



**PRÊMIO
INTERNACIONAL**
DE PRODUÇÃO CONTÁBIL TÉCNICO-CIENTÍFICA
PROF. DR. ANTÔNIO LOPES DE SÁ

1º Lugar
Categoria Técnico-Profissional

Características empreendedoras em contadores-empresários

Kátia Rocha Pereira
Márcia Athayde Matias

Esta pesquisa surgiu a partir da observação de que, no Brasil, entre os profissionais de contabilidade ativos registrados em Conselho de Contabilidade, 17,01% fazem parte de empreendimentos contábeis, fato que despertou para a possibilidade de aprofundar os estudos sobre esta categoria específica, aqui denominada de contadores-empresários. Neste contexto, este trabalho tem como objetivo a análise das características empreendedoras presentes em contadores-empresários, com vistas a identificar se há um perfil predominante. Justifica-se pela possibilidade de esclarecer e motivar a classe contábil a se conhecer e a se desenvolver sob a ótica empreendedora. Para sua realização, foi utilizado um questionário padrão com questões de múltipla escolha em uma amostra-piloto com um grupo de 15 empresários-contadores. Os resultados apresentaram um perfil interessante devido a sua homogeneidade, sendo a característica Busca de Oportunidades e Iniciativa identificadas como as mais presentes, com 59% dos resultados encontrados, seguida da característica Comprometimento, reconhecida como a mais forte em 27% dos respondentes. Entre as características menos presentes destacou-se a denominada Correr Riscos Calculados, identificada como a mais fraca em 33% dos respondentes.

Introdução

Entre as múltiplas funções e oportunidades que a Contabilidade oferece aos que nela se graduam, muitos profissionais optam por empreender um negócio próprio para realizar a terceirização de serviços contábeis. Segundo estatísticas do Conselho Federal de Contabilidade (2008), no Brasil, em um universo de 404.649 profissionais da contabilidade ativos, existem atualmente 68.839 empreendimentos contábeis (17,01%), na forma de pessoa jurídica ou a ela equiparada, sendo 45.709 (66,40%) empreendimentos individuais e 23.130 sociedades (23,40%). Em Minas Gerais, o terceiro estado do Brasil em número de profissionais ativos com 45.731 profissionais, são 2.860 organizações ativas, sendo 586 individuais e 2.274 sociedades, representando um percentual acima de 10% do total de contadores registrados no Estado que se dedicam à atividade empresarial contábil. Nesse sentido, faz-se nesta pesquisa um estudo específico sobre a potencialidade e as características empreendedoras de maior destaque em profissionais da contabilidade que se dedicam à atividade empresarial contábil.

De acordo com Hisrich e Peters (2004, p. 27) o termo empreendedorismo remonta à Idade Média, tendo seu início com as atividades comerciais de Marco Polo no século XIII. Durante o transcurso dos séculos o termo empreendedor foi utilizado com propósitos diferentes, e somente no século XX estabeleceu-se a noção de empreendedor como hoje se percebe, uma pessoa que se engaja em um "processo de criar algo novo e assumir os riscos e as recompensas" dele decorrentes (HISRICH; PETERS, 2004, p. 29).

Filion (1999) faz uma retrospectiva da história do empreendedorismo e destaca o papel de dois autores: Cantillon, no século

XVIII, e Say, no século XIX. Segundo Filion (1999, p. 6) em seus escritos, estes autores demonstram seu interesse em empresas, criação de novos empreendimentos, desenvolvimento e gerenciamento de negócios. “Cantillon era capaz de analisar uma operação identificando nela aqueles elementos que já eram lucrativos e os que poderiam vir a ser ainda mais”. Ainda segundo Filion (1999, p. 7) Jean-Baptiste Say foi o segundo autor a demonstrar interesse pelos empreendedores. Say considerava, já naquela época, “[...] o desenvolvimento econômico como o resultado da criação de novos empreendimentos”. Cantillon e Say consideravam os empreendedores como pessoas que corriam riscos porque investiam seu próprio dinheiro, que aproveitavam oportunidades com a perspectiva de obter lucro, assumindo os riscos inerentes.

Neste cenário histórico, destaca-se como marco do empreendedorismo no início do século XX o trabalho do economista Joseph Schumpeter em 1911, o qual argumenta que os empreendedores são “[...] a força motriz do crescimento econômico, ao introduzir no mercado inovações que tornam obsoletos os produtos e as tecnologias existentes.” (BARROS; PEREIRA, 2008, p. 977). Na visão de Filion (1999, p. 7) Schumpeter não só associou os empreendedores à inovação, mas também mostrou a importância dos empreendedores na explicação do desenvolvimento econômico.

Partindo do enfoque econômico para o comportamental, Filion (1999, p. 8) aponta Max Weber, na década de 30 do século XX, como um dos primeiros autores a se preocupar com o comportamento dos empreendedores. Weber identificou o sistema de valores como um elemento fundamental para a explicação do comportamento empreendedor, e percebia os empreendedores como “[...] inovadores, pessoas independentes cujo papel de liderança nos negócios inferia uma forte autoridade formal” (FILION, 1999, p. 8).

