



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE**  
**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**BIANCA COSTA SOUSA**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS:**  
**UM ESTUDO NAS MPE's DE OLIVEDOS - PB**

**CAMPINA GRANDE**  
**2019**



**BIANCA COSTA SOUSA**

**CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS:  
UM ESTUDO NAS MPE's DE OLIVEDOS – PB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Bacharelado em Administração, da Universidade Federal de Campina Grande, em cumprimento parcial das exigências para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador(a): Prof(a). Suzanne Érica Nóbrega Correia, Dra.

**CAMPINA GRANDE**

**2019**

## **CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS:**

UM ESTUDO DAS MPE's DE OLIVEDOS – PB

Bianca Costa Sousa<sup>1</sup>

Suzanne Érica Nóbrega Correia<sup>2</sup>

**Resumo:** Mediante a crise que o Brasil está passando nos últimos anos, é de suma importância destacar a contribuição que o empreendedorismo proporcionou e proporciona ao país, mesmo que na maioria das vezes seja para a sobrevivência do indivíduo e não pelas oportunidades de negócio. Sendo assim, é a partir da criação e desenvolvimento de variados empreendimentos, que o empreendedor desenvolve diferentes características empreendedoras, sendo as mesmas capazes de proporcionar realizações, planejamento e poder de negócio. Portanto, o presente estudo tem como propósito apresentar e descrever o desenvolvimento das características comportamentais empreendedoras dos indivíduos proprietários das micro e pequenas empresas da cidade de Olivedos - PB. Na pesquisa foi adotada uma abordagem quantitativa e descritiva, os dados foram coletados através de questionários, respondidos por 28 empreendedores e tabulados com o auxílio do *software* Microsoft Excel. Ao fim da pesquisa, foi constatado que a grande maioria dos respondentes é do sexo feminino, possuem de 31 a 40 anos de idade, são naturais de Olivedos, dispõem de ensino médio completo como grau de escolaridade e são casados. Já em relação as competências empreendedoras que obtiveram maior destaque na pesquisa foram, exigência de qualidade e eficiência, persistência, comprometimento, e independência e autoconfiança. E por fim, as competências de menor destaque foram as de busca de oportunidade e iniciativa, correr riscos calculados, e persuasão e rede de contatos.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Características Empreendedoras. Comportamento Empreendedor.

## **ENTREPRENEURIAL BEHAVIORAL CHARACTERISTICS:**

A STUDY OF SME'S OF OLIVEDOS – PB

---

<sup>1</sup> Bacharelanda em Administração pela Universidade Federal de Campina Grande, biancacoosta61@gmail.com

<sup>2</sup> Doutora em Administração pela Universidade Federal de Campina Grande, suzanne.enc@gmail.com

**Abstract:** Through the crisis that Brazil is experiencing in recent years, it is extremely important to highlight the contribution entrepreneurship has made to the country, even if it is mostly for the survival of the individual and not for business opportunities. Thus, it is from the creation and development of several ventures that the entrepreneur develops different entrepreneurial characteristics, being able to provide accomplishments, planning and business power. Therefore, the present study has the purpose of presenting and describing the development of the entrepreneurial behavioral characteristics of individuals who own micro and small enterprises in the city of Olivedos - PB. In the research, a quantitative and descriptive approach was adopted, data were collected through questionnaires, answered by 28 entrepreneurs and tabulated with the help of Microsoft Excel software. At the end of the research, it was observed that the vast majority of the respondents are female, are 31 to 40 years of age, are natural of Olivedos, have completed high school as a degree and are married. Regarding the entrepreneurial skills that were the most prominent in the research, quality, efficiency, persistence, commitment, independence and self-confidence were required. And finally, the less important competencies were the search for opportunity and initiative, to take calculated risks, and persuasion and network of contacts.

**Keywords:** Entrepreneurship. Entrepreneurial Characteristics. Entrepreneurial Behavior.

## 1 INTRODUÇÃO

De acordo com os dados do Sebrae (2016), juntamente com o relatório executivo do *Global Entrepreneurship Monitor* - GEM, o empreendedorismo no Brasil está crescendo cada vez mais ao passar dos anos. Essa afirmação justifica-se porque mais de 11 milhões de empresas foram criadas no Brasil nos últimos 3,5 anos. Porém, esse estudo relata que o crescimento está relacionado com a crise enfrentada pelo país, sendo assim, os indivíduos passam a empreender por necessidade e não por afinidade, desenvolvendo assim, diferentes características comportamentais empreendedoras no negócio, e cada indivíduo destaca-se pelas práticas aplicadas de sobrevivência, muitas vezes divergentes das adotadas pelo mercado tradicional.

O empreendedorismo no Brasil vem crescendo em larga escala, principalmente quando está voltado às Micro e Pequenas Empresa - MPE's, isso porque, de acordo com o Observatório Internacional do Sebrae (2016), atualmente, MPE's representam 99% de

todas as empresas no País, desenvolvendo assim uma cultura empreendedora. Dessa forma, é necessário destacar a relevante participação econômica que as MPE's geram para o Brasil, e isso justifica-se pela representatividade de 27% no Produto Interno Bruto (PIB), um resultado que vem crescendo ainda mais nos últimos anos. As Micro e Pequenas Empresas também empregam 52% da mão de obra formal no Brasil e respondem por 40% dos brasileiros assalariados, (OIS, 2016).

A identificação de oportunidades de negócio, transformadas em inovação para o mercado, pode resultar em sucesso empresarial, relacionando-se com a característica comportamental empreendedora, uma vez que não depende apenas da ideia, mas também da determinação que os empreendedores, individualmente, colocam na empresa. Esse é um motivo essencial e determinante para o sucesso ou fracasso do negócio, independente de nível escolar, local, recurso financeiro, dentre outros fatores (MINUZZI, 2016).

Sendo assim, é de suma importância que empreendedores tenham e desenvolvam Características Comportamentais Empreendedoras - CCE's, para que proporcionem o aumento da criatividade, inovação e capacidade de identificar novas oportunidades e executar ideias, despertando nos indivíduos a "mentalidade empreendedora" que pode ser realizada em diferentes atividades organizacionais com melhor planejamento e maior eficiência.

