

TRAÇOS DE PERSONALIDADE E INTENÇÃO EMPREENDEDORA

PERSONALITY TRAITS AND ENTREPRENEURIAL INTENTION

TRAZOS DE PERSONALIDAD E INTENCIÓN EMPREENDEDORA

Jussara Besutti

Mestranda em Administração pela Universidade de Passo Fundo (UPF)

Endereço: UPF, BR 285, Bairro São José, CEP: 99052-900. Passo Fundo, RS, Brasil

Telefone: (54) 3316-8246

E-mail: jubesutti8@gmail.com

Rodrigo Angonese

Doutor em Ciências Contábeis e Administração pela Universidade Regional de Blumenau (FURB)

Professor do Programa de Pós-graduação em Administração na Universidade de Passo Fundo (UPF)

Endereço: UPF, BR 285, Bairro São José, CEP: 99052-900. Passo Fundo, RS, Brasil

Telefone: (54) 33168240

E-mail: rangonese@upf.br

Artigo recebido em 25/05/2017. Revisado por pares em 20/10/2017. Reformulado em 29/10/2017. Recomendado para publicação em 10/11/2017. Publicado em 30/12/2017. Avaliado pelo Sistema *double blind review*.



RESUMO

O objetivo do trabalho é descrever quais os traços de personalidade são predominantes em indivíduos com prevalência de intenção empreendedora. É uma pesquisa de caráter descritivo e de abordagem quantitativa. A amostra foi composta por dez empreendedores de empresas incubadas, vinculados a um parque científico-tecnológico. Na coleta de dados foram utilizados um questionário sociodemográfico, um questionário de Intenção Empreendedora e a Bateria Fatorial de Personalidade (BFP). Os resultados indicaram que há relação entre a intenção empreendedora e alguns fatores da personalidade, principalmente com o fator abertura e o fator realização.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Bateria BFP; *Big Five*; Personalidade; Comportamento.

ABSTRACT

The objective of this study is to describe which personality traits are predominant in individuals with a prevailing entrepreneurial intention. It is a descriptive and quantitative approach research. The sample consisted of ten entrepreneurs from incubated companies linked to a technological science park. Data collection consisted of a sociodemographic questionnaire, a questionnaire of Entrepreneurial Intention and the Factorial Battery of Personality (BFP in Portuguese acronym). The results indicated there is a relationship between the entrepreneurial intention and some personality factors, especially with the openness to experience and the conscientiousness factors.

Keywords: Entrepreneurship; BFP battery; Big five; Personality; Behavior.

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es describir cuáles trazos de personalidad son predominantes en personas con prevalencia de intención emprendedora. Es una investigación descriptiva y de abordaje cuantitativa. La muestra fue compuesta por diez emprendedores de empresas incubadas, vinculados a un parque científico-tecnológico. En la colección de datos fueron utilizados un cuestionario sociodemográfico, un cuestionario de Intención Emprendedora y la Batería Fatorial de Personalidad (BFP). Los resultados indicaron que hay relación entre la intención emprendedora y algunos factores de personalidad, principalmente con el factor apertura y el factor realización.

Palabras clave: Espíritu empresarial; Batería BFP; *Big Five*; Personalidad; Comportamiento.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é fundamental para o desenvolvimento da economia e para o crescimento regional e mundial (OLIVEIRA *et al.*, 2016; MINUZZI; VARGAS; FIALHO, 2016; KOE *et al.*, 2012; BRANDSTÄTTER, 2011; SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009). Nessa perspectiva, os empreendedores têm papel fundamental por serem capazes de criar, inovar e orientar a força de trabalho para a perenidade da empresa, geração de renda e oportunidades de trabalho. Contudo, percebe-se que alguns empreendedores demonstram características de personalidade que os diferem de pessoas não empreendedoras. Também é possível perceber que algumas pessoas demonstram certas atitudes e motivações capazes de prever seu comportamento em abrir seu negócio e de empreender (KRUEGER; REILLY; CARSRUD, 2000).

O estudo sobre a personalidade empreendedora pode ser abordado sob diferentes perspectivas como, por exemplo, a psicológica, a sociológica e a econômica. Para Chell (2008), pela abordagem psicológica, a compreensão da personalidade empreendedora é entendida como um constructo, com seu viés de traços de personalidade e deriva de uma estrutura *interna*, compreendida por traços de personalidade específicos que auxiliam a medir os atributos pessoais que tipificam as características do empreendedor. Na abordagem sociológica, o comportamento do empreendedor é influenciado por regras sociais, normas e responsabilidades, os quais, juntos, conferem um sentido de legitimidade à personalidade empreendedora. O comportamento está condicionado a níveis do sistema socioeconômico regido por normas e políticas econômicas. Ainda para Chell (2008), pela abordagem econômica, o comportamento empreendedor é influenciado por regras sociais, normas e responsabilidades que podem ser impostas por políticas públicas e passa a ser norteado pelo sistema socioeconômico que, pautado em características inovadoras, pode promover o desenvolvimento de uma personalidade empreendedora.

De acordo com Rizzato e Moran (2013), o empreendedor distingue-se por um perfil singular que permite o avanço da economia e a conquista de resultados positivos frente à competitividade do mercado de trabalho. Psicólogos e estudiosos da personalidade acreditam que essas diferenças podem ter origem nos traços e características de personalidade. Uma definição utilizada e de ampla abrangência conceitual para

Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v.10, n. 3, set./dez. 2017.

personalidade é a de Allport (1966, p. 43), que a conceitua como “a organização dinâmica interna daqueles sistemas psicológicos do indivíduo que determinam o seu ajuste individual ao ambiente”. A premissa é a de que cada pessoa possui certo número de traços específicos que constituem sua personalidade e, ao se tornarem funcionalmente autônomos, esses traços constituem a personalidade de um indivíduo adulto.

Neste contexto, a personalidade tornou-se um fator determinante na obtenção do êxito profissional, inovação e competitividade. Para Zhao e Seibert (2006), o modelo dos Cinco Grandes Fatores da personalidade, o *Big Five*, fornece uma taxonomia e permite organizar uma grande diversidade de variáveis de personalidade em um pequeno, mas significativo conjunto de construções de personalidade para procurar relacionamentos consistentes e significativos. Para Figueiredo, Avrichir e Barbosa (2016), o *Big Five* passou a ser reconhecido como uma ferramenta para analisar a personalidade humana em cinco dimensões: o neuroticismo ou instabilidade emocional (*neuroticism*); extroversão (*extraversion*); socialização (*agreeableness*); realização (*conscientiousness*); e abertura à experiência (*openness to experience*).

Internacionalmente, vários estudos foram realizados a partir da relação do modelo dos Cinco Grandes Fatores com estilos de aprendizagem (KOMARRAJU *et al.*, 2011), com empreendedorismo (ZHAO; SEIBERT, 2004; LEUTNER, 2014), traços de personalidade e escores nacionais de inovação (STEEL; RINNE; FAIRWEATHER, 2012), entre outros. No âmbito nacional, esse aporte teórico tem sido objeto de pesquisas em diversos contextos. Todavia, as publicações concentram-se em temas voltados à área da psicologia e no âmbito da avaliação psicológica.

A perspectiva psicológica não é a única maneira de compreensão do perfil e da intenção do indivíduo em empreender. Um modelo que surge como proposta é a Teoria da Ação Planificada (AJZEN, 1991). Sob o prisma desta teoria, é possível compreender e prever a intenção empreendedora, não só a partir de fatores psicológicos, também tendo por base questões de cunho social. De maneira geral, a intenção é o resultado das atitudes face ao comportamento empreendedor, da norma subjetiva e do controle comportamental percebido (autoeficácia) (OLIVEIRA *et al.*, 2016).