A partir da década de 1950 (Sutton, 1954; Godfrey; Fiedler; Hall, 1957; Atkinson; 1957; Litwin, 1958; Granick 1960) *apud* McClelland (1972), foram intensificados os estudos sobre quais características intrínsecas ao ser humano poderiam determinar uma maior propensão para a realização empreendedora, que em última instância influenciaria no desenvolvimento de nações. Destaca-se o trabalho publicado originalmente em 1961 pelo psicólogo da Universidade de Harvard David McClelland, cuja edição em português é de 1972; McClelland, por meio da compilação de diversos estudos publicados a partir das décadas de 1940 e 1950, avalia que, além de habilidades técnicas, existem características pessoais que podem ser determinantes no alcance do sucesso em desafios empresariais. Dos estudos seminais de McClelland evoluíram pesquisas teóricas e empíricas que culminaram em um amplo trabalho atualmente desenvolvido por instituições de ensino e entidades comprometidas em auxiliar no desenvolvimento do empreendedorismo, no Brasil e em todo o mundo.

Assim, este trabalho teve como objetivo identificar, por meio de uma pesquisa-piloto com um grupo de contadores-empresários de Belo Horizonte – MG, quais as características empreendedoras dominantes para esta categoria. Justifica-se sua realização por algumas razões: primeiro, pela possibilidade de esclarecer e motivar

a classe contábil a se conhecer e a se autodesenvolver sob a ótica empreendedora, fato que poderá gerar um direcionamento específico de estudos e atividades para alunos na fase de graduação, estimulando neles o desenvolvimento das principais características empreendedoras. Em segundo lugar, justifica-se a pesquisa pelo potencial que a classe contábil possui de influência e motivação sobre os demais empresários, desta forma assumindo relativa importância no desenvolvimento destes e, em última instância, no desenvolvimento do País. Nesta pesquisa produz-se uma valiosa informação contábil: aquela sobre a própria contabilidade. Aqui, o valor que se agrega é ao capital humano, ao autoconhecimento, e aos benefícios esperados deste à classe contábil e aos demais empreendedores pelos contadores influenciados, pela estreita relação desenvolvida.

Este artigo está estruturado em cinco partes, incluindo esta introdução. A seguir será feita a revisão teórica, a qual contempla detalhes sobre as características empreendedoras. Na terceira parte, será definido o proceder metodológico, que por sua vez abrange a abordagem metodológica e a técnica da pesquisa. Na quarta parte, são apresentados os resultados das investigações e, na quinta parte, a conclusão.

Referencial Teórico

A expressão empreendedor, que associa a pessoa ao ato de empreender e ao campo de estudos que se denomina empreendedorismo, tem amplo sentido, como se poderia esperar de uma ciência nova e interdisciplinar, que se consolida através do tempo por meio de diversas pesquisas com diferentes enfoques. Para Filion (1999, p. 19), o empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos, uma pessoa que mantém alto nível de consciência no ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios e a inovação constante. Um empreendedor continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas. Resume argumentando que “um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões” (FILION, 1999, p. 19).

Nesta linha de raciocínio, apresentam-se as características empreendedoras, como o fenótipo do indivíduo, traduzidas em realizações concretas por ele realizadas, e conjectura-se que fatores biológicos e sociais influenciam no seu desenvolvimento, sobretudo aspectos de sua personalidade, entre outros, tais como o ambiente familiar de formação, as influências da comunidade local e os valores internalizados pelo indivíduo (CAMPOS, 2007, p. 3).

As características empreendedoras situam-se no campo de estudo das teorias comportamentais, que se dedicam à análise do comportamento humano e suas motivações, especificamente no campo das teorias de conteúdo (ou estáticas). De acordo com Bowditch e Buono (2002, p. 38), as teorias comportamentais são divididas em três grupos: teorias de processo, teorias de conteúdo e teorias da motivação baseadas no ambiente.

Neste trabalho, é dado enfoque às teorias de conteúdo, as

Nesta linha de raciocínio, apresentam-se as características empreendedoras, como o fenótipo do indivíduo, traduzidas em realizações concretas por ele realizadas, e conjectura-se que fatores biológicos e sociais influenciam no seu desenvolvimento, sobretudo aspectos de sua personalidade, entre outros, tais como o ambiente familiar de formação, as influências da comunidade local e os valores internalizados pelo indivíduo (CAMPOS, 2007, p. 3).

quais são baseadas em modelos de motivação que focalizam principalmente as necessidades dos indivíduos. Como exemplo, Gouveia e Batista (2007, p. 3) sugerem que a chave para a motivação no trabalho é um ambiente que reaja de forma positiva às necessidades dos trabalhadores. Procuram explicar por que o mau desempenho, atrasos ou faltas, baixo nível de esforço, mau comportamento, entre outros, podem ser causados por necessidades que são bloqueadas diretamente ou não atendidas no ambiente de trabalho, assim como buscam avaliar o valor motivador das recompensas com base na sua capacidade de resposta às necessidades que um indivíduo procura satisfazer, não se limitando, no entanto, a situações de trabalho.

Dentro deste grupo de teorias de conteúdo, destacam-se a Hierarquia das Necessidades de Abraham Maslow, a Teoria ERG (do inglês *existence, relatedness and growth*) de Clayton Alderfer, a Teoria da Motivação-Higiene, de Frederick Herzberg, e a Teoria das Motivações ou Necessidades de David McClelland (Bowditch; Buono, 2002, p. 40; Gordon, 1993, p. 125), esta última objeto de estudo que será detalhado neste trabalho.

1 A Teoria das Necessidades, de David McClelland

David McClelland partiu da tese de que a motivação humana responde, pelo menos em parte, pelo crescimento econômico de uma nação. Em sua teoria, a motivação humana compreende três necessidades dominantes: a necessidade de realização, a necessidade de afiliação e a necessidade de poder (MCCLELLAND, 1972, p. 201). Sobre cada uma, resume-se a seguir:

Necessidade de Afiliação

De acordo com o próprio McClelland (1972, p. 202)

As imagens de afiliação são classificadas quando a história contém alguma prova de interesse, por parte de um ou mais personagens, pelo *estabelecimento, manutenção ou renovação de uma relação afetiva com outra pessoa. Esta relação é descrita, de maneira sumamente adequada, pela palavra amizade* (grifo do autor).

