

Gênero e Comportamento Empreendedor: Um Estudo na Cidade de Ituiutaba-MG
Gender and Entrepreneurial Behavior: A Study in Ituiutaba-MG

Recebido: 17/12/2020 – Aprovado: 04/01/2021 – Publicado: 02/02/2021

Processo de Avaliação: Double Blind Review

Alex Fernando Borges

alexfborges@gmail.com

Universidade Federal de Uberlândia

<https://orcid.org/0000-0001-7269-5196>

Amanda Fagundes Ribeiro

amandafribeiro02@gmail.com

Universidade Federal de Uberlândia

<http://orcid.org/0000-0002-2479-3522>

RESUMO

Objetivou-se neste trabalho identificar o comportamento empreendedor de empreendedores da cidade de Ituiutaba-MG, realçando suas similaridades e diferenças em termos de gênero. Para tanto, através de uma abordagem quantitativa de investigação, foram aplicados questionários estruturados a 120 empresários da cidade. A amostra compreendeu uma divisão igualitária entre empreendedores homens e mulheres. Os resultados apontam que características mais atreladas a questões associadas à atuação no negócio – como qualidade, eficiência, comprometimento, iniciativa e postura aberta à identificação e exploração de oportunidades – se fazem mais presentes em termos de comportamento do que aquelas ligadas ao poder e controle individual do empreendedor. Quanto ao comportamento empreendedor e gênero, apesar da diferença pouco significativa, verificou-se que os empreendedores homens possuem um perfil mais agressivo e voltado para resultados, enquanto que as mulheres empreendedoras trilham por um caminho mais sociável e conservador. Portanto, conclui-se que a pesquisa gera evidências da relação entre comportamento empreendedor e gênero, e também suscita a necessidade de estudos adicionais para explorar a realidade e gerar conhecimento a partir dela.

Palavras-chave: empreendedorismo; empreendedor; perfil empreendedor; comportamento empreendedor; gênero.

ABSTRACT

The aim of this study was to identify the entrepreneurial behavior of entrepreneurs in the city of Ituiutaba-MG, highlighting their similarities and differences in terms of gender. To achieve this goal, through a quantitative approach, 120 questionnaires were applied to 120 female and male entrepreneurs. The sample comprised an equal division between male and female entrepreneurs. The results show that characteristics more linked to the association associated with acting in the business - such as quality, efficiency, commitment, initiative and definition open to the identification and exploration of opportunities - are more present in terms of behavior than those related to power and individual control of the entrepreneur. As for entrepreneurial behavior and gender, despite the fact that the difference is not diminishing, it was found that male entrepreneurs have a more aggressive and results-oriented profile, while female entrepreneurs follow a more sociable and conservative path. Therefore, it is concluded that a research generates evidence of the relationship between entrepreneurial behavior and gender, and raises the need for further studies to explore reality and generate knowledge from it.

Keywords: entrepreneurship; entrepreneur; entrepreneurial profile; entrepreneurial behavior; gender.

1. INTRODUÇÃO

O campo do empreendedorismo apresenta relevância do ponto de vista econômico, social e científico (LOPES; LIMA, 2019). Esse fenômeno pode ser compreendido a partir de decisões e ações voltadas à criação e renovação de organizações (BORGES; LIMA; BRITO; 2017). A manifestação do empreendedorismo envolve problemas e oportunidades que convergem para a construção de novos negócios, a partir da aplicação e exploração de recursos, conhecimentos e experiências, com vistas à criação de valor através de inovação e criatividade nas organizações, visando o alcance de objetivos empresariais e individuais (VALE, 2014).

As discussões sobre empreendedorismo refletem uma vinculação de origem, contemplando a relação entre as concepções de empreendedorismo e empreendedor (GARTNER, 2012). Esse fenômeno pode ser compreendido a partir da mobilização de meios em fins, de uma maneira distinta daquela tradicionalmente utilizada pela sociedade. O empreendedor pode ser considerado como o indivíduo que assume riscos e inova ao introduzir algo novo no mercado (SCHUMPETER, 1997). Com isso, a literatura sobre empreendedorismo

tem se orientado no sentido de elucidar questões de pesquisa associadas à natureza e à lógica de funcionamento do fenômeno empreendedor e às diferentes possibilidades de ação empreendedora dos agentes a ele associados (BORGES; LIMA; BRITO, 2017).

A abordagem psicológica do empreendedor estabelece as diferenças entre esses indivíduos e aqueles considerados como não empreendedores (TEAGUE; GARTNER, 2017). O empreendedor se caracteriza como um indivíduo dotado de habilidades, de personalidades únicas (DeNISI, 2015). Gartner (2012) aponta, ainda, que o empreendedor é um indivíduo com características inovadoras e espírito de liderança, o qual tende a assumir riscos ao tomar decisões sobre a alocação de recursos limitados. A partir dessa interpretação, a evolução da área foi direcionada para a compreensão das particularidades associadas a esse indivíduo que executa o empreendedorismo, a partir do quadro de referência da psicologia e da noção de comportamento empreendedor (DeNISI, 2015).

