



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE HUMANIDADES  
UNIDADE ACADÊMICA DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE  
COORDENAÇÃO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO

**O PERFIL EMPREENDEDOR DOS PEQUENOS EMPRESÁRIOS DA  
CIDADE DE GADO BRAVO – PB**

**MAURICÉIA DE SOUSA SILVA**

CAMPINA GRANDE – PB  
2016

**MAURICÉIA DE SOUSA SILVA**

**O PERFIL DE EMPREENDEDOR DOS PEQUENOS EMPRESÁRIOS  
DA CIDADE DE GADO BRAVO – PB**

Relatório de Estágio Supervisionado 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.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Sídia Fonseca Almeida, Dr<sup>ª</sup>.

Campina Grande – PB  
2016

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL DA UFCG

- S586p Silva, Mauricéia de Sousa.  
O perfil de empreendedor dos pequenos empresários da cidade de Gado Bravo - PB / Mauricéia de Sousa Silva. – Campina Grande, 2016.  
67f. : il. color.
- Relatório de Estágio Supervisionado (Graduação em Administração) –  
Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Humanidades.  
"Orientação: Profa. Dra. Sídia Fonseca Almeida".
1. Administração. 2. Empreendedorismo. 3. Perfil Empreendedor. 4.  
Comportamento Empreendedor - Gado Bravo - PB. I. Almeida, Sídia  
Fonseca. II. Título.

CDU 005 (043)

## COMISSÃO DE ESTÁGIO

Membros:

---

MAURICÉIA DE SOUSA SILVA  
**Aluna**

---

SÍDIA FONSECA ALMEIDA, Dr.<sup>a</sup>.  
**Professora Orientadora**

---

KETTRIN FARIAS BEM MARACAJÁ,  
**Coordenadora de Estágio Supervisionado**

**MAURICÉIA DE SOUSA SILVA**

**O PERFIL DE EMPREENDEDOR DOS PEQUENOS EMPRESÁRIOS  
DA CIDADE DE GADO BRAVO – PB**

**Relatório aprovado em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_**

---

SÍDIA FONSECA ALMEIDA, Doutora.  
Orientadora

---

JOSÉ SEBASTIÃO ROCHA, Mestre.  
Examinador

---

RAQUEL ANDRADE BARROS OURIQUES, Mestre.  
Examinadora

Campina Grande – PB  
2016

Dedico este trabalho aos meus familiares, meu Pai e minha Mãe, Mário (*in memoriam*) e Luciene, meus amados irmãos, e ao meu esposo, por toda atenção, amor, dedicação e investimento. A vocês, todo meu amor e dedicação.

## AGRADECIMENTOS

Primeiro, agradeço a Deus, por todas as bênçãos derramadas em minha vida, pela sabedoria, pela paciência e por nunca me abandonar. Pois sem a sua ajuda nada seria possível. A Ele toda honra e toda glória.

Agradeço aos meus pais Mário (*in memoriam*) e Luciene por todo amor, toda dedicação, todos os ensinamentos, todo trabalho e incentivo. Amo muito vocês!

Ao meu esposo, Dorgivan, pelo amor, atenção e força nas horas em que mais precisei.

Aos meus irmãos e familiares, que acreditam sempre no meu potencial e me dão força na conquista dos meus objetivos.

Aos meus amigos (as) que construí durante o tempo de graduanda, Adriana, Carla, Eliane, Alex, Inácio e Neto. E aos outros companheiros de sala. Pela ajuda nas atividades, companheirismo e pelo incentivo para sempre ir em frente.

A minha orientadora, Sídia Fonseca Almeida, pela sua atenção e disponibilidade, pela sua inteligência e comprometimento. Agradeço muito por cada observação e por cada ensinamento. Você é muito amável!

Aos professores do Curso de Graduação em Administração, por passarem todo conhecimento que podiam e pela dedicação para conosco.

Enfim, a todos que contribuíram para realização desse sonho, agradeço de coração a todos que me deram apoio, apesar das dificuldades. Muito obrigado!

“Grandes batalhas só são dadas a grandes guerreiros.”

Mahatma Gandhi

SILVA, Mauricéia de S. **O PERFIL DE EMPREENDEDOR DOS PEQUENOS EMPRESÁRIOS DA CIDADE DE GADO BRAVO – PB.** 66 páginas. Relatório de Estágio Supervisionado (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2016.

## RESUMO

O empreendedorismo vem sendo estudado há algum tempo por estudiosos na área, assim como sua influência para o desenvolvimento socioeconômico. Existe uma gama de conceitos sobre o tema empreendedorismo, muitos autores conceituam o tema. Mesmo assim, as definições sobre o empreendedorismo buscam definir os objetivos principais do termo como, planejar, organizar, buscar oportunidades, calcular os riscos, ter iniciativa, etc. O objeto de estudo desta pesquisa é traçar o perfil empreendedor dos empresários do município de Gado Bravo – PB, a partir da identificação das características do comportamento empreendedor na amostra pesquisada. Em relação aos aspectos metodológicos, a realização desta pesquisa teve caráter descritivo, se apoiou em uma abordagem quantitativa-qualitativa, em relação aos procedimentos se caracteriza por ser uma pesquisa de campo, não probabilística com amostragem intencional. Enriquecida pelo contato com os atores sociais que vivenciam as questões abordadas no estudo. A coleta de dados foi realizada através de uma entrevista semiestruturada, buscando absorver o máximo de informações acerca do empreendedor e do empreendimento, para assim conseguir traçar seu perfil. Os resultados demonstram que a amostra pesquisada possui características muito semelhantes, e ao mesmo tempo muito diferentes do que a teoria propõe ser um empreendedor de sucesso. A partir dessa análise percebe-se que, esses empreendedores precisam ampliar seus conhecimentos, buscarem novas oportunidades, inovarem, investir em capital intelectual, etc.

**PALAVRAS-CHAVE:** Empreendedorismo, Perfil Empreendedor, Características do Comportamento Empreendedor.

SILVA, Mauricéia de S. **ENTREPRENEUR PROFILE OF SMALL ENTREPRENEURS OF THE CITY OF GADO BRAVO-PB.** 66 pages. Supervised internship report (Bachelor's Degree in Business Administration) – Federal University of Campina Grande, Paraíba, 2016.

## ABSTRACT

The entrepreneurship has been studied for some time by scholars in the area, as well as their influence on the socio-economic development. There is a range of ideas on the theme of entrepreneurship, many authors conceptualize the topic. Even so, the definitions of entrepreneurship seek to define the main objectives of the term as, plan, organize, get opportunities, calculate the risks, have initiative, etc. The object of this research is to study profile entrepreneur of entrepreneurs in the municipality of Gado Bravo - PB, from the identification of the characteristics of entrepreneurial behavior in the sample under study. In relation to methodological aspects, the implementation of this research was descriptive character, leaned on a quantitative approach qualitative, in relation to the procedures is a field research, non-probability sampling with intentional. Enriched by contact with the social actors who live deeply the issues addressed in the study. The data were collected through a semi-structured interview, trying to absorb as much information about the entrepreneur and the venture, to be able to trace your profile. The results show that the sample researched has very similar features, and at the same time very different from what the theory proposes to be a successful entrepreneur. From this one can see that analysis, these entrepreneurs need to broaden their knowledge, seek new opportunities, innovate, invest in intellectual capital, etc.

**KEYWORDS:** Entrepreneurship, Entrepreneurial Profile, Enterprising Behavior Characteristics.

## LISTA DE TABELAS

<b>TABELA 1:</b> TAXAS DE EMPREENDEDORISMO SEGUNDO O ESTÁGIO DOS EMPREENDIMENTOS – BRASIL – 2015.....	23
<b>TABELA 2:</b> DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DOS EMPREENDEDORES SEGUNDO CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS – BRASIL –2015.....	24
<b>TABELA 3:</b> PERCENTUAL DA POPULAÇÃO DE 18 A 64 ANOS SEGUNDO A MENTALIDADE EMPREENDEDORA - BRASIL – 2015.....	25

## LISTA DE QUADROS

<b>QUADRO 1</b> – COMPARAÇÃO DAS QUATRO ABORDAGENS DO PAPEL DO ADMINISTRADOR.....	28
<b>QUADRO 2</b> – TIPOLOGIA DO EMPREENDEDOR, POR MINER (1996):.....	30
<b>QUADRO 3</b> – TIPOLOGIA DO EMPREENDEDOR, SEGUNDO VÉSPER (1980):..	31
<b>QUADRO 4</b> – TIPOLOGIA DO EMPREENDEDOR, SEGUNDO ANDERSSON (2000):.....	31
<b>QUADRO 5</b> – TIPOLOGIA DO EMPREENDEDOR, SEGUNDO FILION (1999):..	32
<b>QUADRO 6</b> – CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR-CCES.....	34

