



**LISBOA
SCHOOL OF
ECONOMICS &
MANAGEMENT**

MESTRADO
GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

TRABALHO FINAL DE MESTRADO
DISSERTAÇÃO

**A CARACTERIZAÇÃO PSICOLÓGICA DOS
EMPREENDEDORES E AS SUAS CARACTERÍSTICAS DE
SUCESSO**

DIOGO BRANCO CARDOSO

OUTUBRO - 2015



**LISBOA
SCHOOL OF
ECONOMICS &
MANAGEMENT**

MESTRADO
GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

TRABALHO FINAL DE MESTRADO
DISSERTAÇÃO

**A CARACTERIZAÇÃO PSICOLÓGICA DOS
EMPREENDEDORES E AS SUAS CARACTERÍSTICAS DE
SUCESSO**

DIOGO BRANCO CARDOSO

ORIENTAÇÃO:

MARIA JOÃO FERREIRA NICOLAU DOS SANTOS

OUTUBRO 2015

Agradecimentos

*Agradecimentos de A a Z teria eu de fazer,
100 pessoas teriam eu de contar,
Cada dia alguém me marcou,
A cada dia alguém me inspirou.*

*12 meses de trabalho se passaram,
3 temas de tese surgiram,
Apenas um ganhou no final,
E é este, não me levem a mal.*

*No entanto, 4 pessoas os nomes tenho de revelar,
A Dina, a Fátima, a Xana e a minha orientadora,
Um agradecimento especial tenho de fazer,
Por toda a paciência, persistência, motivação e ajuda.*

*Uma nova fase da vida me espera,
Um nervosismo, de facto, que ainda não “era”,
Porém, a vida não para,
E a boa vida de estudante tenho de deixar.*

*Para todos aqueles que ainda a estão a viver,
Não desistam,
Aproveitem, ainda, cada momento, cada sentimento,
Façam-na valer a pena, porque a vida...a vida não é como um poema.*

Dedicada a quem fez de mim quem sou hoje.

Resumo

Portugal tem vindo a assistir, nos últimos anos, a um grande aumento no número de empreendedores. No entanto, nem todos conseguem vingar no mercado, pois são necessárias determinadas características para se ter sucesso. Assim, este estudo tem por objetivo caracterizar a personalidade dos empreendedores e seus colaboradores presentes em incubadoras de empresas de Coimbra, Aveiro e Porto (apoiando-se no teste de personalidade *Big Five Inventory* (44-items) e perceber, ainda, quais são, segundo os mesmos, as principais características que levam ao sucesso de um empreendedor. Os resultados, comparativamente a outros estudos, demonstram que os empreendedores inquiridos possuem níveis mais elevados de extroversão, conscienciosidade e abertura a novas experiências, níveis semelhantes em relação à amabilidade e níveis inferiores de neuroticismo. Destacam-se, também, como características importantes para o sucesso dos empreendedores, a motivação, persistência e visão a longo prazo.

Palavras-chave: Empreendedores; Empreendedorismo; *Start-up*; Incubadoras; Sucesso; *Big Five Inventory*;

Abstract

Portugal has been witnessing, in recent years, a large increase in the number of entrepreneurs, though not everyone can succeed in the market, since it takes certain characteristics to be successful. This study aims to characterize the personality of entrepreneurs and their employees in the incubators of Coimbra companies, Aveiro and Porto (leaning on the Personality Test *Big Five Inventory* (44-items), and still understand what are, according to same, the main features that lead to the success of an entrepreneur. The results, compared to other studies, show that respondents entrepreneurs have higher levels of extroversion, conscientiousness and openness to experience similar levels, in relation to agreeableness and lower levels of neuroticism. Also noteworthy motivation, persistence and long-term vision are the most important characteristics chosen for successful entrepreneurs.

Keywords: Entrepreneurs; Entrepreneurship; Start-up; Incubators; Success; Big Five Inventory;

Índice

1. Introdução	1
2. Revisão de literatura.....	5
2.1 Introdução aos conceitos de empreendedorismo e empreendedor	5
2.2 O sucesso para o empreendedor	7
2.3 Incubadoras de empresas	9
2.3.1 Definição de incubadora de empresas	9
2.3.2 O empreendedorismo e as incubadoras de empresas	10
2.4 O perfil de um empreendedor	10
2.4.1 Teoria dos traços	11
2.4.2 Teste de personalidade <i>Big Five Inventory</i>	12
3. Metodologia	17
1.1 Instrumentos.....	18
1.2 Análise dos pressupostos	19
4. Análise e discussão de resultados.....	20
4.1 Amostra.....	20
4.2 Traços de personalidade <i>Big Five Inventory</i>	23
4.3 As características de sucesso e os traços de personalidade	24
4.3.1 Outros indicadores de sucesso.....	26
4.4 Análise das hipóteses	26
5. Conclusões	30
5.1 Limitações e pesquisas futuras	31
Bibliografia.....	32
Anexo 1 – Testes das hipóteses	39
Anexo 3 – Questionário	44

Índice de Figuras e Tabelas

Tabela 1- Tabela resumo das diferenças entre traços e tipos de personalidade; Adaptado de: Quenk (1993: 4);.....	12
Tabela 2: Resumo dos resultados do estudo de Zhao & Siebert (2006)	15
Tabela 3- Caracterização da amostra	23
Tabela 4: Resultados <i>Big Five</i> Inventory	23
Tabela 5 - Tabela resumo da ligação entre os 5 traços do <i>Big Five</i> e as características consideradas essenciais para um empreendedor de sucesso	25
Tabela 6 - Teste Qui-quadrado entre Amabilidade e participação e projetos Sociais	28
Tabela 7 - Relação entre notoriedade espontânea e assistida no que diz respeito às características essenciais para o sucesso dos empreendedores	28
Tabela 8 – Relação entre a perceção do sucesso da start-up e o Indicador Clientes como fator de desempenho.....	29

1. Introdução

De acordo com dados recolhidos no último censo realizado pelo Instituto Português de Estatística (INE; 2015), no período de 10 anos, a taxa de desemprego em Portugal triplicou, passando de 4% em 2001, para 12,7% em 2011. Com efeito, a escassez dos postos de trabalho impõe-se como um dos flagelos nacionais que afeta, especialmente, as gerações mais jovens. Segundo dados do INE, estima-se que, em 2015, 17,8% da população desempregada é constituída por jovens com idades compreendidas entre os 16 e 24 anos.

Em contrapartida, em período homólogo (2001 a 2011), segundo dados disponibilizados pela Pordata (2015), observa-se o aparecimento de mais de 500 mil empresas não financeiras em Portugal: em 2001 tinham sido registadas 566.066 empresas e, em 2011, esse número quase duplicou para 1.112.000. Este fenómeno deve-se à criação de medidas governamentais facilitadoras e impulsionadoras do empreendedorismo e demonstra a persistência de uma população que se adaptou à nova realidade e começou a criar o seu próprio negócio (Acs *et al*, 2005, cit in Ferrão *et al* 2005).

Com efeito, assiste-se a um aumento notório do número de jovens interessados em empreendedorismo e, conseqüentemente, das ofertas de apoio a esta prática. Ao vivermos numa economia em constante evolução, é necessária rapidez no desenvolvimento e aplicação da ideia de negócio, assim como a colocação do produto ou serviço no mercado. O apoio de quem já detém conhecimento e experiência consolidada em gestão e no ramo de atividade é imprescindível. Neste contexto, emergem as incubadoras de empresas: estruturas desenvolvidas com o objetivo de colmatar a falta de conhecimento na construção de um negócio e apoiar os empreendedores na criação e desenvolvimento das suas ideias de negócio.

De acordo com Caetano (2011), em 2009 existiam em Portugal mais de 50 incubadoras de empresas, sendo que os únicos distritos, que nesta data não tinham uma incubadora de empresas, eram os distritos de Vila Real, Évora e Beja. Os objetivos destas estruturas consistem em dar acesso ao conhecimento (*know-how*) sobre a área do empreendedorismo, ajudar ao desenvolvimento de novas ideias de negócio, dar suporte logístico (como espaço, eletricidade, água, internet, etc. a custos mais baixos) e outros

recursos ligados à gestão, (como, por exemplo, marketing e finanças). Segundo Albert & Gaynor 2002 e ECEDG (2002), este é um apoio fundamental, que permite usufruir do poder do *networking* no desenvolvimento do negócio.

Bakkali *et al* (2014) apontam cinco tipos diferentes de incubadoras: incubadoras regionais, universitárias, virtuais, independentes comerciais e incubadoras de empresas internas. As duas primeiras - incubadoras regionais e incubadoras universitárias - não têm como objetivo, geralmente, o lucro, estando, apenas, focadas no desenvolvimento tecnológico e económico. Já as incubadoras virtuais especializam-se em novas tecnologias da comunicação e internet. As últimas duas - incubadoras independentes comerciais e incubadoras de empresas internas - têm por objetivo a obtenção de lucros.

Os principais agentes das incubadoras de empresas são os empreendedores: apesar do enorme leque de estudos sobre os mesmos, ainda não é possível encontrar um consenso entre os autores para a definição do ser empreendedor. Segundo Verheul *et al* (2001), esta conceptualização depende do contexto em que a investigação está a ser feita, pois existem empreendedores nas mais diversas áreas como na educação, medicina, arquitetura, trabalho social, engenharia, etc. Contrariamente, Hisrich & Dean (2005) centrou a sua análise nas áreas de psicologia e economia e definiu que empreendedor é todo aquele que se envolve no processo de criação de algo com valor, novidade, riqueza e risco.

No entanto, a criação desta riqueza e valor não é, de todo, fácil e nem todos conseguem vingar no mercado. Apesar de numa empresa, a medição do sucesso se revelar algo imprescindível, esta avaliação constitui-se como uma atividade dotada de grande complexidade, especialmente quando aplicada a uma *start-up*, onde é, não só difícil de fazer gestão de indicadores, como é difícil obtê-los.

Segundo Chong (2012), a melhor maneira de medir o sucesso ainda não é consensual quando falamos de uma *start-up*. Segundo Arthur *et al* (2005), a perceção de sucesso resulta das experiências profissionais de um indivíduo. É a partir da visão, objetivos e expectativas do mesmo, assim como o seu cumprimento, que o sucesso é percecionado. Com efeito, o estudo empírico irá integrar questões que permitam averiguar a perceção dos empreendedores e colaboradores, do conceito de sucesso. Benzing *et al* (2009) indicam três principais áreas no que diz respeito ao estudo do

sucesso de um empreendedor, como as capacidades de gestão, educação, experiência e formação, traços psicológicos, rede de contactos e, ainda, o “ambiente” em que vive o mesmo.

Apesar de existirem alguns estudos sobre empreendedorismo, não existem muitos que estabeleçam a sua ligação com as incubadoras de empresas, especialmente, em contexto nacional (Caetano, 2011). Além disso, também se verifica uma lacuna na bibliografia relativamente ao estudo dos traços de personalidade em correlação com a perceção de sucesso dos empreendedores, sendo que na opinião dos autores, este será mesmo o primeiro.