Os modelos de intenção empreendedora surgem a partir das limitações e críticas aos modelos de traços de personalidade que excluem o papel do social e dos laços sociais (KOE *et al.*, 2012). O desenvolvimento de intenção empreendedora depende da combinação de fatores pessoais e de fatores sociais. A mesma compreensão é apresentada por Krueger, Reilly e Carsrud (2000), que afirmam que os modelos de intenção empreendedora funcionam como modelos sólidos e generalizáveis e constituem um marco teórico robusto para analisar e prever a intenção empreendedora, a partir de uma perspectiva integradora e ecossistêmica da pessoa e do seu contexto. Para Liñán e Chen (2009), que são referências neste campo, denominam as influências de antecedentes motivacionais, as quais, por sua vez, são vetores indutores do aumento da intenção empreendedora.

Além destes, os autores também apontam alguns fatores situacionais como influentes nessa intenção: limitação de tempo, dificuldade para a realização da atividade, influência de outras pessoas, entre outros. A teoria da Ação Planificada impôs-se como uma difundida teoria do comportamento humano no contexto das ciências sociais. Ela tem sido testada em vários estudos como o modelo explicativo do comportamento humano, cujos resultados revelam capacidade explicativa satisfatória (ALMEIDA; SOBRAL, 2005).

Quando se parte do pressuposto de que alguns indivíduos que empreendem são diferentes de outros porque apresentam traços de personalidade diversos, está se adotando uma abordagem psicológica e individual. Entende-se, assim, que algumas pessoas demonstram interesse, motivação e intenção em empreender, enquanto outras não. Há, então, que se ponderar: quais são os traços de personalidade predominantes em indivíduos com prevalência de intenção empreendedora? Foi a partir desta questão-problema que este trabalho objetivou descrever quais são os traços de personalidade predominantes em indivíduos com prevalência de intenção empreendedora.

Na perspectiva teórica, este trabalho adota duas abordagens: a psicológica dos traços de personalidade e a abordagem sociológica da intenção empreendedora. Sob este prisma, amplia-se a compreensão e integram-se disciplinas científicas no estudo do empreendedorismo. Já como contribuições práticas, este trabalho contribui na medida em que, ao descrever os traços de personalidade em relação à intenção empreendedora, oferece subsídios para pessoas que desejam ser ou já atuam como empreendedores. Pode,

Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v.10, n. 3, set./dez. 2017.

ainda, auxiliar para o desenvolvimento de ações de melhoria de desempenho, seja ele pessoal ou do próprio negócio. Buscar compreender as particularidades da personalidade e seus padrões de comportamento pode contribuir para formação de futuros empreendedores, bem como orientar as ações de investidores e centros científico-tecnológicos. Pesquisar traços de personalidade e intenção empreendedora amplia o olhar sobre a pessoa empreendedora.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Apresenta-se o referencial teórico em três seções: 2.1 Empreendedorismo e intenção empreendedora; 2.2 Os traços de personalidade e o modelo dos cinco grandes fatores e; 2.3 Modelo teórico e hipóteses.

2.1 EMPREENDEDORISMO E INTENÇÃO EMPREENDEDORA

A palavra empreender ou *imprehendere* tem origem no latim medieval, antes do século XV, e significa tentar *empresa laboriosa e difícil*, ou ainda, *pôr em execução*. Ao longo dos séculos, o termo empreendedor foi descrito de maneiras distintas, mas foi no final do século XVII e início do século XVIII que o termo foi utilizado para se referir à pessoa que criava e conduzia projetos ou empreendimentos (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).

Uma pessoa empreendedora é aquela que inicia algo novo, que vê o que ninguém vê, enfim, aquela que realiza antes, que sai da área do sonho, do desejo, e parte para a ação. De acordo com Fillion (1999, p. 19), “um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”. Na visão econômica de Schumpeter (1982), o empreendedor é o responsável pelo processo de destruição criativa que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção e mercados, que vão sobrepor-se aos antigos métodos, menos eficientes e mais onerosos, permitindo que a economia renove a si mesma e um novo ciclo comece.

É aquele que tem o sonho de fundar um negócio pessoal, o interesse de realizar conquistas e o impulso de lutar. É aquele que cria uma nova organização ou instiga a renovação ou inovação dentro da organização existente (DORNELAS, 2003).

O empreendedorismo tem sido entendido como um processo complexo e
Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v.10, n. 3, set./dez. 2017.

multifacetado que reconhece as variáveis sociais (mobilidade social, cultura, sociedade), econômicas (incentivos de mercado, políticas públicas, capital de risco) e psicológicas como influenciadoras do ato de empreender (KOE *et al.*, 2012). Os estudos sobre a personalidade empreendedora são objeto de pesquisa de diferentes abordagens disciplinares (CHELL, 2008).

Na abordagem psicológica, a personalidade deriva de uma estrutura *interna*, compreendida por traços específicos que auxiliam a medir os atributos pessoais que tipificam as características do empreendedor. A personalidade empreendedora é entendida como um constructo que afeta a criação de um novo negócio (CHELL, 2008). Na abordagem sociológica, o comportamento do empreendedor é influenciado por regras sociais, normas e responsabilidades, as quais, juntas, conferem um sentido de legitimidade à personalidade empreendedora. A intenção empreendedora trata-se do comportamento do indivíduo a partir de um conjunto de variáveis sociais, culturais e econômicas que impactam na sua disposição para criar um negócio (CHELL, 2008). Na abordagem econômica, o comportamento empreendedor é influenciado por regras sociais, normas e responsabilidades que podem ser impostas por políticas públicas, e a postura passa a ser norteadada pelo sistema socioeconômico que, pautado em características inovadoras, pode promover o desenvolvimento de uma personalidade empreendedora (CHELL, 2008).

Vários instrumentos e metodologias têm sido utilizados para medição do empreendedorismo. São encontrados estudos com foco na investigação no perfil empreendedor, no jeitinho brasileiro (PEDROSO; MASSUKADO-NAKATANI; MUSSI, 2009), no perfil empreendedor em motoristas de cargas (MORAES; HASHIMOTO; ALBERTINI, 2013), na avaliação do ensino do empreendedorismo a partir do perfil empreendedor em estudantes universitários (ROCHA; FREITAS, 2014), no perfil empreendedor e no desempenho organizacional (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009), dentre outros. Também são encontrados trabalhos de pesquisa sobre características comportamentais e comportamento empreendedor (MINUZZI; VARGAS; FIALHO, 2016; PEREIRA *et al.*, 2016), e sobre a intenção empreendedora e abrir um novo negócio (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009; FONTENELE; BRASIL; SOUSA, 2015). Um estudo de Israr e Hashim (2017) aponta a personalidade do indivíduo como preditora da intenção de empreender. Embora muitos traços de personalidade sejam pesquisados, características como proatividade, criatividade, Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v.10, n. 3, set./dez. 2017.

oportunismo e visão são consistentemente reconhecidas como importantes para a geração de intenções empreendedoras.

