

EMPREENDEDORES SOCIAIS E PRIVADOS: REFLEXÕES SOBRE SUAS CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS¹

SOCIAL AND PRIVATE ENTREPRENEURS: REFLECTIONS ABOUT THEIR BEHAVIORAL CHARACTERISTICS

JOSÉ ELMAR FEGER²

AUGUSTO FISCHER³

TÂNIA MARIA DOS SANTOS NODARI⁴

DIRCEU SCARATTI⁵

ANACLETO ANGELO ORTIGARA⁶

RESUMO

O empreendedorismo tem despertado interesse tanto no meio acadêmico como no meio empresarial e público, especialmente por sua importância para a geração de emprego e renda. Verifica-se crescente número de pesquisas tratando de questões específicas do empreendedorismo, em especial no sentido de demonstrar a sua importância como gerador de inovações, no meio empresarial privado, no terceiro setor ou no setor público. Esses trabalhos têm discutido as diferenças entre os diversos tipos de "empreendedorismos". A proposta deste trabalho, cujo resultado aqui é apresentado, foi verificar se existem realmente diferenças entre os empreendedores sociais e privados, do ponto de vista de suas atitudes e ações. Através de pesquisa descritiva, utilizando o método de levantamento (survey) com abordagem quantitativa, constatou-se, pelo menos no que tange à amostra, que, de maneira geral, não existe diferença significativa entre as pontuações alcançadas pelos empreendedores sociais e os privados, quanto às características de comportamento empreendedor.

Palavras-chave: empreendedor; Empreendedorismo social; Características comportamentais.

ABSTRACT

Entrepreneurship has been arousing interest either in the academic environment as much as in the business and public environment, especially for its importance in job and income generation. It is observed that the growing number of researches dealing with specific subjects of entrepreneurship, especially in the sense of demonstrating its importance as a generator of innovations, in the private business sector, as in the third sector, or in the public sector. Those works have been discussing the differences among the several entrepreneurship types. The proposal of this work, whose results are here presented, is to verify if there really are differences between the social and private entrepreneurs, from the perspective of their attitudes and actions. By means of descriptive research using the survey method with quantitative approach, it was verified, at least in what it concerns to the sample, that, in a general way, there aren't significant differences between the scores reached by the social entrepreneurs and the private ones in relation to the characteristics of entrepreneur behavior.

Keywords: entrepreneur; social entrepreneurship; behavioral characteristics.

¹ Data de recepção: Data de recepção: 02/09/2008. Data de aprovação: 12/10/2008. Data de publicação: 23/12/2008.

² Professor da Área das Ciências Sociais Aplicadas da Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc), Graduado em administração, Mestre e Doutorando em Desenvolvimento Regional (UNISC). joseelmar.feger@unoesc.edu.br

³ Professor da Área das Ciências Sociais Aplicadas da Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc). Graduado em administração e Mestre em Engenharia de Produção (UFSC), e Doutor em Administração (USP). augusto.fischer@unoesc.edu.br

⁴ Professora da Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc). Graduada em Economia, Mestre em Administração de Negócios (FURB). Doutoranda na Universidad Pablo de Olavide de Sevilla. tania.nodari@unoesc.edu.br

⁵ Professor da Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc). Doutor em Engenharia de Produção (UFSC), Consultor da Excellence A&C Ltda. scaratti@unoescvda.edu.br

⁶ Professor da Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc). Doutor em Engenharia de Produção (UFSC), Diretor Técnico do SEBRAE-SC. anacleto@sc.sebrae.com.br

INTRODUÇÃO

A questão do empreendedorismo, apesar de não ser uma novidade enquanto objeto de investigação acadêmica e, por isso, ter alcançado certo amadurecimento, particularmente em seus fundamentos, comporta ainda estudos mais focalizados. Permanecem lacunas nas questões de gênero, em estudos setoriais ou regionais, na validação de instrumentos de mensuração (GUTERRES e PINHEIRO, 2003). Por sua relevância na sociedade atual, uma reflexão mais cuidadosa quanto a alguns aspectos fundamentais, principalmente no sentido de discutir melhor a pessoa do empreendedor, merece maior atenção. Verifica-se, no Brasil, crescente volume de estudos e publicações abordando o empreendedorismo social (MELO NETO e FROES, 2002; OLIVEIRA, 2004), aplicado à gestão de cidades (MOURA, 1997), como fator importante na organização de redes de cooperação empresarial (AMATO NETO, 2000; CASAROTTO, 2002), para citar alguns. Nota-se, também, o aumento do espaço destinado ao debate do tema na mídia, com a criação de programas, lançamento de revistas, por exemplo, enfatizando a sua importância como fator de desenvolvimento econômico e social.

A inclusão do empreendedorismo como disciplina em cursos de graduação ou de pós-graduação em Administração, bem como a organização de programas para estender o tema para outros, como Medicina, Odontologia, Direito, Psicologia, revelam a importância do assunto na atual conjuntura. Os estudos existentes relacionam o empreendedorismo com a inovação na utilização dos recursos organizacionais, nos processos, na conduta da organização perante o mercado e a sociedade. Com a intenção de caracterizar uma sociedade sustentável, Melo Neto e Froes (2002, p. 104) destacam,

entre outros pontos, a capacidade de improvisação, de inovação, de mobilização em defesa dos interesses comunitários, de criação de novas e diversas organizações sociais, de enfrentar problemas e a competência de buscar, por si só, renda e emprego, como requisitos para alcançar novos patamares na evolução socioeconômica. Esforçam-se, os referidos autores, em demonstrar as diferenças entre os empreendedores sociais e os privados.

Observa-se que os estudos convergem para definições de empreendedorismo que o destacam como responsável pelo surgimento “dos novos bens de consumo, dos novos métodos de produção ou transporte, dos novos mercados, das novas formas de organização industrial que a empresa capitalista cria” (SCHUMPETER, 1984, p. 112). As correntes psicológicas de estudo do empreendedorismo remetem a discussão para as características pessoais do empreendedor, bastante focadas na necessidade de realização. McClelland (1972, p. 139) verificou uma correlação positiva entre a necessidade de realização e a atividade empresarial, afirmando que “[...] existe uma forte sugestão de que os homens com elevados motivos de realização encontrarão um caminho para a realização econômica, sempre que a estrutura social e as oportunidades lhes facultem variações suficientemente amplas”.

