este autor, vários pesquisadores recolocaram em questão a importância de se continuar a desenvolver tantas pesquisas para se saber “quem é o empreendedor?”. Eles propuseram que a questão central da pesquisa fosse: “o que faz um empreendedor?”.

Interessante observar que dos 25 temas citados por Filion, aqueles que mais comumente suscitaram pesquisas sobre empreendedorismo ao longo dos anos 90, evidencia-se 80% dessas pesquisas em temas ligados à economia: criação e desenvolvimento de empresas, processo das PME, tecnologia, redes de trabalho, incubadoras, parcerias estratégicas, franquias, políticas de incentivo; as demais pesquisas (a minoria) se concentram em características comportamentais e gerenciais, cultura, educação e outros estudos comparativos sobre os processos de empreendedorismo.

Se os empreendedores são pessoas que criam riqueza, a sociedade deve estar apta a identificá-los, reconhecê-los e apoiá-los. Se na opinião dos pesquisadores, eles são a máquina motriz do nosso desenvolvimento, constata-se um progresso a este respeito, mas muito ainda deve ser feito, especialmente em educação (Filion, 1998,1999).

Estudos referentes à personalidade do empreendedor

O trabalho pioneiro realizado acerca das características comportamentais dos empreendedores foi conduzido pelo Professor da Universidade de Harvard, David McClelland em 1961. Em seus estudos, desenvolveu a teoria sobre a motivação psicológica, baseado na crença de que o estudo da motivação contribui significativamente para o entendimento do empreendedorismo (McClelland & Burham, 1987).

Segundo sua teoria de motivação psicológica, as pessoas são movidas por três necessidades: realização, afiliação e poder. A necessidade de realização é aquela que o indivíduo tem de pôr à prova seus limites, de fazer um bom trabalho. É uma necessidade que mensura as realizações pessoais.

Pessoas com alta necessidade de realização são pessoas que procuram mudanças em suas vidas, estabelecem metas e se colocam em situações competitivas, estipulando também para si metas realistas e realizáveis. Seus estudos comprovaram que a necessidade de realização é a primeira identificada entre os empreendedores bem sucedidos, reconhecida em Psicologia, como sendo o fator impulsionador para que as pessoas iniciem e construam um empreendimento.

A necessidade de afiliação existe apenas quando há alguma evidência sobre a preocupação em estabelecer, manter ou restabelecer relações emocionais positivas com outras pessoas.

A necessidade de poder é caracterizada principalmente pela forte preocupação em exercer poder sobre os outros. Assim, temos alguns indicadores que, segundo o autor, caracterizam cada uma dessas necessidades, como vemos no quadro 1.

Quadro 1- Indicadores comportamentais

Necessidade de Realização	Necessidade de Afiliação	Necessidade de Poder
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Competir com seus próprios critérios. ▪ Encontrar ou superar um padrão de excelência. ▪ Visar uma única realização. ▪ Usar <i>feedback</i>. ▪ Visar obter metas de negócio de longo prazo ▪ Formular planos para superar obstáculos pessoais ambientais e de negócios. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visar estabelecer laços de amizade, ser aceito. ▪ Procurar fazer parte de grupos sociais. ▪ Sentir grande preocupação pelo rompimento de uma relação interpessoal positiva. ▪ Possuir uma elevada preocupação com as pessoas na sua situação de trabalho. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Executar ações poderosas. ▪ Despertar fortes reações emocionais nas outras pessoas. ▪ Estar sempre preocupado com a reputação, status e posição social. ▪ Visar sempre superar os outros.

Fonte: dados sistematizados em base dos enunciados de McClelland, D.C. & Burham, D.H. (1987)

Segundo Logen (1997), com a crescente busca de maior compreensão sobre seu papel e suas características, a figura do empreendedor estudada em vários ramos da ciência (psicologia, administração, economia, sociologia), resultou em diversidade de enfoques conforme relacionou a autora em seu trabalho de pesquisa, apresentado o resumo que se segue.

Quadro 2- Diversos enfoques sobre empreendedores

Data	Autor	Características
1848	Mill	Tolerância ao risco
1917	Weber	Origem da autoridade formal
1934	Schumpeter	Inovação, iniciativa
1954	Sutton	Busca de responsabilidade
1959	Hartman	Busca de autoridade formal
1961	McClelland	Corredor de risco e necessidade de realização
1963	Davids	Ambição, desejo de independência, responsabilidade e auto confiança.
1964	Pickle	Relacionamento humano, habilidade de comunicação, conhecimento técnico.
1971	Palmer	Avaliador de riscos
1971	Hornaday e Aboud	Necessidade de realização, autonomia, agressão, poder, reconhecimento, inovação, independência.
1973	Winter	Necessidade de poder
1974	Borland	Controle interno
1974	Liles	Necessidade de realização
1977	Gasse	Orientado por valores pessoais
1978	Timmons	Auto confiança, orientado por metas, corredor de riscos moderados, centro de controle, criatividade, inovação
1980	Sexton	Energético, ambicioso, revés positivo
1981	Welsh e White	Necessidade de controle, visador de responsabilidade, auto confiança, corredor de riscos moderados
1982	Dunkelberg e Cooper	Orientado ao crescimento, profissionalização e independência.