Diante do exposto, torna-se relevante explorar evidências adicionais sobre o perfil e comportamento empreendedor, problematizando, notadamente, como esses se manifestam no contexto brasileiro, regional e em públicos específicos. Um dos aspectos que merece destaque refere-se à relação entre empreendedorismo e gênero (LOPES; LIMA, 2019). Diversos estudos têm investigado a questão de gênero no âmbito do empreendedorismo, buscando identificar similaridades e diferenças entre empreendedores homens e empreendedoras mulheres em termos de características de perfil e comportamento (MARLOW, 2014; CORTEZ; ARAÚJO; PEREIRA, 2017; GIMENEZ; FERREIRA; RAMOS, 2017). Nesse sentido, tem-se o seguinte problema de pesquisa: Como se caracteriza o perfil e o comportamento de empreendedores em termos de gênero, na cidade de Ituiutaba-MG?

Para tanto, o objetivo deste trabalho consiste em identificar o comportamento empreendedor de empreendedores da cidade de Ituiutaba-MG, realçando suas similaridades e diferenças em termos de gênero. A pesquisa de campo foi operacionalizada por meio de uma investigação quantitativa junto a 120 empreendedoras e empreendedores. O trabalho justifica-se a partir da relevância do empreendedorismo feminino na economia e na sociedade. Atualmente, estima-se que existem 54 milhões de empreendedores no Brasil. Desses, aproximadamente 25 milhões são mulheres (GEM, 2020). As mulheres empreendedoras vêm buscando alcançar sua inclusão no mercado de trabalho, com atuações em posições de lideranças nas empresas e também criando os seus próprios negócios, gerando inovações, emprego e renda (VALE; SERAFIM; TEODÓSIO, 2011).

2. EMPREENDEDORISMO: PERFIL E COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

O termo empreendedorismo é procedente da tradução do termo *entrepreneur*, e se refere à manifestação do fenômeno empreendedor (BORGES; ENOQUE, 2020). O conceito delimita as características e origens e atividades do empreendedor, mas também seu universo de influência e atuação em nível individual e/ou coletivo (BORGES; LIMA; BRITO, 2017; VALE, 2014). Diante disso, medir as características de um empreendedor pode ser uma tarefa complexa. A identificação das características que contribuem para a formação de um perfil tende a favorecer a validação conceitual do termo empreendedor, contribuindo de forma importante para a evolução e consolidação do campo de estudos sobre empreendedorismo e o indivíduo empreendedor (FILARDI; BARROS; FISCHMANN, 2014).

Os empreendedores se diferem por exibirem características específicas, as quais normalmente não podem ser encontradas nos empresários. O papel e a atuação do empreendedor são marcados por um sentido de realização pessoal, pela necessidade de atendimento de objetivos pessoais, pela influência de seu ambiente de convivência (família, amigos) ou por chefes e/ou figuras significativas como exemplos a serem seguidos (TEAGUE; GARTNER, 2017). Assim, agir de forma empreendedora remete à compreensão do comportamento empreendedor e a definição de um perfil e atitudes voltadas à abertura de novos empreendimentos e ao desenvolvimento de inovações, o que abre espaço para a abordagem comportamental do empreendedorismo.

McClelland (1961) pode ser considerado como um dos precursores do estudo do perfil e do comportamento empreendedor. O autor buscou apreender as características psicológicas que podem ser identificadas junto a cada empreendedor, e identificou que esses indivíduos são marcados por uma alta necessidade de realização, que orienta o comportamento, o perfil e traços de personalidade do empreendedor. Borges, Lima e Brito (2017) afirmam que esses indivíduos tendem a ter um perfil de liderança, postura estratégica e inovadora, capacidade de assumir riscos e serem detentores de um conjunto de habilidades e competências que os auxiliam a alcançar objetivos. Engelman e Fracasso (2011) destacam a importância de características como persistência, tolerância ao risco, busca de oportunidade e iniciativa, exigência de qualidade, planejamento, busca de informação, persuasão, independência e comprometimento e estabelecimento de metas. Assim, a forma como empreendedores respondem aos desafios de mercado apresenta potencial de definir um conjunto mais amplo de perfis ou características comportamentais observadas em pessoas que alcançaram sucesso empresarial.

Portanto, de acordo com Lorentz (2015), o empreendedor detém um conjunto de características que o identificam e o distinguem, de acordo com suas habilidades, as quais representam seu modo de ser e agir. Tal cenário é defendido por autores da abordagem comportamental do empreendedorismo, e pode ser observado na origem da concepção de comportamento empreendedor defendida por McClelland (1961). O autor identificou algumas características que foram denominadas de Características Comportamentais Empreendedoras (CCEs), que são divididas em três categorias: a) “Realização”, que visa buscar oportunidades, eficiência, persistência e autoconfiança em busca de realizações; b) “Planejamento e Resoluções de Problemas”, propõe-se a assumir riscos calculados; e c) “Influência”, a qual tende a estipular o indivíduo a ser sociável e saber delegar em equipe, em busca de obter sucesso em seus projetos. Essas categorias podem ser recuperadas no Quadro 1:

Quadro 1 – Características empreendedoras e comportamento empreendedor:

Categoria	Características	Comportamentos
Realização	Buscas de Oportunidades e Iniciativa	Faz as coisas antes de solicitado, ou antes de forçado pelas circunstâncias; age para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços; e aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio e obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.
	Correr Riscos Calculados	Avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente; age para reduzir riscos ou controlar os resultados; e coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados.
	Persistência	Age diante de um obstáculo significativo; age repetidamente ou muda de estratégia, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo; e faz um sacrifício pessoal ou desenvolve um esforço extraordinário para completar uma tarefa.
	Exigência de Qualidade e Eficiência	Encontra maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápido ou mais barato; age de modo a fazer coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência; e desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente combinados.
	Comprometimento	Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário ao atingimento das metas e objetivos; colabora com os empregados ou se coloca no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho; e esmera-se em manter os clientes satisfeitos.
Categoria	Características	Comportamentos
Planejamento	Busca de Informações	Dedica-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes; investiga pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço; e consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial.
	Estabelecimento de Metas	Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal; define metas de longo prazo, claras e específicas; e estabelece objetivos mensuráveis e de curto prazo.
	Planejamento e Monitoramento Sistemáticos	Planeja dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos; constantemente revisa seus planos, levando em conta os resultados obtidos e as mudanças circunstanciais; e mantém registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões.
Categoria	Características	Comportamentos

Poder	Persuasão e Redes de Contatos	Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros; utiliza pessoas chave como agentes para atingir seus próprios objetivos; e age para desenvolver e manter relações comerciais.
	Independência e Autoconfiança	Busca autonomia em relação a normas e controles de outros; mantém seu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores; e expressa confiança na sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.

Fonte: MSI (1990, p. 80-81 apud MINELLO; BURGER; KRUGER, 2017, p. 76)

Com esse conjunto de fatores associados ao perfil e comportamento empreendedor, tem-se a base teórica para a realização do presente estudo, que será estruturado com vistas a identificar o comportamento empreendedor de empreendedores da cidade de Ituiutaba-MG, realçando suas similaridades e diferenças em termos de gênero.

3. GÊNERO E EMPREENDEDORISMO

A literatura sobre empreendedorismo apresenta uma exploração específica da relação entre a temática de comportamento empreendedor e as questões de gênero. Essa abordagem parece ser motivada pelo aumento significativo de mulheres empreendedoras, as quais são donas dos seus próprios negócios, e pela constatação de que existem características similares e distintas na comparação entre empreendedores homens e mulheres (CRAMER et al., 2012).

Carvalho (2017) refere-se à luta da mulher pelo seu espaço no mundo dos negócios como um fenômeno que vem se destacando e aumentando suas proporções no mundo todo. No entanto, nota-se que mesmo as mulheres exercendo atividades laborais e empreendedoras em diferentes contextos, ainda existem uma desigualdade de oportunidades no mundo empresarial por conta de diferenças entre homens e mulheres (MARLOW; McADAM, 2013).

Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) alegam que as mulheres tendem a enfrentar maiores desafios para empreender do que os homens, fato que é derivado historicamente desde a relação trabalho-família até a sua atuação no mercado de trabalho. As mulheres tendem a ter dificuldades maiores para iniciar uma atividade empreendedora em função de preconceitos tanto da sociedade como no meio empreendedor. De fato, a experiência empreendedora feminina acaba sendo marcada por dificuldades, as quais, por sua vez, geram experiências negativas, envolvendo, por exemplo, sentimento de incapacidade, sentimento de culpa, e tensões decorrentes do papel tradicional das mulheres na sociedade, dentre outros.

Não obstante, de acordo com Baggio (2014), as mulheres estão ganhando cada vez mais visibilidade tanto na criação como no desenvolvimento de novos negócios. Com efeito, pode-se atribuir a essas empreendedoras um perfil marcado por atributos e características particulares, que as diferenciariam do perfil e do comportamento de empreendedores homens. Para as mulheres, o ato de empreender não se refere apenas a uma conquista ou cumprimento de meta, mas sim ao ato de realização e crescimento pessoal e profissional, que acaba envolvendo várias características e qualidades empreendedoras como ser flexível, criativa, realista e tolerante. Já as características de empreendedores homens estariam mais associadas ao poder de convencimento, à postura inovadora, à visão empreendedora, foco e maior propensão ao risco. Os homens tendem a ter excesso de confiança em seu desempenho, pois acreditam que são melhores com a parte financeira e contábil de seus empreendimentos (GARCÍA; MORENO, 2010).

Outras diferenças consideráveis entre mulheres e homens empreendedores estão relacionadas a características referentes ao estilo de gestão, nas estratégias que são utilizadas para tomada de decisão e para relacionamento com o mercado. Além disso, os aspectos cognitivos e afetivos tendem a influenciar aspectos das ações de empreendedores e das empreendedoras, incluindo as motivações ao empreendedorismo, a geração de ideias, e até mesmo o processo de reconhecimento de oportunidades (CORTEZ; ARAÚJO; PEREIRA, 2017; KOELLINGER; MINNIT; SCHADE, 2013).