Desse modo, existe um modelo desenvolvido por McClelland que avalia justamente as CCE's de empreendedores, no qual o autor busca relacionar os comportamentos empreendedores as necessidades de realização, planejamento e poder. A partir desses três conjuntos, são desenvolvidas dez características empreendedoras que podem ou não serem desenvolvidas pelo empreendedor, no entanto, as mesmas não são caracterizadas como certas ou erradas, mas sim, essenciais para maior fortalecimento do desenvolvimento e comportamento assertivo no mercado diante os demais empreendimentos.

Através dessa perspectiva, e do contexto mercadológico que os diversos empreendedores da cidade de Olivedos - PB estão inseridos, quais são as possíveis competências empreendedoras que os mesmos possuem? Mediante essa problemática, destaca-se o objetivo geral da presente pesquisa, que busca apresentar e descrever as características comportamentais empreendedoras dos empreendedores das MPE's de Olivedos. Portanto, para atingir esse objetivo, se faz necessário identificar as CCE's e

logo em seguida relacioná-las com os comportamentos desenvolvidos pelos empreendedores de Olivedos.

Este estudo justifica-se pela importância de contribuição para a ciência da administração, visto que é um tema bastante discutido e que afeta diretamente o crescimento das empresas. Visa também contribuir e agregar conhecimento para os empreendedores das MPE's de Olivedos - PB, uma vez que, possivelmente, grande parte não conheça suas próprias características comportamentais empreendedoras. Dessa forma, trará contribuições para a prática de uma teoria já consolidada, fortalecendo o processo de tomada de decisão dos empreendedores investigados.

O presente artigo está estruturado em cinco seções, iniciando com a introdução do tema abordado, seguida da fundamentação teórica acerca do empreendedorismo e das características comportamentais empreendedoras. Na terceira seção, será apresentado o método de pesquisa abordado que norteou o presente estudo. A quarta seção vai apresentar a análise e discussão dos dados coletados, e por fim, a quinta e última seção irá trazer as considerações finais, limitações do estudo e possíveis recomendações para os presentes e futuros empreendedores da cidade de Olivedos - PB.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 Empreendedorismo**

Os conceitos que abordam o empreendedorismo são bastante diversos, variando de acordo com as áreas do conhecimento, de épocas e países. Uma das primeiras análises ocorreu durante o século XVII, pelo escritor e economista Richard Cantillon, que considerou o empreendedorismo como um sinônimo da inovação e que consiste na criação de novos produtos e métodos empresariais, no qual o indivíduo assume possíveis riscos (ZAMPIER; TAKAHASHI, 2011).

Drucker (2008) afirma que o empreendedorismo está fortemente relacionado à inovação e passou a ganhar destaque em todo o mundo a partir da década de 1970 e no início da década de 1990, com a recuperação da economia Norte Americana. Nesse período, houve um grande desenvolvimento tecnológico pelo uso de novos métodos de produção e pela informatização das empresas, que passaram a utilizar a tecnologia e a investir em pesquisas científicas, laboratórios, entre outros.

No que diz respeito ao Brasil, o empreendedorismo passou a ser desenvolvido durante a década de 1990, com a criação das instituições do Serviço Brasileiro de Apoio

às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE e da Sociedade Brasileira para Exportação de Software - SOFTEX, com programas voltados para a capacitação de empreendedores como, por exemplo, o programa Jovem Empreendedor do SEBRAE (WERLANG; FONSECA, 2016).

Para Zampier e Takahashi (2011), o empreendedorismo é um processo de aprendizagem contínuo, que pode ser executado na prática, pela experiência do empreendedor e de maneira experimental através de erros e acertos.

“O desenvolvimento de conhecimentos e habilidades sobre e para o empreendedorismo, ou seja, a arte da prática empreendedora é aprendida somente no ambiente de negócio pela intuição, prática e experiência social, e mais do que no ambiente educacional” (RAE, 2006, *apud*, ZAMPIER; TAKAHASHI, 2011, p.569).

O empreendedor pode desenvolver suas habilidades através do conhecimento codificado que pode ser adquirido com cursos acadêmicos, livros, revistas, e diversas fontes e também pelo conhecimento tácito, que é subjetivo, sendo adquirido através das rotinas de trabalho, somado as habilidades pessoais de cada indivíduo, como: o aprender-fazendo, aprender-usando, aprender-procurando, aprender-interagindo (TIGRE, 2014).

Já Drucker (2008), considera que é de grande importância tanto à utilização das habilidades e talento dos indivíduos, quanto seu conhecimento codificado a respeito de métodos empresariais ou comerciais, adquiridos através da escolaridade e da formação complementar.

“O empreendedor vê o conhecimento como um meio para chegar aos fins do desempenho organizacional. Entretanto, o conhecimento, por si só, não garante o seu sucesso. Alguns empreendedores não costumam dar muita importância em aumentar seus conhecimentos. No entanto, com a mudança dos tempos essa desatenção deixa-os fora do mercado e ainda reduz a autoconfiança. Muitos deles afirmam não terem tempo, outros simplesmente não dão valor a aprender, outros ainda acreditam já saber tudo ou pelo menos tudo o que precisam para dirigir seu empreendimento” (DRUCKER, 1987, *apud*, NASSIFI, *et al.*, 2009, p.155).

Dessa forma, percebe-se que o empreendedorismo leva em consideração os grupos sociais nos quais os consumidores estão inseridos, influenciando diretamente na decisão de criar um ou não determinado produto e se o ambiente é propício para a criação de novas empresas (GUIMARÃES, 2002). O empreendedorismo pode ocorrer de maneira individual com identificação de oportunidades e pode ser executado através de um grupo de pessoas que dividem entre si, suas ideias.

Para Werlang e Fonseca (2016), o empreendedorismo analisa os agentes externos e as constantes mudanças do mercado, auxiliando o empreendedor nas tomadas de decisões e a realizar um planejamento de metas a serem seguidas por sua empresa. Com o empreendedorismo a criatividade, o comprometimento e a responsabilidade das pessoas que compõe a empresa, passam a serem tão importantes quanto os métodos quantitativos.

Para *Global entrepreneurship monitor*, o empreendedorismo no cenário atual pode ser um fator-chave para a empresa. Com o mercado bastante competitivo, os indivíduos passam a criar novas empresas, novos processos produtivos e novos produtos através de um planejamento do que pode se tornar bem aceito no mercado, assumindo riscos com base em expectativas futuras de lucratividade (GEM, 2012).

“Entende-se como empreendedorismo qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como por exemplo: uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente” (GEM, 2012, p.19).