Fonte: Um modelo comportamental para o estudo do perfil empreendedor. Dissertação de Mestrado, UFSC, Logen (1997).

Dentre os estudos que apresentam concepção ainda de caráter mais descritivo, Timmons (1985,1998) buscou relacionar, compilando mais de 50 pesquisas da literatura, os atributos e comportamentos dos empreendedores bem sucedidos, que ora apresentamos, em síntese: 1-Iniciativa e energia, 2-Autoconfiança, 3-Abordagem em longo prazo, 4- Dinheiro como medida de desempenho, 5-Tenacidade, 6-Fixação de metas, 7-Riscos moderados, 8-Atitude positiva diante do fracasso, 9-Utilização de *feedback* sobre o seu comportamento, 10-Iniciativa, 11-Sabe buscar e utilizar recursos, 12-Não aceita padrões impostos, 13 Internalidade, 14-Tolerância à ambigüidade e incerteza.

Sem negar seu real valor, muito se tem produzido sobre os atributos mais importantes do perfil empreendedor, entretanto, tais pesquisas e estudos centrados no entendimento de atributos de personalidade como sendo os fatores determinantes do sucesso empresarial são alvos de muitas críticas.

As principais críticas decorrem do fato de muitas delas focarem apenas os atributos de personalidade, não se referindo à formação de processos que levam ao entendimento de tais características na formação dos empreendedores. Também se centram em atributos de personalidade como sendo definitivos não dando suficiente atenção ao conjunto de habilidades, conhecimentos e experiências do indivíduo.

Outro fato é a tendência em associá-los como fatores determinantes do sucesso do empreendimento. Entretanto, muitos dos traços dos comumente citados como responsáveis pelo sucesso do empreendimento, poderiam ser facilmente aplicados e relacionados a muitos

gerentes. E, também pelo fato de estes traços referirem-se muitas vezes a aspectos muito específicos, não seriam aplicáveis a todas as culturas.

Sugere-se, então, que estudos e pesquisas sobre empreendedores não sejam apenas centrados em descobrir traços/atributos de personalidade dos empreendedores “bem sucedidos”, visto que estas pesquisas não têm necessariamente acrescentado muito para o entendimento do tema.

Além dos trabalhos já citados centrados na linha comportamental, os estudos de Coolins & Moore (1964, citados por Logen, 1997) e Zaleznik (1997), fundamentados na teoria psicanalítica, oferecem outros subsídios para compreensão dos aspectos de formação da personalidade do empreendedor que não apenas os traços, habilidades ou características comportamentais. Cada um destes estudos tem como base à crença de que a ação do empreendedorismo é uma ação imitada dos modelos copiados da infância.

Esses pesquisadores definiram como ponto chave das características dos empreendedores a alta necessidade de autonomia, independência e autoconfiança. O empreendedor, impulsionado por conflitos não resolvidos originados da maneira como eram estabelecidas as relações de autoridade com os pais na infância, desenvolviam uma forte ambivalência com a autoridade parental, a qual não era bem aceita, nem rejeitada por eles.

Nesses estudos, os empreendedores tinham pais que eram tipicamente ausentes, não davam amparo e as mães, por sua vez, eram sofredoras e devotadas aos filhos, prontas a confiar neles, mais que na figura paterna.

Para estes autores, a ambivalência dos empreendedores em relação à autoridade resultaria de sua habilidade de também aceitar completamente ou rejeitar normas impostas pelos pais. Havia também uma correspondente inabilidade em resistir à autoridade ou a aceitar um padrão previamente estabelecido. Em termos práticos, isto justificaria o desconforto que alguns empreendedores sentem ao trabalhar em organizações burocráticas, a menos que as dirijam.

Esta ambivalência também pode estar correlacionada, segundo os estudos em referência, com a habilidade que os empreendedores têm de suportar as adversidades, aceitar a falência e levantar-se de novo até adquirir uma posição de sucesso.

Os mesmos estudiosos observaram que a história de vida dos empreendedores estava correlacionada com a crise nos primórdios ou em eventos dramáticos vividos, freqüentemente, em uma crise econômica, um perigo ou uma situação difícil da qual eles sobreviveriam, acreditando em si mesmos.