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO 1 – GÊNERO.....</b>	<b>39</b>
<b>GRÁFICO 2 – IDADE DOS EMPREENDEDORES.....</b>	<b>40</b>
<b>GRÁFICO 3 – GRAU DE ESCOLARIDADE.....</b>	<b>40</b>
<b>GRÁFICO 4 – TEMPO DE ATUAÇÃO NO MERCADO.....</b>	<b>41</b>
<b>GRÁFICO 5 – TIPOS DE EMPREENDIMENTO.....</b>	<b>42</b>
<b>GRÁFICO 6 – OPORTUNIDADE.....</b>	<b>43</b>
<b>GRÁFICO 7 – FATORES DE INFLUÊNCIA.....</b>	<b>44</b>
<b>GRÁFICO 8 – PARTICIPAÇÃO EM WORKSHOP, FEIRAS E PALESTRAS.....</b>	<b>45</b>
<b>GRÁFICO 9 – INFORMATIZAÇÃO.....</b>	<b>45</b>
<b>GRÁFICO 10 – PLANEJAMENTO.....</b>	<b>46</b>
<b>GRÁFICO 11 – ANÁLISE DO RISCO.....</b>	<b>47</b>
<b>GRÁFICO 12 – CONTROLE DAS ENTRADAS E SAÍDAS.....</b>	<b>48</b>
<b>GRÁFICO 13 – CAPITAL INICIAL.....</b>	<b>49</b>
<b>GRÁFICO 14 – FONTE DE INSPIRAÇÃO.....</b>	<b>49</b>
<b>GRÁFICO 15 – EMPREENDEDRES NA FAMÍLIA.....</b>	<b>50</b>
<b>GRÁFICO 16 – FONTE DE RENDA.....</b>	<b>51</b>
<b>GRÁFICO 17 – MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL.....</b>	<b>51</b>
<b>GRÁFICO 18 – INSTALAÇÕES FÍSICAS.....</b>	<b>52</b>
<b>GRÁFICO 19 – MOTIVAÇÃO.....</b>	<b>53</b>
<b>GRÁFICO 20 – ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO.....</b>	<b>53</b>
<b>GRÁFICO 21 – GRAU DE INADIMPLÊNCIA.....</b>	<b>54</b>
<b>GRÁFICO 22 – INOVAÇÃO.....</b>	<b>55</b>
<b>GRÁFICO 23 – PLANO DE CRESCIMENTO.....</b>	<b>55</b>
<b>GRÁFICO 24 – MELHORIAS PARA O EMPREENDIMENTO.....</b>	<b>57</b>

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	16
<b>1.1 Contextualização, Justificativa e Definição do Problema de pesquisa</b> .....	16
<b>1.2 Objetivos</b> .....	18
<b>1.2.1 Objetivo Geral</b> .....	18
<b>1.2.2 Objetivos Específicos</b> .....	18
<b>1.3 Estrutura do Trabalho</b> .....	18
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	19
<b>2.1 Empreendedorismo: Evolução Histórica, Importância e Conceitos</b> .....	19
<b>2.2 O Panorama do Empreendedorismo no Brasil</b> .....	22
<b>2.3 O Processo Empreendedor</b> .....	26
<b>2.4 Administradores x Empreendedores</b> .....	27
<b>2.5 Tipologia do Empreendedor</b> .....	29
<b>2.6 Motivação, Perfil e Características do Comportamento Empreendedor</b> .....	33
<b>3. ASPECTOS METODOLÓGICOS</b> .....	37
<b>3.1 Caracterização da Pesquisa</b> .....	37
<b>3.2 Variáveis da Pesquisa</b> .....	36
<b>3.3 Ambiente da Pesquisa</b> .....	38
<b>3.4 Universo e Amostra da pesquisa</b> .....	38
<b>3.5 Coleta de Dados</b> .....	39
<b>3.6 Tratamento e Análise dos Dados</b> .....	39
<b>4. APRESENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS</b> .....	40
<b>4.1 O Perfil da Amostra</b> .....	40
<b>4.2 Descrição dos Dados com Base nas Características Empreendedoras</b> .....	43
<b>4.2.1 Oportunidade</b> .....	43
<b>4.2.2 Influência</b> .....	44

4.2.3 Conhecimento.....	45
4.2.4 Planejamento .....	47
4.2.5 Risco.....	47
4.2.6 Comportamento.....	48
4.2.7 Capital Inicial .....	49
4.2.8 Inspiração.....	50
4.2.9 Família empreendedora .....	51
4.2.10 Fonte de renda .....	51
4.2.11 Microempreendedor Individual.....	52
4.2.12 Instalações Físicas .....	53
4.2.13 Motivação para empreender .....	53
4.2.14 Estratégia de divulgação .....	54
4.2.15 Grau de inadimplência .....	55
4.2.16 Inovação .....	55
4.2.17 Planos para crescer .....	56
4.2.18 Melhorias no empreendimento .....	57
4.2.19 Lado positivo e Lado negativo .....	58
4.2.20 Características do comportamento empreendedor .....	58
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>60</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>61</b>
<b>APÊNDICES</b>	

# 1. INTRODUÇÃO

## 1.1 Contextualização, Justificativa e Definição do Problema de pesquisa

O termo empreendedorismo possui muitos conceitos que são desenvolvidos entre os estudiosos da área. O empreendedorismo é considerado como um elemento que impulsiona o desenvolvimento e o crescimento econômico e social de um país. Com o aumento da atividade empreendedora, cresceu o número de novas empresas e conseqüentemente aumentaram os postos de trabalho.

As razões ou motivos que levam alguém a iniciar um empreendimento são sempre pessoais, ou seja, dizem respeito exclusivamente a cada indivíduo em particular. Muitas pessoas deixaram seus empregos, suas rotinas e resolveram buscar empreender, criar seu próprio negócio e correr riscos, adquirindo, assim, muitas responsabilidades. Muitas vezes esses empreendimentos tem progresso e dão os retornos esperados. Todavia, muitas vezes não conseguem se manter em funcionamento e fecham as portas, algumas vezes por falta de experiência do empreendedor, outras pelo fato de o mesmo não possuir capacidade de gerir o próprio negócio, pela falta de planejamento, etc.

A literatura pertinente mostra que o empreendedorismo oferece um alto grau de realização pessoal, combinando as características pessoais dos empreendedores com a atividade de empreender, fazendo com que o pessoal e o trabalho caminhem juntos (DOLABELA, 1999). Essa é a realização do sonho da maioria dos empreendedores: trabalhar com o que gosta e executar as atividades com excelência, uma vez que se está trabalhando para atingir seus objetivos. Essa realização pessoal é a realização do sonho dos empreendedores, uma mistura de trabalho com a iniciativa pessoal, fazendo com que não exista apenas trabalho.

Quando o indivíduo trabalha desempenhando atividades apenas com ênfase nas recompensas financeiras, ele deixa de lado as recompensas pessoais, como a realização pessoal. Essa não é uma característica do empreendedorismo, pois o empreendedor sonha com o seu próprio negócio e quando consegue concretizar esse sonho, se utiliza de todas as estratégias para fazer com que seu negócio seja produtivo e agregador, não gerando apenas lucro. (DORNELAS, 2008)

Atualmente, é evidente a necessidade de desenvolver atividades empreendedoras duradouras, que venham a diminuir a taxa de mortalidade das pequenas empresas. O fato é que muitas das pequenas empresas fecham as portas em menos de dois anos de atividade,

sendo vários os fatores que impulsionam essa realidade, a saber: elas sofrem por não conhecer direito o setor, falta de experiência, por não saber lidar com clientes ou por não dominar aspectos financeiros básicos para gerir seu caixa, etc. (SEBRAE, 2011).

O Brasil pode ser considerado um país empreendedor, segundo o Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2015), ter o próprio negócio é um dos principais sonhos dos brasileiros. Os pequenos negócios empresariais são formados pelas micro e pequenas empresas (MPEs) e pelos microempreendedores individuais (MEIs). De acordo com o SEBRAE (2014), no Brasil existem 6,4 milhões de estabelecimentos. Desse total, 99% são micro e pequenas empresas (MPEs). As MPEs respondem por 52% dos empregos com carteira assinada no setor privado (16,1 milhões). De acordo com o Portal do Empreendedor (2013), no Brasil existiam 3,7 milhões de MEIs no mês de Dezembro de 2013.

De acordo com Dornelas (2011), no Brasil, até 2002, o índice de empreendedorismo por oportunidade era inferior ao índice de empreendedorismo de necessidade, mas nos últimos anos tem-se percebido uma reversão desta tendência. Como exemplo, em 2010, para cada empreendedor de necessidade havia 2,1 empreendedores de oportunidade no Brasil, ou seja, mais de 68% dos empreendedores no país empreendiam por oportunidade.

No ano de 2015 a taxa de empreendedores motivados por oportunidade no Brasil foi de 56,5%, tendo ocorrido uma redução em relação aos três anos anteriores, onde a taxa tinha a variação em torno de 70%. Os empreendedores por necessidade são aqueles que criam um negócio, geralmente informal, para sobreviver. Já os empreendedores por oportunidade, são aqueles que identificam um espaço no mercado e criam uma empresa para capitalizar sobre um determinado nicho mal atendido (GEM, 2015).

De acordo com as pesquisas do GEM (2015), dentre as cinco regiões brasileiras, o Nordeste é a mais empreendedora do país. A taxa total de empreendedores, entre a população de 18 a 64 anos, na região, no ano de 2014, foi de 36,4%, índice superior à média brasileira (34,5%).

O município de Gado Bravo está localizado na Região Metropolitana de Campina Grande, estado da Paraíba. Foi fundado em 29 de abril de 1994 e sua população em 2015 foi estimada pelo IBGE em 8 450 habitantes. A cidade apresenta o número de 30 empresas registradas e 3 unidades locais sem fins lucrativos (IBGE, 2013). A presente pesquisa foi realizada nesta cidade, tendo como objeto de estudo os seus empreendedores, buscando responder à seguinte pergunta: Qual o perfil empreendedor dos proprietários das pequenas empresas de Gado Bravo-PB, considerando a identificação das características do comportamento empreendedor?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo Geral**

O objetivo geral desta pesquisa consiste em traçar o perfil empreendedor dos proprietários das pequenas empresas do município de Gado Bravo – PB, a partir da identificação das características do comportamento empreendedor na amostra pesquisada.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

Em função do objetivo geral estabelecido, foram delineados os seguintes objetivos específicos:

- Realizar um mapeamento dos empreendedores estabelecidos no município de Gado Bravo – PB;
- Coletar informações sobre a realidade histórica e atual da atividade comercial e de serviços em Gado Bravo – PB;
- Identificar as características do universo e da amostra a ser pesquisada;
- Realizar entrevistas, junto aos sujeitos da pesquisa, com base nas características do comportamento empreendedor identificadas, de modo a retratar o perfil empreendedor de cada entrevistado.

