

**AGRUPAMENTO DE EMPREENDEDORES E POSSÍVEIS EMPREENDEDORES
DO ACRE: UMA ANÁLISE DA INTENÇÃO EMPREENDEDORA**

**GROUP OF ENTREPRENEURS AND POSSIBLE ENTREPRENEURS OF ACRE: AN
ANALYSIS OF ENTREPRENEURIAL INTENTION**

Bárbara Alessandra Vieira de Brito

IFAC – Instituto Federal do Acre

barbara.vbrito@ifac.edu.br

Isabel Cristina dos Santos

Universidade Municipal de São Caetano do Sul – SP

isabel.santos@prof.uscs.edu.br

Gláucia Bambirra Silveira

Universidade Municipal de São Caetano do Sul – SP

glauciabambirra@gmail.com

Submissão: 20/11/2020

Aprovação: 13/01/2021

RESUMO

Objetivo: o artigo visa à apresentação dos resultados de uma análise de *cluster* a partir da intenção empreendedora de egressos de um seminário oferecido pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). **Metodologia:** A pesquisa possui abordagem quantitativa de caráter exploratório com a aplicação de 160 formulários eletrônicos. **Originalidade/Relevância:** Este trabalho contribui para a compreensão do movimento empreendedor brasileiro ao avaliar as características dos grupos que buscam treinamentos em comportamento empreendedor. **Resultados:** Os principais resultados apontam a existência de três agrupamentos. O *cluster* 1 é formado por pessoas que não possuem empresa, mas que apresentaram uma forte predominância de comportamentos empreendedores, como correr risco, busca de oportunidade e iniciativa. Já no *cluster* 2, esses comportamentos são pouco evidenciados, com uma fraca demonstração de exigência de qualidade e eficiência. O *cluster* 3 é formado exclusivamente por pessoas que já possuem seu próprio negócio, porém uma indicação não muito alta de comprometimento e busca de oportunidade. **Contribuições/ implicações:** O artigo contribui para uma melhor compreensão da intenção empreendedora de pessoas que buscam um treinamento na área e para que a oferta de cursos seja melhor direcionada.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Intenção empreendedora; Análise de *Cluster*.

ABSTRACT

Objective: the article aims to present the results of a cluster analysis based on the entrepreneurial intention of graduates from a seminar offered by the Brazilian Micro and

Small Business Support Service (SEBRAE). **Methodology:** The research has an exploratory quantitative approach with the application of 160 electronic forms. **Originality / Relevance:** This work contributes to the understanding of the Brazilian entrepreneurial movement, by evaluating the characteristics of groups that seek training in entrepreneurial behavior. **Results:** The main results point to the existence of three groups. Cluster 1 is formed by people who do not have company, but which showed a strong predominance of entrepreneurial behaviors, such as taking risks, seeking opportunities and initiative. In cluster 2, these behaviors are not very evident, with a weak demonstration of demand for quality and efficiency. Cluster 3 is formed exclusively by people who already have their own business, but a not very high indication of commitment and search for opportunity. **Contributions / implications:** The article contributes to a better understanding of the entrepreneurial intention of people seeking training in the area and the offer of courses is better targeted.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurial intention; Cluster Analysis.

1. INTRODUÇÃO

A importância dos estudos teóricos e práticos sobre a intenção empreendedora é inquestionável (MARTINS; SANTOS; DOMINGUES, 2019). Na literatura acadêmica, a intenção empreendedora é apresentada como um tema recente, ainda em construção, e que tem crescido exponencialmente nas pesquisas sobre empreendedorismo (SOUZA, SILVEIRA, SANTOS, 2017). De acordo com Schlaegel; Koenig (2014), para se compreender melhor o empreendedorismo é importante entender a intenção empreendedora, uma vez que ela é a primeira fase de descoberta e exploração de oportunidades (KOLVEREID, 2016). Essa ideia é ratificada por Hirsch (2004) ao retratar que a intenção empreendedora é uma fase essencial do processo empreendedor.

Há três décadas, Bird (1988) abordou a intenção empreendedora como um estado de espírito que orienta a concentração do indivíduo em direção a um objetivo específico. A autora ainda destacou que a intenção empreendedora não era definida apenas pela escolha em abrir um negócio, mas também pelas ideias de modificações de uma empresa já estabelecida.

Nota-se grande variedade na abordagem da intenção empreendedora com estudos sobre fatores que influenciam a escolha da pessoa em empreender, tais como os atributos pessoais (idade, sexo, raça e educação), características familiares (estado civil e filhos), renda e local de moradia (rural ou urbana), segundo resultados dos estudos de Pfeifer, Šarlija, e Sušac (2016), realizado na Croácia, e de Paes *et al.* (2019), realizado no Rio Grande do Sul. Outros estudos abordam questões metodológicas de criação de um modelo explicativo (CARVALHO; GONZÁLES, 2006) e de categorização, classificação e proposição de modelo de análise da intenção empreendedora (MARTINS; SANTOS; SILVEIRA, 2019).

Estudiosos analisam a influência do ensino do empreendedorismo em estimular os estudantes universitários a empreender durante ou após o término do curso (PFEIFER; ŠARLIJA; ZEKIĆ SUŠAC, 2016; MIRANDA; CHAMORRO-MERA; RUBIO, 2017; NOWIŃSKI *et al.*, 2019, VASCONCELOS *et al.*, 2020). Outro trabalho analisou o Empretec, programa integrado de capacitação promovido pela Organização das Nações Unidas (ONU) em vários países, sob a ótica do empreendedorismo e seu papel na teoria econômica (SANYANG; HUANG, 2010). Costa (2015) apresentou um estudo sobre a importância do Empretec na formação de empreendedores no estado do Amapá.

Assim, é possível perceber que a intenção empreendedora é objeto de estudos há mais de trinta anos, de forma que a disposição dos indivíduos para empreender tem chamado a atenção dos pesquisadores, conforme dados da base científica *Web of Science*, da qual se

extrai que publicações relacionadas à intenção empreendedora pularam de 35 casos, em 2015, para 1.106 casos, em 2019. Na maior parte dessas publicações, o indivíduo tem sido o objeto do estudo com foco no perfil e características empreendedoras, bem como nos motivos que levam esse indivíduo a empreender.