Essas constatações levaram ao interesse na realização de uma pesquisa sobre a temática do comportamento empreendedor, porque, em grande parte dos trabalhos consultados, observa-se um enfoque nos resultados, ou seja, nas estratégias utilizadas, numa nova forma, melhor, mais rápida ou mais barata de se realizar um determinado trabalho. Nas discussões sobre o empreendedorismo social, político ou empresarial, do ponto de vista dos objetivos perseguidos pelos empreendedores, nota-se certas diferenças. Enquanto o empreendedor social busca resultados que sejam utilizados pela sociedade, os lucros são os objetivos do empreendedor privado, como

afirmam Melo Neto e Froes (2002, p. 09). Não se pretende questionar os enfoques adotados, visto que são importantes e interessantes para o estudo do empreendedorismo, porém discutir também as questões relativas à pessoa que toma para si a responsabilidade de criar novas oportunidades, o empreendedor. Nesse sentido, propôs-se, como parte da disciplina Empreendedorismo, do curso de graduação Tecnologia em Gestão Pública, uma pesquisa que pudesse traçar um paralelo entre o perfil dos empreendedores sociais e dos privados. Aceitando-se que os resultados são obtidos devido às atitudes do empreendedor ante os problemas e verificando-se que esses resultados são diferentes, pelo menos no que se refere aos objetivos finais, entre os empreendedores privados e sociais, formulou-se a seguinte questão de pesquisa: Os empreendedores sociais têm comportamentos diferentes dos empreendedores privados?

Os objetivos do trabalho proposto foram: 1) verificar as diferenças de comportamento entre os empreendedores sociais e privados; 2) identificar as possíveis diferenças nos conjuntos de características empreendedoras, realização, planejamento ou poder dos dois grupos pesquisados; e 3) sistematizar dados sobre o empreendedorismo nos municípios de Joaçaba, Herval D'Oeste e Luzerna, situados no estado de Santa Catarina, para futura utilização nos cursos de graduação e pós-graduação.

Os dados colhidos foram tabulados e o resultado será apresentado neste artigo, o qual será estruturado em quatro partes, além da introdução. Na primeira, faz-se uma breve revisão bibliográfica, destacando-se o marco teórico que sustenta a pesquisa. Na segunda, discute-se a metodologia e os procedimentos de coleta de dados, Na terceira, apresentam-se os dados coletados e a sua análise, para, na quarta parte, tecer as considerações finais e as conclusões.

EMPREENDEDORISMO E PERFIL EMPREENDEDOR

Conceituar o empreendedorismo é uma tarefa relativamente complexa, devido à amplitude de enfoques dados pelos autores que se preocupam com o estudo do tema. Do ponto de vista comportamental, empreendedorismo, segundo os autores, significa tomar iniciativa, organizar mecanismos sociais e econômicos, para transformar recursos e situações em algo prático e aceitar o risco ou o fracasso. Para os economistas, os empreendedores são aqueles que combinam recursos, trabalho, materiais e ativos, para tornar o seu valor maior que antes; é também aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem. Para um psicólogo, empreendedor é a pessoa impulsionada pela necessidade de obter ou conseguir algo, experimentar, realizar ou fugir da autoridade de outros.

O empreendedorismo também é considerado um processo dinâmico de criar riqueza, por indivíduos que assumem riscos em termos de patrimônio, tempo ou comprometimento com a carreira e que provêm valor ao produto. O produto pode ser novo ou não, mas deve ser, de algum modo, infundido pelo empreendedor, ao receber e localizar as habilidades e os recursos necessários (HISRICH e PETERS, 2004). Esses conceitos apresentam alguns aspectos em comum, como novidade, criação, riqueza e risco, mas são restritivos, uma vez que os empreendedores são encontrados em todas as profissões.

Assim, como um conceito geral para este artigo, adota-se o conceito defendido por Hisrich e Peters (2004, p. 29), que assim se expressam:

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais

correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal.

Essa definição enfatiza quatro aspectos básicos, não importando a área de atuação do indivíduo. Em primeiro lugar, enfatiza o processo de criação de algo novo e de valor, tanto para o empreendedor como para o público. Esse público pode ser o comprador, no caso de uma inovação comercial; a administração de um hospital, no caso de uma inovação nos procedimentos internos; estudantes, no caso de um novo curso ou um novo serviço a ser oferecido por uma instituição sem fins lucrativos. O segundo ponto refere-se à dedicação de tempo e esforço necessários à consecução dos objetivos pretendidos. O terceiro aborda os riscos incorridos que, dependendo do campo da atuação, podem ser financeiros, psicológicos ou sociais. O quarto, e último ponto, corresponde à recompensa de ser empreendedor. Essas recompensas relacionam-se com a independência, seguida de satisfação pessoal. Para os que buscam lucro, a recompensa econômica também é considerada. Para alguns, o dinheiro torna-se um indicador de sucesso (HISRICH e PETERS, 2004).

Existe uma tênue diferença entre os empreendedores sociais e os empreendedores privados, especialmente nos seus objetivos e formas de atuação. Segundo Melo Neto e Froes (2002, p. 11) “o empreendedorismo privado é de natureza individual, centrado na produção de bens e serviços para o mercado. Seu foco é o mercado, onde busca o lucro e satisfaz as necessidades de seus clientes”. Quanto ao empreendedorismo social, os autores (2002, p. 12) observam que:

[...] é coletivo, pois envolve todos os membros da comunidade num esforço comum de participação, integração e desenvolvimento. [...] Produz bens e

serviços para a comunidade de modo que esta [...] possa solucionar demandas e carências sociais. Seu foco é a busca de soluções para os problemas sociais mediante a ideação e da testagem de novos modelos adequados de atenção às necessidades da comunidade. Sua medida de desempenho é o impacto social de suas atuações.