Em relação à motivação, identificou-se a autonomia como fator primordial pelo qual eram guiados os empreendedores. O dinheiro era fator importante devido ao fato de assegurar independência, autoridade, liberdade das frustrações e da pobreza. Porém, não era considerado o fator motivador primordial.

Os empreendedores usavam dinheiro para obter mais, mas não para aposentar-se. Muitas destas pessoas tornavam-se empreendedores motivados pelo fato de sua ascensão profissional ou organizacional ter sido bloqueada.

Oferece também subsídios, sob a ótica psicanalítica, o trabalho de Manfred Kets de Vries (1980). Como Coolins & Moore (1964), ele percebia os empreendedores como pessoas profundamente influenciadas por uma infância turbulenta e conflitante. Suas vidas eram freqüentemente sofridas com temas reais ou imaginários de pobreza, depravação, morte significativa e solidão.

Zaleznik (1976) e Kets de Vries (1980) acreditam que o empreendedor é motivado por sentimentos persistentes de insatisfação, rejeição e impotência, derivados de conflitos relacionados com os pais. Estes empreendedores, segundo os autores, tinham um pai que os rejeitava e uma mãe dominadora. Esta situação geraria uma ação psicológica que necessitaria

de compensação para aliviar estes conflitos dolorosos, os quais poderiam induzir a ação auto-destrutiva ou impulsioná-los a esforços criativos e inovativos. Estes últimos se associam com o desenvolvimento de esforços relacionados com a criação e desenvolvimento de empreendimentos.

Kets de Vries (1980) acredita que são seis os principais elementos constituintes da personalidade empreendedora: meio ambiente turbulento; esquivia em relação às normas autoritárias dos pais; sentimento de rejeição; sentimentos dolorosos de raiva, hostilidade e culpa; identidade confusa (identificação com a personalidade causadora de dor); e uso de modelos reativos para sentimentos dolorosos (culpa, rebelião e impulsividade).

Ainda para esses estudiosos, Zaleznik e Kets de Vries, o empreendedor é alguém que opera em um teatro empresarial. As características do teatro incluem uma necessidade de aplauso e um número variado de defesas psicológicas, incluindo projeção e ruptura.

Entendem também, que o sucesso do empreendimento é freqüentemente afetado pela personalidade do empreendedor. Para realizar-se o empreendedor se identifica fortemente com o empreendimento e depende disto para manter sua auto-estima, sua necessidade de controle.

No campo da Psicologia não se esgota aqui a possibilidade de explicar o desenvolvimento do “empreendedor-empendedorismo”. Visualiza-se a partir dessa breve discussão que as concepções teóricas comportamental e psicanalítica vêm possibilitando a explicação e compreensão do comportamento humano e sua dinâmica, aplicado ao perfil psicológico do empreendedor.

Sabe-se que não se está diante de uma tarefa simples, pelo contrário, as informações teóricas ora apresentadas demonstram o quanto o assunto é vasto e abrangente.

Em síntese, o ponto central desta discussão é a visão de que, ao invés de se postularem os traços de personalidade como sendo definitivos (pré-determinados), deve-se estudar os aspectos relacionados ao perfil psicológico do empreendedor, o que se acredita, possibilitará a intervenção mais efetiva em direção a potencialização e/ou formação de novos empreendedores.

Materiais e Métodos

A pesquisa foi conduzida com 20 profissionais (*donos-do-negócio*) de empresas estabelecidas na cidade de Maringá/PR, independente do ramo de atividade, tamanho ou lucratividade do negócio, escolhidos de forma randômica (por sorteio), a partir do cadastro de empresas conveniadas do Programa de Estágio da UPA-Unidade de Psicologia Aplicada da Universidade Estadual de Maringá/PR.

Definiram-se como instrumentos base de coleta de informações:

1. A entrevista semi-diretiva, conduzida individualmente, que deu origem aos dados quantitativos que foram analisados por meio do Programa *Statistica*, possibilitando caracterizar os traços e características preponderantes desse grupo de profissionais, em conjunto com as interpretações qualitativas, em especial, às relacionadas com a história de vida dos participantes;
2. O Teste Psicológico de Wartegg caracterizado como uma técnica projetiva gráfica. Também conhecido como “Teste de Completamente de Desenhos” é um instrumento que permite a investigação da personalidade através de desenhos realizados pelo examinando, a partir de sua folha-teste com oito elementos gráficos pré-determinados. Justifica-se sua escolha por proporcionar versatilidade, precisão e simplicidade de aplicação. Ao realizar o teste, a pessoa projeta na atividade sua maneira individual de

perceber, sentir, associar e agir, revelando a dinâmica de sua estrutura psíquica (Freitas, 1995).