É na etapa de planejamento desse novo negócio que a intenção empreendedora situa-se. Tal intenção está na fase de pré-lançamento e é o antecedente mais estudado na criação de empresas (OLIVEIRA *et al.*, 2016). Neste ponto de vista, surge como algo que antecede o comportamento de desenvolver, tendo maior probabilidade da sua realização efetiva (OLIVEIRA *et al.*, 2016), e sendo considerada algo que orienta e guia a ação do empreendedor para a criação e o desenvolvimento de uma nova empresa (MORIANO; PALACÍ; MORALES, 2007).

O modelo de mensuração da intenção empreendedora de Liñán e Chen (2009), que permeia este trabalho, encontra suas bases na Teoria da Ação Planificada de Ajzen (1991), que se embasa na premissa de que a intenção empreendedora depende da influência de três componentes: (a) atitude face ao comportamento (ARC): grau (afetivo e avaliativo) que a pessoa possui sobre a avaliação pessoal positiva ou negativa em ser um empreendedor; (b) norma subjetiva (NS): mensura a pressão social percebida para realizar – ou não – os comportamentos empreendedores; e (c) o controle comportamental percebido (CCP): é a percepção das facilidades ou das dificuldades de se tornar um empreendedor, sua autoeficácia (LIÑÁN; CHEN, 2009). Sob o prisma desta teoria, é possível compreender e prever a intenção empreendedora, não só a partir de fatores psicológicos, também sociais. De maneira geral, a intenção é o resultado das atitudes face ao comportamento empreendedor, da norma subjetiva e do controle comportamental percebido (autoeficácia) (OLIVEIRA *et al.*, 2016).

Uma limitação destacada na Teoria da Ação Planificada é a exclusão dos estudos de traços de personalidade e laços sociais (KOE *et al.*, 2012). De maneira complementar, foi a partir de algumas limitações e críticas dos modelos de traços de personalidade que surgiram os estudos sobre a intenção empreendedora. Uma vez que o desenvolvimento de intenção empreendedora depende da combinação de fatores pessoais e de fatores sociais, os modelos de intenção empreendedora são percebidos como modelos sólidos e generalizáveis, e constituem um marco teórico robusto para analisar e prever a intenção empreendedora a partir de uma perspectiva integradora e ecossistêmica da pessoa e do seu

contexto (OLIVEIRA *et al.*, 2016). Tem-se, aqui, uma lacuna de estudo, em um contexto no qual é possível analisar o empreendedor sob a perspectiva dos traços de personalidade e da intenção empreendedora.

2.2 OS TRAÇOS DE PERSONALIDADE E O MODELO DOS CINCO GRANDES FATORES

Vários são os enfoques teóricos direcionados à compreensão e à descrição da personalidade. A saber, tais enfoques são: psicanalítico, neopsicanalítico, das abordagens de estágios contínuos, dos traços, humanista, cognitiva, comportamental e da aprendizagem social. Estes enfoques teóricos adotados pelos pesquisadores são lentes diferentes para olhar a personalidade (SCHULTZ; SCHULTZ, 2002). Os traços ou características de personalidade apresentam-se de maneira constante e diferem de uma pessoa e outra. Um conceito de personalidade abrangente e amplamente aceito é o de Allport (1966, p. 50), que define personalidade como “a organização dinâmica, no indivíduo, de sistemas psicofísicos que determinam seu comportamento e seus pensamentos”.

Em sentido amplo, os traços de personalidade incluem habilidades (por exemplo, inteligência geral, numérica, verbal, espacial ou emocional) e motivos (como necessidade de realização, poder ou afiliação), atitudes (valores) e características de temperamento, como estilo abrangente das experiências e ações de uma pessoa, em que se encontra o modelo chamado de Cinco Grandes Fatores da Personalidade. Também denominado de *Big Five*, é composto por cinco fatores: abertura à experiência, consciência, extroversão, socialização, e neuroticismo (BRANDSTÄTTER, 2011).

O modelo dos Cinco Grandes Fatores (CGF), conhecido, na literatura, como *Big Five* ou *Five-Factor Model*, é foco de interesse e entusiasmo crescentes por parte da comunidade científica. Também é “amplamente pesquisado, por representar uma forma de descrição da personalidade muito simples, elegante e econômica” (NUNES; HUTZ; NUNES, 2008, p. 12). Segundo este modelo, a personalidade humana pode ser conceituada como uma rede hierárquica de traços, compreendidos teoricamente como predisposições comportamentais de respostas às situações da vida (TRENTINI *et al.*, 2009). Características como abrangência e generalidade, universalidade, aplicabilidade e replicabilidade em diferentes culturas, amostras e correlações são a maior força do modelo *Big Five*. Além disso, os cinco traços

têm sido identificados em diferentes culturas, etnias e sistemas socioeconômicos, caracterizando, nesse conjunto de evidências, o fôlego empírico e a abrangência do modelo (DIGMAN, 1996; NUNES; HUTZ; GIACOMONI, 2009; SILVA; NAKANO, 2011).

Sucintamente, apresenta-se uma breve descrição dos Cinco Grandes Fatores. O neuroticismo é o fator que mede a instabilidade emocional e apresenta escalas para avaliação de vulnerabilidade, desajustamento psicossocial, ansiedade e depressão (FRIEDMAN; SCHUSTACK, 2004; NUNES; HUTZ; NUNES, 2015). Indivíduos com altos escores em neuroticismo são geralmente nervosos, altamente sensíveis, tensos, tendem a ter uma postura reativa, irritabilidade e a interpretar situações novas ou de risco como ameaças (PERVIN; JOHN, 2004). A extroversão contempla indivíduos que demonstram ser ativos, entusiasmados, dominantes, sociáveis e eloquentes ou falantes. Pessoas com altos escores em extroversão tendem a ser sociáveis, ativas, falantes, otimistas e afetuosas; pessoas que são baixas em extroversão tendem a ser reservadas, sóbrias, indiferentes, independentes e quietas (FRIEDMAN; SCHUSTACK, 2004; PERVIN; JOHN, 2004; NUNES; HUTZ; NUNES, 2015).

O fator socialização ou amabilidade traz como componentes básicos a confiança, o altruísmo, a franqueza, a tolerância, a modéstia e a ternura (FRIEDMAN; SCHUSTACK, 2004; NUNES; HUTZ; NUNES, 2015). Indivíduos com altas pontuações neste traço são agradáveis, altruístas, generosos, prestativos, amáveis, cooperativos, agregadores, afetuosos e crédulos (PERVIN; JOHN, 2004). O fator realização define indivíduos com foco nos objetivos, a organização, a disciplina, o senso de responsabilidade. Pessoas com altos escores no fator realização, além de serem organizadas, são confiáveis, trabalhadoras, decididas, pontuais, escrupulosas, ambiciosas, perseverantes e autodisciplinadas (FRIEDMAN; SCHUSTACK, 2004; PERVIN; JOHN, 2004; NUNES; HUTZ; NUNES, 2015). Por fim, a abertura é o fator da proatividade, que destaca um indivíduo aberto a novas experiências e ao novo – a criatividade. Pessoas com altos escores nesta dimensão são curiosas, imaginativas, criativas, divertem-se com novas ideias e com valores não convencionais. Também demonstram franqueza, originalidade e criatividade, são espirituosos e artísticos (FRIEDMAN; SCHUSTACK, 2004; PERVIN; JOHN, 2004; NUNES; HUTZ; NUNES, 2015).