Concorda-se em parte com as definições acima, porém percebe-se um viés fortemente economicista da empresa privada. Isso é compreensível, pois Oliveira (2004) assinala que o conceito de empreendedorismo social, hoje, ainda é um conceito em construção. Ele aponta certa similaridade quanto à compreensão e origem do mesmo com a lógica empresarial, influenciado pela crescente participação das empresas no enfrentamento dos problemas sociais. Hoje, em função das novas configurações dos mercados, é necessário que se tenha uma visão mais sistêmica das organizações. Arantes (1998, p. 23) adverte que as empresas, para sobreviverem em longo prazo, devem agir de forma a atingir outros objetivos, que não somente os econômicos. Assim se refere o autor a empresas que atuam dessa forma:

[...] São aquelas que englobam a visão econômica, mas não estão restritas a ela. São as que sobrevivem, crescem e se perpetuam porque têm uma visão mais ampla do que a maximização dos lucros para sua razão de ser. São as que mantêm uma interação ativa e responsável com o ambiente externo em que atuam. São as que, além disso, têm também compromissos e responsabilidades internos em relação a seus empreendedores e colaboradores.

De acordo com essa visão, a função das empresas válidas é “atender continuamente às necessidades e aos desejos humanos, participando ativamente do progresso da Sociedade à qual servem” (ARANTES, 1998, p. 23). Reforça o autor (1998, p. 23) que:

São as que sobrevivem, crescem e se A sociedade delega às empresas a responsabilidade de produzir coisas que sejam de valor para ela, e que, portanto, contribuam para o crescimento social. Ou seja, o homem permite que as empresas façam por eles, de maneira melhor, o que antes faziam sozinhos para sobreviver e progredir.

Considerando essa noção das funções que as empresas assumem na sociedade moderna, pode-se supor que as diferenças entre as organizações estão apenas em suas estratégias de atuação e não em seus modos de garantir o crescimento e a sobrevivência. Para as empresas privadas, uma forma de financiar o seu crescimento é o lucro; para as organizações do terceiro setor ou do setor público, é a obtenção de superávits. Porém, todas existem para atender as necessidades da sociedade. Diante disso, pode-se dizer que:

Empreendedores são pessoas que perseguem um benefício, trabalham individual e coletivamente. Podem ser definidos como indivíduos que inovam, identificam e criam oportunidades de negócios, montam e coordenam novas combinações de recursos (funções de produção), para extrair os melhores benefícios de suas inovações em um meio incerto. (DE MORI *et al*, 1998, p. 39).

Depreende-se do até aqui discutido que as organizações são criadas por pessoas que têm necessidade de realizar coisas. Procurando respostas às razões que levam algumas sociedades a obterem níveis de desenvolvimento maior que outras, ou por que algumas pessoas conseguem maior sucesso que outras, McClelland (1972) concluiu que algumas características comportamentais atribuídas aos líderes, que, segundo os economistas, são mais representativos do seu papel empresarial, são as mesmas dos indivíduos que são motivados

pela realização. Olivo (2003, p. 17) assim comenta sobre os estudos de McClelland:

De acordo com seus estudos aqueles que se tornam empreendedores têm, em média, uma necessidade mais alta de realização que os membros da população em geral. Esse impulso para a realização reflete-se nas pessoas ambiciosas que começam novos negócios e depois orientam seu desenvolvimento.

Substituindo-se as palavras “novos negócios” por “novas organizações”, entende-se que o conceito atende também os indivíduos que iniciam atividades no terceiro setor. Olivo (2003, p. 17) reforça seu argumento afirmando que:

O sucesso empresarial não consiste apenas no desenvolvimento de habilidades tais como: finanças, marketing, produção etc., nem apenas em incentivos creditícios e fiscais, mas também das habilidades atitudinais empreendedoras, através do aperfeiçoamento de tais características.

As características que o empreendedor deve ter ou desenvolver, segundo McClelland, citado por Olivo (2003, p. 19), estão agrupadas em três conjuntos: Um deles é o de realização que impele as pessoas a buscar atividades desafiantes, de fazer as coisas acontecerem. O empreendedor é um catalisador de mudanças no meio ambiente, que transforma as condições ambientais em função da realização de seus próprios objetivos.

Segundo Olivo (2003, p. 19-22), fazem parte do conjunto de realização algumas características de comportamento e atitudes que são:

a) Busca de oportunidades e iniciativa, que agrupa atitudes relacionadas a agir antes de forçado, antecipar-se, busca de atuação em novas áreas, ou seja, oferecer novos serviços e aproveitar oportunidades para iniciar ou expandir atividades;

b) Persistência, a capacidade de agir diante de obstáculos, de enfrentar desafios e responsabilizar-se pessoalmente pela consecução dos objetivos;

c) Correr riscos calculados, que correspondem às ações para diminuir os riscos ou controlar os resultados, isto é, analisar e deliberadamente calcular os riscos e colocar-se em situações que implicam riscos moderados;

d) Exigência de qualidade e eficiência, referindo-se aos comportamentos e atitudes que buscam executar as atividades de forma melhor, mais rápida com custos menores, procedimentos que levem a realizar as tarefas que satisfazem ou excedem os padrões de excelência e ações que assegurem o término da tarefa em tempo e nos padrões previamente combinados;

e) Comprometimento, que implica capacidade e disposição das pessoas em sacrificar-se pessoalmente para realizar as tarefas contratadas, trabalhar junto com os colaboradores ou se colocar no lugar deles, caso necessário, para concluir uma tarefa. Primar pelo relacionamento de longo prazo, colocando em primeiro lugar a boa vontade em longo prazo, em detrimento do lucro imediato; é outro comportamento ligado ao comprometimento.