Perante este contexto, verificou-se uma oportunidade de investigação cujo principal objetivo consiste em retratar os principais traços de personalidade dos empreendedores de um conjunto de incubadoras de empresas de Coimbra, Aveiro e Porto, segundo o teste *Big Five Inventory*. Pretende-se, também, relacionar esses traços e as características de sucesso mais valiosas dos e para os empreendedores. Como objetivo secundário, pretende-se perceber se existe alguma relação entre os traços de personalidade dos empreendedores e dos seus colaboradores.

Através do estudo empírico, desenvolvido tendo em vista o cumprimento destes objetivos, pretende-se retirar conclusões e pistas que suportem o processo de decisão das incubadoras de empresas, no que concerne ao seu processo de seleção e formação, por exemplo.

Com efeito, considerando os pontos previamente referidos, foram elaboradas as seguintes questões de investigação para este estudo:

Q1: Qual a caracterização dos traços da personalidade dos empreendedores das incubadoras, segundo o teste *Big Five Inventory*?

Q2: Qual a caracterização dos traços da personalidade dos colaboradores, comparativamente à caracterização da personalidade dos empreendedores das incubadoras?

Q3: Quais as características essenciais de um empreendedor de sucesso, segundo um empreendedor?

Q4: Os traços de personalidade dos empreendedores têm alguma relação com as características essenciais para o sucesso nomeadas pelos mesmos?

A presente dissertação encontra-se subdividida em cinco capítulos, sendo que o primeiro faz uma abordagem geral à dissertação, objetivos e questões de investigação.

No segundo capítulo será apresentada a revisão de literatura, ou seja, alguns dos principais estudos que nos ajudaram a desenvolver e melhor entender este trabalho. Aqui estarão abordados temas como os conceitos de empreendedorismo, empreendedor, incubadoras de empresas e, também, uma breve abordagem sobre o perfil de um empreendedor, teorias dos traços de personalidade e, neste âmbito, especificamente, será apresentado o teste *Big Five Inventory*.

O terceiro capítulo é composto pela descrição das metodologias usadas na investigação. No quarto, encontram-se evidenciadas a análise e discussão dos resultados obtidos. O quinto capítulo é composto pelas conclusões do estudo e respetivos anexos.

2. Revisão de literatura

2.1 Introdução aos conceitos de empreendedorismo e empreendedor

A promoção do empreendedorismo, assim como a criação de novos postos de trabalho, tem sido uma preocupação constante da União Europeia ao longo dos anos (European Union Council (2004/2005/2014)). É de notar, no entanto, que já Schumpeter (2008) em 1934 previa a falta de empreendedores qualificados e inovadores que fossem capazes de fomentar a diferença e a variedade na oferta de emprego.

Um dos grandes influenciadores modernos do empreendedorismo foi mesmo Schumpeter, que desenvolveu em 1934 a obra *“The Theory of Economic Development”* citada por Caetano (2011), onde expõe a sua teoria sobre o empreendedorismo, promovendo-o como o motor de extrema importância para o crescimento económico de qualquer nação. Schumpeter emerge como um dos primeiros estudiosos a juntar os conceitos de empreendedorismo, empreendedor e inovação, estabelecendo o empreendedor como um ser inovador, que cria a novidade e tira o mercado do equilíbrio. Ao apresentar o conceito de inovação ligado aos negócios, o autor relata temas que são, provavelmente, a base do empreendedorismo, como sejam: a criação de um novo produto, abertura a novos mercados e a criação de uma nova empresa (Caetano, 2011). Graças à afirmação de Schumpeter, o empreendedorismo tornou-se num motor vital na economia, permitindo desenvolver estudos em prol do reconhecimento das características e traços específicos de personalidade dos empreendedores.

Contudo, a definição do conceito de empreendedorismo não é, de todo, consensual entre os diferentes teorizadores. De acordo com Bull & Willard (1993), não existe uma só definição de empreendedorismo, uma vez que este é um tema multidisciplinar, que engloba áreas tão diversas como a antropologia, economia, educação, finanças, história, marketing, comunicação, ciências políticas e psicologia, entre outras.

Shane & Venkataraman (2000: 218) elaboram uma definição generalista, que compreende o empreendedorismo como o momento em que *“emergem as questões referentes a uma ideia, sendo elas o porquê, quando e como”*. Não tendo sido os únicos, Gartner & Baker (2010) elaboraram, também, uma definição muito generalista, segundo a qual o empreendedorismo é entendido como o processo pelo qual um

indivíduo persegue as oportunidades, sem ter em conta os recursos que controla atualmente.

O Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (Singer et al; 2015), adota a definição de empreendedorismo apresentada por Reynolds & Camp (1999: 3), que apresenta o conceito como a *“criação de qualquer empresa ou parceria, como o auto-emprego, criação ou expansão de um negócio já existente, por um indivíduo, ou um conjunto de indivíduos ou por uma empresa existente”*.

Intrinsecamente associado à conceptualização do empreendedorismo emerge o conceito de empreendedor, o principal agente de todo o processo. Apesar de os autores, aquando da definição de empreendedorismo, abrangerem o empreendedor, este não é, muitas das vezes, explicitamente referenciado.

De acordo com Filion (1999: 19), o empreendedor surge como a

“pessoa criativa,[...] marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos [...] e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-a para detetar oportunidades de negócio. [...] Uma pessoa que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócio [...] e a tomar decisões moderadamente arriscadas [...] que objetivam a inovação”.

Gedeon (2010: 30) fundiu, na sua obra, conceitos de diferentes autores conceituados, (como Glancey & McQuaid, Kirzner; Matley; Mises; Moschandreas ; Ripsas e Schumpeter) e concebeu um conceito multi-dimensional, que inclui ter uma pequena empresa (*Risk Theory*), ser inovador (*Dynamic Theory*), agir como um líder (*Traits school*), ou começar uma nova empresa, inclui detetar novas oportunidades para dirigir o mercado para um equilíbrio (Escola Austríaca), ou causando desequilíbrio através da “destruição criativa” (“escola” de Scumpeter).

Podemos concluir, após a análise da literatura, que o conceito de “empreendedor” consiste, portanto, no indivíduo(s) que cria(m) uma nova empresa ou negócio, com os riscos que o mesmo acarreta.

Smith-Hunter *et al* (2003: 4) resumem os conceitos de empreendedorismo e empreendedor numa metáfora: enquanto o *“empreendedorismo é como falar de um*

estilo de dança, a música, os passos, o ritmo, etc, falar do empreendedor é falar do dançarino per se”.

As diferentes definições de empreendedorismo e ser empreendedor revelam em comum o facto de todas incitarem à ação, à criação de algo novo. Neste seguimento, será abordado, mais à frente, a ligação entre os traços de personalidade de um indivíduo e a sua predisposição de incitar a ação ou, por outras palavras, ser empreendedor.

2.2 O sucesso para o empreendedor

Tal como a definição do que é ser empreendedor não traz consenso entre os estudiosos, também a definição de sucesso obtém o mesmo resultado (pelo menos durante a fase de *start-up*) (Watson *et al* (2003). Segundo Hormiga & Batista-Canino (2009), a perceção de sucesso pode variar, não só conforme a experiência do empreendedor, mas também consoante a própria empresa e a capacidade que a mesma tem em gerir informação, ou simplesmente em tê-la. Aliás, Justo *et al* (2006), no seu estudo sobre as diferenças de perceção de sucesso entre homens e mulheres, mostram que só o facto de uma mulher ser mãe, a perceção de sucesso para a mesma muda, já o mesmo não acontece com o homem que é pai. Os mesmos autores, referem que os critérios de sucesso para um empreendedor podem e devem ser diferentes dos das grandes empresas, visto que numa *start-up*, mesmo havendo um aumento das vendas, não significa que haja lucro.

Timmons (1998) juntou 50 estudos sobre empreendedores e retirou os principais traços de personalidade daqueles com mais sucesso, e são eles: (1) iniciativa e energia, (2) autoconfiança, (3) visão a longo prazo, (4) dinheiro como medida de desempenho, (5) tenacidade, (6) fixação de metas, (7) riscos moderados, (8) atitude positiva diante do fracasso, (9) utilização de feedback sobre o seu comportamento, (10) iniciativa, (11) sabe procurar e utilizar recursos, (12) não aceita padrões impostos, (13) autoconhecimento, (14) tolerância à ambiguidade e incerteza.

Hadzima (2005) aponta sete características para um potencial empreendedor de sucesso:

- 1- Capacidade de correr riscos - o empreendedor vive num mundo de incertezas e precisa de saber tomar decisões sem todos os dados disponíveis;

- 2- Orientado para resultados - este terá a capacidade de levar as tarefas até ao fim, demonstra capacidade de decisão e ação, ultrapassando os obstáculos e não se fiando em recomendações;
- 3- Energia - energia e entusiasmo são uma arma fundamental, ele está completamente focado e com compromisso na empresa, objetivos e no sucesso em geral. Ele vai fazer de tudo e colocar toda a gente a mexer para atingir os objetivos propostos;
- 4- Potencial de crescimento - o empreendedor é um ser em constante crescimento e é a frente na batalha para o sucesso, se o nº1 não consegue crescer, tudo o resto estagna;
- 5- *Team player* - este sabe qual o seu papel para o sucesso da empresa. É responsável pelas suas ações e sabe aplaudir o esforço e trabalho dos outros;
- 6- *Multi-tasking* - o potencial empreendedor sabe escolher as suas responsabilidades e tarefas. Este leva a cabo mais que uma tarefa ao mesmo tempo, incluindo delegar e supervisionar;
- 7- Orientação para melhoria - este tem de estar disposto a desafiar construtivamente os procedimentos existentes e encoraja os outros a fazer o mesmo.

O sucesso do profissional pode ser definido como objetivo e subjetivo (Arthur *et al*; 2005). O sucesso objetivo é observável através de indicadores mensuráveis. Já o sucesso subjetivo é, tão simplesmente, a avaliação do próprio indivíduo sobre o seu percurso profissional, englobando também expectativas, objetivos e necessidades.

Hormiga & Batista-Canino (2009), afirmando também o facto de não haver uma concordância com o que pode ser considerado sucesso numa *start-up*, faz referência a diferentes e possíveis indicadores a serem usados para determinar o crescimento/sucesso da mesma, sendo eles indicadores de origem (1) financeira, (2) baseada nos clientes, (3) baseada no mercado do negócio e, ainda, (4) baseado no capital humano. No seu estudo, os autores revelam que os empreendedores que consideram o indicador -satisfação dos clientes- como o mais relevante para avaliação do desempenho, demonstram uma maior probabilidade de ter sucesso, quando comparados com os restantes. E, aqueles que consideram os indicadores económico-

financeiros como os mais importantes revelam, por norma, menos sucesso, comparando com os empreendedores que valorizam medidas não-financeiras.

2.3 Incubadoras de empresas

2.3.1 Definição de incubadora de empresas

Estabelecer uma definição única e coesa de incubadora impõe-se como um desafio, atendendo à variedade conceptual apresentada na literatura, uma vez que existem vários tipos de incubadoras, com diferentes características e objetivos, sendo, desse modo, difícil elaborar uma única definição.