A afiliação é descrita como o desejo de estabelecer relacionamentos pessoais próximos, de evitar conflitos e estabelecer fortes amizades, com confiança e compreensão mútua; é uma necessidade social, de companheirismo e apoio, para desenvolvimento de relacionamentos significativos com pessoas (GOUVEIA; BATISTA, 2007, p. 3). Bowditch e Buono (2002, p. 43) sustentam que, de um modo geral, a necessidade de afiliação influencia as ações de um indivíduo nas tarefas que desempenha em uma organização. Entende-se, portanto, que a necessidade de afiliação influencia as decisões tomadas pelo gestor, à medida que a necessidade de aceitação pessoal influencia o nível de agressividade (cordialidade), de objetividade e de competição com que conduzirá seus negócios.

Necessidade de Poder

Nas palavras de McClelland (1972, p. 211) a necessidade de poder se define como “[...] uma preocupação com o controle dos meios de influenciar uma pessoa”. Conforme Gouveia e Batista (2007, p. 4), esta necessidade exprime o desejo de influenciar ou controlar, ser responsável e ter autoridade sobre outros. Uma elevada tendência para o poder está associada a pessoas que procuram por posições de liderança, bem como ao interesse de obter e manter posições de prestígio e reputação. Sobre afiliação e poder, Bowditch e Buono (2002, p. 43) destacam que alguns indivíduos são motivados pelas necessidades sociais, enquanto outros são motivados pela necessidade de atingir metas e conquistar poder e influência sobre outras pessoas, portanto, “[...] as necessidades de afiliação e poder governam as relações interpessoais do indivíduo”.

Necessidade de Realização

Gouveia e Batista (2007, p. 4) definem como o desejo de alcançar algo difícil, que exige um padrão de sucesso, o domínio de tarefas complexas e a superação de desafios. McClelland (1972) não define de forma direta a necessidade de realização, mas em diversas passagens deixa claro que é a necessidade que o indivíduo tem de fazer um bom trabalho e ser reconhecido por isto. São pessoas que gostam de assumir responsabilidades, e correm riscos calculados na busca do sucesso e do reconhecimento pelo grupo no qual se encontram.

Em suas palavras McClelland (1972, p. 70) observa que os indivíduos com alta necessidade de realização “[...] parecem preocupar-se bastante com a boa execução da sua tarefa, com o intuito de aprender como executá-la melhor à medida que avançam”.

[...] poderíamos legitimamente esperar que pessoas com fortes motivos de realização buscassem situações em que lhes fosse possível obter a satisfação da realização [...] fixam para si próprias os padrões de realização, e têm de procurar mais arduamente e com maior êxito alcançar os padrões que estabeleceram para si próprias. (MCCLELLAND, 1972, p. 72).

Gordon (1993, p. 129) define a necessidade de realização como a necessidade de realizar e demonstrar a competência

profissional, de cada vez mais assumir tarefas difíceis que se caracterizam como desafios. A resolução desses desafios traz o reconhecimento. O Quadro (1) a seguir compila as principais características exteriorizadas por tipo de perfil predominante em indivíduos.

2 Motivação para a Realização e Empreendedorismo

DuBrin (1974, p. 45), em suas pesquisas, observou que altos níveis de desempenho no trabalho estão relacionados com alta motivação para a realização, conforme já observado por McClelland. Neste contexto, destaca que os profissionais com características inovativas e em especial aqueles que abrem seus próprios negócios, que ele qualifica como empreendedores, apresentaram alta pontuação para realização quando submetidos a testes psicológicos. DuBrin (1974, p. 51) apresenta um esquema motivacional, no qual contempla quatro momentos distintos: (1) indivíduo tem necessidade de gratificação pessoal, (2) busca fontes de gratificação disponíveis, (3) dessa forma, atua orientado para objetivos ou tarefas, e (4) descobre novas necessidades e fontes de gratificação, buscando novos objetivos, em um ciclo contínuo. A Figura (1) descreve o esquema proposto por DuBrin (1974):

Em sua trajetória de estudos sobre o impacto da motivação do indivíduo no desenvolvimento das nações, McClelland (1972, p. 253) destaca o papel dos empresários como indivíduos que apresentam como principal característica a alta necessidade de realização, defendendo que [...] uma sociedade que tenha um nível geralmente elevado de realização, produzirá um maior número de empresários ativos, os quais, por sua vez, darão origem a um desenvolvimento econômico mais rápido. Desta feita, por meio de pesquisas empíricas com jovens de vários países, originalmente identifica seis competências críticas para o sucesso empresarial: 1) aceitação de riscos; 2) atividade instrumental vigorosa e/ou original; 3) responsabilidade individual; 4) conhecimento dos resultados de decisões; 5) planejamento a longo prazo; e

Necessidades identificadas	Principais características
Necessidade de realização	Gosta de situações em que pessoalmente deve encontrar soluções para o problema identificado.
	Define objetivos e assume riscos moderados/calculados.
	Gosta de receber feedback/reconhecimento sobre seu desempenho.
Necessidade de afiliação	Utiliza um tempo considerável avaliando como fazer melhor o seu trabalho ou realizar com êxito uma tarefa importante.
	Procura por trabalhos ou situações que se caracterizam por uma oportunidade para estreitar relacionamentos sociais.
	Sempre pensa nos relacionamentos pessoais que possui. Considera o sentimento dos outros muito importante.
Necessidade de poder	Tenta restaurar relacionamentos problemáticos/rompidos quando isto ocorre.
	Tenta influenciar ou controlar outras pessoas.
	Procura por posição de liderança quando trabalhando em grupo.
	Sente-se satisfeito ao persuadir pessoas.
	Frequentemente percebido pelos outros como uma pessoa direta, enérgica e exigente.