## **1.3 Estrutura do Trabalho**

Para conseguir atingir os objetivos a que essa pesquisa se propôs, este trabalho encontra-se organizado em cinco capítulos subsequentes.

O Capítulo 1 apresenta a Introdução, expondo uma contextualização, uma justificativa sobre o tema, o problema central da pesquisa, assim como os objetivos gerais e específicos. No Capítulo 2 apresenta-se a Fundamentação Teórica, onde é realizada a descrição dos conceitos, a evolução do empreendedorismo no Brasil, o papel do empreendedorismo no desenvolvimento socioeconômico, o processo empreendedor, o perfil, as características e as tipologias do empreendedor. No Capítulo 3 são definidos os aspectos metodológicos da pesquisa, que serviram para dar fundamento ao estudo. O Capítulo 4, por sua vez, exhibe a

forma como os dados foram tratados e analisados. E, por fim, no Capítulo 5, são especificadas as principais conclusões da pesquisa.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Empreendedorismo: Evolução Histórica, Importância e Conceitos

Os estudos sobre o termo empreendedorismo são bastante antigos, datando de épocas em que o termo ainda não era amplamente conhecido. De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2009), uma referência para o período inicial da definição do termo é o empreendedor Marco Polo, que assinava um contrato com uma pessoa detentora de recursos para vender suas mercadorias. Esse contrato oferecia um empréstimo ao vendedor, a uma taxa de 22,5 % pela venda total. Nesse caso, o capitalista corria riscos apenas em relação ao capital investido. Já o empreendedor (vendedor), corria os riscos físicos e emocionais e, sendo bem-sucedido, recebia 25% do lucro, restando ao capitalista a parcela de 75% do lucro.

Ainda na Idade Média, o empreendedor administrava projetos, mas não corria riscos. Um exemplo típico desse empreendedor era o Clérigo, que era encarregado por obras arquitetônicas, como castelos, prédios públicos, catedrais etc. Já no século XVII, o empreendedor começou a correr riscos, tendo em vista uma nova realidade, na qual fazendeiros, comerciantes, artesãos etc., *“compram a um preço certo e vendem a um preço incerto, portanto operam com risco”* Cantillon (1700, apud Hisrich, Peters e Shepherd, 2009, p.28). No século XVIII, surgiu a diferença entre quem possui o capital de quem precisava de capital, ou seja, o empreendedor utilizava o capital e o fornecedor de capital corria os riscos para obter uma taxa de retorno sobre os investimentos. Entre os séculos XIX e XX, o empreendedor passou a ser visto como alguém que inova. Que transforma o velho em novo ou cria algo novo. Esta tarefa não é nada fácil, mas quando é atingida traz enormes benefícios (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

Dolabela (2008, p.70) afirma que as pesquisas nessa área ainda são recentes, estando ligadas à economia no mundo atual, explicando que: *“Esse ramo do saber está ainda em fase pré-paradigmática, já que não existem padrões definitivos, princípios gerais ou fundamentos que possam garantir de maneira cabal o conhecimento na área”*.

Com o passar do tempo, os conceitos sobre o empreendedorismo foram se refinando. Cada autor conceitua o termo da sua forma, sem deixar de mencionar os traços mais semelhantes. Observa-se, todavia, que em todos esses conceitos algumas palavras se repetem: inovação, iniciativa, riscos, mudanças, riqueza etc.

Nesse contexto, Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p.30) definem o empreendedorismo da seguinte forma:

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal.

Dolabela (2008, p. 23), por sua vez, afirma que o termo empreendedorismo é:

[...] uma livre tradução que se faz da palavra *entrepreneurship*, que contém as ideias de iniciativa e inovação. É um termo que implica uma forma de ser, uma concepção de mundo, uma forma de se relacionar. O empreendedor é um insatisfeito que transforma seu inconformismo em descobertas e propostas positivas para si mesmo e para os outros. É alguém que prefere seguir caminhos não percorridos, que define a partir do indefinido, acredita que seus atos podem gerar consequências. Em suma, alguém que acredita que pode alterar o mundo. [...]

Para Dornelas (2008, p.22), o empreendedorismo se define como sendo “[...] o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva a criação de negócios de sucesso”.

Wildauer (2010, p.23), seguindo esse raciocínio, descreve o empreendedorismo como sendo a “[...] capacidade que uma pessoa possui de formular uma ideia sobre um determinado produto ou serviço um mercado, seja essa ideia nova ou não”.

No conceito adotado pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2015, p. 8), “O empreendedorismo consiste em qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente”.

Existem muitas outras definições para o termo empreendedorismo, todas com semelhanças e particularidades. Para o termo “empreendedor” existem muitas definições, mas uma das mais antigas e que talvez melhor reflita o espírito empreendedor seja a de Schumpeter (1949, *apud* Manual do aluno, SEBRAE, 2013, p.10), quando explica que: “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”.

O fenômeno do empreendedorismo é importante para o desenvolvimento econômico e social. O surgimento de novas empresas faz com que haja a geração de novos empregos, essas empresas geram uma série de valores que tem impacto na esfera social, como ações de responsabilidade social.

Ao descrever a figura do empreendedor, Dolabela (2008, p. 68) afirma que:

O empreendedor é alguém que define por si mesmo o que vai fazer e em que contexto será feito. Ao definir o que vai fazer, ele leva em conta seus sonhos, desejos, preferências, o estilo de vida que quer ter. Desta forma, consegue dedicar-se intensamente, já que seu trabalho se confunde com o prazer.

Em sua obra clássica, Teoria do Desenvolvimento Econômico, Schumpeter (1911) argumenta que os empreendedores são a força motriz do crescimento econômico, ao introduzir no mercado inovações que tornam obsoletos os produtos e as tecnologias existentes (SCHUMPETER, 1911 *apud* BARROS; PEREIRA, 2008, p. 977).

Geralmente, o empreendedorismo é associado ao contexto empresarial. Desse modo, pessoas empreendedoras podem se dedicar a conduzir projetos sociais - e colaboradores de empresas podem agir de forma empreendedora (intraempreendedorismo), por exemplo. O intraempreendedorismo (*intrapreneuring*) é um sistema para acelerar as inovações dentro de grandes empresas, através da otimização do uso dos seus talentos empreendedores.

Quando nos envolvemos na gestão de um empreendimento, devemos verificar quais são as necessidades do mercado em que vamos atuar, para assim satisfazer o cliente. Portanto, reconhecendo o mercado de atuação, fica mais fácil definir as estratégias de ação e especificar as metas dentro de um tempo analisado e definido (cronometrado).

Em uma importante pesquisa realizada pelo GEM (2015), foram publicados os resultados mostrando que o empreendedorismo é o principal fator de desenvolvimento econômico de um país. A pesquisa realizada pelo GEM defende o argumento de que o empreendedorismo faz a grande diferença para a prosperidade econômica de uma nação e que um país que não cria novas empresas com frequência corre o risco da estagnação econômica. (DOLABELA, 2008, p. 40)

Em resumo, a pesquisa realizada pelo GEM (2015) mostra que é necessário que o empreendedorismo exista para que a economia se aqueça e desenvolva um país. E que o Brasil investir em educação e capacitação para as melhorias nas condições de empreender no país.

Dolabela (2008, p.41) conclui da seguinte forma:

Portanto, se no passado – e ainda hoje – as pessoas buscam desenvolver grande habilidade em introduzir na educação das crianças valores como emprego, estabilidade financeira e nível universitário como instrumentos fundamentais de realização pessoal, encontram-se, agora, diante da obrigação de educar nossas crianças e jovens dentro de valores como autonomia, independência, capacidade de gerar o próprio emprego, de inovar e gerar riqueza, capacidade de assumir riscos e crescer em ambientes instáveis, porque, diante das condições reais do ambiente, são esses os valores sociais capazes de conduzir países ao desenvolvimento.

## 2.2 O Panorama do Empreendedorismo no Brasil

O GEM é um projeto que tem como objetivo compreender o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e social dos países. O Brasil participa desta pesquisa desde 2000. No Brasil, a pesquisa é conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e conta com o apoio técnico e financeiro do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Desde 2011, o Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas tornou-se parceiro acadêmico do projeto. (GEM, 2015)

A pesquisa do GEM classifica os países em três categorias, correspondentes a três fases de desenvolvimento econômico, com base no PIB, renda *per capita* e quota de exportação, representada por bens primários. Na primeira categoria, estão os países impulsionados por fatores, na segunda estão os países impulsionados pela eficiência e na terceira categoria estão os países impulsionados pela inovação. (GEM, 2014)

Segundo o GEM (2014, p.29), *“O empreendedorismo tem se consolidado no Brasil e no mundo como importante fator de desenvolvimento social e econômico, associado principalmente à geração de emprego e renda”*.

De acordo com informações prestadas pelo GEM (2015), a taxa de empreendedorismo no Brasil é a maior nos últimos anos. A Tabela 1, explica a evolução das taxas de empreendedorismo no Brasil segundo o estágio dos empreendimentos. Com um percentual da população de 18 a 64 anos. No ano de 2015.

No ano de 2014, a taxa total de empreendedorismo para o Brasil (TTE) era de 34,4% por cento e em 2015 a taxa subiu para 39,3%. O aumento da TTE de 2014 para 2015 foi determinado pelo aumento significativo na taxa de empreendedores iniciais (TEA), que foi de 17,2% em 2014 e de 21% em 2015 (GEM, 2015).

O aumento na taxa de empreendedores iniciais foi determinado, principalmente, pelo aumento na taxa de empreendedores nascentes, que passou de 3,7% em 2014 para 6,7% em 2015; A variação na taxa de empreendedores novos, de 2014 (13,8%) para 2015 (14,9%), exerceu menor influência no aumento da taxa de empreendedores iniciais; A variação na taxa de empreendedores estabelecidos (TEE), de 2014 (17,5%) para 2015 (18,9%), foi importante, mas exerceu pouca influência no aumento da taxa total (TTE) (GEM, 2015).