Dilts & Hackett (2004) realizaram um estudo de revisão sobre incubadoras de empresas, onde foi revista uma vasta literatura enquadrada entre os anos de 1984 e 2002. Os mesmos definem uma incubadora de empresas como sendo: “*um espaço partilhado que procura providenciar aos incubados uma estratégia, um sistema de intervenção de valor acrescentado, com monitorização e assistência ao negócio*” (Dilts & Hackett; 2004: 3). Esta definição liga e controla recursos com o objetivo de facilitar o sucesso de novos negócios, contendo, simultaneamente, os custos do potencial fracasso. Estes autores acrescentam, ainda, que, tal como uma empresa não se define apenas pelo espaço físico, uma incubadora não é composta, apenas, pelo espaço partilhado, ou as infraestruturas, sendo sim uma *network* de indivíduos e organizações, incluindo os gestores e *staff*, entre muitos outros, como voluntários.

Para Carayannis & Zedtwitz (2005), incubadoras são estruturas que oferecem serviços como o acesso a recursos materiais, secretariado, recursos financeiros, apoio de procedimentos básicos a *start-ups* servindo, igualmente, de intermediários com *stakeholders*. Desta maneira, existe uma facilitação no desenvolvimento e crescimento dos negócios das *start-ups*.

Esta multiplicidade de definições deve-se ao facto de também não existir um único tipo de incubadoras. De um modo geral, podemos, então, referir-nos a incubadoras de empresas como instituições, privadas ou públicas, que apoiam a criação de novas empresas, por via de infraestruturas, como um espaço de trabalho com as

condições necessárias ao funcionamento das mesmas, e, ainda, pelo apoio ao *network* e investidores, assim como gestão e apoio ao conhecimento.

2.3.2 O empreendedorismo e as incubadoras de empresas

Após analisar o conceito de incubadora de empresas e empreendedorismo, é necessário fazer uma ligação entre os dois conceitos.

Segundo Caetano (2011), Portugal tem vindo a registar nos últimos anos um forte crescimento no que diz respeito à criação e desenvolvimento de empresas, sendo que este facto é também registado a nível mundial. Segundo o mesmo autor, vários estudos indicam a ligação entre empreendedorismo e a criação de novas empresas, principalmente de base tecnológica, já que outros tipos, como empreendedorismo social, intra-emprendedorismo ou mesmo familiar, não costumam necessitar de tanto apoio, ou, neste caso, incubação, para atingir os objetivos. Podemos mesmo observar no estudo de Gaspar (2008) que 87% dos empreendedores inquiridos não teria criado a sua empresa se não tivessem recorrido a uma incubadora. Para Aernoudt (2004), outra barreira ao desenvolvimento das incubadoras deve-se à falta de apoio financeiro, como por exemplo de *business angels*.

2.4 O perfil de um empreendedor

Ao longo do último século, vários foram os estudiosos que se debruçaram no tema da personalidade, cada um explicando, segundo as suas escolas, a natureza do tema, o papel da genética, das motivações, emoções e outras forças internas/externas de um indivíduo (Abreu, 2012).

Abreu (2012) refere que Freud constitui-se como um dos primeiros investigadores a interessar-se realmente sobre este tema, sendo, ainda hoje, os seus artigos alvo de estudos e interesse académico. Freud define personalidade como a interação entre três sistemas, o Ego (que representa a componente consciente), ID (“identidade”, que corresponde às motivações, ao princípio do prazer) e o Super Ego (Imperativos morais), referindo que grande parte da personalidade de um indivíduo se forma na infância.

Mais tarde, seguidores de Freud continuaram a desenvolver teorias sobre a personalidade e, apesar de concordarem com a importância da biologia, autores como Adler, Jung ou Fromm admitem que são as interações sociais que mais influenciam a personalidade, segundo o mesmo autor.

Nesta linha de pensamento, Abreu (2012) refere que a personalidade humana se desenvolve consoante as oportunidades oferecidas pela sociedade, e é por isso que o desenvolver de um caráter social, com compromisso entre as necessidades internas e necessidades externas, o homem consegue responder às exigências da sociedade.

2.4.1 Teoria dos traços

Dentro das teorias referentes à personalidade, a teoria dos traços de personalidade emerge como a mais amplamente abordada e adotada pelos diferentes teorizadores, sendo a selecionada para o presente estudo.

Segundo Abreu (2012), esta teoria tem como objetivo identificar e mensurar os traços padronizados do comportamento, assim como pensamentos e emoções. O modo de classificar a personalidade é relativamente estável ao longo do tempo, diferenciando-se de indivíduo para indivíduo (como por exemplo pessoas introvertidas e extrovertidas), descrevendo, assim, traços de personalidade como tendências ou conjunto de comportamentos que indiciam a ação.

Para Allport (1937), a teoria dos traços e dos fatores centra-se nas características individuais e nas influências possíveis do meio. Esta é, segundo Abreu (2012), a teoria com maior fundamentação empírica e está relacionada com a personalidade, sendo possível medir as diferenças de personalidade entre os indivíduos através da avaliação dos seus traços de personalidade. Allport (1937) refere que os traços são divididos entre individuais e os comuns (semelhantes entre indivíduos); todavia, sublinha que não existem duas pessoas iguais, ou que pelo menos consigam reagir da mesma maneira a um igual acontecimento. Tal como referido por outros autores anteriormente, Allport também acredita no desenvolvimento da personalidade ao longo da vida.

Atkinson & Hilgard (1980) verifica que uma das fragilidades do estudo dos traços se refere às variáveis situacionais, ou seja, uma pessoa que tenha um determinado traço de personalidade, poderá não apresentá-lo em todas as situações ou, pelo menos,

da mesma maneira. Portanto, saber lidar com pessoas é tão importante como dominar uma determinada técnica/*hard-skill* numa profissão.

Traços de personalidade	Tipos de personalidade
<ul style="list-style-type: none"> - Envolve mensurar quantidades; - O comportamento é causado pelos traços; - Resultado dos extremos são importantes para discriminar; - Muito ou muito pouco costuma ser algo negativo; 	<ul style="list-style-type: none"> - Envolve classificar por categorias; - O comportamento é influenciado pelo tipo de personalidade; - Conjuntos de traços de personalidade; - O ponto mediano que separa as categorias é importante na discriminação. - Muito ou muito pouco é irrelevante;

Tabela 1- Tabela resumo das diferenças entre traços e tipos de personalidade;
Adaptado de: Quenk (1993: 4);

2.4.2 Teste de personalidade *Big Five Inventory*

Em Caprana & Cervone (2000), o conceito de traços de personalidade é definido como a disposição para demonstrar uma certa resposta a uma determinada situação. Rauch & Frese (2007) referem o estudo de Costa & McCrae (1992), onde os autores unem o conceito de traços de personalidade com as ações de um indivíduo; estes definem que diferentes traços psicológicos determinam diferentes pré-disposições para o comportamento.

Para suportar esta hipótese, Rauch & Frese (2007) citam Hattrup & Jackson e Davis-Blake & Pfeffer em que, segundo os mesmos, referem que os traços de personalidade podem afetar o comportamento apenas se a situação em questão permitir a sua expressão. Normalmente, situações de baixo contexto são caracterizadas por uma baixa estrutura, informação reduzida/ambígua, com um alto grau de autonomia, permitindo a expressão autónoma dos indivíduos. Sendo que, por outro lado, temos o alto contexto, de organizações cujos indivíduos estão fortemente sujeitos a regras, meios e diretrizes definidas por terceiros. Isto sugere que os empreendedores atuam normalmente em situações de baixo contexto, uma vez que lidam com situações de

elevada autonomia, baixa estrutura e têm de tomar decisões baseadas na incerteza e ambiguidade de informação. E, por isso mesmo, Rauch & Frese (2007) referem que os traços de personalidade devem estar ligados à criação e sucesso de uma empresa.

Em suma, estes autores, assumem que os traços de personalidade estão diretamente ligados ao comportamento empreendedor, tendo realizado um teste para determinar diferentes tipos de personalidade, denominado por “*Big Five personality traits*”.

Este teste provém de vários estudos independentes, desde a década de 1930 por McDougall (Valério, 2006) até ao estudo de Costa & McCrae (1992), dos quais resultaram diferentes modelos, compostos desde 10 a 240 itens. Para este estudo iremos usar a versão de 44 itens desenvolvida por John *et al* (1991). O modelo tem a capacidade de determinar diferentes traços de personalidade sem fazer sobreposições, sendo consistente em entrevistas, autoavaliações e observações, ainda em diferentes idades e culturas. Este teste resulta da descrição da própria pessoas em relação a ela mesma e ela na relação com os outros (Campos 2010).

Este teste descreve a personalidade do ser humano a partir de um modelo composto por 5 fatores:

Neuroticismo (*neuroticism*): Este fator representa a diferença nos ajustamentos individuais e estabilidade emocional. Ou seja, indivíduos com altos níveis de Neuroticismo tendem a ter emoções mais negativas como ansiedade, depressão, impulsividade, hostilidade ou vulnerabilidade. Pelo contrário, pessoas com baixo nível de Neuroticismo tendem a ter confiança em si mesmas, serem calmas, com temperamento estável e a serem relaxadas.

Extroversão (*extraversion*): Neste caso, estamos perante uma característica que permite perceber se uma pessoa é assertiva, dominante, energética, ativa, comunicativa e entusiasta. Pessoas que pontuam alto em Extroversão tendem a ser bem-dispostas, que gostam de pessoas e grandes grupos, procuram o estímulo e entusiasmo. Pessoas com baixo nível nesta categoria preferem passar mais tempo sozinhas, sendo mais reservadas e independentes.

Abertura a novas experiências (*openness to experience*): Esta dimensão faz referência às pessoas que são curiosas, procuram novas experiências e exploram novas ideias.

Alguém com um alto nível de Abertura a novas experiências, pode ser descrito como criativo, inovador, imaginativo, refletivo, não convencional. Já pelo contrário, um resultado de baixo valor pode ser característico de alguém convencional, com interesses limitados e não analítico. Segundo os autores, esta característica está positivamente ligada com a inteligência, especialmente ligada à criatividade ou como o pensamento divergente.

Amabilidade (*agreeableness*): A amabilidade analisa a orientação interpessoal. Alguém com alto nível de amabilidade é caracterizado pela sua confiança, capacidade de perdoar, cuidar, altruísta e crédulo. Já quando o nível deste ponto é baixo, significa que estamos perante alguém manipulativo, egocêntrico, suspeitos e impiedoso.

Conscienciosidade (*conscientiousness*): Conscienciosidade indica o grau de um indivíduo em termos de organização, persistência, capacidade de trabalho árduo e motivação para alcançar os objetivos. É o ponto que melhor prevê a performance no trabalho, no maior leque de empregos e ocupações, pois analisa o nível motivacional e a autonomia do mesmo indivíduo.