2.3 MODELO TEÓRICO E HIPÓTESES

A partir da revisão teórica sobre intenção empreendedora e sobre o modelo dos Cinco Grandes Fatores da personalidade, tem-se como escopo deste trabalho as abordagens psicológica e sociológica sob a perspectiva teórica Ação Planificada de investigação e mensuração da intenção empreendedora – variável cognitiva (AJZEN, 1991). Ela será abordada por meio do modelo de mensuração de Liñán e Chen (2008) e por meio da Teoria dos Traços, a partir do modelo dos Cinco Grandes Fatores da Personalidade – variável psicológica (MCCRAE, 2006). Com estes dois modelos teóricos como pano de fundo, o objetivo é descrever quais os traços de personalidade predominantes em indivíduos com prevalência de intenção empreendedora.

Conforme Koe *et al.* (2012), certos traços de personalidade estão mais relacionados com atividades empreendedoras. Algumas características psicológicas, como a alta propensão para assumir riscos e disposição para inovar estão presentes no empreendedorismo. Uma atitude favorável estará associada a maior intenção de agir, e pode permitir que os sujeitos envolvidos sejam mais criativos e inovadores, valorizando todas as situações como desejáveis (MORIANO; PALACÍ; MORALES, 2007). Estudos de metanálise realizados por Brandstätter (2011) destacam que certas características ou traços de personalidade influenciam o perfil e o papel empreendedor, na medida em que demonstram iniciativa, autodeterminação e independência (estabilidade emocional), ao buscar novas oportunidades e formas de estruturar, inovar e desenvolver a empresa (abertura à experiência). Ao iniciar um novo negócio, o profissional empreendedor precisará explorar novas ideias, usar a criatividade para resolver problemas, adotar uma atitude inovadora, ser confiante e assumir riscos (ZHAO; SEIBERT, 2006). Tendo em vista essas evidências, depreende-se a seguinte hipótese de pesquisa:

H1: Indivíduos com altos escores de intenção empreendedora tendem a apresentar altos escores no fator abertura (A).

A motivação para a realização tem sido amplamente estudada no contexto do empreendedorismo. Geralmente, o empreendedor demonstra uma alta necessidade de realização, pelo gosto por situações em que o desempenho é devido a seus próprios esforços

e não a outros fatores (ZHAO; SEIBERT, 2006). Realiza o trabalho com persistência, focado em seus objetivos, componente de motivação de realização (BRANDSTÄTTER, 2011). Pode-se afirmar que pessoas com alto grau de eficácia demonstram ser mais persistentes, trabalham de forma mais efetiva, esforçam-se mais na realização das tarefas, tendo a confiança de possuir as competências necessárias para conseguir os seus objetivos (OLIVEIRA *et al.*, 2016). A partir do exposto, emerge a segunda hipótese do trabalho:

H2: Indivíduos com altos escores no fator realização (R) apresentarão altos escores em intenção empreendedora.

O fator extroversão está relacionado à busca de contato com outras pessoas, à preferência por atividades em grupo e à interação com outras pessoas, isto é, o estilo, a quantidade e a qualidade dos relacionamentos que estabelece ao longo do tempo. Pessoas com altos níveis neste fator demonstram ser ativas, entusiasmadas, dominantes, sociáveis e eloquentes ou falantes. Por outro lado, índices menos elevados denotam pessoas reservadas, sóbrias, indiferentes, independentes e quietas (FRIEDMAN; SCHUSTACK, 2004; NUNES; HUTZ; NUNES, 2015). Neste contexto, se por um lado pessoas com alto escore em extroversão possuem maior assertividade nas relações e contatos com outras pessoas, por outro, o comportamento empreendedor é influenciado por regras sociais, normas e responsabilidades que podem ser impostas por políticas públicas, e passam a ser norteadas pelo sistema socioeconômico. Assim, esses sujeitos, pautados em características inovadoras, podem promover o desenvolvimento de uma personalidade empreendedora (CHELL, 2008). Profissionais empreendedores devem interagir com uma gama diversificada de outros empreendedores ou empresários, bem como com financiadores e bancos, e devem buscar parceiros, funcionários e clientes para vender e para comprar seu produto ou serviço. O empreendedorismo parece exigir uma interação social externa ou interna, ainda mais direta do que, por exemplo, um gerente (ZHAO; SEIBERT, 2006). Surge, então, a terceira hipótese do trabalho:

H3. Indivíduos com altos escores de extroversão (E) tendem a apresentar altos escores no fator intenção empreendedora.

Os fatores socialização e neuroticismo não serão testados e avaliados neste estudo.

Esta postura deve-se ao fato de que não foram encontrados, na literatura pesquisada, achados significativos de correlação com a variável de intenção empreendedora e ou empreendedorismo (ZHAO; SEIBERT, 2006; MORIANO; PALACÍ; MORALES, 2007; BRANDSTÄTTER, 2011; KOE et al., 2012).

3 MÉTODO

A pesquisa caracterizou-se como um estudo de caráter correlacional e descritivo. Classifica-se, quanto à natureza, como quantitativa com emprego de recursos de análise e interpretação estatística, que visem quantificar os dados coletados.

Fizeram parte da amostra deste estudo dez profissionais, que são empreendedores (donos do negócio) de empresas incubadas em um parque científico-tecnológico do norte do estado do Rio Grande do Sul. A escolha da amostra ocorreu pela disposição e por serem empreendedores de *novos* negócios. Em outras palavras, estão em estágio inicial de implementação, entre 1 e 2 anos. Inicialmente, contatou-se a coordenação do parque científico-tecnológico para apresentação e permissão para realização dos contatos com os profissionais empreendedores. Após permissão, aceite e lista de contatos fornecida, enviou-se e-mail convidando os empreendedores das 22 empresas ligadas ao parque. Do total, retornaram oito empresas (36%). Como o foco da investigação foi a personalidade e a intenção empreendedora da pessoa/profissional empreendedor, houve liberdade para um ou mais empreendedores da mesma empresa participarem. Em função disso, em duas dessas empresas os sócios desejaram participar como respondentes, totalizando, assim, a amostra de dez profissionais empreendedores.

Foram utilizados três instrumentos de pesquisa. O primeiro foi um questionário com dados sociodemográficos para levantamento de informações de caracterização da amostra. O segundo foi o questionário de Intenção Empreendedora (QIE), de Linã e Chen (2009), adaptado de Dakoumi e Abdelwahed (2014), composto por vinte itens no formato de resposta tipo Likert, de sete pontos, e subdividido em quatro dimensões: Intenção Empreendedora (IE), Atitude em Relação ao Comportamento (ARC), Norma Subjetiva (NS) e Controle do Comportamento Percebido (CCP). A escolha do questionário de Intenção Empreendedora justifica-se pelo fato de a maioria dos profissionais estarem iniciando seu

negócio (menos de 1 ano = 80%).

Para apresentação e interpretação dos resultados, optou-se por utilizar uma escala descrita em faixas a partir dos escores obtidos de respostas. Elaborou-se, então, a escala que segue descrita na Tabela 1.

Tabela 1- Escala da intenção empreendedora

Intenção empreendedora	Faixa
Até 18	Muito baixo
19 a 51	Baixo
52 – 78	Médio
79 – 105	Alto
Acima de 106	Muito alto

Fonte: elaborado pelos autores (2017).