**Tabela 1: Taxas de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos – Brasil – 2015**

Estágio	Brasil	
	2014	2015
Iniciais	17,2	21,0
Nascentes	3,7	6,7
Novos	13,8	14,9
Estabelecidos	17,5	18,9
Total de empreendedores	34,4	39,3

Fonte: Adaptado de GEM (2015, p. 9)

A Tabela 2 mostra em termos das características sociodemográficas a distribuição dos empreendedores no Brasil em 2015. Entre os empreendedores iniciais a proporção de homens é de 51% e de mulheres é de 49%, praticamente a mesma. Entre os estabelecidos, há mais homens do que mulheres. Correspondem a 55,7% e 44,3%, respectivamente. Entre os empreendedores iniciais, os indivíduos de 18 a 34 anos representam a maioria, correspondendo a 52%. Já aqueles entre 45 e 64 anos representam a minoria, correspondendo a 23,6%. Entre os estabelecidos a situação se inverte, visto que são 22% de empreendedores entre 18 e 34 anos e 50% entre 45 e 64 anos. Para a faixa etária de 35 a 44, esses percentuais são praticamente idênticos, ou seja, 24% entre os iniciais e 28% entre os estabelecidos (GEM, 2015).

As distribuições para empreendedores iniciais e estabelecidos, de acordo com a renda familiar, são semelhantes. Nos dois grupos, para a faixa de renda mais alta, que equivale à renda acima de 9 salários mínimos, são 3% entre os iniciais e 4% entre os estabelecidos. Para a faixa de renda abaixo de 3 salários mínimos, são 61% e 55%, respectivamente.

Quanto ao grau de escolaridade, poucos empreendedores possuem curso superior completo, correspondendo a 7% dos empreendedores iniciais e a 5% dos empreendedores estabelecidos. Os resultados da pesquisa do GEM (2015) mostram que 49% dos empreendedores iniciais e 39% dos estabelecidos possuem 2º grau de escolaridade completo.

Tanto empreendedores iniciais quanto estabelecidos são, na maioria, casados (37% dos iniciais e 47% dos estabelecidos) ou em união estável (18% dos iniciais e 16% dos estabelecidos). É maior a presença de solteiros entre os empreendedores iniciais (39%) do que

entre os estabelecidos (23%). A maioria dos empreendedores, iniciais ou estabelecidos, se declara como sendo da cor parda (52%) e (38%) se declaram brancos.

**Tabela 2: Distribuição percentual dos empreendedores segundo características sociodemográficas – Brasil – 2015**

Características do empreendedor	Brasil 2015		
	TEA	TEE	TTE
<b>Gênero</b>			
Masculino	51,0	55,7	53,3
Feminino	49,0	44,3	46,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Faixa etária</b>			
18 a 24 anos	19,2	4,9	12,6
25 a 34 anos	32,8	17,0	25,7
35 a 44 anos	24,3	27,6	25,5
45 a 54 anos	15,2	30,8	22,6
55 a 64 anos	8,4	19,6	13,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Renda familiar</b>			
Até 3 salários mínimos	60,8	54,6	58,1
Mais de 3 até 6 salários mínimos	28,7	36,5	32,1
Mais de 6 até 9 salários mínimos	7,1	5,2	6,2
Mais de 9 salários mínimos	3,4	3,7	3,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Nível de escolaridade<sup>1</sup></b>			
Educ0	26,0	35,9	30,6
Educ1	18,5	20,4	19,7
Educ2	48,8	38,5	43,7
Educ3+	6,7	5,1	6,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Estado civil</b>			
Casado	37,0	47,4	41,8
União estável	18,1	16,0	17,3
Divorciado	4,5	9,2	6,8
Solteiro	39,2	22,6	31,1
Viúvo	1,0	4,0	2,4
Outros	0,2	0,8	0,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Cor</b>			
Branca	38,4	38,0	38,2
Preta	9,4	8,0	8,6
Parda	52,0	52,7	52,4
Outras	0,2	1,3	0,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Adaptado de GEM Brasil (2015, p. 15)

Ainda de acordo com o GEM (2015), entre 70% e 80% dos brasileiros concordam que abrir um negócio é uma opção desejável de carreira, valorizam o sucesso dos empreendedores e acompanham na mídia histórias sobre empreendedores bem sucedidos.

Ter o próprio negócio continua sendo um dos principais sonhos dos brasileiros, sendo que a proporção observada em 2015 (34%) foi superior à de 2014 (31%); a proporção de brasileiros que conhecem alguém que abriu algum negócio nos últimos dois anos também aumentou (38% em 2014 e 52% em 2015). Todavia, os brasileiros se tornaram mais receosos para querer iniciar um novo negócio, visto que se verifica uma redução no número daqueles

que enxergam oportunidades no ambiente em que atuam (56% em 2014 e 42% em 2015), além da redução na proporção de pessoas que dizem não ter medo de fracassar (61% em 2014 e 50% em 2015), conforme ilustra a Tabela 3.

**Tabela 3: Percentual da população de 18 a 64 anos segundo a mentalidade empreendedora - Brasil – 2015**

Mentalidade	Brasil		
	2014	2015	Variação
Afirmam que desejam ter seu próprio negócio.	31,4	34,5	∧
Afirmam conhecer pessoalmente alguém que começou um novo negócio nos últimos 2 anos.	37,7	51,7	∧
Afirmam perceber, para os próximos seis meses, boas oportunidades para se começar um novo negócio nas proximidades onde vivem.	55,5	42,4	∨
Afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para iniciar um novo negócio.	50,0	58,3	∧
Afirmam que o medo de fracassar não impediria que começassem um novo negócio.	60,9	50,5	∨
Concordam que no Brasil a maioria das pessoas preferiria que todos tivessem um padrão de vida parecido.	...	76,4	–
Concordam que no Brasil a maioria das pessoas considera que abrir um negócio é uma opção desejável de carreira.	...	77,7	–
Concordam que no Brasil aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm status perante a sociedade.	...	80,1	–
Concordam que no Brasil, a mídia apresenta, com frequência, histórias sobre novos negócios bem sucedidos.	...	69,6	–

Adaptado de GEM Brasil (2015, p. 18)

### 2.3 O Processo Empreendedor

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2009), o processo de empreender está relacionado à busca de um novo empreendimento, introduzindo produtos novos em mercados existentes, produtos existentes em novos mercados e/ou por meio da criação de uma nova organização, de um empreendimento. Para que o empreendedor consiga empreender ele deve encontrar, avaliar e desenvolver uma oportunidade, superando as forças resistentes.

De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p.21) existem quatro fases distintas nesse processo:

- *Identificar e avaliar a oportunidade:* processo através do qual o empreendedor percebe a oportunidade para um novo empreendimento. Algumas oportunidades de negócios podem ser percebidas por meio de informações fornecidas por consumidores, membros de associações de classe, distribuidores, técnicos especializados, etc. Essas informações devem ser avaliadas e verificadas para que se possa saber se determinado produto ou serviço oferece retorno necessário em relação ao produto exigido. A oportunidade deve coincidir com os objetivos pessoais do empreendedor. Para que o empreendedor consiga analisar com mais organização seus objetivos ele pode fazer um plano de análise da oportunidade.

- *Desenvolver o plano de negócio:* Descrição da futura direção da empresa. Nesse caso, o plano de negócios vai justificar se a empresa será produtiva ou não. É essencial para que seja feita uma análise dos recursos que serão necessários, a obtenção desses recursos e a administração do empreendimento resultante.

- *Determinar os recursos necessários:* Esses recursos devem ser determinados pelo empreendedor. Devem ser avaliados os recursos existentes para não subestimar a quantidade e variedade dos recursos necessários, podendo correr riscos quanto a recursos insuficientes. O empreendedor no início, deve fazer de tudo para não perder sua posição de proprietário da empresa, também deve escolher bem seus fornecedores para que obtenha recursos com baixo custo e boa qualidade.

- *Administrar a empresa resultante:* Após obter os recursos o empreendedor deve colocar em prática o plano de negócios, deve criar áreas de controle para possíveis problemas, determinar as variáveis de sucesso e também não utilizar o capital da empresa para outros fins a não ser o da própria.

Segundo Baron e Shane (2011), a visão de que o empreendedorismo é um processo não é nova, havendo um consenso na área de que esse é um processo que se desenvolve ao longo do tempo, tem fases distintas e ao mesmo tempo relacionadas.

Alguns empreendedores decidem empreender de formas diferentes, cada qual da sua maneira. Para Hisrich, Peters e Shepherd (2009), as empresas podem ser classificadas por tipos de iniciativa, que resultam do processo de decisão de empreender, dividindo essas iniciativas em três categorias: *empresa “estilo de vida”, empresa de fundação e empresa de alto potencial.*

Os autores explicam que a empresa “estilo de vida” é o resultado da criação de um pequeno empreendimento que apenas sustenta os proprietários e geralmente não se expande. Esse tipo de empresa pode aumentar o quadro de funcionários e suas arrecadações anuais. O segundo tipo de iniciativa é a “empresa de fundação”, que é um tipo de empresa que é formada a partir de pesquisa e desenvolvimento, que geralmente não abre seu capital, pode ter um crescimento significável em um período de médio prazo e seu capital atrai interesse apenas de investidores particulares. E a última iniciativa é chamada de “empresa de alto potencial”. Nesse tipo de empresa o potencial de crescimento é alto e, portanto, recebe grande interesse dos investidores e maior publicidade. São empresas de alto nível que podem desenvolver o crescimento econômico de uma área. Contendo um grande quadro de funcionários e uma alta arrecadação de capital. (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

O GEM avalia o empreendedorismo de acordo com as etapas do processo empreendedor. Tal processo se inicia com a intenção das pessoas em começar um negócio e caracteriza o potencial empreendedor, seguindo até a criação do empreendimento e passando pelas fases iniciais de desenvolvimento, até o empreendimento ser considerado como estabelecido. (GEM, 2014)

## **2.4 Administradores x Empreendedores**

O administrador tem sido objeto de estudo há muito mais tempo que o empreendedor e mesmo assim ainda existem dúvidas sobre o que o administrador realmente faz. A abordagem clássica ou processual, com foco na impessoalidade, na organização e na hierarquia, propõe que o trabalho do administrador concentre-se nos atos de planejar, organizar, dirigir e controlar, de acordo com o princípio de Henry Fayol, no início do século XX. (DORNELAS, 2008)

Outra abordagem a ser considerada é de Rosemary Stewart (1982), que acreditava que o trabalho dos administradores é semelhante aos dos empreendedores, já que compartilham de três características principais: demandas, restrições e alternativas. Nesse trabalho, as demandas justificam o que deve ser feito. Restrições são os fatores internos e externos da organização que limitam o que o responsável pelo trabalho administrativo pode fazer. Alternativas identificam as opções que o responsável tem na determinação do que e de como fazer. (DORNELAS, 2008).