Segundo Ferreira (2017), apesar do avanço das pesquisas internacionais sobre intenção empreendedora, no Brasil ainda se encontra um *gap* de estudos, empíricos e teóricos sobre o tema. Sendo assim, estudo nessa área faz-se relevante, pois suscita a intenção das pessoas em abrir um negócio ou a efetivar mudanças em uma empresa já existente, o que prenuncia a ação empreendedora.

Assim, baseado nas ponderações supracitadas, este artigo propõe-se a analisar a intenção empreendedora dos egressos do seminário Empretec aplicado pelo Sebrae.

Neste sentido, este estudo pretende contribuir para a compreensão do movimento empreendedor brasileiro, pois, ao avaliar as características dos grupos que buscam treinamentos em comportamento empreendedor, é possível produzir informações que poderão subsidiar a adequação desses treinamentos.

Este artigo é composto pela revisão de literatura sobre a intenção empreendedora e da Teoria do Comportamento Planejado; pela descrição do método de pesquisa quantitativa exploratória junto aos egressos do Seminário Empretec, seminário promovido pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 40 países, dentre eles no Brasil, intermediado pelo SEBRAE; por uma análise dos resultados e, por fim, por uma parte com as conclusões do artigo.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Intenção é definida por Ajzen (1991) como uma evidência do quanto alguém está determinado em aplicar-se a efetivar um comportamento. Krueger *et al.* (2000) integram essa ideia ao apresentar a intenção como algo que precede a um comportamento. Sendo assim, a intenção empreendedora está associada ao desejo e ao comprometimento da pessoa em começar um negócio (MULLER; ZAPKAU; SCHWENS, 2014, VASCONCELOS *et al.*, 2020). É considerada como a primeira fase do processo de descobrimento e análise de oportunidades (KOLVEREID, 2016), de forma que a intenção empreendedora exerce impacto positivo sobre o comportamento inicial do empreendedor, estimulando o desenvolvimento de novos negócios (VASCONCELOS *et al.*, 2020).

A decisão de tornar-se ou não um empreendedor é antecedida pela necessidade de analisar a intenção empreendedora envolvida no processo de formação de uma empresa (LIÑAN; CHEN, 2009). Segundo Gerba (2012), nas pesquisas sobre intenção empreendedora, essa análise é comumente desenvolvida por meio de modelos de intenção que são abordados na literatura, na maior parte dos casos, abrangendo construtos semelhantes ou repetidos (SINGH *et al.*, 2012).

Os modelos de intenção empreendedora aparecem como consequência das considerações e limitações feitas ao modelo de traços de personalidade (ROBINSON *et al.*, 1991; SHANE; VENKATARAMAN, 2000; PFEIFER; ŠARLIJA; SUŠAC, 2016, PAES *et al.*, 2019), visto que a intenção empreendedora avançaria por meio da combinação de fatores sociais e pessoais. Na maioria dos estudos sobre intenção empreendedora, há uma prevalência no uso do modelo desenvolvido por Ajzen (1991), que é a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) (SCHLAEGEL E KOENING, 2014; LIÑAN; FAYOLLE, 2015).

A Teoria do Comportamento Planejado tem por objetivo compreender o comportamento humano, a partir do esforço que o sujeito está propenso a aplicar para executar a ação, assim como do princípio de que alguns elementos motivacionais conseguem influenciar o comportamento (AJZEN, 1991). Neste ponto, a capacidade empreendedora do

brasileiro é considerada um dos principais fatores favoráveis para a abertura e manutenção de novos negócios, segundo especialistas consultados pelo GEM Brasil (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2019, p. 22), especialmente pela força para superar desafios e dificuldades encontradas.

A atitude face ao comportamento está relacionada ao grau com que uma pessoa efetua uma avaliação do comportamento, seja ela positiva ou negativa. Uma atitude positiva está relacionada a uma maior intenção de agir (LÉON; DESCALS; DOMINGUES, 2007). Liñan e Chen (2009) ampliam esse conceito ao descrever atitude como a imagem positiva ou negativa que o indivíduo tem sobre ser empreendedor.

As normas subjetivas, de acordo com Morales, Reboloso e Moya (1994), refletem a influência social que uma pessoa sofre para executar ou não um determinado comportamento, o que revela o efeito dos valores sociais. No caso do empreendedorismo, as normas subjetivas dizem respeito à pressão, oriunda do círculo social no qual o sujeito está inserido, sobre a ideia de tornar-se ou não um empreendedor (LIÑAN; CHEN 2009).

O controle comportamental percebido busca retratar a percepção do indivíduo sobre a sua aptidão em empreender e sobre as dificuldades ou facilidades de tornar-se um empreendedor (LIÑAN; CHEN 2009). Para Ajzen (1991), quanto maior a quantidade de oportunidades e recursos que é percebida pelo indivíduo, menores são os obstáculos e maior o controle comportamental percebido.

Sob essa abordagem, não seria possível existir processo empreendedor sem a intenção empreendedora, visto que os motivadores do comportamento empreendedor seriam alavancados pelo efeito combinado da atitude face ao comportamento, às normas subjetivas e ao controle comportamental percebido.

Embora outras influências como os traços de personalidade, auto eficácia, tolerância para ambiguidade e necessidade de realização possam também produzir efeito sobre esse evento (LIÑÁN; RODRÍGUEZ, 2004; SEGAL; BORGIA; SCHOENFELD, 2005; LIÑÁN *et al.*, 2005; SOUITARIS; ZERBINATI; AL-LAHAM, 2007), o presente estudo aprofunda o entendimento sobre o efeito da intenção empreendedora decorrente da Teoria do Comportamento Planejado, essa já expressa por modelo teórico consagrado, e a necessidade de realização que, segundo Yusof, Sandu e Jain (2007), aparece na literatura como uma relevante característica relacionada à intenção empreendedora.