Não obstante, existem elementos que apontam para similaridades de comportamento empreendedor desenvolvido por homens e mulheres. Melo, Silva e Almeida (2019) sugerem que, estatisticamente, não há diferenças consideráveis no ato de empreender entre homens e mulheres. Ainda assim, os autores demonstram que homens tendem a ter maior persistência, tenacidade e esforço do que mulheres, quando se trata de empreender. Tal fato se deve a uma menor propensão ao risco e a receios de consequências negativas; já os homens possuem maior propensão ao risco e tendem a perseverar mais em suas ações empreendedoras.

De acordo com Sullivan e Meek (2012), os argumentos utilizados por mulheres e homens para abrir seus próprios negócios são semelhantes, seja do ponto de vista do empreendedorismo por oportunidade, ou do empreendedorismo por necessidade e da falta de expectativa na carreira. Porém, segundo os autores, as mulheres têm uma propensão relativamente maior a empreenderem por necessidade, devido a fatores como dificuldades para conseguir emprego e para conciliar a vida profissional e a vida familiar.

Em síntese, pode-se afirmar que tanto as mulheres como os homens empreendedores tendem a serem influenciados pelos mesmos fatores endógenos e exógenos ao empreendedorismo, mas em intensidades diferentes. Evidencia-se que para os homens há prevalência de foco, maior propensão a assumir riscos e à busca por oportunidades de negócio, e perfil de maior independência, persistência, perseverança, tenacidade e vigor; já para as mulheres há predomínio do exercício de múltiplos papéis, menor propensão a assumir riscos, maior busca do empreendedorismo por necessidade, conciliação entre trabalho e família, e perfil de maior liderança, participação, comprometimento e motivações emocionais e afetivas associadas ao negócio. Isso leva a padrões distintos de empreendedorismo, que se refletem em taxas de insucesso e fracasso mais elevadas, no caso de empresas lideradas por mulheres empreendedoras. Assim, é necessário correlacionar as características individuais, traços de personalidade e estilo de liderança para a devida compreensão do perfil e comportamento empreendedor desses agentes (GOUVÊA; SILVEIRA; MACHADO, 2013).

3. METODOLOGIA

Este estudo se fundamenta metodologicamente nos pressupostos da abordagem quantitativa. A pesquisa quantitativa possui como característica o uso de técnicas estatísticas para a análise de um determinado fenômeno, e pode ser aplicada ao contexto da administração para verificar relações de causalidade e para a mensuração de indicadores e variáveis em torno de um conjunto de categorias de análise, suportando-se em processos de amostragem que representem estatisticamente a população investigada (MALHOTRA, 2012).

Como estratégia de pesquisa, foi utilizado o método *survey*. Para Freitas et al. (2000) e Gerhardt e Silveira (2009), a estratégia de *survey* se caracteriza pela abordagem de um fenômeno ou problema a ser investigado através do emprego de técnicas e instrumentos de levantamento e coleta de dados quantitativos. Para o processo de amostragem, foi utilizada a amostra não-probabilística, que é obtida a partir de critérios de acessibilidade e conveniência para acesso à população a ser investigada, sendo escolhidos os participantes que estiverem disponíveis a participar da pesquisa (MALHOTRA, 2012), dentro do conjunto de empreendedores e empreendedoras que atuam em negócios dos setores de comércio e serviços da cidade de Ituiutaba, região do Triângulo Mineiro, estado de Minas Gerais. Dessa forma, a pesquisa contou com 120 participantes, sendo 60 homens e 60 mulheres.

Como instrumento de coleta de dados, foram utilizados questionários estruturados. Nesse tipo de instrumento de coleta, o respondente não é identificado, com fins a garantir o sigilo das informações coletadas. O questionário foi composto por questões fechadas voltadas à delimitação do perfil da amostra, bem como por questões direcionadas à identificação do comportamento empreendedor, e foi estruturado a partir de uma escala de tipo Likert. O questionário utilizado na pesquisa de campo foi desenvolvido por McClelland (1972) e utilizado conforme exposto no estudo de Barbosa (2016) e encontra-se anexo a este trabalho.

Os dados foram coletados entre os meses de dezembro de 2019 e fevereiro de 2020. Para a análise do perfil e comportamento dos empreendedores estudados, foram exploradas, de acordo com Malhotra (2012), técnicas de estatística descritiva, que são aquelas onde os dados são analisados com base em parâmetros como média, desvio padrão e frequência. O emprego dessas técnicas permitiu a identificação dos aspectos centrais associados ao comportamento empreendedor dos indivíduos pertencentes à amostra, bem como a exploração de possíveis similaridades e diferenças de comportamento empreendedor em termos de gênero, atendendo aos objetivos da pesquisa e alinhando-se ao quadro teórico-metodológico construído.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1. Perfil e comportamento empreendedor

A pesquisa foi realizada em 120 empresas de Ituiutaba-MG. Em relação aos respondentes, a amostra compreendeu uma divisão igualitária entre empreendedores homens e mulheres. A média de idade dos entrevistados foi de 42,05 anos. Os dados levantados apontam que 52,5% dos empreendimentos têm perfil individual, onde o empresário atua sozinho, 23,3% conjugal, gerido pela mulher e marido, 14,2% nuclear, comandado por pais e filhos, 7,5% sociedade, em que existem dois sócios ou mais e 2,5% fraternal, onde a gestão é feita por irmãos. A média de funcionários obtida foi de 3,98, sendo que a maior porcentagem das empresas (58,3%) possui de 1 a 3 funcionários, o que permite enquadrá-las, em sua maioria, como microempresas a partir desse critério. Quanto ao tempo de funcionamento, as empresas possuem idades que variam entre 1 e 50 anos, com média de 12,51 anos, demonstrando, assim, que a maioria delas é relativamente jovem. Os dados mostram que 65% da amostra, que correspondem a 78 empresas, possuem idade igual e/ou abaixo de 13 anos, e que os outros 35%, que correspondem a 42 empresas, têm idade igual e/ou acima de 14 anos.