2.4.3 Ligação entre empreendedores e o teste *Big Five Inventory*

Existem, já, alguns estudos que ligam o teste BFI e o ser empreendedor, como por exemplo o estudo de Rauch & Frese (2007), Leutner *et al.* (2014) e o estudo de Zhao & Siebert (2006), que comprovam a existência de uma ligação e características comuns entre empreendedores, tanto para a propensão para abrir a sua empresa, como para o seu sucesso. O estudo de Rauch & Frese (2007) revelou, ainda, que os traços de personalidade que correspondem às tarefas empreendedoras - necessidade de alcançar objetivos, inovação, pro-atividade, tolerância ao *stress*, entre outras - preveem comportamentos empreendedores, com uma relação mais positiva, do que para os traços de personalidade que não correspondem ao ser empreendedor.

Leutner *et al.* (2014) referem que estes resultados mostram que os testes de personalidade podem ser usados, não só para promover o sucesso das empresas, mas também para a seleção de candidatos e, de certa maneira, ajudam a diminuir os riscos de insucesso nas *start-ups*. Neste seguimento, pode-se afirmar que este teste pode constituir, também, uma ótima ferramenta para atribuição de tarefas e de gestão de carreiras.

Zhao & Siebert (2006), numa meta-análise de 23 estudos, analisaram e compararam os traços de personalidade dos empreendedores e de gestores, tendo encontrado diferenças significativas entre os mesmos, apresentadas como resumo na tabela seguinte.

	<i>Abertura a novas experiências</i>	<i>Amabilidade</i>	<i>Conscienciosidade</i>	<i>Extroversão</i>	<i>Neuroticismo</i>
<i>Empreendedores em relação a Gestores</i>	+	-	+	=	-

Tabela 2: Resumo dos resultados do estudo de Zhao & Siebert (2006)

Os empreendedores obtiveram uma maior pontuação na abertura a novas experiências e na Conscienciosidade. Assim, os mesmos são caracterizados como mais inovadores e criativos, com maior probabilidade de abraçar novas ideias do que os demais gestores. O fenómeno de os empreendedores revelarem um resultado superior, no que diz respeito à Conscienciosidade, deve-se ao facto dos mesmos terem uma maior orientação para o sucesso/conquista comparativamente aos gestores. O segundo conjunto de resultados mostra que os empreendedores têm níveis relativamente inferiores em relação aos gestores, no que diz respeito ao neuroticismo e à amabilidade. Assim, os autores podem afirmar que os empreendedores são mais confiantes, resilientes e tolerantes ao *stress* que os gestores não empreendedores. Estes resultados fazem sentido se considerarmos os elevados níveis de *stress*, o trabalho caótico e as necessidades do ambiente que os rodeiam. No que diz respeito aos baixos níveis na amabilidade, os empreendedores têm mais propensão para serem mais rígidos e exigentes, além disso, são mais capacitados para conduzir uma negociação do que os gestores. Isto explica o quão bem-sucedidos os empreendedores conseguem ser, com poucos recursos (sendo esta aliás uma definição de empreendedor, dada por Casson (1982).

Por fim, não existem diferenças significativas, neste estudo, no que diz respeito ao ponto de extroversão, ou seja, os empreendedores não são mais nem menos

extrovertidos que os gestores. No entanto, no estudo de Leutner *et al.* (2014), referido anteriormente, os mesmos assinalam que os empreendedores com maior nível de extroversão, são aqueles que têm tendência a assumir um comportamento mais empreendedor, no que concerne à abertura e ajuda à sociedade. Contudo, no que diz respeito ao empreendedorismo inventivo, o ponto de extroversão é inverso, ou seja, aqueles que têm tendência para serem mais inventivos, são menos extrovertidos que os anteriores. Os mesmos resultados ocorreram para o fator amabilidade, ou seja, empreendedores com maiores níveis de amabilidade tendem a ser menos inventivos, mas mais proactivos no que diz respeito a iniciar um negócio ou ajudar a sociedade.

O objetivo desta dissertação é realizar um estudo semelhante ao de Zhao & Siebert (2006), do teste *Big Five Inventory*, aos empreendedores/criadores e colaboradores das *start-ups* presentes nas incubadoras de empresas de Coimbra, Aveiro e Porto, de modo a perceber até que ponto conseguimos comprovar os resultados obtidos no estudo, em que existe uma ligação entre o teste *Big Five* e o ser empreendedor, adicionando o fator inovação que é a relação com as características de sucesso de um empreendedor. Assim, foram desenvolvidas as seguintes hipóteses de estudo:

(H1): Os empreendedores terão uma maior pontuação, quando comparados com os colaboradores no que diz respeito à abertura a novas experiências;

(H2): Os empreendedores terão uma maior pontuação, quando comparados com os seus colaboradores no que diz respeito à Conscienciosidade;

(H3): Os empreendedores terão uma menor pontuação, quando comparados com os seus colaboradores no que diz respeito ao neuroticismo;

(H4): Os empreendedores terão uma menor pontuação, quando comparados com os seus colaboradores no que diz respeito à amabilidade;

(H5): Os empreendedores terão uma pontuação semelhante, quando comparados com os seus colaboradores no que diz respeito à extroversão;

(H6): Existe uma correlação positiva entre a Extroversão dos empreendedores e a participação em atividades/projetos Sociais;

(H7): Existe uma relação entre as 3 características essenciais para o sucesso dos empreendedores (notoriedade top of mind) e as 5 características essenciais para o sucesso dos empreendedores (notoriedade assistida);

(H8): Os Empreendedores que dão mais valor ao indicador para medição do sucesso da *start-up* "baseado nos clientes" têm um valor mais positivo no sucesso percebido da *start-up*;

(H9): Existe uma relação entre as características essenciais para o sucesso dos empreendedores e os traços de personalidade dos empreendedores.

3. Metodologia

O presente estudo centra-se numa abordagem quantitativa, revelando como instrumento de recolha de dados o inquérito por questionário. Tendo como universo as *start-ups* das incubadoras de empresas das cidades de Coimbra, Aveiro e Porto, de maneira a manter o anonimato dos inquiridos, neste estudo decidiu-se preservar o nome das incubadoras.

Os inquéritos foram recolhidos entre os dias 15 e 30 de Setembro de 2015, presencialmente e por correio eletrónico, sendo esclarecidas todas as dúvidas que surgiram aquando do preenchimento do questionário. Neste estudo solicitou-se a participação tanto empreendedores como de outros colaboradores da mesma *start-up*.

Foi realizado um pré-teste do questionário a 5 empreendedores e 5 colaboradores, tendo em vista aferir a perceção dos mesmos e se as questões estavam corretamente formuladas e de encontro aos objetivos pretendidos.

Uma das principais ferramentas usadas para atingir os objetivos e resposta às questões do estudo consistiu na aplicação do Teste de Personalidade *Big Five Inventory*. Sumariamente, o referido teste/escala consiste num conjunto de 44 perguntas, que permitem averiguar o nível de 5 características de personalidade independentes, nomeadamente, Neuroticismo, Extroversão, Abertura a Novas Experiências, Amabilidade e Conscienciosidade.

Dentro dos vários testes *Big Five* existentes, por razões de conveniência, foi usado uma adaptação do teste BFI (*Big Five Inventory*) por John *et al* (1991), composto

por 44 itens. A razão da escolha deste teste deve-se ao facto de ser mais simples de responder para os inquiridos, uma vez que é mais reduzido, e também pelo facto de ter sido aquele sobre o qual mais informação se conseguiu encontrar para posterior análise.

1.1 Instrumentos

Como referido anteriormente, para recolha dos dados primários recorreu-se ao questionário como instrumento de estudo. O mesmo (anexo 3) está dividido em cinco grupos: (I) Informações Socio-Demográficas, (II) Informações sobre a *Start-up*, (III) Motivações do Empreendedor/Colaborador, (IV) Teste de Personalidade *Big Five Inventory* e um quinto sobre a (V) Perceção de Sucesso.

A primeira parte é composta por 5 questões, relacionadas com informações socio-demográficas dos inquiridos, como o género, idade, nacionalidade, grau e área académica.

A segunda parte corresponde às informações sobre a *Start-up* e é constituída por 8 questões, permitindo diferenciar empreendedores e colaboradores, perceber a área de negócio da empresa, qual o seu crescimento em termos de colaboradores (iniciais e atuais), a sua idade em termos de anos de existência, e, ainda, a perceção de evolução e sucesso da *start-up* para o indivíduo.

No terceiro grupo são questionadas as motivações do empreendedor/colaborador, no sentido de perceber se o mesmo está na empresa por necessidade ou oportunidade, se já fez ou faz parte de outro projeto e qual a sua visão a 5 anos (longo prazo).

Na quarta parte do questionário está presente o teste *Big Five Inventory*, tal como descrito anteriormente. Este questionário inicia cada item com a frase, “Vejo-me como alguém que...”. Este teste é respondido através da aplicação da escala de Likert, que assume o formato de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), validada no estudo de Valério (2012) na língua portuguesa.

A quinta parte do questionário está dividida em duas partes. De maneira a determinar o grau de reconhecimento por parte dos inquiridos sobre as principais

características de sucesso de um empreendedor, decidiu-se elaborar duas questões sobre notoriedade das mesmas. Segundo Aaker (1991), existem dois tipos de notoriedade, assistida e espontânea. A assistida traduz-se na capacidade que uma pessoa tem em reconhecer um conjunto de características que lhe são apresentadas, neste caso, como essenciais. A notoriedade espontânea corresponde às primeiras características que surgem na mente dos mesmos, que por norma são as mais importantes, de maneira consciente ou não.

Assim, o objetivo é verificar se os inquiridos têm consciência das características mais importantes para o sucesso (no caso de as duas respostas serem semelhantes), ou se ao apresentarmos mais opções, estes ainda reconsiderem a importância escolhida anteriormente (caso as respostas sejam diferentes).

Aqui, questionaram-se quais as características essenciais para um empreendedor de sucesso, tal como referido anteriormente, por notoriedade espontânea e, de seguida, por notoriedade assistida, onde foram facultadas 22 opções baseadas na revisão de literatura. Tendo como objetivo facilitar o estudo dos dados, as 22 características foram agrupadas em 5 grupos: (1) Motivação (Iniciativa, Confiança, Persistência, Motivação, Ser positivo, Otimismo, Energia); (2) Visão (Visão a longo prazo, Orientação para melhoria contínua, Orientação para resultados, Ver além do fracasso); (3) Criatividade (Flexibilidade, Criatividade, Gosto por aprender); (4) Correr Riscos (Tolerância à ambiguidade e incerteza, Correr riscos, pragmático); (5) Liderança (Empatia, *Team-player*, Liderança).

Foi, também, questionada qual a importância para os inquiridos dos indicadores de desempenho das *start-ups*, estabelecidos na literatura: financeiros, baseados no mercado, no cliente e nos recursos humanos. Recorreu-se, também, à resposta através da escala de Likert.

1.2 Análise dos pressupostos

Para a seleção dos testes estatísticos a aplicar e de maneira a obter consistência na análise dos dados primários, verificaram-se previamente alguns pressupostos, nomeadamente: se as amostras em causa são independentes e se a população segue uma distribuição normal, antes da leitura do valor de significância ($p < .05$).

No caso da análise da relação entre os indivíduos empreendedores/fundadores e colaboradores da *start-up*, pode-se observar que os dois grupos não estão relacionados entre si, o que nos leva a comprovar o pressuposto da independência.