Estudo realizado por Kruger *et al.* (2019), com base na Teoria do Comportamento Planejado (TCP) e aplicação do questionário elaborado por Liñan e Chen (2009), concluiu que indivíduos com conhecimento empreendedor e experiência prévia apresentaram intenção empreendedora em maiores níveis.

McClelland (1961) defende que a necessidade de realização é um importante agente promotor da intenção empreendedora, uma vez que a necessidade de realização move os indivíduos a se empenharem em realizar o melhor trabalho possível. Pessoas que buscam por mudanças e estabelecem metas possíveis de serem alcançadas, possuem uma alta necessidade de realização.

Ainda, segundo McClelland (1972), o sucesso de um empreendedor não está apenas relacionado à sua capacidade de gestão, mas também à disposição particular em alcançar seus objetivos, o que é caracterizado por três tipos de motivação: realização, poder e afiliação. Apesar de o autor ter discutido essas três características, seus estudos foram centrados na necessidade de realização, que é o desejo de melhorar a maneira de fazer uma atividade. Com o objetivo de estabelecer as competências comportamentais presentes nos empreendedores de sucesso, McClelland ampliou seus estudos e identificou que havia competências comuns a todos os empresários bem-sucedidos, denominando-as de características do comportamento empreendedor (CCEs).

O questionário desenvolvido por McClelland (1965; 1987) apresenta cinco características: (a) Busca de oportunidade e iniciativa, onde um empreendedor é alguém que busca oportunidades mediante circunstâncias em que outras pessoas veem problemas e toma a iniciativa de transformar essas oportunidades em situações de negócios rentáveis; (b) Persistência, onde os empreendedores têm a determinação de perseverar em face dos obstáculos, quando a maioria das pessoas tende a abandonar uma atividade; (c) Comprometimento, onde os empresários mantêm suas promessas, não importa quão grande seja o sacrifício pessoal; (d) Exigência de qualidade e eficiência, onde os empreendedores são obcecados pela necessidade de melhorar a qualidade. Essa paixão se reflete na integridade dos empreendedores e no orgulho do trabalho deles; (e) Correr riscos calculados, um dos principais conceitos do empreendedorismo, o elemento que os torna empreendedores, porque estes estão dispostos a assumir riscos.

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

A pesquisa adota uma abordagem quantitativa de caráter exploratório, tendo os dados sido obtidos por meio de formulários eletrônicos, com a utilização da plataforma *SurveyMonkey*. Foi utilizado o procedimento estatístico multivariado denominado *K-Means Cluster Analysis* para determinar e validar agrupamentos de indivíduos egressos do Seminário Empretec de um dos estados amazônicos.

Após a compilação dos dados, foi elaborada a segmentação dos 160 indivíduos em *clusters*, por meio da técnica de análise hierárquica de *clusters*, utilizando o método *Ward* e a distância euclidiana quadrada como medida de similaridade. Os resultados foram obtidos por meio da análise das características dos indivíduos, tendo por base a intenção empreendedora, cujo resultado apontou para a formação de três clusters.

Para realização deste estudo, foram empregados, de forma parcial, o questionário desenvolvido por David McClelland (1965; 1987), que é utilizado nos projetos da *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD), bem como a escala desenvolvida por Liñán e Chen (2009), que tem por base a Teoria do Comportamento Planejado (TCP).

O instrumento de pesquisa foi dividido em três partes, de forma que a primeira contou com questões sobre características pessoais dos respondentes, a segunda foi elaborada com a pretensão de identificar as características empreendedoras que estão relacionadas à necessidade de realização e a última parte foi realizada de forma a medir a intenção empreendedora.

A pesquisa foi aplicada junto aos egressos do Seminário Empretec, realizado em Rio Branco, no estado do Acre, no período de 2000 a 2017. O Empretec é um programa de formação de empreendedores promovido em 40 países, dentre eles o Brasil, criado pela Organização das Nações Unidas (ONU), que busca desenvolver, em seus participantes, o comportamento de um empreendedor de sucesso (SEBRAE, 2020). Os interessados nesse seminário passaram por um processo prévio de seleção, onde foi traçado um perfil empreendedor que permite que apenas os candidatos com o mínimo de características empreendedoras participassem efetivamente do seminário, o que faz dos respondentes desta pesquisa, sujeitos com algumas das características do comportamento empreendedor apresentado por McClelland (1965; 1987).

Foi realizado um corte transversal único conduzido por meio de um *survey*, que buscou, entre outros objetivos, identificar opiniões de grupos específicos e a distribuição do fenômeno na população (PINSONNEAULT; KRAEMER, 1993).

Os dados do perfil demográfico foram analisados de forma descritiva e submetidos à análise pela técnica de agrupamento hierárquico, pela qual foram obtidos três grupos. Em seguida, foi aplicada a técnica *K-means cluster* para separar os dados em diferentes grupos de

acordo com as informações obtidas das respostas através do auxílio do software IBM SPSS *Statistics* versão 24.0, assim, classificando os indivíduos em grupos homogêneos. Isto é, observando apenas as similaridades ou dissimilaridades entre eles (MAROCO, 2003). O critério de agrupamento do *K-means* pode ser descrito como sendo:

$$E = \sum_{k=1}^K \sum_{x_i \in C_k} d(x_i, x_{0k}),$$

onde: X_{0k} é o centroide do *cluster* C_k e $d(X_i, X_{0k})$ é a distância entre os pontos X_i e X_{0k} . O centroide pode ser a média ou a mediana de um grupo de pontos. Em outras palavras, o objetivo do *K-means* é minimizar a distância entre cada ponto e o seu respectivo centroide (HAIR *et al.*, 2017). Ao aplicar um critério de otimização que faça uma divisão na amostra em ‘k’ grupos homogêneos, pretende-se que, dentro de cada grupo, os elementos sejam os mais semelhantes possíveis entre si, ao passo que as semelhanças entre os elementos de grupos distintos sejam as menores possíveis (Lourenço; Matias, 2000).