Na literatura, verifica-se uma preocupação em relação à necessidade de identificação de fatores que se associam ao perfil e comportamento empreendedor. Há um esforço específico que converge para iniciativas que visam traçar esses diferentes perfis e comportamentos, bem como para iniciativas que visam explorar diferenciações em torno de elementos como gênero, raça, escolaridade, renda e nacionalidade, reverberando a influência de características demográficas e culturais sobre o comportamento empreendedor (TEAGUE; GARTNER, 2017).

As características de comportamento empreendedor destacadas por McClelland (1972) compreendem um conjunto de elementos que se associam a aspectos como postura estratégica, propensão a correr riscos, postura inovadora e os traços de personalidade do indivíduo. Após essa categorização inicial, o autor apresentou ainda outros dez aspectos mais específicos que delimitam o comportamento empreendedor, envolvendo elementos como o estabelecimento de metas, independência e autoconfiança, persuasão e rede de contatos, planejamento e monitoramento sistemático, busca de informações, persistência, correr riscos calculados, busca de oportunidades e iniciativa, comprometimento e exigência de qualidade e eficiência. Nesse cenário, cabe averiguar como se configura a manifestação dessas características, de modo a permitir a constatação do comportamento empreendedor dos entrevistados (Quadro 2).

Quadro 2 – Características do comportamento empreendedor:

Comportamento empreendedor	Média	Desvio-padrão	Máximo	Mínimo
Exigência de Qualidade e Eficiência	24,48	3,430	31	13
Comprometimento	20,63	2,494	25	14
Busca de Oportunidades e Iniciativa	20,27	1,932	25	15
Correr Riscos Calculados	18,19	2,703	24	12
Persistência	17,98	2,489	23	12
Busca de Informações	17,57	2,403	23	12
Planejamento e Monitoramento	17,21	2,575	21	11
Persuasão e Rede de Contatos	17,18	2,655	23	8
Independência e Autoconfiança	17,02	2,004	22	13
Estabelecimento de Metas	16,32	1,900	21	10

Fonte: Dados da Pesquisa.

A análise dos resultados obtidos revela que o comportamento empreendedor dos entrevistados é caracterizado de forma mais incisiva pelo fator **exigência de qualidade e eficiência** (24,48). Isso reflete a valorização da comercialização de produtos e da prestação de serviços com qualidade, aliada à busca por melhoria contínua e pela eficiência nos processos, seja pelo uso otimizado do tempo, pela melhor forma possível de execução das atividades, pela minimização de custos e despesas operacionais. Outro fator que se destaca é o **comprometimento** (20,63). Esse ponto denota uma valorização da ligação do empreendedor com o seu negócio e com o desenvolvimento de suas atividades, estando presente em suas atividades gerenciais e envolvido nas iniciativas de controle administrativo e financeiro.

Em sequência, outra categoria que se observa é a **busca de oportunidades e iniciativa** (20,27). Esse fator mostra que esses empreendedores se esforçam para realizar as coisas que devem ser feitas, a partir de iniciativa própria, buscando identificar e explorar novas oportunidades de negócio. Assim, fica evidenciada a prevalência das características acima relacionadas no escopo dos atributos de comportamento empreendedor elencados por McClelland (1972), podendo ser considerados como os principais fatores que orientam e delimitam o próprio perfil e os traços de personalidade do empreendedor, no âmbito da amostra estudada.

Outras características se mostraram presentes no perfil dos empreendedores analisados, porém com destaque mediano. São elas: **correr riscos calculados** (18,19), que indica a tendência à execução de tarefas e à tomada de decisões arriscadas, embora baseadas no cálculo racional das possibilidades de acerto e fracasso dessas iniciativas; **persistência** (17,98), que aponta que os empreendedores têm cuidado ao pensar soluções para problemas difíceis e persistem na execução de tarefas, mesmo com riscos, imprevistos ou insucessos; **busca de informações** (17,57), que evidencia o cuidado em levantar o máximo de informações possíveis a partir de diversas fontes e consultas a especialistas antes de iniciar a execução de alguma tarefa ou tomada de decisão e; **planejamento e monitoramento sistemático** (17,21), que revela uma busca por planejar e controlar as atividades a serem desenvolvidas no contexto da empresa, considerando as possíveis alternativas para sua execução e a necessidade de verificação do alcance dos objetivos estabelecidos a partir de ações de controle de resultados realizados.