Quadro 1. Características exteriorizadas por tipo de perfil predominante em indivíduos, segundo a Teoria das Necessidades de McClelland.

Fonte: Adaptado de Gordon, 1993. Tradução livre.

6) aptidões de organização.

No entanto, somente a partir da década de 1980 é que McClelland iniciou um projeto para estudos mais abrangentes do comportamento empreendedor. Segundo o próprio McClelland (1987, p. 223) o objetivo do trabalho foi chegar à identificação e à codificação mais objetiva possível das várias competências, de forma que os códigos eram as próprias descrições dos pensamentos que exemplificavam a competência. Os estudos possibilitaram a identificação de uma dezena de características do comportamento empreendedor (CCE), que foram agrupadas em três categorias de competências pessoais, descritas a seguir:

Categoria: Realização

A primeira característica é a busca de oportunidades e iniciativa. Entre os principais comportamentos manifestados, destaca-se a percepção de fazer as coisas antes de ser

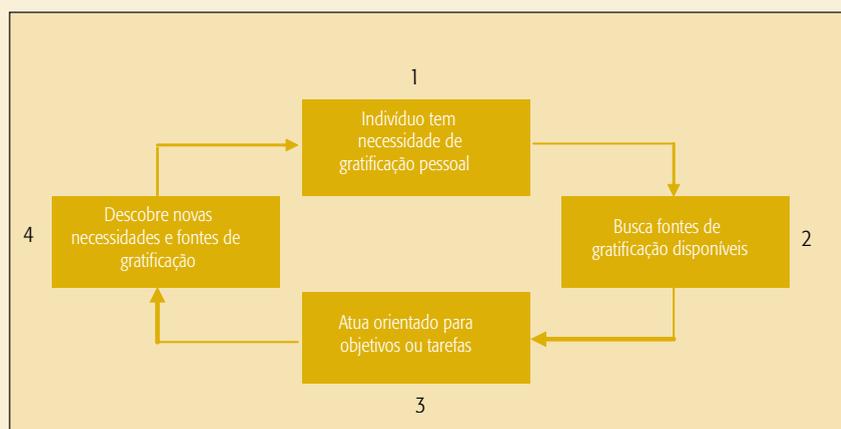


Figura 1. Esquema de motivação para realização.

Fonte: DuBrin, 1974. Tradução livre.

No entanto, somente a partir da década de 1980 é que McClelland iniciou um projeto para estudos mais abrangentes do comportamento empreendedor. Segundo o próprio McClelland (1987, p. 223) o objetivo do trabalho foi chegar à identificação e à codificação mais objetiva possível das várias competências, de forma que os códigos eram as próprias descrições dos pensamentos que exemplificavam a competência.

solicitado, ou antes de forçado pelas circunstâncias; agir para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços; e aproveitar oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.

A segunda característica é a exigência de qualidade e eficiência. Entre os principais comportamentos manifestados, a necessidade de encontrar maneiras de fazer as tarefas de modo melhor, mais rápido e mais barato; agir de maneira a satisfazer e exceder padrões de excelência; e desenvolver ou utilizar procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo e atenda a padrões de qualidade previamente combinados.

A terceira característica é a persistência. Entre os principais comportamentos, manifesta-se a capacidade de agir diante de um obstáculo significativo; a capacidade de mudar de estratégia, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo; e a capacidade de fazer um sacrifício pessoal ou desenvolver um esforço extraordinário para completar uma tarefa.

A quarta característica é revelada pela independência e autoconfiança. Entre os comportamentos manifestados, destaca-se a busca de autonomia em relação a normas e controles de outros; a capacidade de manter seu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores; e a confiança na sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio.

Categoria: Planejamento e Resolução de Problemas

A quinta característica é a capacidade de correr riscos calculados. Nesse aspecto, o empreendedor consegue avaliar alternativas e calcular riscos deliberadamente; age para reduzir os riscos ou controlar os resultados; e não teme colocar-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados.

A sexta característica se define como a busca de informações. Entre os principais comportamentos manifestados, destaca-se a dedicação pessoal a obter informações sobre clientes, fornecedores

e concorrentes ou a investigação de como fabricar um produto ou fornecer um serviço.

A sétima característica é o estabelecimento de metas. Entre os principais comportamentos manifestados, o empreendedor com esta característica 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.

A oitava característica define-se como o planejamento e o monitoramento sistemáticos. Entre os principais comportamentos manifestados destaca-se a capacidade de planejar dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos; revisar seus planos, levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais; e a manutenção de registros financeiros, utilizando-os para tomar decisões.

Categoria: Influência (relação com as pessoas)

A nona característica empreendedora é o comprometimento. Entre os principais comportamentos manifestados destacam-se a responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário ao atingimento de metas e objetivos; a colaboração com os empregados, podendo se colocar no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho; e o esmero em manter os clientes satisfeitos, colocando em primeiro lugar a boa vontade a longo prazo, acima do lucro a curto prazo.

A décima e última característica empreendedora é a persuasão e redes de contato. O empreendedor se utiliza de 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.