Hair *et al.* (2017) explicam que neste método, cada observação começa com seu próprio *cluster*, sendo sucessivamente agrupadas com as demais, criando novos *clusters*, de forma que a aplicação do método hierárquico resultou em soluções de *clusters* de acordo com os segmentos e as observações de combinações, e ao final, o resultado foi o agrupamento em três grupos de indivíduos com base na semelhança para um conjunto de características empreendedoras.

Após os dados serem agrupados, foi realizada uma análise para identificar o significado de cada grupo, de forma que na fase de interpretação dos resultados, os *clusters* são analisados e são atribuídos rótulos para descrever com precisão a natureza dos agrupamentos.

Parte do modelo desenvolvido por McClelland (1965; 1987), em especial o constructo necessidade de realização, é composto por cinco variáveis independentes: busca de oportunidade, persistência, comprometimento, exigência de qualidade e correr riscos, cuja escala tipo Likert varia de 1 a 5 pontos. Enquanto a Teoria do Comportamento Planejado desenvolvida por Liñán e Chen (2009) é composta por três variáveis: atitude pessoal, comportamento planejado e normas sociais que influenciam a intenção empreendedora, com a escala tipo Likert de 1 a 7 pontos, conforme apresenta o Quadro 1:

Quadro 1– Referencial teórico e variáveis correspondentes.

Referencial teórico	Sigla	Variáveis	Escala
Necessidade de realização de David McClelland (1965;1987)	BO	Busca de oportunidade	1 a 5
	PER	Persistência	1 a 5
	COMP	Comprometimento	1 a 5
	EQT	Exigência de qualidade e eficiência	1 a 5
	CRC	Correr riscos	1 a 5
Teoria do comportamento planejado de Liñán e Chen (2009)	AFC	Atitude face ao comportamento	1 a 7
	CONT	Controle comportamento percebido	1 a 7
	NS	Norma subjetiva	1 a 7
	IE	Intenção empreendedora	1 a 7

Fonte: Adaptado de David McClelland (1965;1987) e Liñán e Chen (2009)

Assim, os dados referentes aos 160 indivíduos egressos do Seminário Empretec foram compilados para identificar o perfil empreendedor e foi utilizada a técnica de análise de *cluster* para agrupar os empreendedores e potenciais empreendedores em função das variáveis, em especial da intenção empreendedora, conforme suas características pessoais. Em seguida, as variáveis foram padronizadas com a utilização do *software* SPSS, de forma a

tornar possível a aplicação da técnica de agrupamento de acordo com as similaridades e semelhanças de suas características.

4. ANÁLISE DOS DADOS

Segundo Hair *et al.* (2017), a técnica multivariada de análise de *cluster* agrupa os indivíduos em função da proximidade entre eles, envolvendo pelo menos três etapas, sendo que a primeira é a medição de similaridade entre os indivíduos, a segunda etapa é o processo de agrupamento, no qual as pessoas são divididas em grupos (*clusters*). O passo final é a verificação do perfil das pessoas de cada grupo.

Assim, após efetuar a análise de *cluster* pelo método *k-means* foram identificados três grupos, conforme os resultados do agrupamento, sendo que o primeiro grupo foi composto por 63 pessoas, o segundo por 31 indivíduos e o terceiro com 66, conforme Tabela 1:

Tabela 1 – Quantidade de indivíduos por *cluster*.

<i>Cluster</i>	1	63
	2	31
	3	66
Valid	160	
Missing	0	

Fonte: Dados da Pesquisa

Cabe ressaltar que é importante analisar a distância entre os grupos. Os resultados do agrupamento em *clusters* são apresentados na Tabela 2 que é a matriz de distância entre os *clusters* encontrados:

Tabela 2– Matriz de Distância entre os *clusters*.

<i>Cluster</i>	1	2	3
1		4,286	2,361
2	4,286		2,874
3	2,361	2,874	

Fonte: Dados da Pesquisa

Os *clusters* 1 e 2 são os que apresentam a maior distância entre si, com resultado de 4,286, ou seja, são os grupos de indivíduos que apresentam menor similaridade em relação ao outro grupo, seguidos dos grupos 2 e 3 com resultado de 2,874, depois pelos grupos 1 e 3 com valor de 2,361, que por sua vez são os que apresentam maior similaridade, o que significa que são aqueles que possuem características empreendedoras mais similares.

Em seguida, procedeu-se à Análise de Variância (ANOVA), levando-se em consideração as variáveis (persistência, comprometimento, busca de oportunidade, exigência de qualidade e eficiência, correr riscos, atitude pessoal, comportamento percebido, normas sociais), para a definição dos grupos. A análise de variância para cada variável (*mean square*) estão em ordem crescente, conforme Tabela 3.

Tabela 3– Análise da Variância (ANOVA).
ANOVA

	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	Df	Mean Square	Df		
Zscore(PER)	15,615	2	,814	157	19,187	,000
Zscore(COMP)	10,734	2	,876	157	12,253	,000
Zscore(BO)	23,352	2	,715	157	32,648	,000
Zscore(EQt)	27,346	2	,664	157	41,161	,000
Zscore(CRC)	35,136	2	,565	157	62,172	,000
Zscore(AFC)	38,171	2	,526	157	72,500	,000
Zscore(NS)	43,394	2	,460	157	94,345	,000
Zscore(CONT)	43,604	2	,457	157	95,355	,000

The F tests should be used only for descriptive purposes because the *clusters* have been chosen to maximize the differences among cases in different *clusters*. The observed significance levels are not corrected for this and thus cannot be interpreted as tests of the hypothesis that the cluster means are equal.

Fonte: Dados da Pesquisa

Verifica-se que os valores referentes ao nível de significância estão abaixo de 5% para todas as variáveis, de forma que é possível afirmar que as medidas são significativas e os *clusters* estão bem determinados. A variável que mais discrimina os grupos é comportamento percebido (CONT).