Os dados coletados no Teste Psicológico de Wartegg analisados em sua essência completam os traços do perfil da amostra em estudo.

Os instrumentos de avaliação e coleta de dados foram previamente testados com a perspectiva de garantir validade aos resultados.

Resultados e Conclusões

Os dados analisados e categorizados, a partir da investigação nas entrevistas, foram organizados de tal forma a permitir a visualização das características prevalentes desse grupo de profissionais analisados, conforme exposto do quadro 3.

Quadro 3- Síntese do perfil dos entrevistados

Dados Gerais de Entrevista	
75%	Idade entre 36 e 50 anos
50%	Sexo masculino
80%	Estado civil casado
70%	Procedência do Estado do Paraná
70%	Escolaridade dos Pais – até 12 anos de estudo (frequência na escola)
45%	Condição sócio-econômica família de origem – até 3 SM*
55%	Posição hierárquica de 1º e 2º filho, entre os irmãos, na estrutura familiar
70%	Idade de início no 1º. trabalho entre 6 e 15 anos
50%	Nível superior de escolaridade
45%	Ganhos atuais na atividade própria de até 5 SM*
50%	Valores transmitidos pela família classificados em Gr1**
50%	Valores transmitidos pela família classificados em Gr2***
40%	<i>Honestidade e caráter</i> os valores que mais admiram nas pessoas
85%	Fatores de realização e orgulho pessoal: <i>trabalho, fazer o melhor, ser competente</i>
35%	<i>Sucesso</i> é resultado da persistência e trabalho
61%	O fracasso é visto como <i>força para superação e aprendizado</i>
46%	<i>Persistência e honestidade</i> são as características de personalidade que os ajudaram crescer
43%	<i>Saber trabalhar com pessoas e facilidade de comunicação</i> como capacidades e habilidades pessoais que os ajudaram
57%	<i>Crescimento do segmento do mercado e localização da empresa</i> são as condições que sustentaram a abertura do atual negócio
43%	<i>Necessidade financeira e vocação</i> foram razões mais significativas para abertura do negócio próprio
63%	Definem a missão da empresa como <i>atender/satisfazer bem os clientes e fazer com competência e qualidade</i>
40%	<i>Revistas Especializadas e Cursos Técnicos</i> são as fontes de aprimoramento consideradas mais frequentes
(*) SM- (salários mínimos) -base de calculo R\$ 200,00.	
(**) Gr 1 = ser educado, respeito ao próximo, ética, moral, boa formação, caráter, verdade, responsabilidade, força de vontade, perseverança.	
(***) Gr 2 = trabalho, ser trabalhador e honesto	

O Teste de Wartegg nos permitiu diagnosticar a estrutura da personalidade do grupo em estudo em relação às funções básicas de emoção, imaginação, dinamismo, controle, realidade, que são encontradas em diferentes intensidades e interações em todas as pessoas (Kfourri, 1999).

Essa variedade de intensidade e interações é a base utilizada pela prova de Wartegg para se obter informações sobre o funcionamento da personalidade dos avaliados.

O quadro 4 resume a dinâmica da estrutura psíquica desses profissionais.

Quadro 4 – Análise geral da estrutura de personalidade dos entrevistados segundo a avaliação no Teste de Wartegg.

Características de Personalidade - Wartegg	Freq. Rel. (%)
Objetividade	85%
Adaptação ao meio (às normas sociais)	70%
Realismo	70%
Confiança em si mesmo	55%
Controle emocional	55%
Potencial para a ação	50%
Flexibilidade	50%
Predomínio do intelectual, concreto/prático sobre o emocional	50%
Percepção adequada de si e do meio	50%
Praticidade	45%
Atitude emocional dirigida à realidade	45%
Capacidade associativa e sintética	45%
Capacidade de decisão	40%
Sociabilidade	40%
Segurança	35%
Comprometimento com valores	35%
Dependência em relação ao meio	35%
Boa energia vital	30%
Predomínio de relacionamentos superficiais	30%
Capacidade de organização e planejamento; Espontaneidade; Simplicidade; Emotividade sadia; Ambição; Percepção adequada de limites e possibilidades; Insegurança; Ansiedade; Expansão; Introversão; Autocrítica; Impulsividade; Dificuldade em lidar com a afetividade; Dificuldade para canalizar a energia; Indecisão; Independência; Defesa da individualidade; Dificuldade em perceber as próprias potencialidades; Idealismo; Altruísmo; Tendência a perseveração.	entre 25% e 5%

O Teste de Wartegg permitiu-nos perceber a dinâmica de personalidade tomando por referência a análise de suas quatro dimensões (Freitas, 1993; Kfourri, 1999): emoção (expansiva ou retraída); imaginação (combinatória e criadora); intelecto (prático e especulativo); atividade (dinâmica e controlada).