Filion (1999, p. 9) ressalta que há divergência entre autores sobre a necessidade de realização preconizada por McClelland e a criação de novos empreendimentos, notadamente a existência de autores que acreditam que a teoria das necessidades não é robusta o bastante para explicar o sucesso dos empreendedores. No entanto, Cooley (1991, p. 61) argumenta que por mais críticas que tenha recebido, a pesquisa de McClelland continua sendo a mais ampla e mais rigorosa pesquisa empírica sobre as características associadas com empreendedores de sucesso em países em desenvolvimento [...].

Proceder Metodológico

A abordagem metodológica desta pesquisa é empirista, na medida em que "a ciência é vista como uma descrição dos fatos baseada em observações e experimentos que permitem estabelecer induções" (MARTINS; THEÓPHILO, 2007, p. 40). Ressalva-se, no entanto, que o apoio teórico constitui-se em elemento indispensável para o desenvolvimento desta pesquisa e orientação às observações feitas.

É um estudo empírico de caráter qualitativo e objetivamente incrementalista, definido como um estudo exploratório (Río, 1997; Gil, 1996), na medida em que busca manifestações empíricas, no caso, as características empreendedoras, com a finalidade de aprimorar o conhecimento sobre um determinado grupo e permitir induções neste campo de estudo.

Para sua consecução, este estudo é desenvolvido a partir de pesquisas qualitativas com empresários-contadores brasileiros. Neste artigo, o estudo compreende uma amostra estratificada de empresas de prestação de serviços contábeis de Belo Horizonte – MG, de acordo com aspectos como: a formação educacional, o gênero, a faixa etária e a origem do empresário.

Para a pesquisa de campo, foi elaborado e aplicado um questionário por meio de entrevistas pessoais para a identificação das características empreendedoras na amostra designada. Finalizada a fase de coleta de informações, é realizada uma análise estatística simples, para pontuação das respostas de forma a averiguar as características empreendedoras presentes na amostra, correlacionando os resultados com o nível de estratificação aberto na amostra.

Amostra

O universo de pesquisa para a consecução deste trabalho é constituído de uma amostra de 15 empresas de fornecimento de serviços contábeis, as quais fazem parte de uma associação de contadores com sede em Belo Horizonte. Originalmente, foram convidados 40 contadores-empresários, e o número de questionários válidos respondidos chegou a 15.

Instrumento de Coleta de Dados

O instrumento de coleta de dados utilizado é um questionário estruturado aplicado por meio de entrevista com os contadores proprietários das empresas pertencentes à amostra. Sua estruturação foi feita pelo SEBRAE (2001), tendo como base pesquisas originais de McClelland (1972; 1987). Classifica-se este questionário como o mais adequado a ser usado, haja vista sua utilização em outras pesquisas científicas com êxito em outros setores de atuação (Venturi, 2003; Fontenelle, 2004), o que permite a formação de um banco de dados que possa ser explorado no futuro.

Em sua primeira etapa é composto por uma sequência de 55 afirmações estruturadas. Na continuação do questionário, estão elaboradas 12 perguntas fechadas de caráter exploratório para identificação do perfil dos empresários e suas empresas, além das percepções do empreendedor sobre o ramo contábil.

Portanto, na primeira etapa do questionário encontram-se as afirmações que buscam identificar dez características empreendedoras distintas, já descritas nesta pesquisa e aqui resgatadas: busca de oportunidades e iniciativa; persistência; comprometimento; exigência de qualidade e eficiência; correr riscos moderados; estabelecimento de metas; busca de informações; planejamento e monitoramento sistemático; persuasão e rede de contatos; independência e autoconfiança. Cada afirmativa propõe uma autorreflexão do entrevistado, mediante uma escala qualitativa e numérica. A pontuação varia entre 01 (nunca) até 05 (sempre), quando questionado sobre determinado comportamento ou atitude.

Na segunda etapa do questionário, são estruturadas 12 perguntas fechadas de múltipla escolha, adaptadas de Venturi (2003), que

É um estudo empírico de caráter qualitativo e objetivamente incrementalista, definido como um estudo exploratório (Río, 1997; Gil, 1996), na medida em que busca manifestações empíricas, no caso, as características empreendedoras, com a finalidade de aprimorar o conhecimento sobre um determinado grupo e permitir induções neste campo de estudo.

buscam levantar dados adicionais sobre as empresas permitindo assim a estratificação posterior da amostra.

Análise dos Resultados

De forma geral a amostra se apresentou assim estratificada: quanto ao gênero, 67% dos respondentes são do sexo masculino contra 33% do sexo feminino. Quanto à origem, 60% são nascidos na capital e 40% no interior do Estado. Quanto à escolaridade, 20% dos profissionais são técnicos em contabilidade, 67% declararam ter nível superior completo e 13% possuem pós-graduação. Quanto à idade, 13% dos respondentes têm entre 25 e 35 anos, 33% se situam na faixa entre 35 e 45 anos, 41% possuem entre 45 e 55 anos e 13%, entre 55 e 65 anos.

Considerando a amostra completa, observou-se um perfil interessante entre esses contadores, no qual uma única característica empreendedora, denominada Busca de Oportunidades e Iniciativa, se mostrou mais forte em 59% dos respondentes. Em segundo lugar, a característica de maior predominância foi a denominada Comprometimento, mais forte em 27% dos respondentes. As características Busca de Informações e Independência- Autoconfiança também foram identificadas na amostra, ambas com 7% de representação. O Gráfico (1) a seguir apresenta os resultados encontrados.