A fase de interpretação envolve examinar cada *cluster* individualmente para atribuir um rótulo descrevendo com precisão a natureza de cada um deles (Hair *et al.*, 2017). Como resultado, na caracterização dos *clusters*, pode-se verificar que os 160 indivíduos possuem as seguintes características:

- a) o *cluster* 1 é formado por 63 pessoas, desse total, 35 são mulheres e 28 são homens. 4 pessoas estão na faixa etária de 21 a 29 anos, 25 possuem idade entre 30 e 39 anos, 19 estão na faixa etária de 40 a 49 anos, 12 possuem entre 50 e 59 anos e 3 estão acima de 60 anos de idade. Este *cluster* representa cerca de 39% da amostra. Neste grupo, existem 31 indivíduos que possuem negócio, 16 que nunca tiveram, 14 que já possuíram um negócio e 2 que estão em processo de abertura de um empreendimento;
- b) o *cluster* 2 contém 31 pessoas, sendo 16 do sexo feminino e 15 masculino. 7 pessoas estão na faixa etária de 21 a 29 anos, outros 5 na faixa etária de 30 a 39 anos, 13 estão com idade entre 40 e 49 anos, 5 com idades entre 50 e 59 e 1 está com mais de 60 anos de idade. Este grupo representa cerca de 20% da amostra. Neste *cluster* há 13 pessoas que possuem um negócio, 7 que nunca empreenderam, 6 que já tiveram um negócio anteriormente e 5 em processo de abertura;
- c) o *cluster* 3 é composto por 66 pessoas. Com relação ao sexo, são 28 mulheres e 38 homens, sendo que 1 está na faixa etária de 18 a 20 anos, 9 na de 21 a 29, 24 entre 30 e 39 anos, 28 estão entre 40 e 49 anos, 3 estão com idades entre 50 e 59 anos e 1 está com idade acima de 60 anos. Este *cluster* representa cerca de 41% da amostra, sendo que 30 pessoas possuem negócios, 23 que nunca tiveram, 11 que já possuíram um negócio em data anterior e 2 que estão em processo de abertura de um empreendimento.

A Tabela 4 apresenta as características dos integrantes de cada *cluster* em relação ao gênero e faixa etária dos integrantes:

Tabela 4 – Características dos integrantes distribuídos por *cluster*.

Cluster	Indivíduos	Quantidade Amostra	Homens	Mulheres	Faixa de idade					
					18 a 20	21 a 29	30 a 39	40 a 49	50 a 59	60 ou mais
1	63	39%	28	35	0	4	25	19	12	3
2	31	20%	15	16	0	7	5	13	5	1
3	66	41%	38	28	1	9	24	28	3	1
Totais	160	100%	81	79	1	20	54	60	20	5

Fonte: Dados da pesquisa

A proporção de gênero reflete em parte os dados do GEM (2019) que apresenta percentual predominantemente masculino entre os estabelecidos. Em relação à faixa etária, o resultado da pesquisa comunga com o estudo do GEM (2019) com o predomínio de pessoas empreendedoras entre 18 a 44 anos apresentam uma maior intensidade de envolvimento com atividades empreendedoras.

Analisando a escolaridade dos indivíduos por *clusters*, verifica-se que o grupo 1 apresenta nível escolar com predominância de indivíduos com especialização, enquanto os *clusters* 2 e 3 possuem pessoas com níveis escolares semelhantes, com maior quantidade de pessoas com 3º grau incompleto até o nível de doutorado, conforme mostra a Tabela 5:

Tabela 5– Escolaridade dos integrantes distribuídos por *cluster*.

Escolaridade	Clusters		
	1	2	3
1º grau incompleto	0	0	0
1º grau completo	1	0	0
2º grau incompleto	2	1	2
2º grau completo	7	1	6
3º grau incompleto	7	6	13
3º grau completo	24	9	22
Especialização	18	12	19
Mestrado	3	1	1
Doutorado	1	1	3
Totais	63	31	66

Fonte: Dados da pesquisa

Quanto à ocupação de cada indivíduo, percebe-se que há prevalência da ocupação “empresário” em todos os *clusters*, em seguida, de funcionários de empresas privadas e, em terceiro lugar, de funcionários públicos, conforme mostra a Tabela 6.

Tabela 6– Ocupação dos integrantes distribuídos por *cluster*.

Ocupação	Clusters		
	1	2	3
Empresário	22	15	24
Funcionário Empresa Privada	15	6	14
Funcionário Público	10	4	13
Autônomo	4	1	4
Outros	7	2	1
Profissional Liberal	3	0	3
Estudante	1	2	4
Dona de casa	1	1	2
Desempregado	0	0	1
Totais	63	31	66

Fonte: Dados da pesquisa

Com base nas características dos pesquisados, verificou-se a tendência das características empreendedoras da população da amostra, assim, foi possível verificar nos *clusters*:

- o *cluster* 1 apresentou os melhores resultados em todas as variáveis: persistência (PER), controle do comportamento percebido (CONT), busca de oportunidade e iniciativa (BO), comprometimento (COMP), exigência de qualidade e eficiência (EQT), correr riscos calculados (CRC), atitude face ao comportamento (AFC) e normas subjetivas (NS);
- o grupo 3 foi o *cluster* que obteve as segundas melhores pontuações nas variáveis analisadas, com exceção da persistência (PER), cujo valor foi o menor de todos os grupos.

Os resultados foram compilados após análise da Tabela 7 que apresenta os centroides de cada *cluster*:

Tabela 7– Centroides dos grupos:

	Cluster		
	1	2	3
Zscore(PER)	0,54563	-0,27425	-0,39202
Zscore(COMP)	0,43693	-0,47288	-0,19496
Zscore(BO)	0,63025	-0,75445	-0,24724
Zscore(EQT)	0,71828	-0,6204	-0,39423
Zscore(CRC)	0,82189	-0,57474	-0,51457
Zscore(AFC)	0,42746	-1,39961	0,24936
Zscore(NS)	0,41803	-1,49882	0,30496
Zscore(CONT)	0,67549	-1,37327	0,00024

Fonte: Dados da Pesquisa

Diante dos resultados compilados com a aplicação da técnica de agrupamento *K-Means Cluster Analysis*, pode-se concluir que os dados apresentados nos *clusters* tenham uma melhor visualização dos indivíduos nos subgrupos.