Outro conjunto corresponde ao de planejamento que pressupõe o conhecimento do que e como fazer para orientar o negócio na direção correta. Trata da identificação da oportunidade e da análise de suas perspectivas diante das condições ambientais. O conjunto de planejamento agrupa três características de comportamento, conforme Olivo (2003, p. 22-23):

a) Busca de informações, que reúnem as ações na busca de informações sobre clientes e concorrentes, a dedicação pessoal do indivíduo para obter dados sobre como fabricar, comercializar ou fornecer um serviço e a solicitação de auxílio de especialistas para decisões técnicas ou comerciais;

b) Estabelecimento de metas, que reúne os comportamentos e atitudes no sentido de fixar as metas de forma que tenham um significado pessoal e que sejam desafiantes, específicas, claras e mensuráveis;

c) Planejamento e o monitoramento sistemático, que pressupõe as ações dos indivíduos para dividir tarefas em partes menores com prazos definidos, o acompanhamento e a revisão de seus planos, realizando as mudanças necessárias com base em informações sobre o seu desempenho ou em novas circunstâncias, como também a manutenção de registros e a sua utilização para tomada de decisão.

Por fim, como terceiro conjunto, o de poder, que nada mais é do que a capacidade dos indivíduos conseguirem que as atividades ocorram conforme o planejado, de promover as mudanças necessárias, de conseguir cooperação e ação. Esse conjunto é composto por duas características de comportamento, que são:

a) Persuasão e rede de contatos: envolve a adoção de estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir pessoas, procurar a obtenção de apoio de pessoas para atingir objetivos próprios, no sentido de desenvolver ou manter relações com outras pessoas, especialmente comerciais (OLIVO, 2003, p. 24);

b) Independência e autoconfiança: reúne as ações de busca de autonomia em relação a normas e controle de outros, como também o hábito de manter decisões mesmo diante de oposição de outros ou de resultados iniciais desanimadores e mostrar-se confiante na própria capacidade de realizar tarefas difíceis ou enfrentar desafios (OLIVO, 2003, p. 25).

Pode-se, *a priori*, concluir que as pessoas conseguem inovar, implantar novas atividades, realizar mudanças em seu ambiente, podendo-se supor, diante do que foi até aqui discutido, que esses são resultados das suas atitudes e comportamentos.

O conhecimento científico implica medir determinadas variáveis, a fim de

compreender a ocorrência de um fenômeno. Verifica-se, a partir do até aqui exposto, que as variáveis que indicam o perfil das pessoas empreendedoras correspondem a aspectos comportamentais e psicológicos, de mensuração mais difícil. Segundo Morales (2004, p. 80), vários estudos foram realizados no sentido de estabelecer e testar a relação entre motivação para realização e resultados na empresa. Um dos modelos mais apurados, segundo ele, foi o financiado pela Agência Internacional para o Desenvolvimento (USAID) em 1983, objetivando identificar características empreendedoras pessoais. Teve como finalidade estender e multiplicar a aplicação dos estudos sobre motivação por realização, usando a metodologia de mensuração de competências desenvolvida por Lyle Spencer e David McClelland (MORALES, 2004, p. 80). Continua o autor discorrendo sobre o assunto, indicando que a partir da aplicação desta pesquisa e replicação em vários países chegou-se ao conjunto de dez características de comportamento empreendedor descritas neste capítulo, constituindo-se nas variáveis para analisar o perfil empreendedor. Uma controvérsia que suscitou amplo debate foi o instrumento de coleta de dados. A discussão foi a validade dos dados obtidos, especialmente a partir de entrevistas não estruturadas e não comportamentais. Apresentavam dificuldades em prever quem fará um bom trabalho. Uma primeira razão é que as pessoas não sabem as suas competências ou até mesmo o trabalho que gostam de fazer. Uma segunda é que as pessoas não revelam seus reais motivos e tendem a responder aquilo que seria socialmente desejável ou aquilo que acreditam que o entrevistador quer ouvir (SPENCER e SPENCER, 1983, apud (MORALES, 2004). Em resumo, segundo esses autores, somente pode ser aceito como crível o que as pessoas realmente fazem em situações críticas, não o que elas dizem que fazem. Então, uma alternativa é solicitar que as pessoas descrevam

seus comportamentos em situações determinadas. Todavia, esse método de coleta dos dados implica ampla capacitação do entrevistador a fim de que consiga extrair do relato dos entrevistados, as variáveis necessárias à avaliação (MORALES, 2004). Esse aspecto leva a dificultar pesquisas com esse objetivo, devido aos custos envolvidos com preparação de pesquisadores e do tempo necessários para realizar entrevistas que deveriam levar em torno de uma hora com cada entrevistado.

A fim de facilitar o levantamento de dados, foi elaborado um questionário formado por cinquenta e cinco afirmações. Essas afirmações foram estruturadas no sentido de que o indivíduo se auto-avale. O respondente é orientado a decidir pela afirmativa que o descreve da melhor forma. Para cada uma delas o inquirido deve indicar uma pontuação que varia de 01 a 05: 01 corresponde a nunca, 02 raras vezes, 03 algumas vezes, 04 quase sempre e 05 sempre. Após a atribuição dos pontos pelo respondente, são transportados a uma folha de avaliação e calculadas as pontuações para cada uma das dez características comportamentais empreendedoras (busca de oportunidades e iniciativa, persistência, comprometimento, demanda de eficiência e qualidade, correr riscos, determinação de metas, busca de informações, planejamento e monitoramento sistemáticos, persuasão e redes de contatos e independência e autoconfiança). As pontuações para cada característica são calculadas a partir da conjugação de cinco afirmativas, demandando um total de cinquenta afirmativas apresentadas ao inquirido. Para evitar que o respondente tente apresentar uma imagem altamente favorável de si mesmo, foram incluídas cinco questões. Caso na somatória dessas alternativas o valor ultrapasse vinte pontos, deve-se aplicar um fator de correção em todas as pontuações anteriores. A pontuação é calculada pela somatória dos valores atribuídos pelo respondente e que correspondem as cinco

afirmativas de cada uma das características de comportamento. Como a valoração máxima para cada afirmativa é cinco, a pontuação máxima a ser alcançada para cada característica é vinte e cinco. Como são dez características, o somatório máximo possível corresponde a duzentos e cinquenta pontos. Dessa forma, pode-se avaliar individualmente cada variável (característica), verificando-se em qual o respondente apresenta maior debilidade, como no seu conjunto, somando-se as pontuações alcançadas em cada uma das dez variáveis. Maiores detalhes sobre esse procedimento podem ser obtidos em (Paletta, 2001, p. 36-43). Conforme Paletta (2001), não existe uma pontuação ideal, porém indica em quais características os respondentes deveriam buscar melhorias através de treinamento ou outras formas de aprendizado.