Segundo Dornelas (2012), o empreendedorismo pode ocorrer pela criação de um novo produto, novo processo produtivo, pelo surgimento de uma nova matéria-prima, pela abertura de um novo mercado, por nova organização empresarial e por novas relações de trabalho tornando as empresas líderes de mercado.

Em relação à inovação mencionada nos conceitos de empreendedorismo, Freeman e Soete (2008), afirmam que há uma grande diferença entre inovação e invenção. As inovações ocorrem quando um novo produto ou processo produtivo tem grande sucesso no mercado, transformando-se em mercadoria e gerando lucro; e as invenções são criações de algo diferente, que pode ser patenteado, mas que não necessariamente sirvam para comercialização.

Segundo Virgílio (2013), as empresas que realizam rotinas mais eficazes, com maior inovação e grandes lucros, tendem a eliminar do mercado as empresas que pouco inovam. Assim, os empreendedores ao perceberem que seus produtos e estratégias estão se tornando ultrapassados, buscam fortemente criar novas estratégias de inovação.

## **2.2 Características Comportamentais Empreendedoras – CCE's**

O estudo sobre as características comportamentais empreendedoras deu início pelo autor McClelland (1961), mesmo assim, nos dias atuais, é considerado como um dos mais relevantes sobre o tema. O autor expressa uma visão de maneira clara e sucinta



sobre o modelo, dessa forma, conclui que todo empreendedor possui a necessidade de buscar constantemente desenvolver outras inovações, assim como novos negócios para o mercado, colocando em práticas todas as ideias por intermédio de metas claras.

A análise sobre as características comportamentais do empreendedor enfatiza os aspectos culturais e psicológicos influenciam diretamente no desempenho do empreendedor, uma vez que os indivíduos modificam sua postura empreendedora de acordo com suas necessidades, buscando uma melhor maneira de atendê-las através de ações e de possíveis riscos (OLIVEIRA; SILVA; ARAÚJO, 2014).

Minello, Burger e Kruger (2017) também abordam os estudos de McClelland, no qual considera que as características comportamentais empreendedoras – CCE's são influenciadas por três grupos de necessidades do indivíduo, sendo elas: (1) a necessidade de realização: na qual o empreendedor busca novas oportunidades de expandir seu negócio, avalia alternativas de menor risco, realiza sacrifícios pessoais para atingir seu objetivo com bastante comprometimento com seu empreendimento; (2) o planejamento: que consiste na necessidade de buscar informações de clientes, fornecedores e concorrentes, estabelecendo metas claras e objetivas e com a revisão dos planejamentos, levando em conta resultados obtidos e (3) o poder: que consiste no poder de estratégias para influenciar e manter relações comerciais, manter autonomia do seu negócio, expressando confiança mesmo num ambiente de incertezas, enfrentando possíveis desafios. Os grupos de necessidade são mais bem detalhados no Quadro 1.

Quadro 1: Características comportamentais empreendedoras e comportamentos manifestados

<b>REALIZAÇÃO</b>
<b>BUSCA DE OPORTUNIDADE E INICIATIVA (BOI)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lidera ou executa novos projetos, ideias e estratégias que visam conceber, reinventar, produzir ou comercializar novos produtos ou serviços.</li> <li>- Toma iniciativas pioneiras de inovação gerando novos métodos de trabalho, negócios, produtos ou mercados para empresa.</li> <li>- Produz resultado para empresa decorrente da comercialização de produtos e serviços gerados da oportunidade de negócio que identificou e captou no mercado.</li> </ul>
<b>CORRER RISCOS CALCULADOS (CRC)</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Avalia o risco de suas ações na empresa ou no mercado por meio de informações coletadas.</li> <li>- Age para reduzir os riscos das ações propostas.</li> <li>- Está disposto a correr riscos, pois eles representam um desafio pessoal e poderão de fato trazer bom retorno para a empresa.</li> </ul>
<b>EXIGÊNCIA DE QUALIDADE E EFICIÊNCIA (EQE)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suas ações são muito inovadoras, trazendo qualidade e eficácia nos processos.</li> <li>- É reconhecido por satisfazer seus clientes internos e externos por meio de suas ações e resultados.</li> <li>- Estabelece prazos e os cumpre com padrão de qualidade reconhecido por todos.</li> </ul>
<b>PERSISTÊNCIA (PER)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Age para driblar ou transpor obstáculos quando eles se apresentam.</li> <li>- Não desiste em situações desfavoráveis e encontra formas de atingir os objetivos.</li> <li>- Admite ser responsável por seus atos e resultados, assumindo a frente para alcançar o que é proposto.</li> </ul>
<b>COMPROMETIMENTO (COM)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conclui uma tarefa dentro das condições estabelecidas, honrando os patrocinadores e parceiros internos.</li> <li>- Quando necessário, “coloca a mão na massa” para ajudar a equipe a concluir um trabalho.</li> <li>- Está disposto a manter os clientes (internos e externos) satisfeitos e de fato consegue.</li> </ul>
<b>PLANEJAMENTO</b>
<b>BUSCA DE INFORMAÇÕES (BDI)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vai pessoalmente atrás de informações confiáveis para realizar um projeto.</li> <li>- Investiga pessoalmente novos processos para seus projetos ou ideias inovadoras.</li> <li>- Quando necessário, consulta pessoalmente especialistas para lhe ajudar em suas ações.</li> </ul>
<b>ESTABELECIMENTO DE METAS (EDM)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Define suas próprias metas, independente do que é imposto pela empresa.</li> <li>- Suas metas são claras e específicas, e entendidas por todos os envolvidos.</li> <li>- Suas metas são mensuráveis e perfeitamente acompanhadas por todos da equipe.</li> </ul>
<b>PLANEJAMENTO E MONITORAMENTO SISTEMÁTICOS (PMS)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboram planos com tarefas e prazos bem definidos e claros.</li> <li>- Revisa constantemente seus planejamentos, adequando-os quando necessário.</li> <li>- É ousado na tomada de decisões, mas se baseia em informações e registros para projetar resultados.</li> </ul>

<b>PODER</b>
<b>PERSUASÃO E REDE DE CONTATOS (PRC)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consegue influenciar outras pessoas para que sejam parceiros em seus projetos viabilizando recursos necessários para alcançar os resultados propostos.</li> <li>- Consegue utilizar pessoas chave para atingir os resultados que se propõe ou conseguir os recursos necessários.</li> <li>- Desenvolve e fortalece sua rede de relacionamento interna e externa à empresa.</li> </ul>
<b>INDEPENDÊNCIA E AUTOCONFIANÇA (IAC)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Está disposto a quebrar regras, suplantar barreiras e superar obstáculos já enraizados na empresa.</li> <li>- Confia em seu ponto de vista e o mantém mesmo diante de oposições.</li> <li>- É confiante nos seus atos e enfrenta desafios sem medo.</li> </ul>

Fonte: Lenzi (2008).