Em Busca de Oportunidades e Iniciativa destaca-se a percepção do empresário em se antecipar aos problemas e realizar as tarefas antes de ser solicitado ou forçado pelas circunstâncias. Na área contábil, isto é particularmente importante em relação aos clientes: os contadores devem estar atentos a todas as mudanças nos ambientes político e econômico que possam afetar as operações de seus clientes, advertindo-os ou mesmo tomando todas as medidas necessárias para a adaptação das empresas à nova realidade que se apresenta.

A característica Busca de Oportunidades e Iniciativa identifica outras qualidades do empreendedor, tais como agir para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços e aproveitar oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter financiamentos,

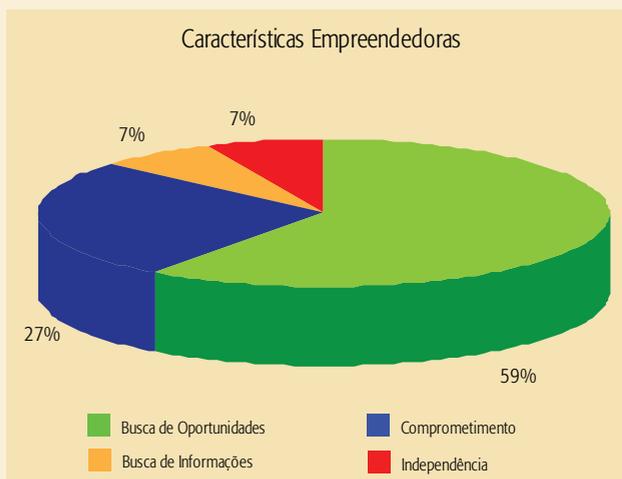


Gráfico 1. Estratificação das características empreendedoras da amostra.

Fonte: autoras

equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.

Certamente que não existe um procedimento específico para a identificação de uma oportunidade, oriunda de uma percepção originada em informações que o indivíduo obtém e acumula sobre vários assuntos ao longo de sua vida. Neste aspecto a classe contábil, pela própria natureza de seu negócio, vê-se compelida a atualizar-se em todos os aspectos que, de forma direta ou indireta, possam afetar seu ramo de negócios e o de seus clientes.

A característica Comprometimento tem como principal ponto a capacidade do empreendedor em fazer sacrifício pessoal para completar uma tarefa sua ou que esteja sobre sua responsabilidade, se empenhar para manter os clientes satisfeitos e perceber os resultados a longo prazo acima do lucro a curto prazo na hora de tomar decisões.

As outras duas características que se apresentaram na amostra

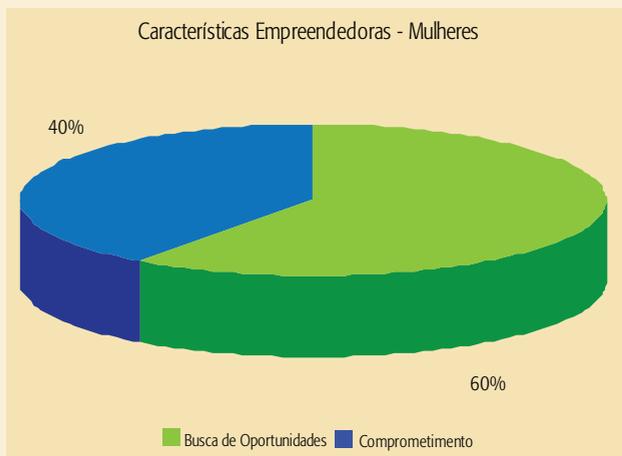


Gráfico 2 – Estratificação das características empreendedoras conforme o gênero: mulheres.

Fonte: autoras.

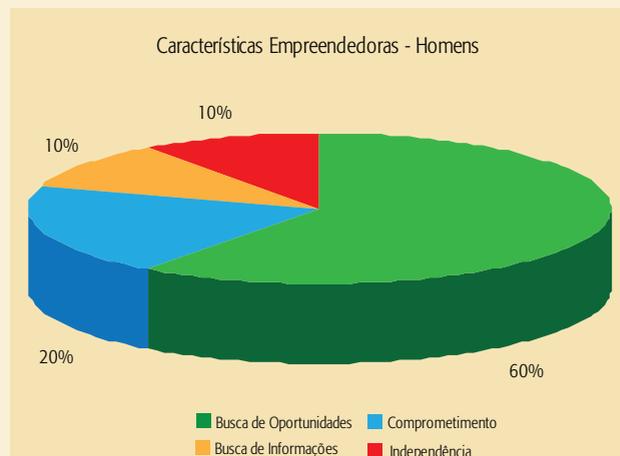


Gráfico 3 – Estratificação das características empreendedoras conforme o gênero: homens.

Fonte: autoras.

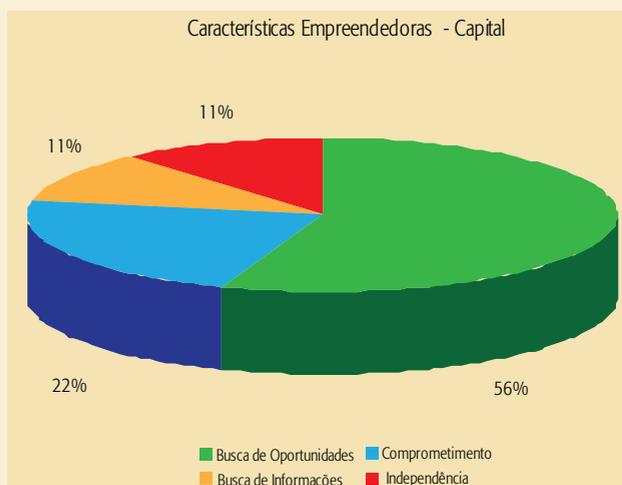


Gráfico 4 – Estratificação das características empreendedoras conforme a origem: capital.