**Quadro 1 - Comparação das quatro abordagens do papel do administrador**

ABORDAGENS				
	Processo	Restrições, demandas e escolhas (STEWART)	Papéis (MINTZBERG)	Agenda (KOTTER)
Pessoalidade	Fraco	Forte	Forte	Forte
Uso do relacionamento interpessoal	Fraco	-	Forte	Forte
Foco nas organizações e ações conjuntas	Forte	Fraco	Médio	Médio
Utilização da hierarquia	Forte	Forte	Média	Forte

Fonte: Adaptado de Dornelas (2008)

No Quadro 1 Dornelas (2008) resume as abordagens citadas e o grau de influência de algumas características em relação a cada abordagem. Henry Fayol no início do século XX realiza comparações com base na abordagem clássica ou processual, com foco na impessoalidade, na organização e na hierarquia. Rosemary Stewart (1982), do Oxford Center Management Studies, acreditava que o trabalho dos administradores é semelhante ao dos empreendedores, já que compartilham de três características principais: demandas, restrições e alternativas. Mintzberg (1986) propôs uma abordagem que trata da atividade do trabalho gerencial, focando os papéis dos gerentes: interpessoais, informacionais e decisórios. Segundo Kotter (1982), os administradores criam e modificam agendas, incluindo metas e planos para sua organização e desenvolvem redes de relacionamentos cooperativos para implementá-los.

O empreendedor de sucesso possui características extras, além dos atributos do administrador e alguns atributos pessoais que, somados a características sociológicas e ambientais, permitem o nascimento de uma nova empresa. De uma ideia surge uma inovação, e desta, uma empresa. Essas são as características que o empreendedor possui a mais que o administrador citado por Dornelas (2008, p. 17): são visionários, sabem tomar decisões, são indivíduos que fazem a diferença, sabem explorar ao máximo as oportunidades, são determinados e dinâmicos, são dedicados, são otimistas e apaixonados pelo que fazem, são independentes e constroem o próprio destino, ficam ricos, são líderes e formadores de equipes, são bem relacionados (networking), são organizados, planejam, possuem conhecimento, Assumem riscos calculados, e por fim, criam valor para a sociedade.

Dornelas (2008, p.18) afirma que: “[...] *O empreendedor é um administrador, mas com diferenças consideráveis em relação aos gerentes ou executivos de organizações tradicionais, pois os empreendedores são mais visionários que os gerentes*”.

Para Dornelas (2008, p.19), as diferenças entre os domínios empreendedor e administrativo podem ser comparadas em cinco dimensões distintas de negócio: orientação estratégica, análise das oportunidades, comprometimento dos recursos, controle dos recursos e estrutura gerencial. O empreendedor de sucesso se diferencia do administrador comum quanto ao constante planejamento a partir de uma visão de futuro.

## **2.5 Tipologia do Empreendedor**

Segundo Dornelas (2007), não existe um único tipo de empreendedor que possa ser identificado, apesar das pesquisas realizadas nesse campo buscarem encontrar um estereótipo universal. Dornelas (2007, p.11) classifica oito tipos de empreendedores na realização de sua pesquisa, que considerou uma amostra de 399 empreendedores.

**Tipo 1** – O Empreendedor Nato (Mitológico): são pessoas com uma trajetória de vida muito bonita, que geralmente começam do nada e a partir de muito trabalho conseguem construir seus impérios. Esses empreendedores apresentam características otimistas, estão à frente de seu tempo e comprometem-se totalmente para realizarem seus sonhos.

**Tipo 2** – O Empreendedor que Aprende (Inesperado): São pessoas que se depararam com uma oportunidade de negócio e resolveram mudar de rumo na vida para se dedicar ao próprio negócio. Geralmente ocorre quando alguém o convida para ser sócio ou quando ele percebe que pode criar o seu próprio negócio. Deve aprender a lidar com novas situações e se dedicar ao negócio próprio.

**Tipo 3** – O Empreendedor Serial (Cria Novos Negócios): É aquele que é apaixonado pelo ato de empreender. Sua maior habilidade é acreditar nas oportunidades e buscar implementá-las. Não cria um negócio para ficar a frente até que o mesmo dê lucro, e sim, busca criar mais e mais, optando por não tomar a frente do negócio, para assumir uma postura de executivo que lidera grandes equipes.

**Tipo 4** – O Empreendedor Corporativo: São comumente executivos muito competentes, com capacidade para gerir e possuem conhecimentos de ferramentas administrativas. Desenvolvem seu *networking* dentro e fora da organização. Não se satisfazem com o que ganham no momento e sempre buscam desenvolver planos com metas ousadas e recompensas variáveis.

**Tipo 5** – O Empreendedor Social: Busca construir um mundo melhor para as pessoas e se engajam com causas humanitárias com comprometimento singular. Possuem características similares aos demais empreendedores, mas se diferenciam pelos seus projetos, tendo como principal motivação a realização pessoal. De todos os tipos de empreendedores, esse tipo não busca desenvolver-se financeiramente.

**Tipo 6** – O Empreendedor por Necessidade: Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido e cria o próprio negócio, pois não tem alternativa. Não contribui para o desenvolvimento econômico porque geralmente desenvolve um negócio informal. Suas iniciativas empreendedoras são simples, pouco inovadoras e geralmente não contribuem com impostos ou taxas.

**Tipo 7** – O Empreendedor Herdeiro (Sucessão Familiar): Ocorre dentre os membros da família, geralmente logo cedo. O desafio do herdeiro é aumentar o patrimônio recebido. Alguns querem inovar e mudar as “regras do jogo”, outros preferem deixar como está porque até o momento está dando lucro. Atualmente buscam se especializar para não tomar decisões precipitadas apenas com base nas experiências e na história de sucesso das gerações passadas.

**Tipo 8** – O Empreendedor “Normal” (Planejado): É uma pessoa que planeja suas ações visando ter melhores resultados. Busca minimizar riscos, se preocupa com os próximos passos do negócio, tem uma visão de futuro clara e, por fim, trabalha em função de metas. Esse tipo de empreendedor seria o ideal, segundo as definições de empreendedor e serve como referência a ser seguida.

Para compreender as tipologias do empreendedor, são apresentadas, no (Quadro 2), quatro tipologias distintas, baseadas no comportamento dos empreendedores.

**Quadro 2 - Tipologia do Empreendedor, por Miner (1996)**

Tipo de Empreendedor	Características Comportamentais
Empreendedor Pessoal	Procura ser bom em tudo o que faz, possui iniciativa e comprometimento com a organização, procura trabalhar baseado no planejamento e estabelecimento de objetivos pessoais.
Especialista Gerador de Idéia	Busca a inovação, procura atingir as estratégias da empresa através de novos produtos, novos nichos e novos processos. Possui um bom grau de inteligência, desejo por idéias e tenta não correr risco.
Empático Supervendedor	Acredita que a via adequada para o sucesso empresarial é a força das vendas, leva em consideração os processos sociais, o bom relacionamento com os indivíduos, procura compreendê-los
Verdadeiro Gestor	É aquele que procura se adapta para gerir um cargo de alta chefia, tem o desejo de poder, relaciona-se de maneira satisfatória com as autoridades, busca a competição empresarial, além de possuir uma boa capacidade decisória.

Fonte: Adaptado de Miner (1996, *apud* Minello, 2011)

Para Vésper (1980), existem 11 tipos de empreendedores e explica-os de acordo com as suas características comportamentais.

**Quadro 3 - Tipologia do Empreendedor, segundo Vésper (1980):**

Tipo de Empreendedor	Características Comportamentais
Autônomo	Executam seus serviços pessoalmente, baseando-se em habilidade técnica.
Formadores de Equipes	Contratam outras pessoas e delegam tarefas, formando equipes, percebendo uma possível vantagem na expansão do negócio.
Inovadores Independentes	Criadores de novos produtos, que criariam empresas para desenvolvê-los.
Multiplicadores de padrão	Reconhecem um negócio, passível de ser multiplicado visando a obtenção de lucro.
Exploradores de Economia de Escala.	Criam seis negócios baseados em preços menores obtidos devido à economia de escala, localização em áreas mais baratas e/ou com impostos menores.
Agregadores de Capital	Captam recursos de diversas fontes para bancar a operação de bancos, seguradoras entre outras.
Aquisidores	Optam por adquirir negócios que já estão em processo de operação.
Especialistas de Compra e Venda	Compram empresas em dificuldades, a recupera do fracasso e depois vende por um preço maior.
Formadores de Conglomerados	Trabalham para obter controle acionário de uma empresa para, a partir desta, adquirir o controle de outras empresas.
Especuladores	Dedicam-se a compra e venda de commodities, ou por exemplo a área imobiliária.
Manipuladores de Valor Aparente	Adquirem bens ou empresas baratas, melhorando sua aparência ou índices financeiros para revendê-los com elevação no preço.