O sucesso do empreendedor está muito além do manuseio de relatórios contábeis, *marketing* ou processos de produção, pois é o seu talento individual que lhes proporciona benefícios, não é apenas a busca pelo dinheiro que o estimula, mas a auto-realização, a perseverança, o seu comprometimento em superar desafios, de saber lidar com possíveis fracassos, a busca por *feedback* com clientes e fornecedores, a capacidade de desejar que seu negócio possa dar certo, apesar de ser um ambiente de riscos (MCCLELLAND,1961, *apud* MINUZZI,2017).

Segundo Zampier e Takahashi (2011), as competências dos empreendedores variam de acordo com: (1) a oportunidade: que consiste na identificação de cenários favoráveis ao lucro ou oportunidade de negócios; (2) com o relacionamento: através de contratos com familiares, amigos, entre outros; (3) de maneira conceitual: correndo riscos calculados, percebendo possíveis situações; (4) de maneira administrativa: com a eficiência em administrar os recursos financeiros, as habilidades dos trabalhadores, recursos tecnológicos, (5) por competências de estratégicas: com planejamento em longo prazo e possíveis controles dos resultados e por fim, (6) pelo comprometimento: com a forte dedicação, motivação, responsabilidade.

“Competências empreendedoras, a saber: busca de oportunidade e iniciativa; persistência; comprometimento; exigência de qualidade e eficiência; assunção de riscos calculados; estabelecimento de metas; busca de informações; planejamento e monitoramento sistemáticos; persuasão e rede de contatos; independência e autoconfiança” (COOLEY, 1990, *apud*, ZAMPIER; TAKAHASHI, 2011, p.570).

Hirish, Peters e Shepherd (2009) ressaltam que o comportamento do empreendedor pode ocorrer através de três características: (1) o controle interno, no qual o indivíduo se baseia na crença de que seu negócio depende do seu esforço; (2) pela necessidade realização em dominar sua própria empresa e (3) pela motivação de conseguir superar desafios das atividades empreendedoras.

De acordo com Oliveira, Silva e Araújo (2014), o comportamento do empreendedor é fortemente influenciado pelo contexto social no qual está inserido, influenciando nas suas necessidades e na sua capacidade de realizar, planejar e obter poder, assim, cada empreendedor possui uma capacidade específica de desenvolver métodos ou criações.

Dessa forma, faz-se necessário estudar as CCE's, para que o empreendedor saiba reconhecer essas capacidades e capitalizá-las a seu favor na hora da concepção e desenvolvimento de um empreendimento.

### **3 METODOLOGIA**

De natureza descritiva, no tocante aos objetivos, para a realização desta pesquisa foi adotada uma abordagem quantitativa, por meio de um questionário aplicado junto aos empreendedores das Micro e Pequenas Empresas - MPE's da cidade de Olivedos - PB, em seus variados segmentos. O período de realização da pesquisa foi de um mês, equivalente a Fevereiro de 2019. Caracterizada por gênero empírico e de natureza de pesquisa aplicada, o presente artigo tem como principal finalidade apresentar e descrever as Características Comportamentais Empreendedoras - CCE's dos empreendedores da cidade de Olivedos.

A amostra foi definida com base em uma declaração fornecida pela Prefeitura Municipal de Olivedos, atestando o total de vinte e oito (28) estabelecimentos comerciais formalizados e em funcionamento, autorizada pela mesma, por meio de um alvará. No entanto, por se tratar de uma população pequena, foi realizado um censo com todos os estabelecimentos apresentados pela prefeitura objetivando coletar mais dados para proporcionar maior confiabilidade para os resultados da pesquisa.

O levantamento de dados foi realizado por meio da aplicação do questionário presencial e pré-estruturado, composto de duas partes. A primeira parte do questionário tem como objetivo traçar as variáveis sociodemográficas e perfil social do empreendedor, no qual foi composto de dez questões. As perguntas relacionadas ao

perfil sociodemográficas do empresário foram (gênero, faixa etária, estado civil, naturalidade, e escolaridade). Já as questões do perfil social do empreendedor foram (carga horária de trabalho semanal, principal fator que influenciou a abertura do negócio) e à caracterização da empresa (tempo desde quando iniciou o negócio, quantidade de funcionários e principais atribuições na empresa).

A segunda parte do questionário foi baseada nas Características Comportamentais Empreendedoras - CCE's - do modelo proposto por Lenzi (2008), em que o indivíduo respondente se auto avalia. Essa etapa possui 30 afirmações, nas quais não são julgadas como verdadeiras ou falsas, mas necessita da veracidade das respostas dadas pelos respondentes. No questionário, cada CCE possui 3 afirmações que descrevem algum comportamento, podendo ser: busca de oportunidade e iniciativa, correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, persistência, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemático, persuasão e rede de contatos, e independência e autoconfiança. Sendo assim, o respondente é convidado a relatar a periodicidade com a qual ele se comporta. Essas afirmações foram medidas através da escala de Likert de cinco pontos, na qual representa: 1 = nunca / 2 = poucas vezes / 3 = às vezes / 4 = frequentemente / 5 = sempre.

A coleta de dados foi processada em uma planilha no Microsoft Excel®, na qual possibilitou realizar variadas apresentações de resultados estatísticos, tais como: média, desvio padrão, coeficiente de variância, frequência e percentual. Na verificação, foi possível correlacionar os dados obtidos na aplicação da pesquisa, comparando-os com a bibliografia base, assim como, com o objetivo de apresentar e descrever as Características Comportamentais Empreendedoras dos empreendedores de Olivedos - PB.