No que respeita à distribuição normal dos dados, como todos os grupos em análise neste estudo apresentam um valor de n superior a 30 elementos, aplica-se, portanto, o Teorema do Limite Central (TLC) (Laureano, 2011). Este teorema diz-nos que uma amostra de grandes dimensões ($n > 30$) apresenta uma distribuição aproximadamente normal, sendo que o investigador pode, então, usar a amostra confiante que segue uma distribuição normal. (Laureano, 2011)

Com efeito, no presente estudo estatístico serão usados: o teste T de amostras independentes, o teste de correlação Rho de *Spearman*, V de *Crammer* e, ainda, a Tabela de referência cruzada.

Tanto o teste da normalidade, como todos os outros testes usados para a análise das hipóteses estão presentes em anexo (ver tabelas em anexo 1).

4. Análise e discussão de resultados

4.1 Amostra

A amostra deste estudo resulta de um processo de seleção não-probabilística, isto é, o conjunto de indivíduos inquiridos foram selecionados através da técnica de amostragem por conveniência.

Como critérios de seleção, considerou-se os empreendedores (indivíduos que tenham fundado a sua empresa) e os colaboradores dessa mesma empresa, cuja idade da mesma se encontra entre os 6 meses e os 6 anos, sediada numa incubadora de empresas.

As incubadoras foram escolhidas por conveniência, com base na proximidade, para que o inquérito pudesse, também, ser feito presencialmente.

Foram inquiridas um total de 88 (100%) pessoas. Assim, pela dimensão reduzida, a amostra não segue os critérios para ser representativa, com possibilidade de generalização dos resultados em estudo, tratando-se de uma amostra por conveniência.

No quadro seguinte, estão os dados esquematizados da amostra para melhor compreensão.

		Frequência	Percentagem
Total de participantes		88	100
Sexo	Masc.	53	60,2
	Fem.	35	39,8
Idade dos inquiridos	18 a 25 anos	24	27,3
	26 a 33 anos	37	42,0
	34 a 41 anos	19	21,6
	42 a 50 anos	7	8,0
	>50 anos	1	1,1
Nacionalidade	Portuguesa	85	96,6
	Brasileira	2	2,3
	Francesa	1	1,1
Habilitações Académicas	Bacharelato	3	3,4
	Licenciatura	29	33,0
	Mestrado	46	52,3
	Doutoramento	7	8,0
	Curso de Especialização Tecnológica	1	1,1
	Básico	1	1,1
	MBA	1	1,1
Área de Formação	Básico	1	1,1
	Engenharia Informática	14	15,9
	Economia e Gestão	12	13,6
	Física, Química, Biologia	8	9,1
	Ciências da Saúde	13	14,8

	Línguas, Media e Comunicação empresarial	16	18,2
	Artes e Arquitetura	9	10,2
	Engenharia Mecânica e Eletrotécnica	7	8,0
	Matemática	1	1,1
	Ciência dos Computadores	7	8,0
Papel na Start-up	Fundador/Empreendedor	57	64,8
	Colaborador	31	35,2
Distritos	Coimbra	18	20,5
	Aveiro	30	34,1
	Porto	40	45,5
Idade da Start-up	< 1 ano	19	21,6
	1 ano a 3 anos	37	42,0
	3 anos a 5 anos	25	28,4
	>5 anos	7	8,0
Área de negócio	Novas Tecnologias	52	59,1
	Comunicação, Design e Indústria Criativa	13	14,8
	Turismo e Hotelaria	4	4,5
	Indústria	4	4,5
	Saúde	4	4,5
	Construção Civil	5	5,7
	Prestação de Serviços a empresas	3	3,4

	Agricultura	2	2,3
	Social	1	1,1

Tabela 3- Caracterização da amostra

4.2 Traços de personalidade *Big Five Inventory*

Relativamente ao teste *Big Five Inventory*, os resultados para os empreendedores e colaboradores foram os seguintes:

		BFI Extroversão	BFI Amabilidade	BFI Conscienciosidade	BFI Neuroticismo	BFI Abertura a novas experiências
Fundador/Em preendedor	Média	3,6404	3,8012	3,7173	2,6535	4,0053
	N	57	57	57	57	57
	Desvio Padrão	,57383	,54866	,61795	,58726	,58567
Colaborador	Média	3,9113	3,7204	3,6774	2,8105	3,9032
	N	31	31	31	31	31
	Desvio Padrão	,54505	,47216	,59515	,55139	,39029
Total	Média	3,7358	3,7727	3,7033	2,7088	3,9693
	N	88	88	88	88	88
	Desvio Padrão	,57562	,52168	,60688	,57664	,52509

Tabela 4: Resultados Big Five Inventory

Em comparação com estudos semelhantes, os empreendedores inquiridos têm um nível ligeiramente mais elevado em **extroversão** (tendo 3,64 como média neste estudo, comparativamente a uma média de 3,2 noutros, ou seja, são mais energéticos comunicativos, entusiastas e, possivelmente, mais dominantes), **conscienciosidade** (com um resultado de 3,72 neste estudo comparativamente a 3,3 noutros, os mesmos são mais motivados para atingir os objetivos, mais organizados e persistentes) e **abertura a novas experiências** (com um valor de 4,01 neste e 3,7 noutros, estes são curiosos, exploram e procuram novas ideias e, potencialmente, mais criativos). No que diz respeito à **amabilidade**, têm valores de 3,80, ou seja, semelhantes; já em relação ao

neuroticismo, os inquiridos têm níveis de 2,65 neste estudo e 3,2 em outros, ou seja, ligeiramente inferiores aos outros estudos, podendo ser considerados estáveis no que diz respeito ao seu temperamento e são, possivelmente, mais confiantes nas suas capacidades.

É interessante observar, também, que os colaboradores têm valores bastante semelhantes, comparativamente com os empreendedores em todos os traços do *Big Five Inventory*.

4.3 As características de sucesso e os traços de personalidade

De maneira a responder à terceira e quarta questões de partida, referentes às características de sucesso de um empreendedor e a sua ligação com os traços de personalidade, foi elaborada uma tabela cruzada no SPSS entre cada um dos 5 traços de personalidade e entre os conjuntos elaborados a partir das diferentes características de sucesso dos empreendedores, perfazendo um total de 18 conjuntos possíveis (ver anexo 2). Para isso, a tabela cruzada foi dividida em dois quadrantes, correspondentes à **média superior (a tender para 5)** e o mesmo foi feito para a **média inferior (a tender para 1)**. De uma maneira geral, é notória a importância dada à Motivação e Visão para o sucesso dos empreendedores, com uma alta referência em todos os traços em ambos os quadrantes.

Apresentamos no quadro seguinte um resumo das principais características de sucesso para um empreendedor, mais focadas em cada um dos 5 traços de personalidade do *Big Five Inventory* pelos inquiridos.

	1º QUADRANTE (TENDER PARA 1)	2º QUADRANTE (TENDER PARA 5)
EXTROVERSÃO	<u>Motivação, Visão,</u> Criatividade, <u>Liderança</u>	<u>Motivação, Visão,</u> <u>Criatividade,</u> Liderança
AMABILIDADE	<u>Motivação, Visão,</u> Liderança	<u>Motivação,</u> Visão, Criatividade, <u>Liderança</u>

CONSCIENCIOSIDADE	<u>Motivação, Visão,</u> Criatividade, Risco, <u>Liderança</u>	Motivação, Visão, Criatividade, Liderança
NEUROTICISMO	<u>Motivação, Visão,</u> Risco e Liderança	<u>Motivação, Visão,</u> Criatividade, <u>Liderança</u>
ABERTURA A NOVAS EXPERIÊNCIAS	<u>Motivação, Visão,</u> Criatividade, <u>Liderança</u>	<u>Motivação, Visão,</u> Criatividade, <u>Risco,</u> <u>Liderança</u>

Tabela 5 - Tabela resumo da ligação entre os 5 traços do Big Five e as características consideradas essenciais para um empreendedor de sucesso

Passando para uma análise mais descritiva, no que diz respeito ao fator **Extroversão**, em ambos os quadrantes os inquiridos referiram Motivação, Visão, Criatividade e Liderança como características essenciais para o sucesso dos empreendedores, sendo que no primeiro quadrante existe um foco na Liderança, e no segundo na Criatividade. Em relação à **Amabilidade**, o primeiro quadrante foca-se na Motivação e Visão, referindo também a Liderança, e no segundo quadrante os inquiridos foca-se mais na Motivação e Liderança, referindo, também, a Visão e Criatividade. Na **Conscienciosidade**, o primeiro quadrante liga os 5 grupos como essenciais para o sucesso dos empreendedores, com foco na Motivação, Visão e Liderança; já no segundo quadrante não existe qualquer foco em específico, não tendo aqui sido referenciado o grupo Risco, como essencial. Referente ao **Neuroticismo**, o primeiro quadrante foca o Risco e a Liderança, para além da Motivação e Visão como características essenciais; no segundo quadrante é focada a Motivação, Visão e Liderança. Finalmente, a **Abertura a Novas Experiências**, no quadrante a tender para 1 foca-se na Motivação, Visão e Liderança, e o quadrante oposto, foca-se, em grande escala, no Risco e Liderança como característica de sucesso de um empreendedor para além da Motivação e Visão. É interessante aqui referir que, das características possíveis de escolha dos 88 inquiridos, nenhum escolheu a “visão a curto prazo” como essencial para o sucesso, sendo também de referir que as características mais escolhidas individualmente foram a Iniciativa (64,3%), Motivação (48,6%), Visão a longo prazo (41,4%), Persistência (40%) e Liderança (37,5); já as menos referidas foram a Visão a curto prazo (0%), o Trabalho em equipa (7,1%), Tolerância à ambiguidade e incerteza (7,1%), Firmeza (8,6%) e Empatia (10%).

Em relação às características essenciais para o sucesso, escolhidas pelos inquiridos por notoriedade espontânea, as referidas mais vezes foram as seguintes: “Perseverança”, “Confiança” e “Resiliência”. Para a questão sobre as características essenciais de sucesso de um empreendedor, em termos de notoriedade assistida, temos o ponto “Motivação” como mais abordado, tendo mesmo sido escolhido por quase 100% dos inquiridos. Ainda na mesma questão, o segundo grupo mais referido é o da “Criatividade”, com palavras como: “Inovador”, “Criativo”, “Inventivo”.

Competências técnicas como “capacidade de gestão” e ser “bom comunicador” foram também referidas.

4.3.1 Outros indicadores de sucesso

Tal como referem Hormiga & Batista-Canino (2009) e Justo (2006) é bastante complicado para uma *start-up* conseguir obter dados, analisá-los e percebendo, assim, se a sua *start-up* está a ter sucesso ou não, independentemente de ter lucro ou prejuízo. Desta forma, tentou-se perceber quais os indicadores de desempenho mais valorizados pelos empreendedores relativamente à *start-up*.

Antes de mais, é de referir que dos inquiridos, apenas um considera que a sua *start-up* está a decrescer e a ter prejuízo, ao passo que os outros, apesar de terem prejuízo, consideram que estão a crescer, ou mesmo a crescer bastante justificando pelo facto de a sua equipa estar “super motivada” e a “crescer”, ou mesmo pelo “aumento em vendas” e o “alcançar de novos clientes”. Foi feita uma análise individual aos dados e foi possível perceber que os empreendedores das *start-ups* com prejuízo e/ou com um crescimento nulo classificaram, em maioria, o indicador de sucesso baseado no **Mercado**, como o **mais importante**.