Fonte: Adaptado de Vésper (1980, *apud* Minello, 2011)

Andersson (2000) afirma que existem 3 tipos de empreendedores e classifica-os de acordo com as suas características comportamentais.

**Quadro 4 - Tipologia do empreendedor, segundo Andersson (2000)**

Tipo de Empreendedor	Características Comportamentais
Empreendedor Técnico	É o indivíduo que trabalha com as inovações técnicas, tem interesse pela tecnologia, buscando o desenvolvimento de inovações, produtos e o aumento da produção.
Empreendedor Marketing	Aquele que trabalha para abertura de novos mercados, podendo apresentar características inovadoras, é proativo, busca a expansão do negócio no mercado.
Empreendedor Estrutural	Busca o desenvolvimento, a reestruturação das empresas. De maneira geral trabalha em organizações maduras, sua estratégia está em nível corporativo raramente vindo a intervir diretamente em questões operacionais.

Fonte: Adaptado de Andersson (2000 *apud* Minello, 2011)

De acordo com Filion (1999) existem 6 tipos de empreendedores, e ele os classifica de acordo com suas características comportamentais.

**Quadro 5 - Tipologia do empreendedor, segundo Filion (1999):**

Tipo de Empreendedor	Características Comportamentais
O lenhador	Caracteriza-se por gostar de fazer as coisas, sente-se como se estivesse perdendo tempo quando têm de falar com pessoas, enquanto empregador prefere as pessoas que trabalham durante muitas horas como eles mesmos, a cultura organizacional do seu empreendimento, é voltada para a produção.
O sedutor	É o que se entrega de maneira completa e emocional aos negócios, mas seu entusiasmo nunca dura muito. Cria negócios e logo os vende, gosta que as coisas aconteçam rápidas. Enxerga tudo sob um ponto de vista bem particular: onde e como ter lucros com o menor esforço possível.
O jogador	Percebe o esporte e o lazer como elemento vital em sua vida. Considera a empresa como um suporte financeiro, um meio de ganhar o suficiente para fazer o que realmente quer. Opta por campos de atuação sazonais, trabalha muito durante certos períodos, mas não durante outros. Não está de maneira absoluta comprometido emocionalmente com o negócio.
O hobbysta	Dedica toda a sua energia e o tempo livre aos negócios. Frequentemente possui outro emprego oficial, mas só o mantém como um apoio financeiro para seu negócio. O negócio é seu hobby. É nele que vê a possibilidade de auto-realização, assim investe todos os recursos para desenvolvê-lo.
O convertido	Procura alguma coisa com que se realize, quando encontra o que buscava, sua vida gira em torno dessa descoberta. Prefere ver a si mesmo como uma pessoa particularmente superior, ao invés de ver os resultados, gostam de estar no controle, por isso têm dificuldade de delegar até que a outra pessoa prove merecedora confiança.
O missionário	Conhece muito bem o produto e o mercado. Leva em consideração a evolução e o aprendizado dos indivíduos, compreende o negócio como um sistema social, acredita que os resultados dependem da capacidade do trabalho em equipe. Delega ao máximo, participa de atividades em força-tarefa, onde possam escutar discutir e trocar experiências.

Fonte: Adaptado de Filion (1999 *apud* Minello, 2011)

## 2.6 Motivação, Perfil e Características do Comportamento Empreendedor

Segundo McClelland (1961) existem três tipos básicos de motivos que podem ser encontrados nas chamadas grandes escolhas. E adaptando ao empreendedorismo podem ser tipificados os seguintes grupos de motivação:

**Motivo de realização:** motivação predominante pelas necessidades de realização. Os indivíduos com esse tipo de necessidade desejam se aperfeiçoar e fazem da melhor maneira possível à atividade que lhe for atribuída;

**Motivo de afiliação:** motivação predominante pelas necessidades de afiliação ou afeto (participação social). Os indivíduos com esse tipo de necessidade desejam obter e exercer influência nos relacionamentos interpessoais;

**Motivo de poder:** motivação predominante pelas necessidades de poder. Os indivíduos com esse tipo de necessidade desejam se sentir integrados em um grupo. Eles procuram ser responsáveis pelos demais e ter autoridade sobre os outros.

Dolabela (2008, p. 23) define que o perfil do empreendedor através da seguinte pergunta: “*o que se sabe hoje, pelas pesquisas em todo o mundo, sobre o perfil do empreendedor?*”, primeiro ele diz que o empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar), ou seja, se ele vive em um ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, a sua motivação brotará para criar seu próprio negócio. Em segundo lugar, que existem locais mais, ou menos, empreendedores que outros. Dessa forma o perfil do empreendedor pode variar de um lugar para outro.

O perfil de empreendedor é possuir iniciativa, autoconfiança, aceitar o risco, não possuir temor do fracasso ou rejeição, tomar decisões, ter responsabilidade, ter energia, possuir automotivação, entusiasmo, controle, otimismo, persistência, ser crítico, etc.

Chiavenato (2008, p.8-9) define três características básicas que identificam o espírito empreendedor:

**Necessidade de realização:** Varia de pessoa para pessoa. Se comparados com as pessoas em geral o empreendedor possui um índice mais alto de necessidade de realização.

**Disposição para assumir riscos:** o empreendedor prefere situações arriscadas desde que possa exercer o controle pessoal sobre seus resultados.

**Autoconfiança:** o empreendedor se sente seguro em relação aos seus propósitos, confia na sua capacidade para gerir o negócio, se sente preparado para enfrentar os desafios inerentes ao negócio.

Segundo Dornelas (2005, p. 40-41) o empreendedor possui habilidades que podem ser classificadas em três áreas:

**Habilidades técnicas:** o empreendedor deve saber ouvir as pessoas, saber escrever, ser bom orador, organizado, saber liderar e trabalhar em equipe.

**Habilidades gerenciais:** o empreendedor deve saber gerenciar as áreas da empresa, marketing, administração, finanças, recursos humanos, operacional, produção, tomada de decisão, controle das ações da empresa, e saber negociar.

**Características pessoais:** o empreendedor deve ser disciplinado, inovador, assumir riscos, adaptativo, persistente e ser um líder visionário.

O SEBRAE adota como premissa a existência de dez características relacionadas ao comportamento do empreendedor, tomando como base a Teoria das Necessidades Adquiridas, de McClelland (1961), as quais estão relacionadas no (Quadro 6).

**Quadro 6 – Características do Comportamento Empreendedor - CCES**

Características do Comportamento Empreendedor – CCES
Busca de oportunidade e iniciativa
Persistência
Comprometimento
Exigência de qualidade e eficiência
Correr riscos calculados
Estabelecimento de metas
Busca de informação
Planejamento e monitoramento sistemático
Persuasão e rede de contatos
Independência e autoconfiança

Fonte: Adaptado de McClelland *apud* SEBRAE (2013)

McClelland *apud* SEBRAE (2013) criou 10 características do comportamento empreendedor que são explicadas abaixo:

1. Busca de oportunidades e iniciativa: Aproveitar as oportunidades, fazer as coisas antes de forçado pelas circunstâncias e agir para expandir os negócios.
2. Persistência: Agir diante dos obstáculos, mudar a estratégia para enfrentar desafios, assumir responsabilidade para atingir as metas.
3. Comprometimento: Fazer sacrifício pessoal para completar a tarefa, colaborar com funcionários para terminar um trabalho, manter o cliente satisfeito.
4. Exigência de qualidade e eficiência: Fazer as coisas melhor, mais rápido e mais barato, exceder os padrões de excelência e assegurar o trabalho terminado a tempo e na qualidade combinada.
5. Correr riscos calculados: Expor-se a situações de risco moderado, avaliar alternativas, calcular os riscos e agir para controlar resultados e reduzir riscos.
6. Estabelecimento de metas: Estabelecer objetivos e metas, definir objetivos e metas claras e específicas, estabelecer metas mensuráveis.

7. Busca de informações: Dedicar-se a obter informações necessárias ao negócio, investigar como fazer o produto ou serviço, consultar especialistas.
8. Planejamento e monitoramento sistemático: Planejar dividindo tarefas grandes em subtarefas, revisar seus planos frente aos resultados obtidos, usar registros financeiros para tomada de decisões. Aos empreendedores o ideal é fazer uma auto avaliação, identificando quais características estão com maior nível de desenvolvimento e quais precisam ser desenvolvidas.
9. Persuasão e rede contatos: Usar estratégias para influenciar os outros, usar pessoas chaves para atingir objetivos, agir para desenvolver relações comerciais.
10. Independência e autoconfiança: Buscar autonomia, manter seu ponto de vista diante da oposição, expressar confiança na própria capacidade.

Ainda com fundamento na Teoria de McClelland *apud* Jones (2011), essas características podem ser agrupadas em três grupos distintos: características do conjunto de **realização**, características do conjunto de **planejamento** e características do conjunto de **poder**.

O **conjunto da realização** envolve as seguintes características, busca de oportunidade e iniciativa, persistência, comprometimento, exigência de qualidade e eficiência, correr riscos calculados. O **conjunto de planejamento**, por sua vez, é composto pelas seguintes características: estabelecimento de metas, busca de informação, planejamento e monitoramento sistemático. Já o **conjunto de poder** abrange as características de persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança.

Dornelas (2007, p.3) afirma que não existem muitas variações sobre as pesquisas que caracterizam o empreendedor ao longo das últimas décadas, apesar de algumas características serem mencionadas mais que outras e de haver uma quantidade significativa das mesmas.

Dolabela *apud* Fillion (2008, p.70) afirma que as características do empreendedor variam de acordo com as atividades que são executadas. Podendo ser adquiridas e desenvolvidas. Assim a tese de que o empreendedor é fruto de uma herança genética não é mais relevante.