Podemos, portanto, descrevê-los como pessoas que valorizam a ação ponderada e planejada em direção ao que se pode denominar *atividade controlada*; necessitam de bases sólidas para suas ações, o que os torna persistentes.

Em sua maioria, verificamos que são pessoas voltadas para o objetivo e concretização de idéias, preocupadas em ordenar ações e em operacionalizar tarefas, orientadas mais no "como" fazer do que no "por quê" fazer, definindo-se pela forma do *intelecto prático*.

Na função imaginação, são capazes de produzir idéias e soluções a partir do observável e palpável, ou seja, têm tendência a soluções mais práticas, nem tanto originais (*imaginação combinatória*).

Finalmente, em suas reações emocionais, a maioria dos entrevistados é mais estimulada pelos atrativos do ambiente, apresentam-se mais sociáveis relacionando-se de maneira mais descontraída e espontânea. Quanto maior preponderância da *emoção expansiva*, maior terá a influência do ambiente sobre o comportamento; neste caso o risco será de se mostrarem mais volúveis e superficiais em relação aos seus próprios interesses.

Dados de entrevista sobre a história de vida desses profissionais permitiram-nos ampliar as discussões analisando do ponto de vista psicológico o desenvolvimento pessoal e profissional desses empreendedores.

Tomando-se como premissa de que o ideal do ego se estabelece sobre as bases de identificações com adultos significativos, enquanto grupo de participação e de referência com papel fundamental nesse processo, acredita-se que o grupo familiar seja o motivo para que os valores presentes nesse grupo se constituíssem em bases significativas na escolha do estilo de trabalho futuro.

Somando-se ao fato de que 50% dos entrevistados têm o trabalho (“ser trabalhador”) como o principal valor passado pelos pais, 70% dos pesquisados iniciaram seu primeiro trabalho com menos de quinze anos de idade. Ainda bem jovens, durante a infância e formação, os pais eram donos de pequenos negócios (feirantes, agricultores, comerciantes) ou se envolviam com atividades de prestação de serviços (marcenaria e oficina mecânica), promovendo desde muito cedo o envolvimento dos filhos nas atividades desenvolvidas pela família pois, segundo os entrevistados, precisava dessa ajuda na manutenção das tarefas mais básicas.

Estabelece-se, então, significativa e importante relação com o papel da família, como a primeira célula social da qual fazemos parte e a influência exercida na formação individual e social, como também, nas escolhas profissionais futuras dos entrevistados de opção por um negócio próprio.

Essa relação para esse grupo desmistifica o mito de que empreendedores “nascem prontos” sinalizando que seu aparecimento, nestes casos, não foi por razões “genéticas”, e sim, porque sofreram influências em suas relações de nível primário (familiares e conhecidos), secundário (rede de ligações) e até terciário (cursos, livros, viagens), já na idade adulta.

Outro dado expressivo, no que se refere à relação entre os aspectos de formação familiar e de personalidade do empreendedor, observou-se na estrutura de hierarquia de nascimento demonstrado a seguir.

Tabela 1 – Distribuição de freqüência da posição de nascimento dos entrevistados

Posição entre irmãos	Freq. (F _i)	Freq.% Relativa (f _i)	Freq. % Rel. acumulada (f _{ac})
1o.	7	35,0	35,0
2o.	4	20,0	55,0
3o.	4	20,0	75,0
5o.	1	5,0	80,0
6o.	1	5,0	85,0
9o.	2	10,0	95,0

13o.	1	5,0	100,0
Totais	0	0,0	100,0

O índice de 35% dentre os entrevistados identificados como primogênitos e de 20% como o segundo filho na ordem de nascimento, possibilitou-nos correlacionar a crença dos estudos com base na teoria psicanalítica, de que a ação do empreendedorismo é uma ação imitada dos modelos copiados da infância.

Verificou-se que os filhos mais velhos da estrutura familiar pautaram sua relação com o mundo adulto em termos de ocupação, orientados pelo fato de que a figura paterna, na maioria dos casos, tinha um trabalho próprio. Durante a infância e formação dos entrevistados os pais trabalhavam em pequenos negócios próprios e com envolvimento da família, um modelo de forma de trabalho que pode ter influenciado as escolhas profissionais futuras.

Na idade entre os 6 e 10 anos, 25% dos entrevistados mencionaram que já ajudavam seus pais, como apoio e amplia-se para 45% o índice de entrevistados que afirmaram que na faixa entre 12 e 15 anos já haviam iniciado seu primeiro trabalho contribuindo efetivamente com o rendimento familiar. No geral, 70% dos entrevistados confirmaram que a partir dos 6 anos de idade já estavam envolvidos em alguma atividade laboral com a família.