Fonte: autoras.

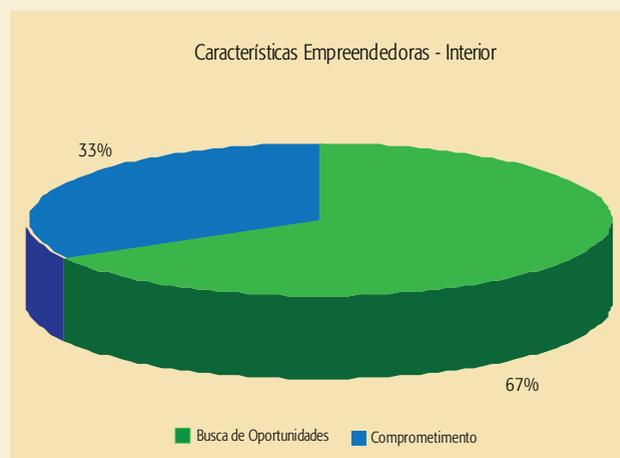


Gráfico 5 – Estratificação das características empreendedoras conforme a origem: interior.

Fonte: autoras.

Tabela 1 – Estratificação das características empreendedoras conforme a idade.

Idades	Respondentes	Frequência das características empreendedoras segundo a idade			
		Busca de oportunidade	Comprometimento	Busca de Informações	Independência
25 - 35 anos	2	1		1	
35 - 45 anos	5	2	2		1
45 - 55 anos	6	4	2		
55 - 65 anos	2	2			

Fonte: autoras.

são a Busca de Informações e a Independência e Autoconfiança, sendo que a primeira tem como principal característica o perfil instigador do empreendedor, o qual pergunta sobre todos os assuntos que têm relação direta com seu negócio, interagindo com o mercado e se certificando se suas ações estão no rumo correto, enquanto a segunda tem, como principal característica, desenvolver a autonomia em relação a normas e procedimentos e expressar confiança na sua capacidade de complementar uma tarefa difícil ou diante de resultados desanimadores. (SEBRAE, 2009).

Quando a amostra é estratificada segundo o gênero, observa-se a característica Busca de Oportunidades e Iniciativa como a mais forte tanto nos homens quanto nas mulheres respondentes, ambos com 60% de frequência, conforme os Gráficos (2) e (3).

Quando a amostra é estratificada segundo a origem do contador, se nascido na capital ou no interior, os resultados permanecem próximos da estatística geral, sendo que a característica Busca de Oportunidades e Iniciativa foi predominante em 56% dos respondentes nascidos na capital e 67% dos nascidos no interior, conforme os Gráficos (4) e (5).

Quando a amostra é estratificada segundo a idade do contador, observa-se que em todas as classes a característica Busca de Oportunidades se faz presente, sendo sua maior predominância entre os contadores que possuem entre 55 e 65 anos (100% dos respondentes) e em segundo lugar entre os contadores que possuem entre 45 e 55 anos (67% dos respondentes). A Tabela (1) apresenta todos os resultados.

Uma vez que para esta amostra somente quatro características empreendedoras se mostraram predominantes em contadores-empresários, observa-se a importância de destacar quais as características empreendedoras que se manifestaram em menor intensidade entre os contadores-empresários, ou seja, os contadores se mostram deficientes neste aspecto. Não tendo sido o resultado tão homogêneo, a característica Correr Riscos Calculados se apresentou com maior frequência, com 33% dos respondentes, seguida das características Persistência e Exigência de Qualidade e Eficiência, ambas diagnosticadas em 27% dos respondentes e, finalizando, as características Estabelecimento de Metas e Persuasão e Rede de Contatos se apresentaram como as de maior deficiência, ambas em 7% dos respondentes.

Conclusão

Este trabalho teve como objetivo identificar, por meio de uma pesquisa-piloto, quais as características empreendedoras dominantes em contadores-empresários. Para sua realização, foram convidados 40 contadores-empresários e obtidos ao final 15 questionários válidos, os quais serviram de base para a análise e consecução do objetivo proposto.

Como resultado, observou-se um interessante perfil no qual 59% dos contadores-empresários apresentaram a mesma característica empreendedora como dominante, denominada Busca de Oportunidades e Iniciativa, numa indicação de homogeneidade entre a categoria.

Da mesma forma, foram observadas as características menos presentes nos contadores, entre as quais Correr Riscos Calculados se apresentou como a de maior frequência, em 33% da amostra.

Uma vez estabelecidos padrões de comportamento, é possível promover trabalhos específicos para o fortalecimento das características predominantes e de estímulo ao desenvolvimento daquelas características que se mostraram mais deficientes na categoria, no sentido do desenvolvimento e do estímulo ao empreendedorismo na área contábil. Dessa forma, agrega-se valor ao que a contabilidade tem de mais importante, seus profissionais.

Por se tratar de pesquisa-piloto, não é possível generalizar os resultados e certamente sua maior limitação é o tamanho da amostra. Dados os resultados obtidos, sugerem-se novas pesquisas dentro desta mesma categoria de contadores-empresários e em outras categorias de contadores, para análise do perfil empreendedor.



Kátia Rocha Pereira – Graduada em Ciências Contábeis pela PUC-Minas e Técnica em Contabilidade, com mais de 15 anos de experiência profissional em assessoria contábil e gestão empresarial, com ênfase em análise tributária.