O terceiro instrumento foi a aplicação da Bateria Fatorial de Personalidade - BFP (NUNES; HUTZ; NUNES, 2015), que é composta por 126 itens que descrevem sentimentos, opiniões e atitudes. Os itens contemplam neuroticismo, socialização, realização, extroversão e abertura para experiência. As respostas são registradas em uma escala do tipo Likert de sete pontos, de acordo com o quanto cada sentença o descreve. A BFP é um instrumento psicológico construído para a avaliação da personalidade a partir do Modelo dos Cinco Grandes Fatores, que inclui cinco dimensões e 17 facetas. O resultado de cada fator é obtido a partir de diferentes combinações de subfatores, as facetas. Contudo, diante do propósito e das hipóteses deste trabalho, são apresentados e interpretados apenas os cinco fatores/dimensões dos traços de personalidade, e não foram trabalhadas as especificidades de cada faceta.

Para facilitar a interpretação, os resultados são apresentados por faixas, que obedecem a uma metodologia científica, validada no contexto brasileiro e apresentada pelo Manual BFP (NUNES; HUTZ; NUNES, 2015). As faixas são descritas na sequência, pela Tabela 2.

Tabela 2 - Faixa para os 5 fatores dos traços de personalidade

Pontos percentis	Faixa
Até 14	Muito baixo
15 – 29	Baixo
30 – 70	Médio
71 – 85	Alto
Maior que 85	Muito alto

Fonte: Nunes, Hutz, Nunes (2015, p. 125).

A coleta de dados ocorreu entre novembro e dezembro de 2016. Primeiramente, Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v.10, n. 3, set./dez. 2017.

foram apresentados, aos participantes, os objetivos da pesquisa, e foi formalizado o convite de participação. A pesquisa pautou os princípios éticos da pesquisa, garantido livre participação, sigilo e a confidencialidade dos resultados. Aqueles que concordaram assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), receberam as instruções e responderam aos testes. Na primeira etapa, receberam e responderam a um questionário sociodemográfico para levantamento de informações de caracterização da amostra. Na segunda etapa da coleta de dados, realizou-se a aplicação do Questionário de Intenção Empreendedora e da Bateria (NUNES; HUTZ; NUNES, 2015). A aplicação do segundo e terceiro instrumentos de pesquisa foi realizada de forma coletiva, e teve uma duração de aproximadamente 40 minutos.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados e respectivas discussões são apresentados em quatro subitens neste capítulo, sendo: 4.1 Caracterização dos respondentes; 4.2 Intenção empreendedora; 4.3 Traços de personalidade e; 4.4 Análise entre fatores de personalidade e intenção empreendedora.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DOS RESPONDENTES

A amostra caracterizou-se por profissionais com idade entre 25 e 36 anos (70%), constituída por empreendedores do gênero masculino (70%). Em relação à maior escolaridade dos participantes, foi observado que 40% possuem Ensino Superior, 20% Ensino Superior incompleto, 20% Pós-Graduação e 20% Ensino Médio. Quanto ao tempo do negócio, verificou-se que seis profissionais empreendedores (60%) possuem seu negócio há menos de 1 ano, um profissional com negócio entre 1 e 2 anos, outro empreendedor com negócio de 2 a 3 anos e os demais (20%) há mais de 3 anos. No que tange ao segmento do negócio, constatou-se uma diversidade no campo de atuação. Contudo, negócios relacionados com a indústria digital e eletroeletrônica representaram 30%, e o agronegócio, 30%.

Também se destacou que, diante da possibilidade de aumento de renda, da imprevisibilidade ou da atitude de não trabalhar como empregado, o sonho de ter seu próprio negócio foi o principal motivo que levou os profissionais a empreender (60%).

Verificou-se, ainda, que 60% dos respondentes utilizaram recursos de poupança própria para abertura do seu negócio, o que significa recursos financeiros guardados de forma planejada e com foco no sonho de se tornar empreendedor. Somado ao sonho e ao planejamento financeiro, a maioria (80%) buscou, também, capacitar-se e encontrar conhecimento cursando nível superior. Isto demonstra que o empreendedorismo não se efetivou por necessidade ou ao acaso. Identifica-se, com base no sonho, na busca de conhecimento e no planejamento financeiro, uma intenção em empreender e em ser dono do seu próprio negócio.

4.2 INTENÇÃO EMPREENDEDORA

O modelo de intenção empreendedora proposto por Chen e Liñan (2009) é baseado na Teoria da Ação Planificada e orientará a análise e a discussão dos resultados obtidos neste estudo. Os resultados evidenciaram que oito dos dez respondentes apresentaram níveis altos de intenção empreendedora, conforme pode ser observado na Tabela 3.

Tabela 3 - Intenção empreendedora dos respondentes

	Intenção empreendedora				Score total	Classificação
	IE	ARC	NS	CCP		
Respondente 1	24	25	12	35	96	Alta
Respondente 2	19	18	20	29	86	Alta
Respondente 3	19	22	12	22	75	Alta
Respondente 4	16	17	6	21	60	Média
Respondente 5	26	25	13	30	94	Alta
Respondente 6	21	21	4	26	72	Média
Respondente 7	28	23	4	28	83	Alta
Respondente 8	24	25	24	32	105	Alta
Respondente 9	26	27	9	32	94	Alta
Respondente 10	27	23	10	33	93	Alta

Fonte: elaborado pelos autores (2017).

Pode-se relacionar altos escores Intenção Empreendedora com fomento à criação de um negócio próprio e levam uma pessoa a empreender. Estes resultados somados às informações do questionário sociodemográfico sobre o motivo que levou os respondentes a empreender (um sonho), a origem do capital financeiro para a abertura do negócio (planejamento financeiro pessoal/poupança) e o tempo de vida desse negócio (na maioria, inferior a 1 ano) refletem que a motivação e a intenção em empreender podem prever o comportamento do empreendedor. Observa-se, diante dos dados coletados, que a criação de uma empresa é um processo que requer tempo, planificação e elaboração cognitiva. Por isso, o comportamento empreendedor pode ser considerado planejado. A intenção

Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v.10, n. 3, set./dez. 2017.

empreendedora é a cognição que orienta e guia a ação do empreendedor para a criação e desenvolvimento de uma nova empresa (MORIANO; PALACÍ; MORALES, 2007). Neste ponto de vista, a intenção empreendedora surge como algo que antecede o comportamento não só a partir de fatores psicológicos, também sociais, e tem um efeito potencial sobre o empreendedorismo (DAKOUIMI; ABDELWAHED, 2014; OLIVEIRA *et al.*, 2016). Pode ser influenciada por outras variáveis, as quais são antecedentes motivacionais e fatores situacionais ou externos, tais como dificuldades de tempo, dificuldade de tarefa e a influência de outras pessoas (por exemplo, família, amigos, mentores) por meio da pressão social para aprovar ou não a decisão de um indivíduo de se tornar empreendedor e ter seu próprio negócio (YUKONGDI; LOPA, 2017).

4.3 TRAÇOS DE PERSONALIDADE

O levantamento dos escores foi realizado com ajuda do sistema informatizado para levantamento da BFP, disponibilizado pela Editora Casa do Psicólogo. A tabela de pontos percentuais da amostra geral foi escolhida para comparação dos resultados encontrados, conforme Manual da BFP. Os escores altos ou baixos não representam necessariamente um padrão de adaptação ou desadaptação da personalidade. Escores altos ou baixos indicam tendências de comportamento, bem como padrões mais prováveis de crenças e atitudes. Na Tabela 4 apresentam-se os resultados do levantamento dos traços de personalidade dos respondentes (R) da pesquisa, a partir do modelo dos Cinco Grandes Fatores.