Em resposta à investigação sobre os motivos e opção para a abertura de um negócio próprio, 24% dos entrevistados afirmaram a “necessidade financeira” seguidos de 19% por “vocação” e 14% por “experiência no ramo”.

Mesmo ao se considerar que o aspecto financeiro seja um fator importante devido ao fato de assegurar independência, autoridade e liberdade das frustrações, constata-se que os entrevistados foram guiados pela necessidade de autonomia associada à realização e ao poder de encontro à ascensão profissional (indicadores comportamentais, quadro 1).

Sob a ótica psicanalítica, o ponto chave das características dos empreendedores é a alta necessidade de autonomia, independência e autoconfiança. A estrutura de personalidade revelada pelo Wartegg (quadro 4) destaca esses traços na maneira individual de perceber, sentir e agir desses profissionais.

Outra relação se estabeleceu entre o que os entrevistados pensam sobre sua forma de ser e os fatores que consideraram como contribuidores ao desenvolvimento pessoal e profissional e de como se constitui a estrutura de personalidade, projetada no Wartegg, conforme exposto na tabela a seguir.

Tabela 2 – Distribuição de frequência dos fatores de sucesso considerados como mais importantes pelos entrevistados

Fatores de sucesso no trabalho	Freq. (F _i)	Freq. % Relativa (f _i)	Freq. % Rel. acumulada (f _{ac})
Trabalho/Persistência	7	35,0	35,0
Administração/Organização	3	15,0	50,0
Conhecimento/Capacidade	2	10,0	60,0
Força vontade/Esforço pessoal	6	30,0	90,0
Gostar do que faz	2	10,0	100,0
Totais	20	100,0	100,0

Comparando-se aos estudos descritivos, o grupo reproduz os “fatores para o sucesso” que na atualidade são reconhecidos como eficazes para o mundo dos negócios. Os entrevistados destacaram: persistência, trabalho, administração, organização, conhecimento

no ramo, que se aproximam das habilidades técnicas e gerenciais requeridas não só de um empreendedor.

Na formação de personalidade, os entrevistados consideraram prioritários para a sua formação fatores como “persistência” e “honestidade e sinceridade” (características/attitudes que os ajudaram no desenvolvimento pessoal e profissional). Consideraram ainda “saber trabalhar com pessoas e facilidade de comunicação” como capacidade e habilidade pessoal preponderante. São indícios sobre a preocupação em estabelecer e manter relações emocionais positivas com outras pessoas, voltados à necessidade de afiliação e poder (descritas no quadro 2).

Assim se inter-relacionam e possibilitam explicar a crença de que o sucesso do empreendedor dependerá principalmente do seu comportamento (attitudes/personalidade) e características/habilidades pessoais e também possibilitam verificar a proximidade entre a percepção dos entrevistados e o perfil de personalidade traçado pelo Teste de Wartegg.

Reportando-se à visão psicanalítica, os empreendedores são percebidos como profundamente influenciados por uma infância turbulenta e conflitante. Suas vidas são freqüentemente sofridas com temas reais ou imaginários de pobreza, depravação, morte significativa e solidão.

Quando perguntado sobre a ocorrência de alguma repressão dos pais ou episódio negativo que fosse entendido pelos entrevistados como motivo de impedimento para sua plena realização pessoal, 40% relataram alguns episódios restritivos ao seu desenvolvimento: separação prematura da convivência com os pais, precária condição sócio econômica da família de origem, eventos pessoais (familiares) que mudaram o rumo da vida, briga entre pais e acidente com irmão, morte do pai em acidente, falta incentivo da família para ter profissão, pai alcoolista.

Sob essa ótica, tais sentimentos de insatisfação, rejeição e impotência derivados de conflitos familiares, teria gerado uma ação psicológica pela necessidade de compensação para aliviar estes conflitos dolorosos, impulsionando-os a esforços criativos e nestes casos associados com a criação e desenvolvimento de empreendimentos.

Verificando-se a reação dos entrevistados quanto à possibilidade do fracasso pessoal e profissional, há uma clara tendência de que os eventos vivenciados por eles foram considerados como “alicerce” para experiências futuras. Em 33% dos casos consideraram “tolerância (*força*) para superação”, para 28% como “aprendizado” e para 17% dos entrevistados um “motivo para encarar positivamente a realidade”.

A visão otimista desses profissionais pode estar relacionada à habilidade que os empreendedores têm de suportar as adversidades, aceitar a falência e levantar-se de novo até adquirir uma posição de sucesso, em razão dos eventos dramáticos vividos ou da precária condição econômica que grande parte das famílias estavam submetidas (55% das famílias de origem tinham rendimentos financeiros abaixo de 5 salários mínimos).