#### **4 APRESENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS**

Nesta quarta seção será realizada a apresentação e descrição dos resultados obtidos na pesquisa. Sendo assim, serão expostos os dados quantitativos levantados durante todo o processo de pesquisa, bem como os resultados alcançados baseiam-se na metodologia proposta que alinham-se aos objetivos do estudo. As descrições são apresentadas de acordo com três itens, a saber: perfil sociodemográfico da amostra; perfil empresarial; e características comportamentais empreendedoras, abordando a

avaliação geral das CCE's de realização, planejamento e poder dos indivíduos empreendedores.

#### 4.1 Perfil sociodemográfico

Na tabela 01, são destacadas as variáveis sociodemográficas e perfil social dos empreendedores respondentes, segmentados por: gênero, faixa etária, estado civil, naturalidade e escolaridade.

Tabela 01: Variáveis sociodemográficas e perfil social do empreendedor

Variáveis	Alternativas	Frequência	Percentual (%)
Gênero	Masculino	10	35,71
	Feminino	18	64,29
<b>Total</b>		<b>28</b>	<b>100</b>
Faixa etária	Até 20 anos	1	3,57
	De 21 à 30 anos	8	28,57
	De 31 à 40 anos	9	32,14
	De 41 à 50 anos	7	25
	Mais de 51 anos	3	10,72
<b>Total</b>		<b>28</b>	<b>100</b>
Estado civil	Solteiro(a)	8	28,57
	Casado(a) ou união estável	19	67,86
	Separado(a)	0	0
	Viúvo(a)	1	3,57
<b>Total</b>		<b>28</b>	<b>100</b>
Naturalidade	Olivedos	14	50
	Campina Grande	7	25
	Outros	7	25

	<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100</b>
Escolaridade	Não possui escolaridade	0	0
	Fundamental incompleto	1	3,57
	Fundamental completo	1	3,57
	Ensino médio incompleto	5	17,86
	Ensino médio completo	16	57,14
	Superior incompleto	2	7,14
	Superior completo	3	10,72
	<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100</b>

Fonte: Dados da pesquisa, 2019

Observando a tabela 01, sobre as variáveis sociodemográficas e perfil social do empreendedor, é possível descrever que a grande maioria dos indivíduos respondentes é de gênero feminino (64,29%) e apenas (35,71%) masculino. Do total de respondentes, a predominância da faixa etária ficou de 31 à 40 anos (32,14%), no entanto, também destacou-se de 21 à 30 anos (28,57%) e 41 à 50 anos (25%). Além disso, (67,86%) são casados(as) ou possuem união estável, podendo ser uma variável justificada pela faixa etária dos mesmos. Uma grande parte dos respondentes é natural de Olivedos (50%), e possuem especialmente o ensino médio completo (57,14%) como grau de escolaridade, e apenas uma minoria possui ensino superior completo (10,72%).

#### 4.2 Perfil empresarial

Na tabela 02, é destacada as características do negócio e perfil empresarial e econômico dos respondentes, segmentados por: carga horária de trabalho semanal, principal fator para abertura do negócio, quantidade de funcionários, principais atribuições na empresa e tempo de abertura do negócio.

Tabela 02: Perfil empresarial e econômico dos pesquisados

<b>Variáveis</b>	<b>Alternativas</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual (%)</b>
Carga horária de trabalho semanal	Até 14 horas semanal	4	14,30

	De 15 à 24 horas semanal	3	10,71
	De 25 à 34 horas semanal	3	10,71
	De 35 à 44 horas semanal	9	32,14
	Mais de 44 horas semanal	9	32,14
	<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100</b>
Principal fator que influenciou a abertura do negócio	Necessidade de ocupação	1	3,57
	Necessidade de sobrevivência	10	35,72
	Necessidade de renda extra	9	32,14
	Identificação de uma oportunidade	7	25
	Outro	1	3,57
	<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100</b>
Quantidade de funcionários	Não tenho funcionários	20	71,43
	Até 3 funcionários	6	21,43
	De 3 à 5 funcionários	1	3,57
	De 6 à 10 funcionários	1	3,57
	Acima de 10 funcionários	0	0
	<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100</b>
Principais atribuições na empresa	Controle de compras	21	21
	Controle financeiro	18	18
	Controle de vendas	13	13
	Controle de preço de vendas	16	16
	Controle de folha de pagamento	5	5
	Controle de custos	12	12
	Controle de estoque	13	13



	Nenhum	2	2
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>
Tempo desde que iniciou o negócio	Menos de 1 ano	1	3,57
	De 1 a 3 anos	4	14,29
	De 3 a 5 anos	5	17,86
	De 5 a 10 anos	8	28,57
	Mais de 10 anos	10	35,71
<b>Total</b>		<b>28</b>	<b>100</b>

Fonte: Dados da pesquisa, 2019

Na tabela 02, no que se refere ao perfil empresarial e econômico, foi possível verificar que existiram resultados similares na variável da carga horária de trabalho, tanto para os respondentes que afirmaram trabalhar de 35 à 44 horas semanal (32,14%), quanto para os que trabalham mais de 44 horas semanal (32,14%). Esse longo período de trabalho pode ser justificado pela decisão de empreender, como também por não possuir um quadro de funcionários, visto que a esmagadora parte dos respondentes não possui nenhum funcionário (71,43%). O fator que mais influenciou na decisão de abertura do próprio negócio foi a necessidade de sobrevivência (35,72%), mas também é possível destacar fatores como a necessidade de renda extra (32,14%) e identificação de uma oportunidade (25%). Esses dados estão relacionados entre os empresários que empreendem por oportunidade ou por necessidade. Em relação as principais atribuições dentro da empresa, nas quais os respondentes podiam marcar mais de uma opção, é possível descrever que o controle de compras (21%) se destacou entre os demais, no entanto, também obteve relevância o controle financeiro (18%) e o controle de preço de vendas (16%), e apenas uma minoria não realiza nenhuma das atribuições na empresa (2%). E por fim, a maioria dos respondentes afirmaram que possui o seu próprio negócio a mais de 10 anos (35,71%), outros de 5 a 10 anos (28,57%), e apenas um dos respondentes afirmou que iniciou a menos de 1 ano (3,57%).

#### 4.3 Características Comportamentais Empreendedoras (CCE's)

Neste tópico, será apresentada as Características Comportamentais Empreendedoras - CCE's -adestacadas por Lenzi (2008), uma vez que o autor considera que os indivíduos só possuem as CCE's caso as mesmas apresentem uma pontuação igual ou superior a 12 pontos, na qual a soma da escala ordinal dos números de 1 a 5 apresente esse resultado proposto pelo autor.