Em relação às *start-ups* com crescimento e lucro positivo/nulo, consideram como indicador **mais importante** para medir o sucesso de uma *start-up* os **Clientes**, ao passo que aqueles com **menos importância** para os mesmos, será o indicador **Financeiro**, seguindo-se o **Capital Humano**.

4.4 Análise das hipóteses

“H1: Os empreendedores terão uma maior pontuação, quando comparados com os colaboradores no que diz respeito à abertura a novas experiências”

Como o $P\text{-value}=0 < 0,05$ ($n > 30$ Kolmogorov), a variável não segue uma distribuição normal, assim sendo, aplicamos o teste não-paramétrico de *Mann-Whitney*: uma vez que a média dos empreendedores 40,96 e dos colaboradores 51, calculamos $1-p\text{-value}/2 = 1-0,371/2 = 0,815$, sendo este valor $> 0,05$, pode-se afirmar que *os empreendedores não terão uma maior pontuação quando comparados com os colaboradores no que diz respeito à abertura a novas experiências*” para o nível de significância de 5%. Com efeito, através da análise estatística dos dados recolhidos, rejeita-se a hipótese 1.

“H2: Os empreendedores terão uma maior pontuação, quando comparados com os seus colaboradores no que diz respeito à Conscienciosidade”

Pelas mesmas razões enunciadas na hipótese 1, mais uma vez, realiza-se o teste de *Mann-Whitney*. Como $p\text{-value}/2 = 0.743/2 > 0.05$, a hipótese 2 do estudo também não é confirmada para um nível de significância de 5%.

“H3: Os empreendedores terão uma menor pontuação, quando comparados com os seus colaboradores no que diz respeito ao neuroticismo”

Ao contrário das hipóteses anteriores, realizou-se o teste paramétrico Teste T, cujo $p\text{-value}/2 = 0.225/2 > 0,05$ (com variâncias iguais), comprovando que a hipótese 3 é falsa, ao nível de significância de 5%.

“H4: Os empreendedores terão uma menor pontuação, quando comparados com os seus colaboradores no que diz respeito à amabilidade”

Ao realizar o teste da normalidade, verificou-se que o $p\text{-value} > 0,05$. Com efeito, aplicou-se um teste paramétrico, o Teste T. Como $1-p\text{-value}/2 = 1-0.491/2 > 0.05$ (para variâncias iguais), para o nível de significância de 5%, conclui-se que os empreendedores não revelam menor pontuação, quando comparados com os seus colaboradores.

“H5: Os empreendedores terão uma pontuação semelhante, quando comparados com os seus colaboradores no que diz respeito à extroversão”

Como o $P\text{-value}=0 < 0,05$ ($n > 30$ Kolmogorov), a variável não segue uma distribuição normal, assim sendo, realiza-se o teste não-paramétrico de *Mann-Whitney*. Com o p-

value=0,075, e este valor é $>0,05$, pode, por isso, afirmar-se que a hipótese 5 é verdadeira.

“H6: Existe uma correlação positiva entre a Amabilidade dos empreendedores e a participação em atividades/projetos Sociais”

Para averiguar a correlação entre as variáveis, aplicou-se o teste Qui-Quadrado (teste realizado a duas variáveis nominais). Como p-value=0,895, afirma-se que, entre a variável “Extroversão” do teste BFI e os resultados da questão “Já participou num projeto social?”, assim, não existe uma relação entre o nível de extroversão dos empreendedores e a participação em projetos sociais.

Estatísticas de teste

	Q18
Qui-quadrado	,018 ^a
df	1
Significância Sig.	,895

a. 0 células (0,0%) possuem frequências esperadas menores que 5. O mínimo de frequência de célula esperado é 28,5.

Tabela 6 - Teste Qui-quadrado entre Amabilidade e participação e projetos Sociais

“H7: Existe uma relação positiva entre as 3 características essenciais para o sucesso dos empreendedores (notoriedade top of mind, Questão 21) e as 5 características essenciais para o sucesso dos empreendedores (notoriedade assistida, Questão 22) ”

Medidas Simétricas		Valor	Aprox. Sig.
Nominal por Nominal	Phi	2,16	0
	V de Cramer	0,683	0
N de Casos Válidos		55	

Tabela 7 - Relação entre notoriedade espontânea e assistida no que diz respeito às características essenciais para o sucesso dos empreendedores

Para perceber se existe alguma relação entre as variáveis em questão, foi utilizado o teste de V de Cramer, que apenas permite perceber se existe, ou não, alguma relação entre as variáveis. Com um valor de 0,683, verificamos que existe uma relação média-alta entre as características essenciais para o sucesso dos empreendedores de top-of-mind e de notoriedade assistida.

Fazendo uma análise a cada um dos pontos individualmente, percebemos que apenas 2 dos inquiridos são 100% coerentes entre as características referidas em notoriedade espontânea e notoriedade assistida, 30 dos inquiridos assinalaram 2 de 3 características possíveis para uma correspondência entre as duas questões, e os restantes foram coerentes em apenas umas características, tendo sido esta o grupo da Motivação, onde estão presentes a motivação, energia, confiança, otimismo, iniciativa.

“H8: Os Empreendedores que dão mais valor ao indicador para medição do sucesso da start-up "baseado nos clientes" têm um valor mais positivo no sucesso percebido da start-up.”

			SenteQueAStartUpTemVindoA	ImportânciaDoIndicadorParaAnalisarODesempenhoCLIENTES
rô de Spearman	SenteQueAStartUpTemVindoA	Coefficiente de Correlação	1	0,136
		Sig. (2 extremidades)	.	0,332
	N		57	53
	ImportânciaDoIndicadorParaAnalisarODesempenhoCLIENTES	Coefficiente de Correlação	0,136	1
Sig. (2 extremidades)		0,332	.	
N		53	53	

Tabela 8 – Relação entre a percepção do sucesso da start-up e o Indicador Clientes como fator de desempenho.

Como $p\text{-value}=0.332 / 2 > 0.05$, a hipótese 8 é rejeitada e, por isso, pode-se concluir que não existe uma relação entre a percepção de sucesso da *start-up* e a escolha do indicador de sucesso “baseado no cliente”, por parte do empreendedor.

“H9: Existe uma relação positiva entre as características consideradas essenciais para o sucesso dos empreendedores (notoriedade assistida) e os traços de personalidade dos empreendedores;”

Para esta hipótese foi realizado um teste V de *Crammer* para cada variável do teste personalidade, sendo que os resultados foram os seguintes: Extroversão= 0,600; Amabilidade=0,579; Conscienciosidade=0.573 e Abertura a novas experiências=0.644. Assim, concluímos que a hipótese H9 é verdadeira.

5. Conclusões

O principal objetivo desta dissertação passa por um estudo pioneiro em Portugal, que visa, não só caracterizar os traços de personalidade de um empreendedor de uma incubadora, mas também fazer uma ligação entre estes e quais as características consideradas mais importantes para levar um empreendedor ao sucesso.

Pudemos observar que, comparativamente a outros estudos, os empreendedores inquiridos apresentam níveis mais elevados de extroversão, conscienciosidade e abertura a novas experiências, tendo-se observado valores semelhantes em termos de amabilidade e, ainda, com valores um pouco mais baixos em termos de neuroticismo. Podemos afirmar que os mesmos têm um perfil adequado, segundo a revisão de literatura, para serem empreendedores, principalmente no que diz respeito aos níveis de abertura a novas experiências e neuroticismo, que, segundo os dados, têm propensão para arriscar e, ao mesmo tempo, serem racionais e com um temperamento estável. Comparativamente com os colaboradores, observámos que ambos têm resultados semelhantes em relação aos cinco traços de personalidade, não indo de encontro aos resultados esperados e definidos nas hipóteses. É, mesmo assim, interessante aferir como nestas *start-ups* temos pessoas com características semelhantes.

Em termos de relação entre as características consideradas essenciais para o sucesso de um empreendedor e os 5 traços de personalidade, é notório e comum a todas o grupo da Motivação e Visão; de facto, se formos comparar com os resultados obtidos do traço de Extroversão e Conscienciosidade, verificamos que os empreendedores têm um elevado grau de motivação, *engagement* e persistência para alcançar os objetivos, mesmo comparativamente aos outros estudos. De certa forma, esperado foi o facto de o grupo relativo à capacidade de arriscar ter tido uma grande adesão para os inquiridos, com os níveis mais altos de Abertura a novas experiências. No entanto, não houve nenhuma ligação relevante entre as características de sucesso de um empreendedor e os cinco traços de personalidade.

Comparando os resultados do estudo primário com os factos apurados através da revisão de literatura, pode-se concluir que os fatores/características de sucesso indicadas pelos empreendedores inquiridos são similares às apontadas pelos teorizadores. É de notar que, no que respeita “à capacidade de correr riscos” e “tolerância à ambiguidade e incerteza”, estas foram as características menos destacadas pela amostra.

Assim, podemos concluir que para ser um empreendedor de sucesso, segundo este estudo, é necessário um elevado nível de Motivação (Iniciativa, Confiança, Persistência, Motivação, Ser positivo, Otimismo, Energia) e uma boa capacidade Visão (Visão a longo prazo, Orientação para melhoria contínua, Orientação para resultados, Ver além do fracasso), principalmente a longo prazo, independentemente dos traços de personalidade do indivíduo.

5.1 Limitações e pesquisas futuras

No que diz respeito a esta investigação existem algumas limitações que, de certa maneira, podem enviesar o estudo: uma delas é relativa à amostra, pois era esperado um maior número de respostas por parte dos colaboradores do que empreendedores, tendo sucedido exatamente o oposto, sendo que o número total de inquiridos também não é suficiente para tirar qualquer conclusão que faça generalização à população em estudo. Outra limitação relacionada com o número de inquiridos foi o facto de ter sido feita apenas em três distritos. O espaço de tempo em que os mesmos foram inquiridos foi, também, um entrave à obtenção do máximo de respostas possíveis.

Para futuras investigações, uma das sugestões será conseguir fazer teste re-teste do BFI, pois a consistência dos dados dará outro nível de fiabilidade ao estudo.

Perceber se as características essenciais de sucesso mais valorizadas pelos empreendedores das *start-ups* neste momento, serão semelhantes anos mais tarde após os mesmos terem ganho mais experiência como empreendedores.

Em relação aos colaboradores, poderá ser interessante verificar se aqueles com características que mais se assemelham aos dos empreendedores, irão criar a sua própria empresa, ter uma progressão na carreira mais rápida, entre outros. Caso se confirme a progressão na carreira poderá ser um elemento para a seleção de candidatos, tal como referia Leutner (2014).

Bibliografia

Aaker, D. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*.

New York: The Free Press

Abreu, R. (2012). *Personalidade e cultura: A influência da nacionalidade nos traços de personalidade*. Dissertação de mestrado, Instituto Superior de Línguas e Administração de Leiria, Leiria.