Quadro 2 – Resumo das características do empreendedor

<i>Clusters</i>	1	2	3
Características dos integrantes	Em sua maioria (55%) são mulheres; 44% são homens. Predominantemente possuem entre 30 e 39 anos (69,8%). São pessoas que possuem negócios (49,2%) ou que nunca possuíram negócio (25,4%).	Em sua maioria (51,6%) são mulheres; 48,4% são homens. Predominantemente estão com idade entre 40 e 49 anos (80,6%). São pessoas que possuem negócios (20,6%) ou que nunca possuíram negócio (11,1%)	Em sua maioria são homens (57,6%); 42,4% são mulheres. Predominantemente estão entre 30 e 39 anos (78,8%) São pessoas que possuem negócios (47,6%), nunca tiveram (36,5%) ou que já possuíram um negócio em data anterior à pesquisa (17,5%).
Escolaridade	Em sua maioria possuem 3º grau completo (38,1%).	Em sua maioria tem Especialização (38,7%).	Em sua maioria tem 3º grau completo (33,3%).
Ocupação	Predominantemente são Empresários (34,9%) ou Funcionário Empresa Privada (23,8%)	Predominantemente são Empresários (48,4%) ou Funcionário Empresa Privada (19,4%)	Predominantemente são Empresários (36,4%), Funcionário Empresa Privada (21,2%) ou Funcionário Público (19,7%)
Características Empreendedoras	Maiores características empreendedoras para: correr riscos calculados (CRC); exigência de qualidade e eficiência (EQT); busca de oportunidade e iniciativa (BO); persistência (PER).	Menores características empreendedoras para: comprometimento (COMP); correr riscos calculados (CRC); exigência de qualidade e eficiência (EQT); busca de oportunidade e iniciativa (BO).	Características empreendedoras mais neutras para: comprometimento (COMP); busca de oportunidade e iniciativa (BO) e menores para persistência (PER).
TCP	Controle do comportamento percebido (CONT).	Normas subjetivas (NS); atitude face ao comportamento (AFC); controle do comportamento percebido (CONT).	Normas subjetivas (NS); atitude face ao comportamento (AFC); controle do comportamento percebido (CONT).

Fonte: Dados da Pesquisa

O *cluster* 1 possui os maiores valores em todas as variáveis analisadas, tem 55,5% de seus componentes do sexo feminino, o que também acontece no *cluster* 2, que apresenta uma predominância de 51,6% de mulheres. Já no *cluster* 3, a maioria de seus membros é de homens, com 57,5%. Isso é coerente com o resultado do GEM (2019), que destaca a proporção similar de homens e mulheres empreendedores em estágio inicial, ao contrário dos empreendedores estabelecidos que apresentam uma predominância masculina em 2019.

Os três *clusters* apresentam a maioria de pessoas com graduação e pós-graduação, o que condiz com os dados trazidos pelo GEM (2019), onde as pessoas mais envolvidas com atividades empreendedoras iniciais (27,6%) possuem o ensino superior completo.

Uma diferença entre os *clusters* que chamou a atenção é que no *cluster* 1 e 3, a predominância da faixa etária é de 30 a 39 anos, sendo que no *cluster* 2 a maior parte dos componentes encontra-se na faixa etária de 40 a 49 anos. Segundo SEBRAE (2019), os empreendedores mais jovens são os que mais buscam algum curso de empreendedorismo antes de abrir um negócio, além de também serem os que mais procuram cursos após a abertura da empresa. No *cluster* 1, 49,2% dos participantes já possuem o próprio negócio, o que corrobora com esse perfil de indivíduos jovens que buscam por formação.

No *cluster* 1, a maior parte dos indivíduos está no grupo de pessoas que não possuem empresa, enquanto no *cluster* 2 a proporção é a mesma entre os grupos do que possuem

empresas e os que não possuem. O *cluster 3* é composto por pessoas que já possuem empresas, sugerindo que eles estão à procura de desenvolver comportamentos que favoreçam a melhoria e conservação de suas empresas.

O *cluster 1* é composto por indivíduos que possuem a predominância das características empreendedoras de correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, busca de oportunidades e iniciativa e persistência. Em relação ao comportamento planejado, o maior destaque é para o controle do comportamento percebido.

Já no *cluster 2*, os indivíduos apresentam algumas características empreendedoras que precisam de maior incentivo: comprometimento, busca de oportunidade e iniciativa, correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência. Sendo também necessário um aporte nas normas subjetivas e no controle do comportamento percebido.

No *cluster 3*, os indivíduos possuem características empreendedoras mais neutras para comprometimento e busca de oportunidade e iniciativa, apresentando a pior nota dos três grupos para a persistência.

Foram consideradas para as análises as dez características dos empreendedores de sucesso abordadas pelo Empretec: a busca de oportunidades e iniciativa; correr riscos; exigência de qualidade e eficiência; persistência; comprometimento; busca de informações; estabelecimento de metas; planejamento e monitoramento sistemático; persuasão e rede de contato; e independência e autoconfiança (SEBRAE, 2020). O agrupamento das pessoas segundo as similaridades das características empreendedoras percebidas permite abordar com mais ênfase as características menos presentes.

Tratando-se de um curso voltado ao empreendedorismo, o agrupamento dos indivíduos pode ser útil para a formulação de um curso mais específico e voltado aos pontos fortes e fracos de cada um, visando o aumento da intenção empreendedora, que segundo Muller, Zapkau e Schwens (2014), está associada ao desejo e ao comprometimento de um indivíduo em empreender, sendo considerada por Kolvereid (2016) como a primeira fase do processo de descobrimento e análise de oportunidades.