Para realizar a discussão dos resultados, as Características Comportamentais Empreendedoras serão expostas através de siglas, objetivando facilitar a visualização e o entendimento, assim como, estará subdividida de acordo com os três pilares das CCE's, que são: realização, planejamento e poder. A combinação dessas siglas está apresentada abaixo nas tabelas 03, 04 e 05, juntamente com a descrição da média, do desvio padrão e do coeficiente de variância para cada Característica Comportamental Empreendedora e suas três variáveis observáveis mensuradas através do instrumento de coleta de dados.

Na tabela 03, é apresentada a verificação geral das características comportamentais empreendedoras desenvolvidas pelos indivíduos respondentes na categoria de *Realização*, bem como a média de pontuação por cada CCE, desvio padrão e coeficiente de variância.

Tabela 3: Avaliação geral das CCE's de Realização

<b>REALIZAÇÃO</b>			
<b>BOI</b>			
Questão	Média	D. Padrão	CV
(BOI1) Cria, reinventa ou comercializar novos produtos ou serviços.	3,68	1,09	29,64%
(BOI2) Toma iniciativas de inovação gerando novos negócios.	3,25	1,24	38,03%
(BOI3) Produz resultado através das oportunidades de negócio que identifica no mercado.	3,28	1,38	42,12%
<b>Pontuação</b>			10,21
<b>CRC</b>			
(CRC1) Avalia o risco de suas ações por meio de informações coletadas.	2,96	1,53	51,52%

(CRC2) Age para reduzir os riscos dessas ações.	3,75	1,27	33,75%
(CRC3) Está disposto a correr riscos.	3,68	1,25	33,95%
<b>Pontuação</b>			10,39
<b>EQE</b>			
(EQE1) Suas ações são muito inovadoras e trazem qualidade e eficácia nos processos.	3,64	0,99	27,16%
(EQE2) É reconhecido por satisfazer seus clientes.	4,39	0,83	18,93%
(EQE3) Estabelece prazos e os cumpre com padrão de qualidade.	4,36	0,83	18,96%
<b>Pontuação</b>			12,39
<b>PER</b>			
(PER1) Age para driblar obstáculos quando eles se apresentam.	4,46	0,88	19,74%
(PER2) Não desiste em situações desfavoráveis e encontra formas de atingir os objetivos.	4,39	0,99	22,63%
(PER3) Admite ser responsável por seus atos como empresário.	4,97	0,19	3,81%
<b>Pontuação</b>			13,82
<b>COM</b>			
(COM1) Conclui uma tarefa dentro das condições estabelecidas.	4,25	0,80	18,81%
(COM2) Quando necessário, “coloca a mão na massa”.	4,68	0,67	14,31%
(COM3) Está disposto a manter os clientes satisfeitos e de fato consegue.	4,64	0,49	10,51%
<b>Pontuação</b>			13,57

Fonte: Dados da pesquisa, 2019

Na tabela 03, quando refere-se a avaliação geral das CCE's de Realização, é possível descrever, a competência da busca de oportunidade e iniciativa (BOI) com média 10,21, que os respondentes obtiveram a menor média da seção, ou seja, isso representa uma grande dispersão das respostas dos indivíduos com relação à média, existindo assim uma heterogeneidade dos pensamentos dos mesmos nessa competência.

Também é importante destacar que a variável observável BOI2 (toma iniciativas de inovação gerando novos negócios) foi a menos manifestada com média de 3,25.

Em relação a competência de correr riscos calculados (CRC) com média 10,39, sendo a segunda menor média da seção, é possível descrever que são características que os empreendedores não manifestam comportamento expressivo no estudo. No entanto, a variável que obteve maior destaque possui uma média de (3,75), que foi a CRC2 na qual o gestor age para reduzir os riscos das suas ações, e a de menor destaque obteve média de (2,96), que é a CRC1 onde o empresário avalia o risco de suas ações por meio de informações coletadas.

Já em relação a competência da exigência de qualidade e eficiência (EQE) foi obtido uma média de 12,39, sendo assim, é possível descrever que frequentemente os empreendedores são reconhecidos por satisfazer seus clientes (4,39), algo que é bastante importante no mercado, o reconhecimento de quem compõe a empresa. No entanto, os próprios não conseguem trazer na mesma frequência ações muito inovadoras e que trazem qualidade e eficácia nos processos (3,64).

Na competência persistência (PER), a média obtida foi de 13,82, sendo a maior de toda seção. A variável importante a ser destacada é a PER3, pois foi a que obteve maior média, representando assim que quase sempre o gestor admite ser responsável por seus atos como empresário (4,97), fator bastante importante para o sucesso do negócio, assim como gera transparência na organização.

E por fim, na competência de comprometimento (COM) que obteve a segunda maior média 13,57 da seção, verifica-se que os empreendedores estão principalmente dispostos a sempre que necessário “colocar a mão na massa” (4,68) para conseguir realizar uma atividade ou projeto na sua empresa, objetivando a melhoria da mesma. Assim como, também estão sempre dispostos a manter os clientes satisfeitos e de fato consegue (4,64) com seus produtos e atendimento, buscando como propósito o sucesso da organização com a permanência dos clientes por meio da satisfação.

Portanto, nessa categoria, as variáveis exigência de qualidade e eficiência (EQE), persistência (PER) e comprometimento (COM) atingiram a pontuação (12) necessária para ser considerada que os indivíduos respondentes dispusessem das CCE's, obtendo as seguintes pontuações, respectivamente, (12,39), (13,82) e (13,57).

Na tabela 04, a seguir é apresentada a descrição geral das características comportamentais empreendedoras desenvolvidas pelos indivíduos respondentes na

categoria de *Planejamento*, bem como a média de pontuação por cada CCE, desvio padrão e coeficiente de variância.