Acs, Z., Audretsch, D., Braunerhjelm & Carlsson, B. - *The Missing Link: The Knowledge Filter and Entrepreneurship in Endogenous Growth*. Discussion Paper on Entrepreneurship, Growth, and Public Policy #8/2005. Max Planck Institute of Economics, Jena.

Aernoudt, R. (2004) Incubators: Tool for entrepreneurship, *Small Business Economics*, 23, 127-135.

Albert, B. & Gaynor, L. (2002) *Incubators: The emergence of a new industry*, CERAM Sophia Antipolis

Allport, G. (1937). *Personality: A psychological interpretation*. New York: Holt and Company

Arthur, M., Khapova, S. & Wilderom, C. (2005), Career success in a boundaryless career world, *Journal of Organizational Behavior*, 26, 177- 202

Atkinson, R. & Hilgard, E. (1980). *Intruduction a la Psychologie*. Montréal: Études Vivantes

- Bakkali, C., Messeghem, K., & Sammut, S. (2014). Toward a typology of incubators based on HRM. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 3(10).
- Benzing, C., Chu, H. & Kara, O. (2009) Entrepreneurs in turkey: A factor Analysis of motivations, success factors and problems, *Journal of Small Business Management*, 47 (1), 58-91.
- Bull, I. & Willard, G. (1993). Towards a theory of entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8(3), 183–195.
- Caetano, D. (2011). *Incubadoras de Empresas e Modelos de Incubação em Portugal: Incubadoras Regionais vs. Universitárias*. Dissertação de mestrado, Universidade do Algarve, Faro.
- Campos, J. (2010). *A influência da personalidade no desempenho dos empregos de contacto*. Dissertação mestrado, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Coimbra.
- Caprana, G. & Cervone, C. (2000). *Personality: Determinants, dynamics, and potentials*. New York: Cambridge University Press.
- Carayannis, E.G., von Zedtwitz, M., 2005. Architecting gloCal (global-local), real-virtual incubator networks (G-RVINS) as catalysts and accelerators of entrepreneurship in transitioning and developing economies: lessons learned and best practices from current development and business incubation practices. *Technovation* 25 (2), 95–110.
- Casson, M. (1982) *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Barnes and Noble Books: Totowa, NJ.

- Chong, W. (2012), Critical success factors for small and medium enterprises: perceptions of entrepreneurs in urban Malaysia, *Journal of Business and Policy Research*, 7 (4), 204-215.
- Costa, T. & McCrae, R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five Factor Inventory (NEO-FFI) Professional manual*. Odessa, FL: PAR.
- Dilts, D. & Hackett, S. (2004). A systematic review of business incubation research. *The Journal of Technology Transfer*, 29, 55–82.
- ECEDG (European Commission Enterprise Directorate General) (2002) *Benchmarking of Business Incubators*, Centre for Strategy & Evaluation Services, Kent.
- European Union Council (2005). *Brussels European Council, 16 and 17 June 2005 - Presidency Conclusions*, 10255 (01/0). Brussels.
- European Union Council (2004). *Brussels European Council, 25 and 26 March 2004 - Presidency Conclusions* (9048/04). Brussels.
- European Union Council (2014). *2030 Climate and energy policy framework - EUCO* 169/14.
- Ferrão, P., Conceição, P., Baptista, R. (2005). *Preparar Portugal para um novo ciclo de fundos estruturais 2007 – 2013*. Centro de estudos e inovação+, Instituto Superior Técnico, Universidade Técnica de Lisboa.
- Filion, L. (1999) - Empreendedorismo: empreendedores e proprietários - gerentes de pequenos negócios, *São Paulo: Revista de Administração – FEA/USP*, vol. 34, n. 2.

- Gartner, W. & Baker, T. (2010). A plausible history and exploration of Stevenson's definition of entrepreneurship. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 30(4)
- Gaspar, F. (2008). O Fomento do Empreendedorismo Através do Capital de Risco e da Incubação de Empresas, *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão* 7 (3) , 1 - 18.
- Gedeon, S. (2010). What is entrepreneurship? *Entrepreneurial Practice Review*, 1(3), 16–35.
- Hadzima, J. (2005). Seven Characteristics of Highly Effective Entrepreneurial Employees STARTING UP, *Boston Business Journal Seven*, 1–3.
- Hamdani, D. (2006). *Conceptualizing and measuring business incubation*. *Cancer*, 1(3), 1–25.
- Hisrich, R. & Dean, A. (2005). Definition of entrepreneur today. *McGraw-Hill Irwin*, 6(1), 2.
- Hormiga, E. & Batista-Canino, R. (2009). The importance of entrepreneur's perception of success. *Review of International Comparative Management*, 10(5), 990–1010.
- INE (2002). *Censos 2001*. Lisboa: INE [Consult. 17Agosto 2015]. Disponível em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=133411&PUBLICACOESmodo=2
- INE (2012). *Censos 2011*. Lisboa: INE [Consult. 17Agosto 2015]. Disponível em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=73212469&PUBLICACOESmodo=2

- John, O., Donahue, E. & Kentle, R. (1991). *The Big Five Inventory--Versions 4a and 54*. Berkeley, CA: University of California, Berkeley, Institute of Personality and Social Research.
- Justo, R., Cruz, C., Castro, J., De & Coduras, A. (2006). *Entrepreneurs' perceptions of success: examining differences across gender and family status*. WP06-07, Instituto de Empresas Business School, Madrid.
- Laureano, R. M. S. (2011). *Testes de hipóteses com o Spss: o meu manual de consulta rápida*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Leutner, F., Ahmetoglu, G., Akhtar, R. & Chamorro-Premuzic, T. (2014). The relationship between the entrepreneurial personality and the *Big Five* personality traits. *Personality and Individual Differences*, 63, 58–63.
- Quenk, N. (1993). Personality types or personality traits: What difference does It make? *Journal of Psychology*, 16(2), 9–13.
- Rauch, A. & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353–385.
- Reynolds, P., Hayand, M. and S. Camp (1999). *Global Entrepreneurship Monitor, 1999 Executive Report*, Paul D. Reynolds, Michael Hay and Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation.
- Schumpeter, J.A., (2008), *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*, translated from the

German by Redvers Opie, New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.):
Transaction Publishers.

Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217- 226.

Shane, S. (2010). Entrepreneurship and the *Big Five* personality traits: A behavioral genetics perspective. *Unpublished Working Paper*, 1–35.

Singer, S., Amorós, E. & Moska, D. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor – 2014*.
Global Report.

Smith-Hunter, A., Ka, J., & Yonkers, V. (2003). A psychological model of entrepreneurial behavior. *Journal of Academy of Business and Economics*, 2(2), 1–6.

Pordata (2015). *Empresas não financeiras: total e por escalão de pessoal ao serviço – Portugal*. Lisboa: PORDATA [Consult. 17Agosto 2015]. Disponível em <http://www.pordata.pt/Portugal/Empresas+n%C3%A3o+financeiras+total+e+por+escal%C3%A3o+de+pessoal+ao+servi%C3%A7o-2860>

Timmons, J. (1998) *New venture Creation: Entrepreneurship in the 21st Century*. New York: McGraw Hill.

Valério, A. (2012), *Satisfação profissional e bem-estar docente: um estudo com professores de uma escola secundária*. Tese de Doutoramento, Universidade de Coimbra, Coimbra.

Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D., & Thurik, R. (2001). An Eclectic Theory of Entrepreneurship, *Erasmus*, 48.

Watson, W; Stewart, W. and BarNir, A. (2003). The effects of human capital, organizational demography and interpersonal processes on venture partner perceptions of firm profit and growth, *Journal of Business Venturing*, 18 (2), 145-164.

Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The *Big Five* personality dimensions and entrepreneurial status: a meta-analytical review. *The Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259–271.

Anexos

Anexo 1 – Testes das hipóteses

Hipótese 1

Testes de Normalidade

	Q6	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estatística	df	Sig.	Estatística	df	Sig.
BFI Abertura a novas Fundador/ Empreendedor experiências (Q20 média Colaborador by syntax)		,069	57	,200 [*]	,963	57	,080
		,202	31	,002	,916	31	,019

*. Este é um limite inferior da significância verdadeira.

a. Correlação de Significância de Lilliefors

Estatísticas de teste^a

	BFI Abertura a novas experiências (Q20 média by syntax)
U de Mann-Whitney	781,500
Wilcoxon W	1277,500
Z	-,894
Significância Sig. (2 extremidades)	,371

a. Variável de Agrupamento: Q6

Estatísticas de grupo

NaStartupAssumeoPa pelde		N	Média	Desvio Padrão	Erro padrão da média
BFI Abertura a novas experiências	Fundador/ Empreendedor	57	4,0053	,58567	,07757
	Colaborador	31	3,9032	,39029	,07010

Hipótese 2

Resumo de processamento do caso

		Casos					
		Válido		Ausente		Total	
		N	Percentagem	N	Percentagem	N	Percentagem
BFI Conscienciosidade Fundador/Empreendedor (Q20média by syntax) or Colaborador	Fundador/Empreendedor	57	100,0%	0	0,0%	57	100,0%
	Colaborador	31	100,0%	0	0,0%	31	100,0%

Estatísticas de teste^a

	BFI Conscienciosidade (Q20média by syntax)
U de Mann-Whitney	846,000
Wilcoxon W	1342,000
Z	-,329
Significância Sig. (2 extremidades)	,743

a. Variável de Agrupamento: Q6

Estatísticas de grupo

NaStartupAssumeoPa pelde		N	Média	Desvio Padrão	Erro padrão da média
BFI Conscienci alização	Fundador/ Empreend edor	57	3,7173	,61795	,08185
	Colaborad or	31	3,6774	,59515	,10689

Hipótese 3

Testes de Normalidade

		Q6	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
			Estatística	df	Sig.	Estatística	df	Sig.
BFI Neuroticismo Fundador/Empreendedor (Q20média by syntax) Colaborador	Fundador/Empreendedor		,084	57	,200*	,978	57	,387
	Colaborador		,142	31	,110	,930	31	,043

*. Este é um limite inferior da significância verdadeira.

a. Correlação de Significância de Lilliefors

Teste de amostras independentes

		Teste de Levene para igualdade de variâncias		teste-t para Igualdade de Médias						
		Z	Sig.	t	df	Sig. (2 extremidades)	Diferença média	Erro padrão de diferença	95% Intervalo de Confiança da Diferença	
									Inferior	Superior
BFI Neuroticismo (Q20média by syntax)	Variâncias iguais assumidas	,216	,644	-1,223	86	,225	-,15698	,12832	-,41207	,09812
	Variâncias iguais não assumidas			-1,247	65,150	,217	-,15698	,12593	-,40846	,09451

NaStartupAssumeoPa pelde		N	Média	Desvio Padrão	Erro padrão da média
BFI Neuroticismo	Fundador/ Empreendedor	57	2,6535	,58726	,07778
	Colaborador	31	2,8105	,55139	,09903