Portanto, o empreendedor possui características que são inerentes ao próprio ser e algumas que são adquiridas com o passar do tempo. Essas características nos ajuda a traçar o perfil do empreendedor, que pode variar de um local para outro.

### **3. ASPECTOS METODOLÓGICOS**

#### **3.1 Caracterização da Pesquisa**

Essa pesquisa se apoia numa abordagem quantitativa – qualitativa, que, segundo Gerhardt e Silveira (2009), a pesquisa qualitativa caracteriza-se por tentar explicar o significado das coisas. E qualitativa porque são calculados e analisados indicadores financeiros.

Quanto aos objetivos, essa pesquisa se classifica como descritiva. Triviños (1987 *apud* Gerhardt e Silveira, 2009) afirma que quem utiliza esse tipo de pesquisa deve se aprofundar na busca de inúmeras informações sobre o que se deseja pesquisar, descrevendo fatos e fenômenos da realidade. A pesquisa descritiva tem por premissa buscar a resolução de problemas, aprimorando as práticas por meio da observação, da análise e das descrições desses problemas.

Em relação aos procedimentos, essa pesquisa classifica-se como uma pesquisa de campo, não probabilística, com amostragem intencional, constituída empreendedores estabelecidos no município de Gado Bravo – PB. Fonseca (2002 *apud* Gerhardt e Silveira, 2009) afirma que esse tipo de pesquisa caracteriza-se por investigações, pesquisa bibliográfica e/ou documental e coleta de dados por meio de formulários aplicados junto aos empreendedores. O desenvolvimento dessa pesquisa é realizado com base em análise de documentos em relação ao estudo do perfil dos empreendedores dessa cidade, entrevista (semiestruturada) e observações. Utilizar esses instrumentos de coleta de dados é de fundamental importância para a veracidade das informações, de forma que a pesquisa se tornará mais consistente com informações importantes narradas pelos empreendedores da cidade de Gado Bravo- PB.

A pesquisa foi enriquecida pelo contato com os atores sociais que vivenciam as questões abordadas no estudo, que contribuirão na identificação das características do comportamento do empreendedor, do contexto em que se inserem e da forma como desempenham suas atividades. Os métodos utilizados vão contribuir para melhor compreensão do tema abordado, interferindo positivamente nos resultados finais da pesquisa.

#### **3.2 Variáveis da Pesquisa**

Para alcançar o objetivo geral do estudo, o qual busca traçar o perfil empreendedor dos empresários do município de Gado Bravo – PB, a partir da identificação das características do comportamento empreendedor na amostra pesquisada, foram elencadas, em conformidade com a fundamentação teórica e com pesquisa desenvolvida por França (2013), algumas variáveis, tais como os motivos que levaram o empreendedor a desenvolver o negócio, a sua capacidade de resolução de problemas, propensão para assumir riscos, competência para executar planejamento, origem do capital inicial, o tipo de empresa, influência familiar, visão, capacidade de inovar e análise do mercado com base em oportunidades e ameaças.

### **3.3 Ambiente da Pesquisa**

O município de Gado Bravo - PB foi fundado no dia 29 de abril de 1994 e possui atualmente cerca de 70 empreendimentos estabelecidos, de acordo com mapeamento realizado por essa pesquisa. Todos esses empreendimentos possuem pontos fixos e possuem também um ou dois gestores. Antes, alguns desses empreendimentos eram localizados dentro da própria residência das pessoas (eram as chamadas “bodegas”), que serviam como ponto de venda de mercadorias para a população. Com o passar do tempo e com a evolução do comércio, esses pontos passaram a se desenvolver e as pessoas começaram a fazer adaptações nos seus negócios, evoluindo para um ambiente comercial comum.

Esses comerciantes, em sua maioria, atuam no segmento de varejo, trabalhando com supermercados de pequeno porte, papelaria, açougue, quitanda, material de construção, bar, lanchonete, *lanhouse*, lojas de confecção, academia etc.

### **3.4 Universo e Amostra da pesquisa**

A amostra é uma parcela conveniente selecionada do universo, que irá representar todo esse universo (PÁDUA, 2004). O conjunto de pessoas ou empresas que formam o alvo da pesquisa é chamado de universo da pesquisa (PÁDUA, 2004). Em outras palavras, universo significa o conjunto de todas as espécies que entram na mira da investigação. A amostra é o subconjunto extraído ao acaso deste universo.

No caso desta pesquisa o universo compreende todos os empreendedores estabelecidos no município de Gado Bravo-PB. E a amostra correspondente será uma porcentagem desse universo, ou seja, uma pequena parte que representa a população. A amostra é não probabilística e intencional, além de estratificada, pois é possível delimitar os tipos de

empreendimentos por setor de atividade. Foi considerada uma amostra de 20 estabelecimentos, tendo o universo cerca de 70 empreendimentos.

A amostra, composta por 20 pequenas empresas, foi dividida da seguinte maneira: 2 lojas de confecção de roupas (10%); 1 *lan house* (5%); 1 escola de reforço (5%); 1 papelaria (5%); 1 loja de peças e acessórios para motos (5%); 1 loja de variedades (5%); 2 lojas de móveis e utensílios (10%); 1 farmácia (5%); 1 padaria (5%); 1 material de construção (5%); 1 academia (5%); 1 lanchonete (5%); 1 bar (5%); 1 açougue (5%); 1 frutaria e variedade (5%); 3 supermercados de pequeno porte (15%).

### **3.5 Coleta de Dados**

A coleta de dados foi realizada através de uma entrevista semiestruturada, utilizando como instrumento de pesquisa um formulário, adaptado do SEBRAE (2013) e de França (2013), aplicado aos sujeitos da pesquisa, de acordo com a amostra não probabilística e intencional. A pesquisa foi realizada pessoalmente junto a cada empreendedor, no período de 02 de Maio de 2016 a 03 de Maio de 2016.

### **3.6 Tratamento e Análise dos Dados**

No tratamento dos dados coletados na pesquisa, seguiu-se uma abordagem quantitativa – qualitativa. Na abordagem quantitativa dos dados coletados foram utilizados os parâmetros da Estatística Básica, com o auxílio do Microsoft Excel para fazer os cálculos possíveis.

A abordagem qualitativa se justifica pela explicação das estatísticas utilizadas na pesquisa, tratando de ajudar a traçar o perfil do empreendedor, de acordo com a revisão bibliográfica analisada sobre o tema abordado.

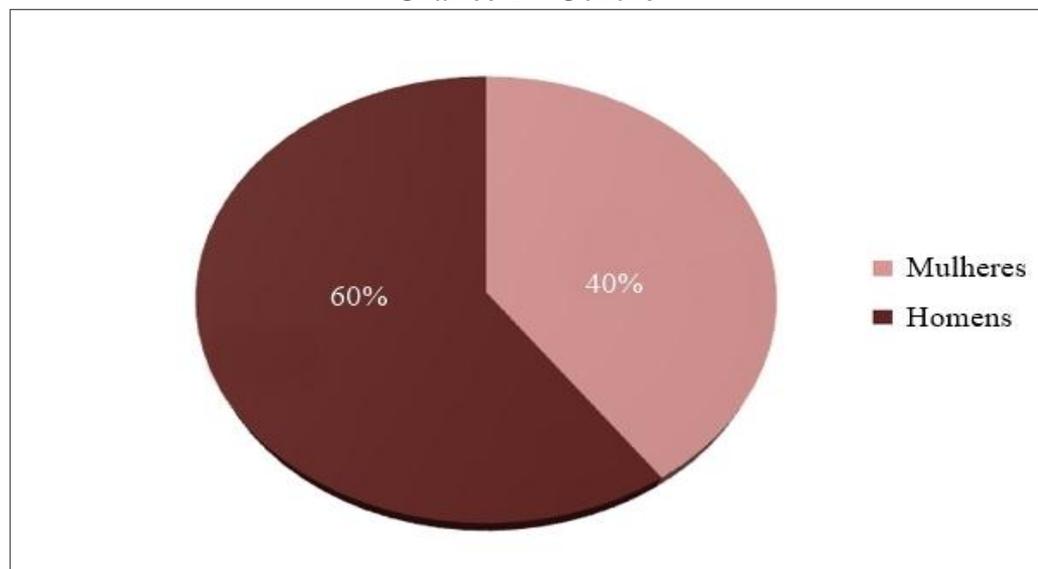
## 4. APRESENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS

### 4.1 O Perfil da Amostra

Com base nos dados da pesquisa, foi identificado que os empreendedores de ramos diferentes possuem características semelhantes, quanto a como gerenciar o próprio negócio.

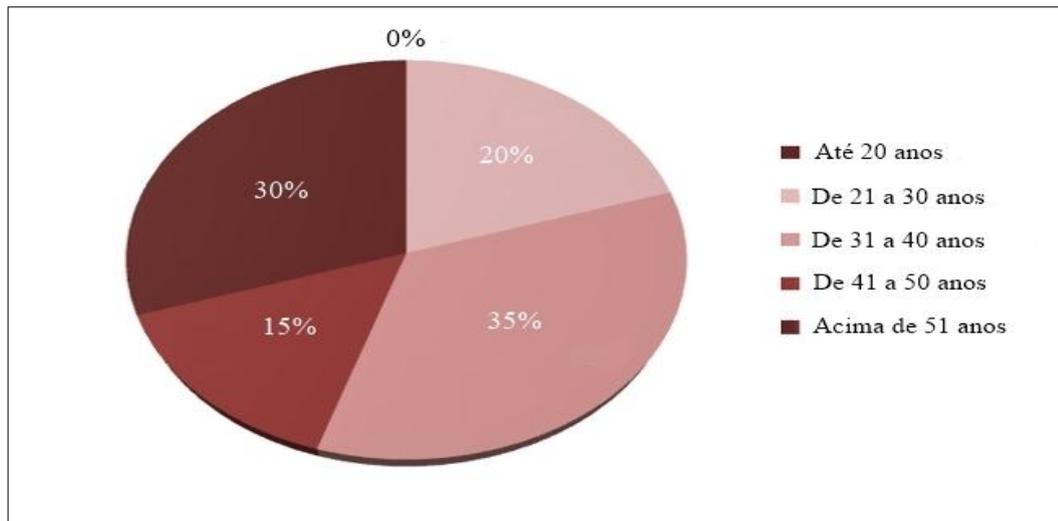
Em relação ao gênero (Gráfico 1), a pesquisa foi realizada com 100% da amostra, junto aos empreendedores da cidade de Gado Bravo - PB, tendo sido constatado que 40% dessa amostra são mulheres e o restante, 60%, são homens.