Márcia Athayde Matias – Doutoranda em Ciências Contábeis pela USP, mestre em Ciências Contábeis pela UnB e graduada em Ciências Contábeis pela UFPA. Atualmente se dedica à confecção de sua tese de doutoramento, ministra aulas como professora substituta na UFMG e realiza atividades de consultoria em duas áreas afins: em desenvolvimento e fortalecimento do empreendedorismo e em Contabilidade Gerencial, com ênfase em planejamento e implantação de sistemas de custos e controles.

REFERÊNCIAS

ATKINSON, J. W. Motivational determinants of risk-taking behavior. **Psychological Review**, 1957, 64, p. 359-372 *apud* MCCLELLAND, D. **Sociedade competitiva**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

BARROS, A. A.; PEREIRA, C. M. M. A. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. **Revista de Administração Contemporânea**. Curitiba, v. 12, n. 4, p. 975-993, out./dez. 2008.

BOWDITCH, J.; BUONO, A. F. **Elementos de Comportamento Organizacional**. São Paulo: Ed. Pioneira, 2002.

CAMPOS, E. V. As características do comportamento empreendedor. Seminário Intermunicipal de Pesquisa; Mostra de Atividades Extensionistas e Projetos Sociais; Salão de Iniciação Científica e Trabalhos Acadêmicos, 2007, Guaíba. **Anais...** Guaíba: Ulbra, 2007.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Dados estatísticos**. Disponível em: <<http://www.cfc.org.br/conteudo.aspx?codMenu=64>>. Acesso em 15 nov. 2008.

COOLEY, L. **Entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance**. Mphil Tesis. Academic Year 1987 - 1989 thesis. Cranfield Institute of Tecnology. Crenfield, UK, 1991.

DUBRIN, A. J. **Fundamentals of organizational behavior**. New York, USA. Pergamon Press, 1974.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenas empresas. **Revista de Administração**, São Paulo v. 34, n. 2, p. 5-28, abril/junho 1999.

FONTENELLE, C. J. S. **O perfil empreendedor na franquia de confecção infantil brasileira e sua influência no desempenho do negócio**. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Regional de Blumenau. Santa Catarina, 2004.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 3. edição. São Paulo: Ed. Atlas, 1996.

GODFREY, E. P.; FIEDLER, F. E.; HALL, M. D. Boards, managements, and company success. **Interstate Printers & Publishers**. Danville, IL, 1957 *apud* MCCLELLAND, D. **Sociedade competitiva**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

GORDON, J. A. **A diagnostic approach to organizational behavior**. 4. ed. Boston, USA. Allyn & Bacon, 1993.

GOUVEIA, C.; BAPTISTA, M. **Teorias sobre a motivação: teorias de conteúdo**. Instituto Politécnico de Coimbra. Coimbra, Portugal. 2007. Trabalho não publicado. Disponível em: <http://prof.santana-e-silva.pt/gestao_de_empresas/trabalhos_06_07.pdf>. Acesso em 09 mar. 2009.

GRANICK, D. **The red executive**. New York: Doubleday, 1960 *apud* MCCLELLAND, D. **Sociedade competitiva**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

LITWIN, G. H. **Motives and Expectancy as determinants of preference for degrees of risk**. Tese de Doutorado. University of Michigan, 1958 *apud* MCCLELLAND, D. **Sociedade competitiva**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007.

MCCLELLAND, D. **Sociedade competitiva**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MCCLELLAND, D. Characteristics of successful entrepreneurs. **The Journal of Creative Behavior**. v. 21, n. 3. p. 219-233, 1987.

RÍO, M. J. G. **Metodología de la investigación social. Técnicas de recolección de datos**. Spain: Ed. Aguacalra, 1997.

SEBRAE. **Manual de operacionalização do projeto Empretec**. Brasília, 2001.

SEBRAE. **Empretec - para conquistar o mundo dos negócios**. Disponível em: <<http://www.sebraemg.com.br/geral/visualizadorConteudo877>>. Acesso em 15 mar. 2009.

SUTTON, F. X. Achievement norms and motivations of entrepreneurs. **Entrepreneurship and economic growth**. Cambridge, Mass., 1954 *apud* MCCLELLAND, D. **Sociedade competitiva**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

VENTURI, J. L. **Estudo das características empreendedoras dos proprietários de restaurantes da cidade de Itapema, conforme abordagem de David McClelland**. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria). Universidade de Vale do Itajaí. Santa Catarina, 2003.



Tem mais gente de olho na sua marca do que você imagina.

Se você ainda não registrou sua marca, agora está fácil, rápido e muito seguro.

Lembre-se:
"Marca sem registro é marca sem dono."

Protocolamos sua marca via internet em até 24h



Cia da Marca

REGISTRO DE MARCAS VIA INTERNET

Telefones (51) 3023.8255 - 3013.9493
MSN: ciadamarca@ciadamarca.com.br
Skype: CIADAMARCA

www.ciadamarca.com.br

CIADAMARCA Consultoria Empresarial Ltda
Av. Protásio Alves, 1281/508 - bairro Santa Cecília - Porto Alegre - RS - cep 90410-001

- * REGISTRO DE MARCAS
- * PATENTE DE INVENÇÃO
- * REGISTRO DE DESIGN
- * DIREITOS AUTORAIS
- * INTERMEDIÇÃO NA COMPRA E VENDA DE MARCAS

ASSESSORIA JURÍDICA PRÓPRIA

ATENDEMOS VIA INTERNET
CLIENTES EM TODO O BRASIL