Persiste ainda, em termos de avaliação, o que é considerado satisfatório ou não. Nesse caso, uma alternativa consiste em utilizar uma escala de classificação elaborada por Pinchot apud Uriarte (2000, p. 100). Ela considera que uma pontuação de até 60% corresponderia a uma classificação de baixo empreendedorismo, de 61% a 80% corresponderia ao padrão, tendo os respondentes boas chances de se tornar um empreendedor devendo, no entanto, procurar se aprimorar em aspectos que apresentam deficiências. A obtenção de uma pontuação acima de 80% indica que o inquirido apresenta um nível alto de empreendedorismo.

Nesta seção, foram abordados os preceitos teórico-metodológicos que orientaram a pesquisa. De forma sucinta foram apresentados os principais conceitos sobre empreendedorismo e perfil empreendedor, aceitos pelos pesquisadores, a fim de sustentar a análise dos dados. Como já referido, ainda existem controvérsias e um profícuo debate com relação ao tema. Espera-se, todavia, que esse resumo consiga esclarecer ao leitor sobre o arcabouço teórico que fundamentou a pesquisa.

METODOLOGIA

Na seção anterior foram resumidos os conceitos que serviram de base para o delineamento da pesquisa que originou o presente artigo. Na presente seção, apresentam-se os aspectos metodológicos que foram seguidos, a fim de alcançar os objetivos pretendidos.

O estudo utiliza a abordagem quantitativa de pesquisa, no que tange ao levantamento e análise dos dados, uma vez que se pretende quantificar e comparar as características empreendedoras (GODOY, 1995). Quanto ao delineamento, utiliza o método do levantamento (survey), conforme define Appolinário (2004). A amostra para a coleta dos dados primários é não probabilística por conveniência. Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa descritiva (GIL, 1991). Entende-se que a pesquisa se enquadra como tal, por ter objetivo bem definido, a descrição das características do grupo, estimar a proporção de elementos de uma população específica que tenham determinadas características ou comportamentos, que, nesse caso, são as características de comportamento dos empreendedores sociais e privados, atendendo os preceitos indicados por Mattar (1996).

O instrumento para a coleta dos dados foi o questionário desenvolvido por McClelland (1972) apud Paletta (2001), constituído de cinquenta e cinco questões, às quais o respondente atribui pontuações de um a cinco, à medida que as sentenças mais se aproximam de seu comportamento habitual. Os inquiridos atribuem uma pontuação menor para os itens que mais se afastam, e pontuação maior para os itens que mais se aproximam de seus procedimentos usuais. A opção por esse instrumento se deve ao fato do mesmo ser amplamente testado e aplicado em diversos países para o estudo de empreendedores.

Os dados coletados são transcritos para uma tabela, que classifica cinquenta perguntas em dez grupos de características de comportamentos empreendedores, identificadas pelo citado autor, possibilitando a análise comparativa entre indivíduos. As características são distribuídas em três conjuntos de características, realização, planejamento e poder, conforme já tratado na seção anterior. As variáveis, portanto, constituem-se em construtos, denominados como características de comportamento empreendedor, os quais são agrupados para cada conjunto. Fazem parte do conjunto de realização cinco características de comportamento e atitudes: Busca de oportunidade e iniciativa; Persistência; Aceitação, (correr) riscos calculados; Exigência de qualidade, eficiência e comprometimento (OLIVO, 2003). As características comportamentais do conjunto de planejamento são três: Busca de informações; Estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemático (OLIVO, 2003). No que concerne ao conjunto de poder, agrupam-se duas características de comportamento: Persuasão e rede de contatos e, independência autoconfiança (OLIVO, 2003, p. 24-25). As demais cinco questões são agrupadas no conjunto denominado “fator de correção”, cuja finalidade é a de estabelecer um valor de correção de auto-avaliações excessivamente otimistas. Os valores atribuídos pelos inquiridos foram lançados nas tabelas correspondentes para cada indivíduo, obtendo-se uma pontuação, conforme já descrito no tópico que tratou do marco teórico-metodológico utilizado. Foram somados e procedidos os cálculos para determinação da média. Esse procedimento foi adotado tanto para as variáveis individualmente (características de comportamento) como para o total (somatório das dez características de comportamento), de forma que permitisse analisar o perfil empreendedor dos dois grupos;

empreendedores privados e empreendedores sociais.

Os questionários foram aplicados, no mês de agosto de 2003, pelos alunos do citado curso, os quais receberam treinamento específico. A seleção dos entrevistados teve como critério que fossem fundadores de empresas privadas ou de entidades sociais com mais de cinco anos de fundação e que se mantinham em plena atividade no momento da pesquisa. As unidades de análise, portanto, constituíram-se de indivíduos que criaram empresas privadas (empreendedores privados) ou entidades sociais (empreendedores sociais). Após a aplicação dos questionários e a sua análise preliminar, foram eliminados os questionários que apresentaram inconsistências. Restaram, para tabulação e análise, cinquenta e três questionários de respondentes pertencentes ao terceiro setor (empreendedores sociais); e cinquenta e três questionários de respondentes do setor empresarial (empreendedores privados). A área de abrangência da pesquisa constituiu-se dos municípios de Joaçaba, Herval D’Oeste e Luzerna, os quais se situam na região meio oeste do estado de Santa Catarina.

Ressalta-se que os resultados obtidos apresentam limitações pela não utilização de método probabilístico na seleção da amostra. Isso implica impossibilidade de generalização. Os resultados aqui obtidos não podem ser generalizados. A interpretação corresponde somente à amostra utilizada.

CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES SOCIAIS E PRIVADOS

Apresentam-se, neste tópico, a tabulação dos dados obtidos com os empreendedores sociais e privados e a sua análise, a fim de atender aos objetivos propostos para esta pesquisa. Para maior facilidade de compreensão dos dados, e em virtude do

instrumento de pesquisa, os dados foram organizados para permitirem uma análise, tanto dos empreendedores privados como dos sociais, isolada e comparativamente. Optou-se pela apresentação dos resultados em forma de tabelas, por facilitar o entendimento.