Por fim, em termos de importância, alguns fatores de comportamento empreendedor apresentaram média mais baixa, ou seja, são menos relevantes no contexto da amostra analisada. Dentre esses fatores, observa-se a categoria **persuasão e rede de contatos** (17,18), que remete ao poder de convencimento e o contato com pessoas influentes que possam auxiliar

no alcance de metas; **independência e autoconfiança** (17,02), que sugere a autonomia e a confiança pessoal na execução das tarefas propostas, assim como o alcance do sucesso nas mesmas, além da firmeza em se manter a decisão, mesmo diante de oposição e; **estabelecimento de metas** (16,32), voltada para o pensamento no futuro e elaboração de um plano de vida, levando em conta a possibilidade de sucesso caso as expectativas de conquistas estejam especificadas de forma clara.

Portanto, nota-se que existe certa hierarquização quanto ao grau de importância das características que compõem o perfil e o comportamento empreendedor dos indivíduos pertencentes à amostra. Fica evidenciado, de um modo geral, que características mais atreladas a questões associadas à atuação no negócio – como qualidade, eficiência, comprometimento, iniciativa e postura aberta à identificação e exploração de oportunidades – se fazem mais presentes em termos de comportamento do que aquelas ligadas ao poder e controle individual do empreendedor. Assim, compreende-se que os empreendedores estudados possuem um perfil latente quanto à necessidade de realização, seguido do planejamento, o que pode ser atribuído ao perfil de pessoas com certa maturidade e experiência que buscam realizar as tarefas da melhor forma possível, buscam estabilidade e planejar as atividades de forma a potencializar as chances de sucesso no mercado.

4.2. Gênero e comportamento empreendedor

Como apontado por autores como Cramer et al. (2012), Baggio (2014) e Carvalho (2017), houve um aumento significativo no número de mulheres empreendedoras. A literatura aponta que há certa distinção do perfil empreendedor em termos de gênero, e que tal diferenciação se dá não só pela natureza de ambos, mas porque as mulheres tendem a enfrentar maiores desafios em sua ação de empreender (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014).

Existem visões distintas sobre a influência da questão de gênero sobre o comportamento empreendedor. Melo, Silva e Almeida (2019) e Sullivan e Meek (2012), apontam a não existência de diferenças consideráveis no comportamento empreendedor de ambos. Baggio (2014), por outro lado, aponta que as mulheres como: mais flexíveis, criativas, realistas e tolerantes; como mais organizadas, extrovertidas, autoconfiantes e com maior autocontrole, com maior facilidade de introdução ao diálogo e capacidade de administrar conflitos (CORTEZ; ARAÚJO; PEREIRA, 2017; KOELLINGER; MINNIT; SCHADE, 2013); como menos confiantes em seu desempenho financeiro (GARCÍA; MORENO, 2010); como menos

propensas a correr riscos (MELO; SILVA; ALMEIDA, 2019); como pessoas que enfrentam desigualdade de oportunidades no mundo empresarial (MARLOW; McADAM, 2013). O Quadro 3 destaca o comportamento empreendedor em termos de gênero:

Quadro 3 – Características do comportamento empreendedor por gênero.

Comportamento empreendedor	Média (Homem)	Desvio-padrão (Homem)	Média (Mulher)	Desvio-padrão (Mulher)
Busca de Oportunidades e Iniciativa	20,30	1,778	20,23	2,086
Persistência	17,98	2,473	17,96	2,504
Comprometimento	20,55	2,382	20,7	2,605
Exigência de Qualidade e Eficiência	24,90	3,312	24,05	3,548
Correr Riscos Calculados	18,26	2,356	18,11	3,048
Estabelecimento de Metas	16,53	2,037	16,10	1,763
Busca de Informações	17,38	2,263	17,75	2,542
Planejamento e Monitoramento Sistemático	16,91	2,676	17,50	2,473
Persuasão e Rede de Contatos	16,866	2,520	17,50	2,789
Independência e Autoconfiança	16,90	2,199	17,13	1,808

Fonte: Dados da Pesquisa.

Inicialmente, cumpre destacar que os resultados da pesquisa permitem observar que, em termos comparativos, as mesmas características que se fazem mais presentes no perfil de comportamento dos homens, também se fizeram mais presentes no perfil das mulheres. De modo semelhante, as características que são menos presentes nos fatores de comportamento empreendedor dos homens se fazem menos presentes nas mulheres. Esse achado corrobora com os apontamentos de Melo, Silva e Almeida (2019) ao sugerirem que, estatisticamente, não há diferenças consideráveis no comportamento empreendedor de homens e mulheres. Nesse cenário, há destaque para, respectivamente, as características **busca de oportunidades e iniciativa** (20,3 e 20,23), **persistência** (17,98 e 17,96), **comprometimento** (20,55 e 20,7), **correr riscos calculados** (18,26 e 18,11) e **independência e autoconfiança** (16,9 e 17,13), enquanto categorias de comportamento que não apresentaram diferenças significativas na comparação entre as médias dos empreendedores homens e empreendedoras mulheres.