Tabela 4: Avaliação geral das CCE's de Planejamento

<b>PLANEJAMENTO</b>			
<b>BDI</b>			
Questão	Média	D. Padrão	CV
(BDI1) Vai pessoalmente atrás de informações para realizar um projeto.	4,14	1,04	25,20%
(BDI2) Investiga pessoalmente novos processos ou ideias inovadoras.	3,93	1,12	28,50%
(BDI3) Quando necessário, consulta especialistas para lhe ajudar em suas ações.	3,39	1,17	34,35%
<b>Pontuação</b>			11,46
<b>EDM</b>			
(EDM1) Define suas próprias metas.	3,75	1,24	32,96%
(EDM2) Suas metas são claras e específicas para todos da empresa.	4,11	0,88	21,31%
(EDM3) Suas metas são mensuráveis.	3,71	1,41	37,97%
<b>Pontuação</b>			11,57
<b>PMS</b>			
(PMS1) Elabora planos com tarefas e prazos bem definidos e claros.	3,61	1,07	29,55%
(PMS2) Revisa constantemente seus planejamentos.	3,89	1,03	26,47%
(PMS3) É ousado na tomada de decisões	3,54	1,17	33,09%
<b>Pontuação</b>			11,04

Fonte: Dados da pesquisa, 2019

Analisando agora as CCE's de Planejamento, é possível observar na tabela 04, que de maneira geral, dentre os 28 indivíduos respondentes, não são desenvolvidas CCE's na presente categoria. No entanto, a seção estabelecimento de metas (EDM) foi a

que mais se aproximou da pontuação necessária (12), chegando a atingir (11,57) indicando assim que os indivíduos frequentemente estabelecem metas para atingir seus objetivos, sejam individuais ou coletivas. Também é possível destacar que a variável de maior destaque é que “Suas metas são claras e específicas para toda empresa”, atingindo uma média de (4,11) e indicando que a clareza e a transparência são importantes para o alcance dos resultados.

Já, referindo-se a seção de busca de informações (BDI), a mesma obteve uma pontuação equivalente a (11,46), indicando que frequentemente os indivíduos respondentes buscam informações antecipadas para a realização de qualquer ação organizacional. A variável que obteve maior destaque foi a que “vai pessoalmente atrás de informações para realizar um projeto” com média (4,14), e a de menor destaque foi a que “quando necessário, consulta especialistas para lhe ajudar em suas ações” (3,39). Em suma, essas variáveis buscam mensurar o grau de interesse por informações verídicas na iniciativa de um novo projeto por parte dos empreendedores, objetivando obter bons e sólidos resultados.

E por fim, no que se refere ao planejamento e monitoramento sistemático (PMS), foi a seção que obteve menor pontuação na categoria (11,04), sendo possível descrever que em partes os indivíduos revisam constantemente seus planejamentos (3,89), assim como é ousado na tomada de decisões (3,54).

E na tabela 05, a seguir é apresentada a descrição geral das características comportamentais empreendedoras desenvolvidas pelos indivíduos respondentes na categoria de *Poder*, bem como a média de pontuação por cada CCE, desvio padrão e coeficiente de variância.

Tabela 5: Avaliação geral das CCE's de Poder

<b>PODER</b>			
<b>PRC</b>			
Questão	Média	D.	
		Padrão	CV
(PRC1) Consegue influenciar outras pessoas para que sejam parceiros em seus projetos viabilizando recursos necessários para atingir seus objetivos.	3,14	1,27	40,35%

(PRC2) Consegue utilizar pessoas chave para atingir os resultados.	3,03	1,17	38,54%
(PRC3) Desenvolve e fortalece sua rede de relacionamentos.	3,79	1,23	32,44%
<b>Pontuação</b>			9,96
<b>IAC</b>			
(IAC1) Está disposto a quebrar regras e obstáculos enraizados no mercado.	3,71	1,12	30,08%
(IAC2) Confia em seu ponto de vista e o mantém mesmo diante de oposições.	4,29	0,98	22,77%
(IAC3) É confiante nos seus atos e enfrenta desafios sem medo.	4,57	0,74	16,23%
<b>Pontuação</b>			12,57

Fonte: Dados da pesquisa, 2019

Para finalizar as descrições, observamos agora as CCE's de Poder apresentadas na tabela 05, na qual mostra que os indivíduos respondentes, destacaram-se principalmente pela seção da característica de independência e autoconfiança (IAC), atingindo uma pontuação equivalente a (12,57), representando assim a disposição e confiança dos empreendedores para novos desafios no mercado. A variável que obteve maior média na seção foi a que o empreendedor confia nos seus atos e enfrenta desafios sem medo (4,57), no entanto, em contrapartida, “está disposto a quebrar regras e obstáculos já enraizados” foi a variável de menor média (3,71) na seção, existindo também uma alta dispersão de pensamentos, representando assim que os empreendedores se sentem inseguros em relação a antigas regras do mercado.

E a seção de persuasão e rede de contatos (PRC) obteve a menor pontuação da categoria (9,96), assim como de todas as CCE's, representando assim que existe a falta de *Networking* entre os empreendedores, e que sem essa rede de contatos, seu negócio pode ser afetado negativamente. Também é possível verificar que existe uma grande dificuldade em conseguir utilizar pessoas chave para atingir os resultados, variável essa que obteve média de apenas (3,03), mas que os empreendedores buscam na maioria das vezes desenvolver e fortalecer sua rede de relacionamentos (3,79).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo no Brasil está se expandindo cada vez mais ao passar dos anos, esse fato pode se justificar tanto pela crise econômica, como também pela oportunidade de mercado, Sebrae e GEM (2016). Diante disso, independente de qual seja o fator que representa essa expansão, as MPE's geram grande participação econômica para o país, e os empreendedores desenvolvem competências que buscam obter resultados positivos no seu negócio. Do mesmo modo, acontece com os empreendedores de Olivedos, que independente do fator gerador para abertura do negócio, estão desenvolvendo a economia da região e competências empreendedoras que lhe proporcionam bons resultados.

Referindo-se aos resultados obtidos nessa pesquisa, quanto ao perfil social do empreendedor, a grande maioria é de sexo feminino, possuem de 31 a 40 anos de idade, natural de Olivedos, dispõe de ensino médio completo como grau de escolaridade, e é casado(a) ou possui união estável. Quanto ao perfil empresarial e econômico, a média de trabalho semanal dos empreendedores superou as 44 horas, a necessidade de sobrevivência foi o fator que mais influenciou para a abertura do negócio, grande maioria não possui funcionários, mas o tempo de abertura do empreendimento chega a superar os 10 anos, e o controle de compras é a atribuição do empreendedor na empresa de maior destaque.