Em primeiro lugar, é necessário apresentar os municípios nos quais foi realizado o trabalho de pesquisa. Os municípios de Joaçaba, Herval D'Oeste e Luzerna estão localizados na região meio oeste catarinense e fazem parte da Associação dos Municípios do Meio Oeste Catarinense – AMMOC. A região possui uma

população total de 125.075 habitantes, dos quais 39% estão domiciliados nos municípios de abrangência desta pesquisa.

Quanto ao número de empresas existentes, observa-se na tabela 1 que os municípios de Joaçaba, Herval D'Oeste e Luzerna concentram 49% das indústrias, 50% dos estabelecimentos comerciais e 52% dos prestadores de serviços da região. O município de Joaçaba, como centro polarizador da região, possui 31% dos estabelecimentos industriais, 37% dos comerciais e 44% dos prestadores de serviços.

Tabela 1 – Empresas existentes na área de abrangência da pesquisa

Municípios	Indústria		Comércio		Serviços	
Joaçaba	206	31%	392	37%	478	44%
Herval D'Oeste	66	10%	98	09%	59	05%
Luzerna	42	06%	38	04%	32	03%
Demais municípios da AMMOC	347	53%	534	50%	515	48%
Total	661	100%	1.062	100%	1.084	100%

Fonte: De Marco, 2002, p. 119

Após esta breve contextualização da região de análise, apresentam-se na tabela 2 os dados referentes à distribuição da amostra. Dos cinquenta e três empreendedores privados entrevistados, 75% são do município de Joaçaba, ficando os demais distribuídos entre os municípios de Luzerna, com 13% e Herval d'Oeste, 11%. Já no que se refere aos empreendedores sociais, do total de cinquenta e três entrevistas realizadas, 70%

foram com indivíduos do município de Joaçaba, 6% do município de Luzerna e 25% do município de Herval D'Oeste. Por ser um centro comercial e centralizar a maior parte das atividades econômicas, Joaçaba tende a concentrar o maior número, tanto de empresas como de organizações não-governamentais, o que justifica a concentração do maior número de pesquisados nesse município.

Tabela 2 – Localização Empreendedores Entrevistados

Cidade	Empreendedores Privados		Empreendedores sociais	
	Números absolutos	%	Números absolutos	%
Joaçaba	40	75	37	70
Herval D'Oeste	06	11	13	25
Luzerna	07	13	03	06
Total	53	100	53	100

Fonte: pesquisa direta do autor

Quanto aos setores nos quais os empreendedores privados atuavam, conforme pode ser verificado na tabela 3, houve uma concentração maior de respondentes atuando no setor comercial (43%), vindo em segundo lugar o setor industrial com 32% e o setor de prestação de serviços com 25%. Esse fato deve-

se à existência de maior número de empresas do setor comercial em todos os municípios. Um outro fator, que deve ser levado em conta, é que Joaçaba caracteriza-se como um pólo comercial do Meio Oeste catarinense e, como o maior número de entrevistados foi desse município, a tendência é que o setor comercial apareça em maior proporção.

Tabela 3 – Setores de atuação dos empreendedores privados entrevistados

Setores	Números absolutos	%
Comércio	23	43
Indústria	17	32
Serviços	13	25
Total	53	100

Fonte: pesquisa direta do autor

As atividades desenvolvidas pelos empreendedores sociais, por sua própria natureza, estão concentradas no setor de prestação de serviços, mais especificamente no denominado terceiro setor. Essas entidades não estão vinculadas ao setor público; não se enquadram como empresas prestadoras de serviços, visto que não possuem fins lucrativos.

Nesse caso, especificam-se na tabela 4 as áreas de atuação das entidades, cujos fundadores foram entrevistados. Pode-se observar que elas atuavam em sua maior parte com assistência social, recuperação de drogados, educação, dentre outras, espelhando a grande abrangência de atuação dos empreendimentos do terceiro setor nesses municípios.

Tabela 4 – Atividades desenvolvidas pelos empreendedores sociais

Ord.	Atividades	Números absolutos	%
01	Assistência Social	13	25
02	Recuperação drogados/saúde	10	19
03	Educação	05	09
	Segurança	05	09
05	Deficientes	04	08
	Moradores	04	08
07	Empresarial	03	06
	Religiosas	03	06
09	Ecologia	02	04
	Esportivas	02	04
11	Rural	01	02
	Trabalhadores	01	02
	Total	53	100

Fonte: pesquisa direta do autor

Quanto ao maior nível de empreendedorismo, os dados coletados, ao menos para esta amostra, não revelam uma discrepância significativa entre os empreendedores sociais e os empreendedores privados. De um total de 250 pontos possíveis de se alcançar, conforme a metodologia utilizada, os empreendedores privados atingiram uma pontuação média de 187, enquanto que os empreendedores sociais ficaram com uma média de 183 pontos. Com o objetivo de verificar com mais detalhes essa questão, os dados foram organizados em intervalos que podem ser vistos na tabela 5. Verifica-se que em torno de 70% dos

entrevistados, tanto empreendedores sociais como privados, atingiram uma pontuação superior a 175 pontos. Observa-se uma pequena variação no número de empreendedores sociais com pontuação menor que 175 pontos. Ou seja, um número maior de empreendedores sociais (29%) concentra-se nos intervalos menores que 175 pontos comparado ao de empreendedores privados (23%). Logicamente, o inverso ocorre com os intervalos acima de 175 pontos; o número de empreendedores privados (78%) é maior que o número de empreendedores sociais (72%). A variação, entretanto, não é significativa.