Assim, como o *cluster 1* apresentou as melhores pontuações em todas as características, o seminário Empretec pode ser ministrado com foco nas dez características de forma igualitária. O *cluster 2* possui como pontos fracos as características de comprometimento; correr riscos calculados; exigência de qualidade e eficiência e busca de oportunidade e iniciativa, de forma que o Empretec pode abordar com mais profundidade essas características, a fim de preparar o indivíduo para empreender. Ao ponto que o *cluster 3*, cujo ponto fraco apontado foi a persistência, pode ter um reforço de conteúdo na abordagem da dessa característica, que é a habilidade de manter o foco e o objetivo para alcançar a meta determinada.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Organização das Nações Unidas (ONU), atenta às necessidades de formação de empreendedores de sucesso, lançou o Empretec, seminário de capacitação composto por 60 horas, promovido há 27 anos em 40 países, dentre eles o Brasil, no qual o SEBRAE detém a exclusividade na disponibilidade aos interessados em adquirir habilidades e competências para empreender. Um dos resultados mais interessantes obtidos é a abertura de novos negócios por cerca de 80% dos indivíduos que frequentaram o Empretec (SEBRAE, 2020).

Ocorre, porém que a participação feminina no empreendedorismo ainda necessita de uma maior atenção por parte das instituições formadoras e de apoio ao empreendedorismo, pois, segundo o Índice de Mulheres Empreendedoras Mastercard, o Brasil ocupa o 35º lugar no *ranking* de apoio à mulher empreendedora. Além disso, o estudo aponta que a maior parte

das mulheres, optou em empreender por uma questão de necessidade, o que é causa da falta de oportunidades de emprego e baixo PIB *per capita* (MASTERCARD, 2018). Sendo assim, os *clusters* 1 e 2, que têm a predominância feminina, poderiam ter seu treinamento mais focado nos comportamentos de Atitude Face ao Comportamento e ao de Busca de Oportunidade.

Visando à oferta de treinamentos mais customizados, com o objetivo de atender melhor cada *cluster*, é importante reformular cursos voltados a estimular os pontos fortes e melhorar os pontos fracos de cada grupo, de acordo com as características apresentadas pelos seus membros.

Nesse sentido, os resultados de pesquisas acadêmicas como esta podem contribuir para o conhecimento do perfil das pessoas que procuram aperfeiçoar suas competências empreendedoras por meio de cursos oferecidos pelo Sebrae, em especial o Seminário Empretec. Essas informações podem ser válidas para que a instituição possa separar as turmas conforme as suas características, o que permitiria que o seminário fosse melhor direcionado.

Mesmo sabendo que o conteúdo e a metodologia do Empretec são padronizados, o que não possibilita que cada unidade ofertante customize o curso, nada impede que os exemplos, comentários, assim como as metodologias ativas utilizadas pelos facilitadores possam ser voltadas com mais afinco para os pontos fracos apresentados em cada *cluster*, bem como o aproveitamento dos pontos fortes como exemplos e referências.

Como sugestão, as turmas poderiam ser divididas em três grupos, conforme os *clusters* obtidos na pesquisa realizada, o que seria realizado no processo de seleção que já faz parte da metodologia do Seminário.

Este estudo apresenta algumas limitações, uma vez que foi aplicado somente aos egressos do Empretec do Acre, dentre eles 95,6% oriundos da capital Rio Branco. Assim, para futuras pesquisas, seria interessante replicar o estudo em indivíduos de outras regiões do Brasil e de outros países, pois as diferenças culturais podem alterar os resultados, bem como analisar os egressos de outros seminários e cursos voltados ao empreendedorismo e à educação empreendedora.

Os resultados podem abrir novas oportunidades para futuras pesquisas e intervenções em uma perspectiva de proporcionar cursos específicos para cada perfil empreendedor, de forma a capacitar adequadamente aqueles que buscam aperfeiçoar seus conhecimentos.

REFERÊNCIAS

- AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes** 50, pp 179–211, 1991.
- BIRD, B. J. Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. **Academy of Management Review**, v. 13, p. 442-453, 1988.
- CARVALHO, Pedro Manuel Rodrigues de; GONZÁLEZ, Luis. Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. **Comportamento organizacional e gestão**, v. 12, n. 1, p. 43-65, 2006.
- COSTA, Robson Antonio Tavares. A importância do treinamento empresarial para a formação de empreendedores: um estudo com base no EMPRETEC-AMAPÁ. **Estação Científica (UNIFAP)**, v. 5, n. 1, p. 69-83, 2015.
- FERREIRA, A. S. M. **Intenção de carreira empreendedora de estudantes universitários: revisão de literatura e estudos empíricos**. Tese (Doutorado). Universidade Federal da Bahia – UFBA, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/24525>. Acesso em: 10 ago. 2020.
- GERBA, D. T. Impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students in Ethiopia. **African Journal of Economic and Management Studies**, v. 3, n.2, pp. 258-277, 2012.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo 2019**. Curitiba: IBQP, 2019. 26 p. Disponível em: <https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%c3%b3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>. Acesso em: 26 dez. 2020.
- HAIR, J. F.; HULT, G. T. M.; RINGLE, C. M.; SARSTEDT, M. **A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)**. 2nd Ed. Thousand Oaks: SAGE, 2017.
- HIRSCH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- KOLVEREID, L. Preference for self-employment prediction of new business start-up intentions and efforts. **The International Journal of Entrepreneurship and Innovation**, 17[2], pp. 100–109, 2016.
- KRUEGER, N.F, M.D. REILLY, M.D, A.L. CARSRUD, A.L Competing models of entrepreneurial intentions. **Journal of Business Venturing**, 15, pp. 411–432, 2000.
- KRUGER, Cristiane, BURGER, Rafaela Escobar, MINELLO, Italo Fernando. O papel moderador da Educação Empreendedora diante da Intenção Empreendedora. **Revista Economia & Gestão**. v.19, n. 52, 2019.
- LEÓN, Juan Antonio Moriano; DESCALS, Francisco Jose Palaci; DOMÍNGUEZ, José Francisco Morales. The psychosocial profile of the university entrepreneur. **Psychology in Spain**, 2007.