Ainda que na opinião de 22% dos entrevistados, o fracasso seja considerado como “entristecedor, mas superável”, “apreensivo”, “motivo para sentir-se baqueado” ou até mesmo como “preventivo”, há uma forte expectativa de que a ocorrência de tal evento (fracassador) não chega a impedi-los de se reorganizar e não os leva a desistir de seus objetivos pessoais e profissionais.

Em 85% dos entrevistados o “trabalho” e os “resultados das atividades que realizam” são as principais fontes de satisfação pessoal e prioridade em seu universo de vida (tabela 5).

Tabela 05 – Distribuição de frequência da variável realização pessoal mais significativa para os entrevistados

Realização pessoal*	Freq. (F _i)	Freq.% Relativa (f _i)	Freq. % Rel. acumulada (f _{ac})
RP 1	17	85,0	85,0
RP 2	1	5,0	90,0
RP 3	2	10,0	100,0
Totais	0	0,0	100,0

(*) Categorização dos fatores de realização pessoal (RP) mencionados pelos entrevistados:

RP 1= trabalho, fazer o melhor, fazer o que gosta, ser competente.

RP 2= convivência familiar.

RP 3= fazer o bem, meditar, ouvir os outros.

O empreendimento é tido exatamente como “o que mais gostam de fazer e de que se orgulham”, sentimentos que os desafiam fazer o melhor.

Confirmam-se para esse grupo a presença dos indicadores comportamentais (quadro 2) cuja motivação psicológica está associada à realização, afiliação e poder, destacando-se que as pessoas com alta necessidade de realização estabelecem metas, enfrentam situações competitivas para fazer um bom trabalho. É uma necessidade que mensura as realizações pessoais e que se torna um fator impulsionador para as pessoas iniciar e construir um empreendimento.

Reconhecemos essas “ações psicológicas” descritas sob a ótica psicanalítica, os impulsionadores aos esforços criativos e inovadores e que produzem suas defesas psicológicas correlacionadas com a habilidade que os empreendedores tem para suportarem as adversidades, aceitar a falência e levantar-se de novo até adquirir nova posição de destaque. Então, para realizar-se o empreendedor se identifica fortemente com o empreendimento e depende disto para manter sua auto-estima e necessidade de controle.

A presente investigação, sem ainda pretender apresentar traços ou comportamentos que definam a “personalidade empreendedora”, oportunizou a partir dessas discussões reconhecer determinadas características comportamentais que aliadas às condições de vida de cada pessoa constituem-se os fatores contribuidores para a formação e desenvolvimento do perfil empreendedor.

Em razão de suas peculiaridades próprias e limitações, entende-se que temos o compromisso de continuidade desse trabalho de maneira a preencher e enriquecer as lacunas existentes a respeito do entendimento dos aspectos psicológicos relacionados à figura do empreendedor, bem como, à promoção da qualidade de vida no trabalho diante dos novos contextos sociais, políticos e econômicos.

Considerações finais

A proposição de se investigar e analisar as características do perfil empreendedor e as condições favoráveis para o seu desenvolvimento deve continuar suscitando questionamentos em busca de explicações de como alguém se torna empreendedor, se ele nasce *pronto*, se é possível ensinar a ser empreendedor, enfim, dúvidas ainda presentes nos mais diferentes estudos sobre o tema.

A breve revisão da literatura nos permitiu verificar, conceitualmente, o *fenômeno empreendedorismo*, em busca suas definições - quem é, como pensa e age o empreendedor. Possibilitou constatar que “felizmente” para nós profissionais da psicologia, o tema vem, gradativamente, atingindo direções diferentes daquela originalmente dada pelas escolas de

pensamento econômico, a partir do século XVIII, sinalizando uma compreensão mais social, de possibilidades de realização e espaço de trabalho do ser humano.

Estudiosos economistas e de áreas vinculadas às Ciências Humanas expressam divergências sobre o seu entendimento. Tais desencontros demonstram que ainda há carência de teorias que reúnam conceitos fundamentados, que expliquem o desenvolvimento do perfil empreendedor, fugindo à tendência descritiva sobre o fenômeno, conforme constatamos na revisão da literatura.

Os resultados da investigação sobre a história de vida desses profissionais-empresendedores em estudo foram para nós um ponto de partida para se observar os estímulos e situações que influenciaram ou que contribuíram para o desenvolvimento pessoal e profissional desses profissionais *dono-do-negócio*, independente da posição econômica que ocupam no mercado.