Tabela 5 – Pontuação dos empreendedores divididos em intervalos

Intervalos de pontuações obtidas	Empreendedores Privados		Empreendedores sociais	
	Números absolutos	%	Números Absolutos	%
125 150	01	02	02	04
151 175	11	21	13	25
176 200	28	53	27	51
201 225	13	25	11	21
Total	53	100	53	100

Fonte: pesquisa direta do autor

Para analisar se há diferenças entre os empreendedores sociais e privados, no que tange aos conjuntos de características de comportamento empreendedor, ou seja, se há diferenças significativas entre esses empreendedores no que se refere aos conjuntos de realização, planejamento e poder, foram somadas as pontuações médias das características de comportamentos ligadas a cada um dos conjuntos. Os resultados apresentados encontram-se na tabela 6. Alerta-se que a tabela foi organizada com o somatório das pontuações médias alcançadas pelos empreendedores sociais e privados; e que os conjuntos anunciados apurados possuem um número diferente de características de comportamentos empreendedores ligados a eles. Por isso, na interpretação dos dados da tabela 6, como já explicado na seção que tratou dos preceitos teórico-metodológicos, não se deve considerar a proporcionalidade entre os referidos conjuntos, mas apenas a comparação direta de cada coluna. Verifica-se que, praticamente, não há diferença no somatório de pontos, referentes às características de comportamentos

empreendedores que fazem parte dos conjuntos de poder e planejamento entre os entrevistados. Pode-se inferir que não há diferença entre os conhecimentos de como realizar as atividades, nem de identificar as oportunidades e o seu direcionamento correto, que se referem ao conjunto de planejamento. No que tange à capacidade de conseguir que as atividades sejam desenvolvidas e de conseguir cooperação para a sua realização, em síntese estão relacionadas com o conjunto de poder. Quanto ao conjunto de realização, a pontuação alcançada pelos empreendedores privados é ligeiramente superior (93 pontos) à obtida pelos empreendedores sociais (89). Verifica-se, nos dados, uma ligeira tendência, dos empreendedores privados, a adotarem atitudes relacionadas com a busca de atividades desafiantes, fazer com que as coisas aconteçam, em suma, agir como catalisadores de mudanças e de transformação das condições ambientais, para poder realizar os seus objetivos. Todavia, a diferença entre os dois grupos analisados é muito pequena para se afirmar que há diferença entre eles.

Tabela 6 – Características de comportamento conforme os conjuntos (em números médios absolutos)

Pontuações obtidas	Empreendedores privados	Empreendedores sociais
Conjunto de poder	36	37
Conjunto de Planejamento	58	57
Conjunto de realização	93	89
Total	187	183

Fonte: pesquisa direta do autor

Para uma melhor análise desses dados, eles foram organizados para comparar as dez características de comportamento empreendedor possíveis, conforme o instrumento de pesquisa utilizado. Os dados são apresentados na tabela 7. Através dos dados

contidos na referida tabela, pode-se observar que não há diferença em termos de características de comportamento entre os dois grupos pesquisados, pois a pontuação alcançada em cada uma delas possui variações mínimas.

Tabela 7 – Comparação das características de comportamento entre empreendedores sociais e privados (em números médios absolutos)

Características de Comportamento	Empreendedor Privado	Empreendedor Social
Busca de Oportunidades e Iniciativa	19	18
Persistência	18	17
Comprometimento	20	19
Exigência de Qualidade de Eficiência	19	18
Correr Riscos Calculados	17	16
Estabelecimento de Metas	21	21
Busca de Informações	19	19
Planejamento e Monitoramento Sistemático	18	17
Persuasão e Rede de Contatos	17	17
Independência e Autoconfiança	19	19
Total	187	183

Fonte: pesquisa direta do autor

Observando-se as pontuações médias obtidas pelos empreendedores sociais e empreendedores privados ou empresariais, não se verifica uma discrepância acentuada entre eles. Porém, ao se estratificar as informações sobre as características de comportamento empreendedor, verifica-se que os empreendedores sociais apresentam pontuação menor no conjunto de comportamentos relacionados com a realização, indicando que este grupo possui menor tendência em agir na busca de atividades desafiantes. Os números, entretanto, não permitem afirmar que há diferença significativa entre os dois grupos de empreendedores entrevistados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Iniciou-se este trabalho com uma breve discussão sobre as atuais publicações e teses sobre o empreendedorismo. Verificou-se, na literatura, especialmente na que trata do empreendedorismo social, que há diferenças entre o empreendedorismo social e o privado. Considerando-se que as organizações sejam sociais, públicas ou privadas, necessitam de estratégias diferenciadas para atingir um mesmo objetivo: atender as necessidades da sociedade e, aceitando-se a empresa privada deve ser vista como um sistema para atender a outros fatores, não só a entrega de um produto ou serviço ao cliente. Além disso, aceitando-se o alegado por Arantes (1998) que o objetivo da empresa privada não é somente o lucro, mas deve admitir-se que é uma medida de desempenho e uma garantia de sobrevivência. O lucro é, antes de tudo, a remuneração do risco do empreendedor. Nesse sentido, as diferenças entre as empresas privadas, organizações não governamentais e públicas, ocorrem na forma de organizar os fatores de produção, para atingir os seus objetivos. É aqui que ocorrem algumas diferenças entre elas.

O empreendimento social, na essência, objetiva o bem-estar da coletividade, enquanto que o empreendimento privado deve resultar em bem estar social coletivo, por meio de sua geração de riquezas, embora não se possa estabelecer, na essência, o limite temporal e as dimensões para os resultados. Nesse sentido, depreende-se que não há diferença entre elas.

Com este estudo, pretendeu-se analisar se há diferença entre as características comportamentais empreendedoras de empreendedores sociais e privados, uma vez que os empreendedores são os responsáveis pela introdução das mudanças, sendo a inovação é o resultado de sua ação. Especialmente hoje, quando as empresas enfrentam um ambiente extremamente competitivo, onde se dá ênfase aos resultados e esses, seguramente, são alcançados pelas pessoas, isto é, pelos executivos, os pesquisadores devem voltar-se também à observação do indivíduo, como empreendedor.