Por outro lado, os dados obtidos apontam também para algumas diferenciações importantes em termos da relação entre comportamento empreendedor e gênero. De um lado,

no comportamento empreendedor dos homens, houve maior prevalência das categorias **exigência de qualidade e eficiência** (24,9) e **estabelecimento de metas** (16,53), ao passo que as mulheres obtiveram médias de 24,05 e 16,10 nesses fatores, respectivamente. Esse resultado corrobora com o estudo desenvolvido por García e Moreno (2010) quando afirmam que, para as mulheres, o ato de empreender não se refere apenas a uma conquista ou cumprimento de meta, o que desencadeia no perfil mais flexível, criativo, realista e tolerante. Os autores também apontam as características do perfil do empreendedor masculino como o de poder de convencimento, postura inovadora, visão empreendedora e foco, que muito têm a ver com as características identificadas como prevalentes no perfil da amostra.

Constatou-se ainda que as mulheres empreendedoras pertencentes à amostra apresentaram maior propensão à **busca de informações** (com média 17,75 contra 17,38 dos homens), **planejamento e monitoramento sistemático** (com média de 17,5 contra 16,91 dos homens), e **persuasão e rede de contatos** (com média 17,50 contra 16,86 dos homens). Esse achado encontra-se alinhado aos resultados observados em outras investigações sobre a relação entre comportamento empreendedor e gênero, como no caso dos estudos desenvolvidos por Cortez, Araújo e Pereira (2017) e Koellinger, Minnit e Schade (2013), que apontam para uma maior tendência das mulheres empreendedoras à organização e à extroversão, autoconfiança e autocontrole, com abertura ao diálogo e capacidade de administrar conflitos.

Portanto, percebe-se que o comportamento empreendedor de homens e mulheres se equipara no grau de importância que é dado a determinadas categorias, enquanto que alguns fatores se sobressaem para cada gênero. A partir dos dados obtidos por meio da pesquisa empírica, pode-se afirmar que os homens possuem um perfil mais agressivo e voltado para resultados, enquanto que as mulheres trilham por um caminho mais sociável e conservador, com foco nas pessoas mais evidente e que converge para uma forma de gestão eficaz e para uma maior aptidão para a posição de liderança.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve o objetivo de identificar o comportamento empreendedor de empreendedores da cidade de Ituiutaba-MG, realçando suas similaridades e diferenças em termos de gênero. No geral, observou-se, no âmbito da amostra investigada, um comportamento empreendedor demarcado através de uma maior valorização/presença das características exigência de qualidade e eficiência, comprometimento e busca de oportunidades e iniciativa, e

menor importância para persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança e estabelecimento de metas.

Ao considerar a relação entre comportamento empreendedor e gênero, observou-se similaridades e diferenças que foram relativamente importantes no contexto da amostra investigada. Em termos de similaridades entre os gêneros, observou-se semelhanças nas categorias ‘busca de oportunidades e iniciativa’, ‘persistência’, ‘comprometimento’, ‘correr riscos calculados’ e ‘independência e autoconfiança’. Esse achado demonstra que não existem, no âmbito da amostra, diferenças no comportamento empreendedor de empreendedores homens e de mulheres empreendedoras. Por outro lado, foram observadas diferenças nas categorias ‘exigência de qualidade e eficiência’, ‘estabelecimento de metas’, ‘busca de informações’, ‘planejamento e monitoramento sistemático’, e ‘persuasão e rede de contatos’.

Nesse sentido, conclui-se que, em termos de gênero, houve uma diferença no comportamento empreendedor, em que se verifica que homens possuem comportamento mais alinhado à exigência de qualidade e eficiência e estabelecimento de metas, e que as mulheres empreendedoras possuem comportamento mais alinhado à busca de informações, planejamento e monitoramento sistemático, e persuasão e rede de contatos. Esse achado valoriza diferenças de comportamento empreendedor em torno da categoria gênero.

Por fim, é importante destacar que, no contexto da amostra estudada, não foi possível identificar diferenças significativamente opostas em termos de comportamento empreendedor e gênero, a ponto de permitir a observância de comportamentos totalmente distintos em termos perfil de atuação de empreendedores homens e de mulheres empreendedoras. Assim, tal resultado acaba por constituir uma limitação do presente trabalho, uma vez que a amostra explorada não permitiu validar e corroborar com os apontamentos e conclusões observadas em outros estudos sobre o tema. Não obstante, acredita-se que o mesmo contribui para o levantamento exploratório de informações e evidências sobre uma realidade que é pouco conhecida do ponto de vista científico, permitindo um conhecimento inicial sobre esse contexto local e oportunizando a realização de estudos adicionais para explorar a instigante relação entre comportamento empreendedor e gênero, uma abordagem em potencial para a pesquisa em empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

- ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 40, p. 221-234, 2014.
- BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014.
- BARBOSA, M. S. C. R. Comportamento Empreendedor e a Redefinição do Perfil Profissional do Farmacêutico no Novo Mercado. 2016. 121 p. **Dissertação** (Mestrado Profissional em Administração) – Universidade Potiguar, Natal.
- BORGES, A. F.; ENOQUE, A. G. Pesquisa em Empreendedorismo: A produção francófona em perspectiva. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 18, n. 4, p. 877-894, 2020.
- BORGES, A. F.; LIMA, J. B.; BRITO, M. J. Fundamentos da Pesquisa em Empreendedorismo: Aspectos Conceituais, Teóricos, Ontológicos e Epistemológicos. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 41., 2017, São Paulo. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2017.
- CARVALHO, E. F. O Comportamento Empreendedor das Doceiras da Região do Seridó no Rio Grande do Norte. 2017. 113 p. **Dissertação** (Mestrado Profissional em Administração) - Universidade Potiguar, Natal.
- CORTEZ, A. E. G.; ARAÚJO, A. G.; PEREIRA, F. A. M. A influência dos aspectos cognitivos e afetivos de mulheres empreendedoras nas diferentes fases de desenvolvimento de um negócio. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 2, p. 234-262, 2017.
- CRAMER, L.; CAPPELLE, M. C. A.; ANDRADE, ? L. S.; BRITO, M. J. Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 1, n. 1, 2012.
- DeNISI, A. S. Some further thoughts on the entrepreneurial personality. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 39, n. 5, p. 997-1003, 2015.
- ENGELMAN, R.; FRACASSO, E. M.; BRASIL, V. S. A qualidade percebida nos serviços de incubação de empresas. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 17, n. 3, p. 802-822, 2011.
- FILARDI, F.; BARROS, F. D.; FISCHMANN, A. A. Do Homo Empreendedor ao Empreendedor Contemporâneo: evolução das características empreendedoras de 1848 a 2014. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 13, n. 3, 2014.
- FREITAS, H.; OLIVEIRA, M.; SACCOL, A. Z.; MOSCAROLA, J. O método de pesquisa survey. **Revista de Administração da USP**, v. 35, n. 3, p. 105-102, 2000.
- GARCÍA, M. C. D.; MORENO, J. J. Entrepreneurial intention: the role of gender. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 6, n. 3, p. 261-283, 2010.

GARTNER, W. B. Entrepreneurship as organization creation. In: HJORTH, D. (Org.). **Handbook on Organisational Entrepreneurship**. Cheltenham: E. Elgar, 2012. cap. 1, p. 21-30.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIMENEZ, F. A. P.; FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C. Empreendedorismo feminino no Brasil: Gênese e formação de um campo de pesquisa. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 1, p. 40-74, 2017.

GOUVÊA, A. B. C. T.; SILVEIRA, A.; MACHADO, H. V. Mulheres Empreendedoras: Compreensões do Empreendedorismo e do Exercício do Papel Desempenhado por Homens e Mulheres em Organizações. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, n. 2, p. 32-54, 2013.

KOELLINGER, P.; MINNITI, M.; SCHADE, C. Gender Differences in Entrepreneurial Propensity. **Oxford Bulletin of Economics & Statistics**, v. 75, n. 2, p. 214-234, 2011.

LOPES, R. M. A.; LIMA, E. Desafios Atuais e para a Pesquisa em Empreendedorismo. **Revista de Administração de Empresas**, v. 59, n. 4, p. 284-292, 2019.

LORENTZ, M. H. N. **O comportamento Empreendedor de Diretores da UFSM e Sua Percepção quanto à Universidade Empreendedora**. 2015. 158 p. Dissertação (Mestrado em Gestão de Organizações Públicas) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria – RS.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de Marketing**. 6. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MARLOW, S. Exploring future research agendas in the field of gender and entrepreneurship. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 6, n. 2, p. 102-120, 2014.

MARLOW, S.; MCADAM, M. Gender and entrepreneurship. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**, v. 19, n. 1, p. 114-124, 2012.

MCCLELLAND, D. **The achieving society**. New York: D. Van Nostrand. 1961.

MCCLELLAND, D. **A sociedade competitiva: realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MELO, F. L. N. B.; SILVA, R. R.; ALMEIDA, T. N. V. Gênero e Empreendedorismo: Um Estudo Comparativo entre as Abordagens *Causation* e *Effectuation*. **Brazilian Business Review**, v. 16, n. 3, p. 273-296, 2019.

MINELLO, I. F.; BURGER, R. E.; KRUGER, C. Características comportamentais empreendedoras: um estudo com acadêmicos de administração de uma universidade brasileira. **Revista de Administração da UFSM**, v.10, Ed. Especial, p.72-91, 2017.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro, e o ciclo econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SULLIVAN, D. M.; MEEK, W. R. Gender and Entrepreneurship: A Review and Process Model. **Journal of Managerial Psychology**, v. 27, n. 5, p. 428-458, 2012.

TEAGUE, B. T.; GARTNER, W. B. Toward a theory of entrepreneurial behavior. In: AHMETOGLU, G.; CHAMORRO-PREMUZIC, T.; KLINGER, B.; KARCISKY, T. (Eds.). **The Wiley Handbook of Entrepreneurship**. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2017. cap. 4, p. 71-94.

VALE, G. M. V. Empreendedor: origens, concepções teóricas, dispersão e integração. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 6, p. 874-891, 2014.

VALE, G. M. V.; SERAFIM, A. C. F.; TEODÓSIO, A. S. S. Gênero, Imersão e Empreendedorismo: Sexo Frágil, Laços Fortes? **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 4, p. 631-649, 2011.