Estendendo-se para os resultados obtidos, quanto as CCE's, as competências que tiveram maior destaque na pesquisa foram, exigência de qualidade e eficiência (EQE), persistência (PER), comprometimento (COM) e independência e autoconfiança (IAC), pois atingiram a pontuação mínima (12) definida por Lenzi (2008). Já as demais competências foram as que obtiveram menor destaque, mas é possível dá ênfase as competências de busca de oportunidade e iniciativa (BOI), correr riscos calculados (CRC) e persuasão e rede de contatos (PRC), uma vez que obtiveram a menor pontuação entre as categorias.

Sendo assim, é sugerido aos empreendedores das MPE's de Olivedos que busquem meios de desenvolver as competências de menor destaque, tomando iniciativas de inovação, reinventar, produzir melhores resultados através das oportunidades de mercado, correr e avaliar riscos a partir das informações coletadas, e desenvolver e fortalecer suas redes de contatos, pois isso impacta positivamente na obtenção de melhores resultados, melhorando conseqüentemente, o desenvolvimento e fortalecimento da empresa no mercado. Também é importante destacar que os



empresários devem melhorar seu planejamento, visto que essa categoria é de extrema importância para o futuro e prevenção de riscos da empresa.

Portanto, é possível concluir que os empreendedores das MPE's de Olivedos - PB não possuem todas as CCE's, visto que apenas quatro dentre as dez competências foram evidenciadas na pesquisa. Como também é sugerido que sejam realizadas pesquisas futuras para aprimorar e contribuir com os empreendedores de Olivedos, podendo ser realizado projetos de extensão em parceria com a instituição de ensino.

## REFERÊNCIAS

DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 4. ed. rev. atual. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2012.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e o Espírito Empreendedor**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

FREEMAN, C.; SOETE, L. **A economia da inovação industrial**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2008.

GEM, **Global entrepreneurship monitor: empreendedorismo no Brasil: relatório executivo de 2001 a 2013**. Curitiba: IBQP. Disponível em: <<http://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2016/09/empreendedorismo-no-brasil-2012.pdf>> Acesso em: 03 de Dezembro de 2018.

GUIMARÃES, Liliane O de. **A experiência universitária norte-americana na formação de empreendedores: Contribuições das Universidades Saint Louis, Indiana e BabsonCollege**. 2002. Tese (Doutorado) - Administração, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2002. Disponível em: <<file:///C:/Users/Bianca/Downloads/1200201130.pdf>> Acesso em: 03 de Dezembro de 2018.

HISRIC, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7ª Ed. Editora Bookman, Porto Alegre. 2009.

LENZI, Fernando César. **Os empreendedores corporativos nas empresas de grande porte dos setores mecânico, metalúrgico e de material elétrico/comunicação em Santa Catarina: um estudo da associação entre tipos psicológicos e competências empreendedoras reconhecidas**. Tese de doutorada da Universidade de São Paulo. São

Paulo, 2008. Disponível em: < <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-15012009-10592.php>>. Acesso em: 06 de Dezembro de 2018.

LOCATELLI, Débora Regina Schneider. SILVEIRA, Marco Antonio Pinheiro. BARBACOVÍ, Naira Elizabete. **Características comportamentais empreendedoras e sua importância profissional**. Belo Horizonte, v. 18, n. 4, pp. 101, Out - Dez. 2017. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/pretexto/article/view/5112/artigo%205%20-%204%202017.pdf>>. Acesso em: 04 de Dezembro de 2018.

MCCLELLAND, David C. *The Achievement Society*. Princeton: D. Van Nostrand CO., 1961.

MINELLO, Italo F.; BURGER, Rafaela E., KRUGER, Cristiane. Características comportamentais empreendedoras: um estudo com acadêmicos de administração de uma universidade brasileira. **Rev. Adm. UFSM**, Santa Maria, v. 10, Edição Especial, p. 72-91, ago. 2017.

MINUZZI, Crisitane D. O.; VARGAS, Katiúscia S.; FIALHO, Camila B. Características comportamentais empreendedoras: em cena os futuros administradores. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.5, n.1, pp. 141-163, 2016.

NASSIF, Vânia M. J; GHOBRI, Alexandre N; AMARAL, Derly J. do. Empreendedorismo por Necessidade: O Desemprego como Impulsionador da Criação de Novos Negócios no Brasil. **Revista Pensamentos e realidade**, v.24,n.1,pp.143-168,2009. Disponível em: < [file:///C:/Users/Bianca/Downloads/7075-17225-1-SM%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Bianca/Downloads/7075-17225-1-SM%20(1).pdf)> Acesso em: 03 de Dezembro de 2018.

OLIVEIRA, José R. C.; SILVA, Wendel A.C.; ARAÚJO, Elisson A. T. Características Comportamentais empreendedoras em proprietários de MPES Longevas do Vale do Mucuri e Jequitinhonha/MG. **Rev. adm. mackenzie**, v.15, n.5, pp. 102-139, set-out. 2014.

SEBRAE. Observatório Internacional Sebrae: Conhecimentos que geram oportunidades. Pequenas e Médias Empresas no Brasil. Pequenos Negócios – Conceito e Principais instituições de Apoio aos Pequenos Negócios. Abril 2016. Disponível em: <<file:///C:/Users/Bianca/Downloads/Brasil.pdf>>. Acesso em: 04 de Dezembro de 2018.

TIGRE, Paulo Bastos. **Gestão da inovação: a economia da tecnologia no Brasil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

VIRGÍLIO, Aline P. S. **O papel da inovação tecnológica no desenvolvimento econômico**: uma revisão de literatura da destruição criadora sob a ótica dos sistemas complexos. 2013. Monografia (Economia) – Universidade Federal da Bahia, Salvador. Disponível em:

<<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/10029/1/ALINE%20PATR%C3%8DCIA%20SANTOS%20VIRG%C3%8DLIO.pdf>>. Acesso: 03 dez. de 2018.

WERLANG, Nathalia B.; FONSECA, Jaine. Competências empreendedoras e startups: um estudo com gestores de empresas embrionárias catarinenses. **Revista eletrônica de administração e turismo**, v.8, n.4, jan-jun, pp. 850-869, 2016. Disponível em: <<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/AT/article/view/6554/5672>>. Acesso em: 02 dez de 2018.

ZAMPIER, Marcia A.; TAKAHASHI, Adriana R. W. Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa. **Cadernos Ebape.Br**, v. 9, n.6, Rio de Janeiro, Jul. , pp. 564-585, 2011. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S167939512011000600007&script=sci\\_abstract&lng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S167939512011000600007&script=sci_abstract&lng=pt)>. Acesso em: 03 dez. de 2018.