Ao se analisar os dados coletados, pode-se considerar alcançados os objetivos propostos inicialmente. Em primeiro lugar, foi possível traçar um paralelo entre os empreendedores sociais e privados ou empresariais, especialmente quanto ao seu perfil e suas características comportamentais. Foi focando mais tenazmente os indivíduos que se propõem a despender esforços na implementação de suas organizações e na obtenção dos resultados. Comparando-se as pontuações alcançadas nos conjuntos de características empreendedoras, observou-se que as variações entre as pontuações foram muito pequenas para se afirmar que existem diferenças entre os empreendedores sociais e privados. Nesse sentido, pode-se inferir que não existem diferenças do ponto de vista da ação empreendedora, ou seja, das atitudes que movem os empreendedores. Existem sim, diferenças nas estratégias, nos objetivos e nos meios utilizados pelos empreendedores sociais

e privados, a fim de alcançarem realização pessoal. Em resumo, os empreendedores privados a buscam através da implementação de organizações para atender necessidades da sociedade, através da comercialização de bens e serviços, financiando seu crescimento e sustentabilidade através do lucro. Os empreendedores sociais instituem empreendimentos que suprem as necessidades desta mesma sociedade, oferecendo serviços, garantindo sua sobrevivência e evolução, através do voluntariado e de subvenções fornecidas por empresas privadas e/ou públicas.

Ao finalizar este trabalho, convém relembrar ainda que, apesar dos limites impostos pela seleção da amostra, não possibilitar a generalização, se prestou à colocar os acadêmicos em contato com os empreendedores e facilitar a compreensão do tema. É relevante assumir que o assunto não se esgota aqui. Outras variáveis interferem no desenvolvimento das atitudes e iniciativas empreendedoras, as quais não foram abordadas por questões metodológicas e limitações impostas pela situação em que o trabalho foi realizado, conforme já mencionado no início desse artigo. Entre elas pode-se citar: os valores, as habilidades, os conhecimentos, as experiências, a origem, fatores estes apontados por vasta literatura como intervenientes no sucesso e na iniciativa empreendedora. Na realidade, ao final de cada trabalho de pesquisa, percebe-se que se encontram algumas respostas, mas levantam-se muitas outras questões a serem respondidas. Dentre as várias que podem angustiar outros pesquisadores, a partir da leitura desse texto e que certamente suscitarão novas pesquisas, estão: Poderiam os empreendedores sociais ter desenvolvido as características comportamentais empreendedoras através de atividades empresariais privadas, por isso não há diferenças? Os empreendedores sociais são indivíduos que trabalham em

empreendimentos privados, que atuam também em atividades sociais, buscando contribuir para a melhoria das condições de vida da sociedade onde vivem, por essa razão apresentam a mesma atitude diante de um desafio? Um caminho bastante interessante para ampliar a discussão do tema seria aplicar, em paralelo ao instrumento utilizado para essa pesquisa (o de McClelland), o questionário desenvolvido por Uriarte (2000), proceder as adaptações necessárias, a fim de medir as outras variáveis e agregar mais informações e clareza sobre o tema em tela. Esse trabalho, portanto, não tem a pretensão de ser conclusivo, é apenas mais uma contribuição para o intenso debate sobre o empreendedorismo e sua importância para o desenvolvimento econômico e social.

REFERÊNCIAS

- AMATO NETO, João. **Redes de cooperação produtiva e clusters regionais**: oportunidades para as pequenas e médias empresas. São Paulo: Atlas/Fundação Vanzolini, 2000.
- APPOLINARIO, Fabio. **Dicionário de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2004.
- ARANTES, Nélcio. **Sistemas de gestão empresarial**: conceitos permanentes na administração de empresas válidas. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- CASAROTTO, Rosângela Mauzer. **Redes de empresas na indústria da construção civil**: definição de funções e atividades de cooperação. 2002, 222 p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- DE MARCO, Ben Hur. (Org). **Meio-Oeste em Dados**: Síntese de indicadores e estatísticas socioeconômicas dos Municípios da Região da AMMOC – 1990/2001. Joaçaba: Unoesc, 2002.
- DE MORI, Flávio. (Org). **Empreender: identificando, avaliando e planejando um novo negócio**. Florianópolis: ENE, 1998.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3.ed. São Paulo : Atlas, 1991.
- GODOY, Arilda Schmidt. **Pesquisa qualitativa**: tipos fundamentais. RAE, São Paulo, vol. 35, n3. 20-29, mai-jun, 1995.
- GUTERRES, Izabel Cristina; PINHEIRO, Ivan Aantonio.

Talentos empreendedores: a prática confirmando a teoria ou uma prática sem teoria? In: XXVII ENANPAD, Anais..., 20 a 24 de setembro, Atibaia, São Paulo, 2003. 1 CD-ROM, seção Empreendedorismo e comportamento empreendedor.

HISRICH, Robert. D.; PETERS, Michael. P. **Empreendedorismo**. 5. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MATTAR, Fauze N. **Pesquisa de marketing**. Edição compacta. São Paulo: Atlas, 1996.

McCLELLAND, David C. **A sociedade competitiva:** realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MELO NETO, Francisco. P. de; FROES, César. **Empreendedorismo social:** a transição para a sociedade sustentável. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MORALES, Sandro Afonso. **Relação entre competências e tipos junguianos nos empreendedores**. 2004. 199 p. Tese. (Doutorado em Engenharia da Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

KOWARICK, Lúcio. **Política Social e Combate à Pobreza**. São Paulo: Cortez, 2001.

MOURA, Maria Suzana de Souza. **Cidades empreendedoras, cidades democráticas e redes públicas:** tendências à renovação na gestão local. 1997, 254 p. Tese (Doutorado em Administração Pública) – Núcleo de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

OLIVEIRA, Edson Marques. **Empreendedorismo social no Brasil:** atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias. Curitiba, Rev. FAE, v.7, n.2, p.9-18, jul./dez. 2004.

OLIVO, Silvio. **Como entender o mundo dos negócios: o empreendedor, a empresa, o mercado**. 2. Ed. Brasília: SEBRAE, 2003.

PALETTA, Marco Antônio. **Vamos abrir uma pequena empresa:** um guia prático para abertura de novos negócios. Campinas, SP. Editora Alínea, 2001.

SCHUMPETER, Joseph. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1984.

URIARTE, Luiz Ricardo. **Identificação do perfil intraempreendedor**. 2000, 120 p. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia da Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.