Tabela 4 - Traços de personalidade dos respondentes

	Traços de personalidade					
	Abertura		Extroversão		Realização	
	Esperado	Encontrada Faixa/Escore bruto	Esperado	Encontrada Faixa/Escore bruto	Esperado	Encontrada Faixa/Escore bruto
R. 1	Alto/Muito alto	Muito alto/6,45	Médio/Baixo	Médio/4,35	Alto/Muito alto	Alto/5,69
R. 2	Alto/Muito alto	Médio/4,96	Médio/Baixo	Médio/4,43	Alto/Muito alto	Médio/5,18
R. 3	Alto/Muito alto	Alto/5,39	Médio/Baixo	Alto/4,85	Alto/Muito alto	Baixo/4,36
R. 4	Alto/Muito alto	Muito baixo/3,35	Médio/Baixo	Baixo/3,44	Alto/Muito alto	Médio/5,18
R. 5	Alto/Muito alto	Muito alto/ 5,63	Médio/Baixo	Baixo/4,32	Alto/Muito alto	muito alto/ 6,01
R. 6	Alto/Muito alto	Baixo/4,24	Médio/Baixo	Médio/4,59	Alto/Muito alto	Médio/5,31
R. 7	Alto/Muito alto	Alto/5,2	Médio/Baixo	Médio/4,05	Alto/Muito alto	Médio/5,42
R. 8	Alto/Muito alto	Alto/5,18	Médio/Baixo	Médio/4,59	Alto/Muito alto	Médio/ 5,09
R. 9	Alto/Muito alto	Médio/4,57	Médio/Baixo	Médio/4,24	Alto/Muito alto	Muito alto/ 5,85
R. 10	Alto/Muito alto	Muito alto/ 6,27	Médio/Baixo	Muito alto/ 6,17	Alto/Muito alto	Muito alto/ 6,07

Fonte: elaborado pelos autores (2017).

Os resultados encontrados mostram que seis dos dez respondentes demonstraram um escore alto ou muito alto no fator Abertura. Isto denota que são indivíduos altamente curiosos, imaginativos e criativos, e evidencia uma correlação com a capacidade de inovar. Pessoas com altos escores neste fator apresentam abertura para novos conceitos ou ideias e indicam, também, padrão de uso da imaginação e busca ativa por novidades. Relatam não gostar de rotinas em contextos variados, indicando que têm pouca motivação para realizar tarefas repetitivas, ficando facilmente entediadas quando não podem vivenciar novos eventos (NUNES; HUTZ; NUNES, 2015). Todas as facetas do fator de Abertura compartilham interesse na experiência variada, a criação (MCCRAE, 1987). Estes achados também confirmam os apontamentos feitos por Fillion (1999), para quem uma pessoa empreendedora é aquela que inicia algo novo, que vê o que ninguém vê, imagina, enfim, é aquela que realiza antes, aquela que sai da área do sonho e do desejo, é aquela que cria. Desta forma, a pessoa que apresenta altos escores no fator abertura, de acordo com o modelo dos Cinco Grandes Fatores, pode demonstrar maior propensão à abertura a novas ideias, à criação diante de um cenário de incertezas e a empreender. Assim, os achados desta pesquisa corroboram com as pesquisas já realizadas, como a literatura especializada relaciona empreendedorismo com fator abertura (RIZZATO; MORAN, 2013; STEEL; RINNE; FAIRWEATHER, 2012; ZHAO; SEIBERT, 2006).

De fato, certos traços de personalidade estão mais relacionados com atividades empreendedoras (KOE *et al.*, 2012) e algumas características psicológicas, como a alta propensão para assumir riscos e disposição para inovar estão presentes no empreendedorismo. Uma atitude favorável estará associada à maior intenção de agir, e pode permitir ser mais criativo e inovador, valorizando todas as situações como desejáveis (MORIANO; PALACÍ; MORALES, 2007).

Ao iniciar um novo negócio, o profissional empreendedor explora novas ideias, usa a criatividade para resolver problemas, adota uma atitude inovadora, demonstra-se confiante e assume riscos (ZHAO; SEIBERT, 2006). Por outro lado, quando o indivíduo busca novas oportunidades e formas de estruturar, desenvolver a empresa, ele está inovando. Ao inovar, o profissional empreendedor demonstra iniciativa, autodeterminação e independência, além de maior estabilidade emocional (BRANDSTÄTTER, 2011), a qual é evidenciada por baixos escores no fator neuroticismo. Este resultado também foi encontrado na maioria dos Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v.10, n. 3, set./dez. 2017.

respondentes deste estudo, uma vez que seis dos dez indivíduos apresentaram um escore baixo ou muito baixo no fator neuroticismo, conforme destacado na Tabela 4. Assim, pode-se afirmar que empreendedores que apresentam baixos escores no fator neuroticismo tendem a lidar satisfatoriamente em situações de *stress* e incertezas, não se deixando abalar com situações difíceis, dando ênfase aos aspectos positivos de cada situação. Ainda, denotam segurança na tomada de decisão, tolerância à frustração e persistência para levar adiante tarefas que lhes parecem difíceis para fazer seu negócio dar certo (NUNES; HUTZ; NUNES, 2015). Destaca-se, então, que a primeira hipótese (H1) deste trabalho foi aceita.

O fator realização envolve traços de personalidade que se relacionam com a motivação para o sucesso, a perseverança, a capacidade de planejamento em função do objetivo que se quer atingir, bem como a organização, a disciplina, o senso de responsabilidade. Pessoas com altos escores no fator realização, além de serem organizadas, são confiáveis, trabalhadoras, decididas, pontuais, escrupulosas, ambiciosas e perseverantes (FRIEDMAN; SCHUSTACK, 2004; NUNES; HUTZ; NUNES, 2015). De acordo com Rizzato e Moran (2013), empreendedores possuem forte necessidade de realizar, demonstrando audácia e ambição no esforço por atingir suas metas. Também possuem sentimento de capacidade para realizar suas tarefas e não desistem diante dos obstáculos, superando as dificuldades em prol de seus objetivos. Na amostra, os resultados apurados mostraram que, dos dez respondentes, quatro obtiveram escores alto/muito alto, e que cinco respondentes apresentaram escore médio. Pessoas com escores médios neste fator tendem a um comportamento deliberativo e uma ação cautelosa na tomada de decisão, pautada por valores éticos e morais. Vale destacar que os resultados encontrados apontam que os respondentes tendem a buscar a realização do seu sonho/negócio, mesmo que isto envolva sacrifícios. O fazem de maneira planejada, com objetivos de médio e longo prazo. Tudo isso requer alta capacidade de autogestão e autodisciplina para concluir os trabalhos que iniciaram. Ressalta-se que os escores médios neste fator também podem estar relacionados a fatores culturais, a questões financeiras, ou mesmo podem se efetivar frente a políticas governamentais, legais e fiscais relacionadas ao empreendedorismo no Brasil, e que podem afetar o seu negócio (STEEL; RINNE; FARWEATHER, 2012). Diante disto, conclui-se que a hipótese dois (H2) foi parcialmente confirmada.