Buscamos nessa direção encontrar indícios que, à luz da própria história, evolução das relações de trabalho e o crescente interesse de estudos no tema, nos apontassem algumas respostas para questões tão cruciais, dada a importância do empreendedorismo, mesmo que tomado como um evento contemporâneo meta-econômico.

Se para os economistas o empreendedorismo é entendido como uma função, parece-nos que ele vem cumprindo com esse seu papel, no âmbito da economia mundial. O interesse (e incentivo) dado ao tema (pesquisas, consultorias, livros) é sinalizador de que ser empreendedor - *dono do negócio*- está sendo entendido como o caminho para a criação de seu próprio posto de trabalho no século XXI.

Ao final dessa investigação, percebe-se que ainda continuam os questionamentos, necessários à construção de referenciais teóricos consistentes, que se acredita, só será possível pelo incremento de pesquisas científicas multiprofissionais e interdisciplinares.

Considera-se este seja o desafio para os Psicólogos: somar esforços no sentido de cada vez mais se aproximar da realidade e complexidade das relações, num cenário de mudanças, conduzindo suas práticas profissionais comprometidas com as transformações sociais e consolidada no compromisso da promoção da saúde do ser humano.

Referências

- Cohen, David et al.(2000). Como se faz gente que faz. Revista Exame, São Paulo: Editora Abril, n.72, agosto.
- Coolins, O.; Moore D. (1964). The enterprising man. USA: MSU Business Studies.
- Degen, R. J. (1989) O empreendedor. São Paulo: McGraw-Hill.
- Dolabela, F. C. Oficina do empreendedor. São Paulo: Cultura, 1999.
- Dornelas, J.C.A. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- Drucker, P. (1989). A nova realidade. São Paulo: Pioneira.
- Drucker, P.(1998). Inovação e espírito empreendedor. 5.ed. São Paulo: Pioneira.
- Filion, L J.(1999) Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. São Paulo: Revista de Administração – FEA/USP, vol. 34, n. 2.
- Filion, L.J.(1998) O empreendedorismo como tema de estudos superiores. Palestra proferida em 1998, A Universidade formando empreendedores, Escola de Altos Estudos Comerciais de Montreal. Disponível em <<http://www.epa.adm.br>>. Acesso em: 20 setembro. 2001.
- Freitas, A. M. L.(1993). Guia de aplicação e avaliação do Teste de Wartegg. São Paulo: Casa do Psicólogo.

- Gerber, M.E. O mito do empreendedor revisitado: como fazer de seu empreendimento um negócio bem sucedido. São Paulo: Saraiva, 1996.
- Kets De Vries, M.F.R. (1980). The entrepreneurial personality: organizational paradoxes. London: Tavistock Publications Ltda.
- Kets De Vries, M.F.R. (1997). Os gerentes podem deixar seus subordinados loucos. In: Bergamini, C.; Coda, R. (Org.). Psicodinâmica da vida organizacional: motivação e liderança. p.300-318, São Paulo: Atlas.
- Kfoury, N.J. (1999). Wartegg: da teoria à prática. São Paulo: Vetor.
- Köche, J.C. (1997) Fundamentos de Metodologia Científica. Teoria da ciência e prática da pesquisa. 17^a ed., Petrópolis: Vozes.
- Leite, E. O fenômeno do empreendedorismo. Recife: Bagaço, 2000.
- Logen, M.T. (1997). Um modelo comportamental para o estudo do perfil empreendedor. Dissertação de Mestrado em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Marshall, A.(1985). Princípios da economia: tratado introdutório. São Paulo: Nova Cultural.
- McClelland, D.C.; Burham, D.H.(1987). O poder é o grande motivador. São Paulo: Nova Cultural.
- Paulino, A.D.; Freitas, M.A. J.; Barbieri, J.C.(2001). Empreendedorismo: um modelo de trabalho para a crise do capital. In: Programa de Pós Graduação UEM/UEL (Org.), II Encontro e Estudos Sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, Anais em Cdrom.
- Say, Jean-Baptiste (1964) A treatise on political economy: or the production, distribution and consumption of wealth. New York: Kelley.
- Schumpeter, J. A.(1982) A teoria do desenvolvimento econômico. São Paulo: Nova Cultural.
- Souza, M.A.F.(1995). Pequenas e médias empresas na reestruturação industrial. Brasília, DF: SEBRAE.
- Timmons,J. New venture Creation: Entrepreneurship in the 21st Century. New York: McGraw Hill, 1998.
- Zaleznik, A. (1997). A dinâmica da subordinação. In: Bergamini, C.; Coda, R. (Org.). Psicodinâmica da vida organizacional: motivação e liderança. p.231-258, São Paulo: Atlas.
- Zaleznik, A.(1976). Power and the Corporate Mind. New York: Harper and Row.