Hipótese 4

Testes de Normalidade

			Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
			Estatística	df	Sig.	Estatística	df	Sig.
BFI Amabilidade (Q20média by syntax)	Fundador/Empreendedor		,117	57	,051	,973	57	,225
	Colaborador		,142	31	,110	,894	31	,005

a. Correlação de Significância de Lilliefors

Teste de amostras independentes

		Teste de Levene para igualdade de variâncias		teste-t para Igualdade de Médias						
		Z	Sig.	t	df	Sig. (2 extremidades)	Diferença média	Erro padrão de diferença	95% Intervalo de Confiança da Diferença	
									Inferior	Superior
BFI Amabilidade (Q20 média by syntax)	Variâncias iguais	,519	,473	,691	86	,491	,08074	,11677	-,15139	,31287
	Variâncias iguais não assumidas			,723	70,013	,472	,08074	,11168	-,14200	,30348

Estadísticas de grupo

NaStartupAssumeoPa pelde		N	Média	Desvio Padrão	Erro padrão da média
BFI Amabilidade	Fundador/ Empreendedor	57	3,8012	,54866	,07267
	Colaborador	31	3,7204	,47216	,08480

Hipótese 5

Testes de Normalidade

			Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
Q6			Estatística	df	Sig.	Estatística	df	Sig.
BFI Extroversão (Q20 média by syntax)	Fundador/ Empreendedor		,174	57	,000	,936	57	,005
	Colaborador		,236	31	,000	,912	31	,015

a. Correlação de Significância de Lilliefors

Estatísticas de teste^a

	BFI Extroversão (Q20média by syntax)
U de Mann-Whitney	682,000
Wilcoxon W	2335,000
Z	-1,779
Significância Sig. (2 extremidades)	,075

a. Variável de Agrupamento: Q6

Estatísticas de grupo

NaStartupAssumeoPa pelde		N	Média	Desvio Padrão	Erro padrão da média
BFI Extroversã o	Fundador/ Empreend edor	57	3,6404	,57383	,07601
	Colaborad or	31	3,9113	,54505	,09789

Anexo 2 - Conjuntos de características de sucesso dos empreendedores

Total de Conjuntos de características de sucesso dos empreendedores

M	Iniciativa, Confiança, Persistência, Motivação, Ser positivo, Otimismo, Energia
V	Visão a longo prazo, Orientação para melhoria continua, Orientação para resultados, Ver além do fracasso
C	Flexibilidade, Criatividade, Gosto por aprender
R	Tolerância à ambiguidade e incerteza, Correr riscos, pragmático
L	Empatia, Team-player, Liderança

18 Conjuntos elaborados após respostas

1	2	3	4	5	6	7
Motivação	Motivação, Criatividade e	Motivação, Criatividade , Liderança	Motivação, Criatividade , Risco	Motivação, Criatividade , Risco, Liderança	Motivação, Criatividade , Visão	Motivação, Liderança

8 Motivação , Risco	9 Motivação, Risco, Liderança	10 Motivação, Visão	11 Motivação, Visão, Criatividade	12 Motivação, Visão, Criatividade , Liderança	13 Motivação, Visão, Criatividade , Risco	14 Motivação, Liderança Visão,
15 Motivação , Visão, Risco	16 Motivação, Visão, Risco, Liderança	17 Visão, Criatividade , Liderança	18 Liderança			

Anexo 3 – Questionário

Perfil Psicológico do Empreendedor e Colaborador de uma Incubadora de Empresas

Assunto

O presente questionário, desenvolvido no âmbito do Mestrado em Gestão de Recursos Humanos pelo ISEG - Universidade de Lisboa, revela como principal objetivo estabelecer um perfil psicológico dos empreendedores e colaboradores que integram uma Incubadora de Empresas Nacional.

As informações disponibilizadas pelos inquiridos são totalmente confidenciais, sendo todos os dados tratados de forma sigilosa. Não existem respostas certas ou erradas. Seja sincero(a) nas suas respostas. Não deixe, por favor, nenhuma questão por responder.

Obrigado pela sua colaboração,

Diogo Cardoso

Grupo I – Informações Socio Demográficas

1. Género

Masculino:___ Feminino:___

2. Idade

<18 anos:___ 18 a 25 anos:___ 26 a 33 anos:___ 34 a 41 anos:___ 42 a 50 anos:___ >50 anos:___

3. Nacionalidade

Portuguesa:___ Outra:___

4. Grau académico:

Bacharelato:___ Licenciatura:___ Mestrado:___ Doutoramento:___ Curso de Especialização Tecnológica:___ Outro:___

5. Nome _____ do _____ Curso _____ Académico: _____

Grupo II – Informações sobre a *start-up*

6. Na *start-up* assume o papel de:
Fundador/responsável:___ Colaborador:___

7. Em que região está sediada a *start-up*?
Porto:___ Aveiro:___ Coimbra:___

8. Qual a área de negócio da *Start-up*?
Novas tecnologias:___ Turismo e Hotelaria:___ Financeira:___ Agricultura:___
Comércio tradicional:___ Industria:___ Outros:___

9. Quantos colaboradores tinha a *Start-up* no início da atividade?

10. Quantos colaboradores tem a *Start-up* atualmente?

11. Qual o tempo de existência da *Start-up*?
<6meses:___ 6 meses a 1 ano:___ 1 ano a 3 anos:___ 3 anos a 5 anos:___ >5 anos

12. Caso a *start-up* tenha mais de um ano de atividade, no último ano, a mesma obteve:
Prejuízo:___ Lucro nulo:___ Lucro positivo:___

13. Sente que a *Start-up* tem vindo a:
Decrescer bastante(1):___ (2):___ (3):___ (4):___ Evoluir bastante(5):___

14. Justifique a sua resposta à questão anterior, de forma sucinta:

Grupo III – Motivações do Empreendedor ou Colaborador

15. Assume o papel de empreendedor por (aplicável se “empreendedor”):
Nota: Entenda-se por "Empreendedor por Necessidade" aquele que, por contingências, se viu obrigado a iniciar um emprego por conta própria; e por "Empreendedor por Oportunidade", aquele que teve uma ideia de negócio e, apesar de ter emprego, decidiu avançar com o negócio.

Necessidade:___ Oportunidade:___

16. Além desta *Start-up*, faz ou fez parte na criação de outro projeto ?
Sim:___ Não:___

17. Se respondeu positivamente na alínea anterior, a área de negócio do projeto desenvolvido é:

Da mesma área da *Start-up*: ___ De uma área diferente da *Start-up*: _

18. Já participou na criação de algum projeto de cariz social ?

Sim: ___ Não: ___

19. Qual a sua visão para daqui a 5 (cinco) anos? Imagina-se a:

Estar num projeto diferente no qual é colaborador: ___

Estar no mesmo projeto: ___

Começar um novo projeto como empreendedor: ___

Outros: ___

Grupo IV – Teste de Personalidade *Big Five Inventory*:

Neste grupo serão apresentadas algumas afirmações que lhe podem ou não dizer respeito. Use a escala para manifestar o seu nível de concordância com as afirmações, em função da sua personalidade

Relembremos que não existem respostas certas nem erradas.

Assinale o correspondente à sua opção/opinião atendendo à seguinte escala

Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
1	2	3	4	5

20. Vejo-me como alguém que...

01 É conversador(a), comunicativo(a)	1	2	3	4	5
02 Tende a encontrar os defeitos dos outros	1	2	3	4	5
03 Faz um trabalho exaustivo	1	2	3	4	5
04 É deprimido(a), triste	1	2	3	4	5
05 É original, tem sempre novas ideias	1	2	3	4	5
06 É reservado(a)	1	2	3	4	5
07 É prestável e não inveja os outros	1	2	3	4	5
08 Por vezes pode ser um pouco descuidado(a)	1	2	3	4	5

09 É relaxado(a), lida bem com o stress	1	2	3	4	5
10 Tem curiosidade em relação a várias coisas	1	2	3	4	5
11 Tem muita energia	1	2	3	4	5
12 Inicia muitas disputas com os outros	1	2	3	4	5
13 É um trabalhador(a) de confiança	1	2	3	4	5
14 Pode ficar tenso	1	2	3	4	5
15 É engenhoso(a), um(a) pensador(a) profundo(a)	1	2	3	4	5
16 Gera muito entusiasmo	1	2	3	4	5
17 Perdoa com facilidade	1	2	3	4	5
18 Tende a ser desorganizado(a)	1	2	3	4	5
19 Se preocupa muito	1	2	3	4	5
20 Tem uma imaginação ativa	1	2	3	4	5
21 Tende a ser sossegado(a).	1	2	3	4	5
22 Geralmente é de confiança	1	2	3	4	5
23 Tende a ser preguiçoso(a)	1	2	3	4	5
24 É emocionalmente estável, não se aborrece com facilidade	1	2	3	4	5
25 É inventivo(a)	1	2	3	4	5
26 Tem uma personalidade assertiva	1	2	3	4	5
27 Pode ser frio(a) e indiferente	1	2	3	4	5
28 É perseverante até a tarefa estar concluída	1	2	3	4	5
29 Pode ter um humor instável	1	2	3	4	5
30 Valoriza experiências artísticas, estéticas	1	2	3	4	5
31 Por vezes é tímido(a), inibido(a)	1	2	3	4	5
32 É atencioso(a) e bondoso(a) com quase toda a gente	1	2	3	4	5
33 Faz as coisas de modo eficaz	1	2	3	4	5
34 Permanece calmo(a) em situações tensas	1	2	3	4	5
35 Prefere o trabalho rotineiro	1	2	3	4	5
36 É sociável, amigável	1	2	3	4	5
37 Por vezes é rude para com os outros	1	2	3	4	5
38 Faz planos e cumpre-os	1	2	3	4	5
39 Fica nervoso(a) facilmente	1	2	3	4	5
40 Gosta de refletir, brincar com as ideias	1	2	3	4	5
41 Tem poucos interesses artísticos	1	2	3	4	5
42 Gosta de cooperar com os outros	1	2	3	4	5

43 Se distrai com facilidade	1	2	3	4	5
44 É sofisticado(a) em artes, música ou literatura	1	2	3	4	5

Fonte: adaptado de Valério (2012)

Grupo V – Percepção de Sucesso I

21. Para si, quais as 3 (três) principais características de um empreendedor de sucesso:

Grupo VI – Percepção de Sucesso II

22. Quais destas opções considera serem as características essenciais para um empreendedor de sucesso? (escolha até 5 (cinco) opções)

- Iniciativa:____ Energia:____ Confiança:____ Persistência:____
 Visão a longo prazo:____ Visão a curto prazo:____ Flexibilidade:____ Team-player:____
 Ser positivo:____ Motivação:____ Empatia:____ Criatividade:____
 Ver além do fracasso:____ Tolerância à ambiguidade e incerteza:____ Liderança:____
 Otimismo:____ Agressividade:____ Firmeza:____ Gosto por aprender:____
 Orientação para melhoria continua:____ Orientação para resultados:____ Correr riscos:____

OUTRO(S):_____

23. Atribua um grau de importância a cada um dos seguintes indicadores de desempenho de uma *Start-up*:

	1 (o menos importante)	2	3	4	5 (O mais importante)
Financeiros					
Mercado de Negócio					
Baseados no Cliente					
Baseados no Capital Humano					

Muito obrigada pela sua colaboração