Ao analisar os resultados do grupo de respondentes em relação ao fator extroversão, Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v.10, n. 3, set./dez. 2017.

verificou-se que 60% dos respondentes apresentaram escores médios (seis indivíduos) neste fator. Vale notar que escores médios neste fator apontam para pessoas com tendência a demonstrar flexibilidade, adaptando-se às situações; contudo, de maneira mais reservada e não expansiva. Ainda, preferem ficar sozinhos ou em grupos pequenos, demoram mais para desenvolver novas relações sociais e geralmente falam pouco de si (NUNES; HUTZ; NUNES, 2015). Facilidade de estabelecer relacionamento e interação com investidores, parceiros, fornecedores e clientes é uma característica esperada para os empreendedores, uma vez que precisam dessa interação para vender sua ideia, buscar parceiros e investidores para seu negócio. Entretanto, na amostra desta pesquisa, isto não se confirmou. Esperava-se encontrar altos escores neste fator; no entanto, em apenas dois indivíduos foram encontrados níveis alto/muito alto neste quesito. Diante dos achados, a terceira hipótese corrobora parcialmente com os estudos já realizados com outras amostras ou culturas (ZHAO; SEIBERT, 2006). A partir deste contexto, pode-se inferir que a habilidade de persuasão, interação social com fatores internos e externos possa ser um fator importante para a obtenção de maior êxito e sucesso para o negócio por hora iniciado. Assim, a hipótese três (H3) foi confirmada parcialmente.

4.4 ANÁLISE ENTRE FATORES DE PERSONALIDADE E INTENÇÃO EMPREENDEDORA

A relação entre os escores de intenção empreendedora com os fatores de personalidade dos cinco grandes fatores evidencia que há uma relação positiva. Principalmente entre altos escores nos fatores abertura e realização com altos escores de intenção empreendedora. A Tabela 5 ilustra os resultados desta relação.

Tabela 5 - Relação entre intenção empreendedora e fatores de personalidade

Respondente	Intenção empreendedora	Abertura	Realização	Extroversão
R. 1	Alta	Muito alto	Alto	Médio
R. 2	Alta	Médio	Médio	Médio
R. 3	Alta	Alto	Baixo	Alto
R. 4	Média	Muito baixo	Médio	Baixo
R. 5	Alta	Muito alto	Muito alto	Baixo
R. 6	Média	Baixo	Médio	Médio
R. 7	Alta	Alto	Médio	Médio
R. 8	Alta	Alto	Médio	Médio
R. 9	Alta	Médio	Muito alto	Médio
R. 10	Alta	Muito Alto	Muito alto	Muito alto

Fonte: elaborado pelos autores (2017).

Tendo em vista os resultados evidenciados, afirma-se que a hipótese H1 deste estudo

corroborar com a literatura pesquisada, que afirma que indivíduos com altos escores de intenção empreendedora tendem a apresentar altos escores no fator abertura. Altos níveis neste fator também remetem ao que alguns autores, como Schumpeter (1982) e Fillion (1999), postulam sobre o conceito de empreendedorismo estar vinculado à criação, à imaginação e à inovação. Estudos já realizados, como o de Zhao e Seibert (2006), também apontam para a presença de abertura às experiências na personalidade empreendedora, mesmo não sendo o traço preponderante. Contudo, as hipóteses H2 e H3 foram confirmadas parcialmente, como observado nas Tabelas 4 e 5.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Empreendedores tendem a demonstrar traços de personalidade que os diferem de pessoas não empreendedoras. É possível perceber, também, que algumas pessoas demonstram atitudes e motivações capazes de predizer seu comportamento em abrir seu negócio e de empreender (KRUEGER; REILLY; CARSRUD, 2000). Assim posto, o objetivo deste trabalho foi descrever quais os traços de personalidade predominantes em indivíduos com prevalência de intenção empreendedora.

O fator de personalidade que mais se relacionou com a intenção empreendedora foi a abertura à experiência, seguida pelo fator realização. Isto indica que características como curiosidade, gosto pelo novo, flexibilidade e criatividade também são encontradas em pessoas que demonstram desejo e intenção em empreender e em abrir seu próprio negócio. Altos escores neste fator, como evidenciado pela maioria dos respondentes da amostra desta pesquisa, relacionados com baixos escores no fator neuroticismo, também destacam que esses sujeitos denotam estabilidade emocional para lidar com as incertezas e riscos com a abertura de seu negócio, frente ao cenário de tomada de decisão e tolerância ao *stress* e a frustração até alcançar o sucesso do seu negócio.

A partir da análise do grupo de dez empreendedores, é possível destacar que a intenção em empreender evidencia-se claramente pelo planejamento financeiro pessoal prévio para a realização do sonho de abrir seu negócio. Esperava-se encontrar resultados altos/muito alto no fator realização; contudo, apenas quatro respondentes obtiveram este escore. Este resultado, entretanto, pode estar relacionado à fase de vida do negócio, uma

vez que 60% contavam com menos de um ano de existência. A fase inicial de um negócio requer criação, imaginação e interações com outras pessoas. Talvez a melhor relação seria reconhecer que empreendedores precisam estar abertos à experiência, perseverantes, organizados e motivados para alcance dos seu sonho – a realização.

Partindo do postulado que empreender é um processo complexo, que envolve muitas pessoas, processos, etapas e diferentes papéis, pode-se inferir que altos escores em realização possam estar relacionados com o processo final do negócio, onde há um efeito menor da criatividade (STEEL; RINNE; FAIRWEATHER, 2012). Pessoas com médios e baixos escores em extroversão podem ser mais reservadas, introvertidas e reativas nos contatos sociais, na tomada de decisão, ou mesmo podem ser menos persuasivas e confiantes na venda do seu produto ou serviço (NUNES; HUTZ; NUNES, 2015). Também se destaca que, na literatura pesquisada, o fator extroversão apresentava-se associado a altos índices de intenção empreendedora; contudo, isto não prevaleceu na amostra analisada. De certa forma, isto mostra que não demonstrar algumas características de personalidade não impede o sujeito de atuar como empreendedor. Poderá impedi-lo de alcançar seus objetivos de modo mais assertivo e eficaz para o êxito do seu negócio.

Já no contexto de gestão, enseja-se que esta pesquisa tenha sido capaz de oferecer uma descrição dos principais traços de personalidade no âmbito individual, que estão ligados ao empreendedorismo. Mapear a intenção empreendedora e os traços de personalidade de uma pessoa que deseja empreender poderá ser um fator potencializador para o sucesso de um novo negócio. Ainda, este estudo traz contribuições para os próprios futuros empreendedores que, aumentando seus níveis de autoconhecimento, podem buscar formas de desenvolvimento e aprimoramento de suas habilidades. Conhecer o empreendedor em uma perspectiva psicológica e social também auxilia o direcionamento de ações de encorajamento, capacitação e aconselhamento técnico. Subsidiar-se, assim, os próprios indivíduos, investidores, empresas ou instituições aceleradoras na elaboração de políticas governamentais para apoio, investimento e decisões mais assertivas e promissoras.

Como limitações, tem-se o número reduzido de respondentes, o que não permitiu correlações estatísticas mais robustas. Pesquisas futuras poderão aprofundar esta temática por meio de estudos qualitativos e longitudinais com pessoas que demonstrem intenção

empreendedora, até a consolidação de seu negócio. Ainda, sugere-se a aplicação em amostras maiores, e em negócios com diferentes estágios de desenvolvimento. Também se aponta para a pertinência da aplicação da Bateria Fatorial de Personalidade associada a um instrumento que mensure o perfil empreendedor, bem como a realização de um estudo sobre a relação dos traços de personalidade dos sócios de um mesmo negócio, buscando identificar semelhanças e complementariedades.

REFERÊNCIAS

AJZEN, I. (1991). The theory of planned behavior. **Organizational behavior and human decision processes**, v. 50, n. 2, p. 179-211, 1991.

ALLPORT, G. W. **Personalidade: Padrões e desenvolvimento**. São Paulo, Brasil: Herder, 1966.