LIÑÁN, F., RODRÍGUEZ, J.C. **Entrepreneurial attitudes of Andalusian university students**, 44th ERSAs Conference, Porto (Portugal), p. 25-29, 2004.

LIÑÁN, F., CHEN, Y-W. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, May, 2009, Baylor University.

LIÑÁN, F., RODRÍGUEZ-COHARD, JUAN CARLOS; RUEDA-CANTUCHE, JOSÉ MANUEL. **Factors affecting entrepreneurial intention levels**. 45th Congress of the European Regional Science Association: Land Use and Water Management in a Sustainable Network Society. p. 23-27 August 2005, Amsterdam, The Netherlands.

LIÑÁN, F.; FAYOLLE, A. A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. **International Entrepreneurship and Management Journal**, 11[4], pp. 907-933, 2015.

LOURENÇO, A.; MATIAS, R.P. **Estatística Multivariada**. Instituto Superior de Engenharia do Porto, 2000.

MASTERCARD. **Índice de Mulheres Empreendedoras MASTERCARD**. 2018. Disponível em: <https://newsroom.mastercard.com/latin-america/es/photos/indice-de-mujeres-empreendedoras-de-mastercard/>. Acesso em: 01 abr. 2020.

MORALES, J. F.; REBOLLOSO, E.; MOYA, M. Actitudes. *In*: J. F. Morales (Ed.), **Psicología Social** (p. 495-621). Madrid, España: McGraw- Hill, 1994.

MAROCO, J. **Análise estatística: com a utilização do SPSS**. Lisboa: Silabo, 2003.

MARTINS, Felipe Silva; SANTOS, Eduardo Biagi Almeida; SILVEIRA, Amélia. Intenção empreendedora: Categorização, classificação de construtos e proposição de modelo. **Brazilian Business Review**, v. 16, n. 1, p. 46-62, 2019.

McCLELLAND, D. C. **The achieving society**. Princeton: Van [39] Nostrand, 1961.

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

McCLELLAND, D. C. **Human motivation**. Cambridge: Cambridge University, 1987.

McCLELLAND, D.C. Achievement and entrepreneurship: A longitudinal study, **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 1, p. 389-392, 1965.

McCLELLAND, D. C. The need for power, sympathetic activation and illness. **Motivation and Emotion**, v. 6, n. 1, p. 31-41, 1982.

MIRANDA, Francisco Javier; CHAMORRO-MERA, Antonio; RUBIO, Sergio. Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. **European research on management and business economics**, v. 23, n. 2, p. 113-122, 2017.

MULLER, J.; ZAPKAU, F.; SCHWENS, C. Impact of prior entrepreneurial exposure on entrepreneurial intention – cross cultural evidence. **Journal of Enterprising Culture**, September 2014, 22[3], pp. 251-282.

NOWIŃSKI, Witold et al. The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. **Studies in Higher Education**, v. 44, n. 2, p. 361-379, 2019.

PAES, N. N.; NETO, R. P. de C.; MORAES, I. S.; MENEZES, G. R. DETERMINANTES DO EMPREENDEDORISMO NO RIO GRANDE DO SUL. **SINERGIA - Revista do Instituto de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis, [S. l.]**, v. 23, n. 2, p. 59–68, 2019.

PFEIFER, Sanja; ŠARLIJA, Nataša; ZEKIĆ SUŠAC, Marijana. Shaping the entrepreneurial mindset: Entrepreneurial intentions of business students in Croatia. **Journal of Small Business Management**, v. 54, n. 1, p. 102-117, 2016.

PINSONNEAULT, A.; KRAEMER, K. Survey Research Methodology in Management Information Systems: An Assessment. **Journal of Management Information Systems**, 10[2], pp. 75-105, 1993.

ROBINSON, P.B., STIMPSON, D.V., HUEFNER, J.C., HUNT, H.K. An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory & Practice**, Summer, 15[4], pp. 13–30, 1991.

SCHLAEGEL, C., KOENIG, M. Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models. **Entrepreneurship Theory and Practice**. 38[2], pp. 291-332, 2014.

SEBRAE. **Empreender é desejo da maioria dos jovens**. Agência SEBRAE de Notícias, 17 jan. 2019. Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/perfil-do-jovem-empresendedor-brasileiro,2ded471583858610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 05 jun. 2020.

SEBRAE. **Empretec**. 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empretec>. Acesso em: 19 nov. 2020.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 25, n.1, p. 217-226, 2000.

SINGH, I.; PRASAD, T.; RAUT, R. D. **Entrepreneurial intent** – A review of literature. Paper presented at the Ninth AIMS International Conference on Management, 2012.

SOUTARIS, V., ZERBINATI, S., AL-LAHAM, A. Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. **Journal of Business Venturing**, v. 22. n.1p. 566–591, 2007.

SOUZA, R. S.; SILVEIRA, A.; SANTOS, E. B. A. Intenção Empreendedora: Estudo Bibliométrico, Classificação Hierárquica e Determinação de Similitudes. **Anais do VI SINGEP**. São Paulo, 2017. Disponível em:

http://singep.submissao.com.br/6singep/resultado/an_resumo.asp?cod_trabalho=239. Acesso em: 20 set. 2020.

SANYANG, Saikou E.; HUANG, Wen-Chi. Entrepreneurship and economic development: The Empretec showcase. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 6, n. 3, p. 317-329, 2010.

VASCONCELOS, Vanessa Nunes de Souza Alencar et al. Intenção Empreendedora, Comportamento Empreendedor Inicial e Teoria So-ciocognitiva do Desenvolvimento de Carreira. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 9, n. 1, p. 159-188, 2020.

WILSON, W. J. **The truly disadvantaged: The inner city, the underclass, and public policy**. University of Chicago, Chicago, 2012.

YUSOF, M.; SANDU M. S.; JAIN K. K. Relationship between psychological characteristics and entrepreneurial inclination: a case study of students at University Tun Abdul Razak (UNITAR). **Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability**, v. 3. n.2, p.1-19, 2007.