ALMEIDA, F. J. R.; SOBRAL, J. B. A. Os condicionantes psicológicos e estruturais da informatização organizacional: um estudo sobre empresas portuguesas utilizando o modelo de equações estruturais. *In: XXIX ENANPAD*, 29, 2005, Brasília. **Anais...** Brasília: Associação Nacional dos Cursos de Pós-Graduação em Administração, 2005. v. 1, p. 1-16.

BRANDSTÄTTER, H. Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. **Personality and Individual Differences**, v. 51, p. 222–230, 2011.

CHELL, E. **The entrepreneurial personality: A social construction**. Routledge, 2008.

DAKOUMI, A H.; ABDELWAHED, Y. Is Entrepreneurship for You? Effects of Storytelling on Entrepreneurial Intention. **International Journal of Business and Management**, v. 9, n. 9, p. 176-192, 2014.

DIGMAN, J. M. The curious history of the five-factor model. *In: WIGGINS, J. S. (Ed). The five-factor model of personality: Theoretical perspectives*. New York, NY, US: Guilford Press, 1996, p. 1-20.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovador e se diferenciar na sua empresa**. Rio de Janeiro: Campus; Elsevier, 2003.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração – FEA/USP**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

FONTENELE, R. E. S.; BRASIL, M. V. O.; SOUSA, A. M. R. Influência da intenção empreendedora de discentes em um instituto de ensino superior. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas - REGEPE**, v. 4, n. 3, p. 147-176, 2015.

FRIEDMAN, H. S.; SCHUSTACK, M. W. **Teorias da personalidade: da teoria clássica à pesquisa moderna**. 2 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

- ISRAR, A.; HASHIM, N. Impact of Personality on Entrepreneurial Intentions: A proposed framework. **Asian journal of multidisciplinary studies**, v. 5, n. 3, p. 67-73, 2017. KOE, W.; SA'ARI, J. R.; MAJID, I. A.; ISMAIL, K. Determinants of entrepreneurial intention among millennial generation. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, v. 40, p. 197-208, 2012.
- KOMARRAJU, M.; KARAU, S. J.; SCHMECK, R. R.; AVDIC, A. The Big Five personality traits, learning styles, and academic achievement. **Personality and individual differences**, v. 51, n. 4, p. 472-477, 2011.
- KRUEGER, N. F.; REILLY, M. D.; CARSRUD, A. L. Competing models of entrepreneurial intentions. **Journal of business venturing**, v. 15, n. 5, p. 411-432, 2000.
- LEUTNER, F. K.; AHMETOGLU, G.; AKHTAR, R.; CHAMORRO-PREMUZIC, T. The relationship between the entrepreneurial personality and the Big Five personality traits. **Personality and individual differences**, v. 63, n. 1, p. 58-63, 2014.
- LIÑÁN, F.; CHEN, Y. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 33, n. 3, p. 593-617, 2009.
- MCCRAE, R. R. O que é personalidade? In: FLORES-MENDOZA, C.; COLOM, R. (Orgs.). **Introdução à psicologia das diferenças individuais**. Porto Alegre: Artmed, 2006, p. 203-218.
- MCCRAE, R. R. Creativity, divergent thinking, and openness to experience. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 52, p. 1258-1265, 1987.
- MINUZZI, C.; VARGAS, K. S.; FIALHO, C. B. Características comportamentais empreendedoras: em cena os futuros administradores. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 5, n. 1, p. 141-162, 2016.
- MORAES, M. J.; HASHIMOTO, M.; ALBERTINE, T. Z. Perfil Empreendedor: estudo sobre características empreendedoras de motoristas funcionários, agregados e autônomos do transporte rodoviário de cargas. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, n. 1, p. 132-157, 2013.
- MORIANO, J. A.; PALACÍ, F. J.; MORALES, J. F. The psychosocial profile of the university entrepreneur. **Psychology in Spain**, v. 11, n. 1, p. 72-84, 2007.
- NUNES, C. H. S.; HUTZ, C. S.; GIACOMONI, C. H. Associação entre bem-estar subjetivo e personalidade dos cinco grandes fatores. **Avaliação Psicológica**, v. 8, n. 1, p. 99-108, 2009.
- NUNES, C. H. S.; HUTZ, C. S.; NUNES, M. F. **O Manual técnico da bateria fatorial de personalidade-BFP**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2008.
- NUNES, C. H. S., HUTZ, C. S.; NUNES, M. F. **O Bateria fatorial de personalidade: manual técnico**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2015.

OLIVEIRA, B. M. F.; VIEIRA, D. A.; LAGUÍA, A.; MORIANO, J. A., SOARES, V. J. S. Intenção empreendedora em estudantes universitários: adaptação e validação de uma escala (QIE). **Avaliação Psicológica**, v. 15, n. 2, p. 187-196, 2016.

PEDROSO, J. P. P.; MASSUKADO-NAKATANI, M. S.; MUSSI, F. B. (2009). A relação entre o jeitinho brasileiro e o perfil empreendedor: possíveis interfaces no contexto da atividade empreendedora no Brasil. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 10, n. 4, 2009.

PEREIRA, I. M.; OLIVEIRA, D. R.; VALADARES, J. L.; EMMENDOERFER, M. L. Comportamento Empreendedor No Setor Público: Análise Comparada De Dois Presidentes Do Brasil. **Regepe-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 5, n. 2, p. 51-75, 2016.

PERVIN, L. A.; JOHN, O. P. **Personalidade: teoria e pesquisa**. 8 ed. Porto Alegre: Artmed Editora, 2004.

RIZZATO, S. C. C.; MORAN, M. C. Empreendedorismo e personalidade: o perfil em estudantes brasileiros. **Revista Psicologia Organizações e Trabalho**, v. 13, n. 3, p. 279-291, 2013.

ROCHA, E. L. C.; FREITAS, A. A. F. Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. **Revista de Administração Contemporânea - RAC**, v. 18, n. 4, p. 465-486, 2014.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Entrepreneurial profile and organizational performance. **Revista de Administração Contemporânea - RAC**, v. 13, n. 3, p. 450-467, 2009.

SCHULTZ, D. P.; SCHULTZ, S. E. **História da Psicologia Moderna**. São Paulo: Cultrix, 2002.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1982.

SILVA, I. B.; NAKANO, T. C. Modelo dos cinco grandes fatores da personalidade: análise de pesquisas. **Avaliação Psicológica**, v. 10, n. 1, p. 51-62, 2011.

STEEL, G. D.; RINNE, T.; FAIRWEATHER, J. Personality, nations, and innovation: Relationships between personality traits and national innovation scores. **Cross-Cultural Research**, v. 46, n. 1, p. 3-30, 2012.

TRENTINI, C. M.; HUTZ, C. S.; BANDEIRA, D. R.; TEIXEIRA, M. A. P.; GONÇALVES, M. T. A.; THOMAZONI, A. R. Correlações entre a EFN-escala fatorial de neuroticismo e o IFP-inventário fatorial de personalidade. **Avaliação Psicológica**, v.8, n. 2, p. 209-217, 2009.

YUKONGDI, V.; LOPA, N. Z. Entrepreneurial intention: a study of individual, situational and gender differences. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 24, n. 2, p. 333-352, 2017.

ZHAO, H.; SEIBERT, S. E. The big five personality dimensions and entrepreneurial status: a meta-analytical review. **Journal of applied psychology**, v. 91, n. 2, p. 259-271, 2006.