**Gráfico 1 – Gênero**



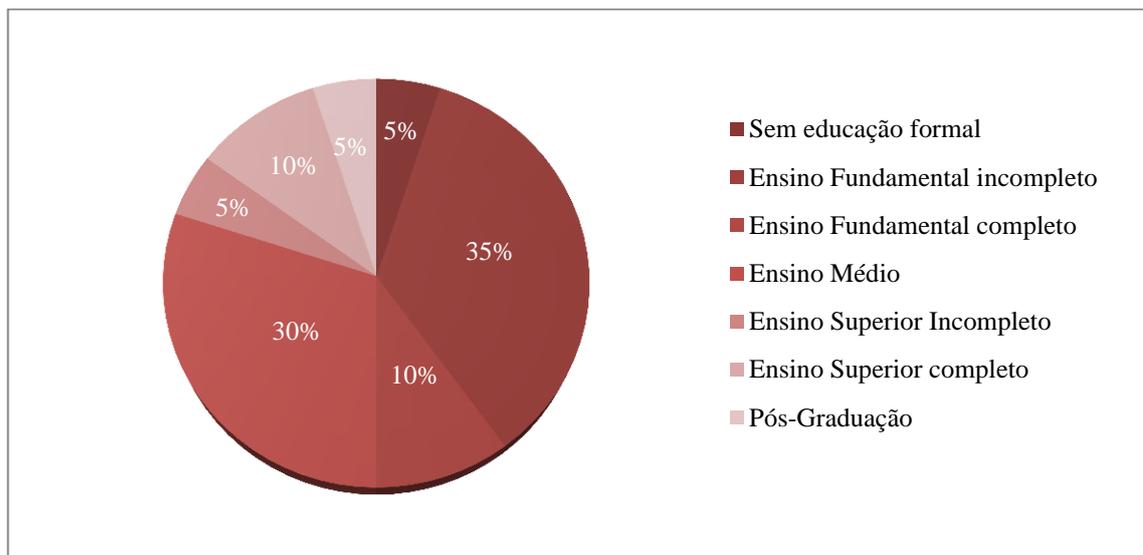
Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

De acordo com a idade dos empreendedores (Gráfico 2), a pesquisa indica que nenhum componente da amostra possui até 20 anos; 20% da amostra possuem entre 21 a 30 anos, 35% possuem entre 31 a 40 anos, 15% possuem idade entre 41 a 50 anos, e, por fim, 30% possuem idade acima de 51 anos. Portanto, a amostra apresenta a maioria da sua população com idade entre 31 e 40 anos e, em segundo lugar, uma população acima de 51 anos. Dessa forma, pode-se perceber que a amostra é formada, em sua maioria, por pessoas adultas, visto que muitos dos estabelecimentos comerciais são antigos.

**Gráfico 2 – Idade dos empreendedores**

Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

Em relação ao grau de escolaridade (Gráfico 3), a amostra pesquisada mostra que 5% da população não possuem educação formal, 35% possuem ensino fundamental incompleto, 10% possuem ensino fundamental completo, 30% possuem ensino médio, 5% possuem ensino superior incompleto, 10% possuem ensino superior completo e, por fim, 5% possuem pós-graduação.

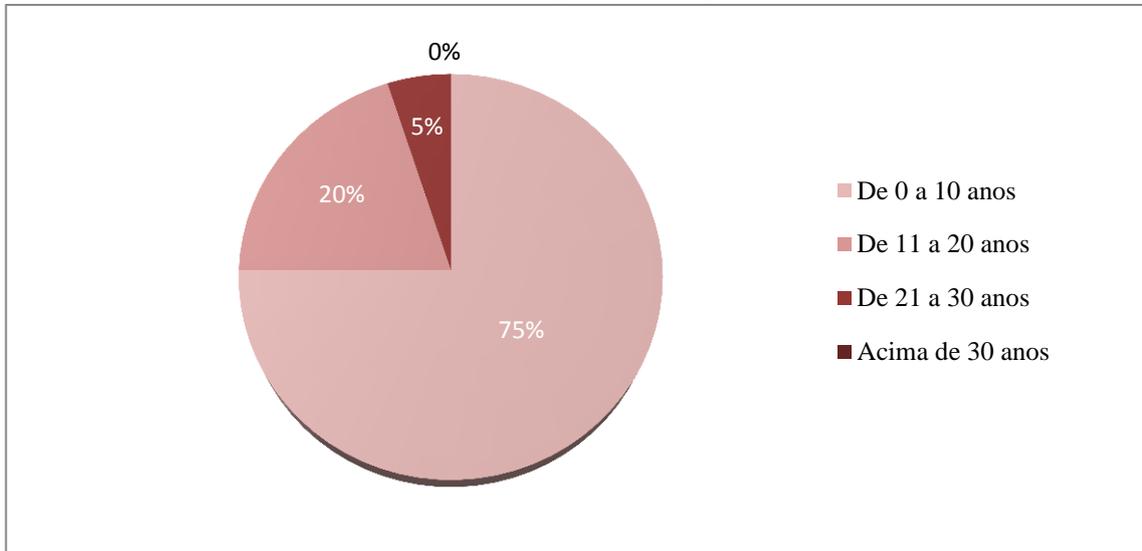
**Gráfico 3 – Grau de escolaridade**

Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

O Gráfico 4 indica o tempo de atuação dos empreendedores. Os dados coletados revelam que 75% deles atuam no mercado há um período entre 0 a 10 anos; 20% possuem o

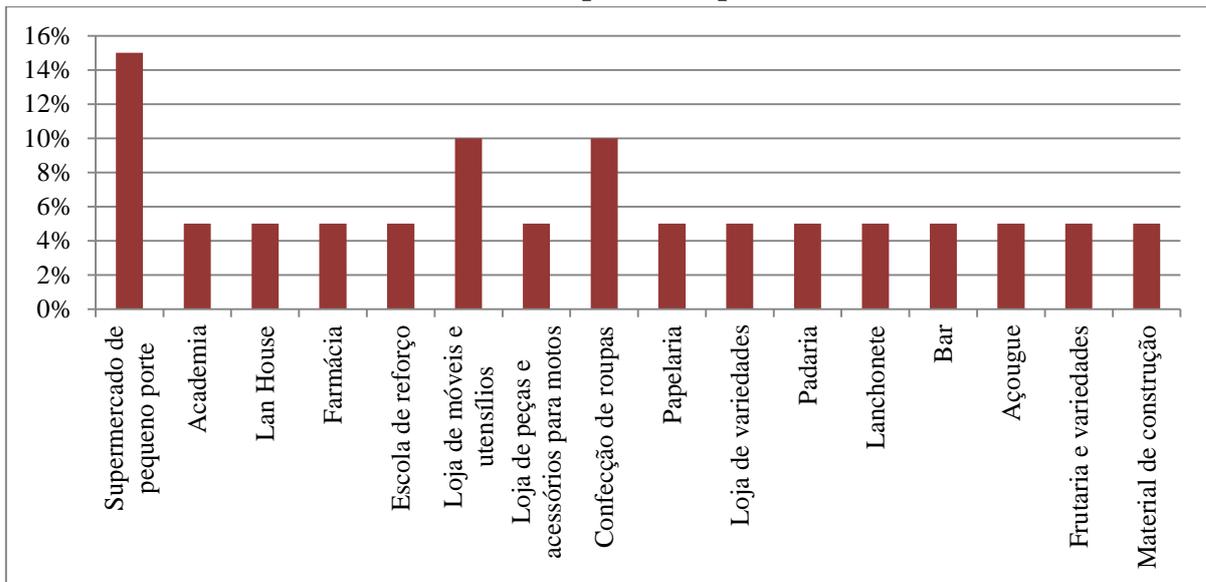
tempo de 11 a 20 anos, 5% possuem de 21 a 30 anos e, por fim, nenhum componente na amostra está no mercado há mais de 30 anos.

**Gráfico 4 – Tempo de atuação no mercado**



Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

Em relação aos tipos de empreendimentos (Gráfico 5), a amostra indica que há uma forte heterogeneidade em relação aos empreendimentos, sendo divididos da seguinte forma: supermercado de pequeno porte (15%), confecção de roupas (10%), móveis e decoração (10%), academia (5%), *lan house* (5%), farmácia (5%), reforço escolar (5%), loja de móveis e utensílios (10%), loja de peças e acessórios para motos (5%), papelaria (5%), loja de variedades (5%), padaria (5%), lanchonete (5%), bar (5%), açougue (5%), frutaria e variedades (5%), e por fim, material de construção (5%). O número de supermercados de pequeno porte é mais significativo na amostra, seguido pelo número de lojas de confecção e de móveis e decoração.

**Gráfico 5 – Tipos de empreendimentos**

Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

## 4.2 Descrição dos Dados com Base nas Características Empreendedoras

De acordo com os dados desta pesquisa, analisados à luz dos autores que deram suporte conceitual ao estudo, foram definidas algumas características que são relacionadas aos empreendedores, as quais ajudaram a traçar o perfil empreendedor de cada entrevistado.

### 4.2.1 Oportunidade

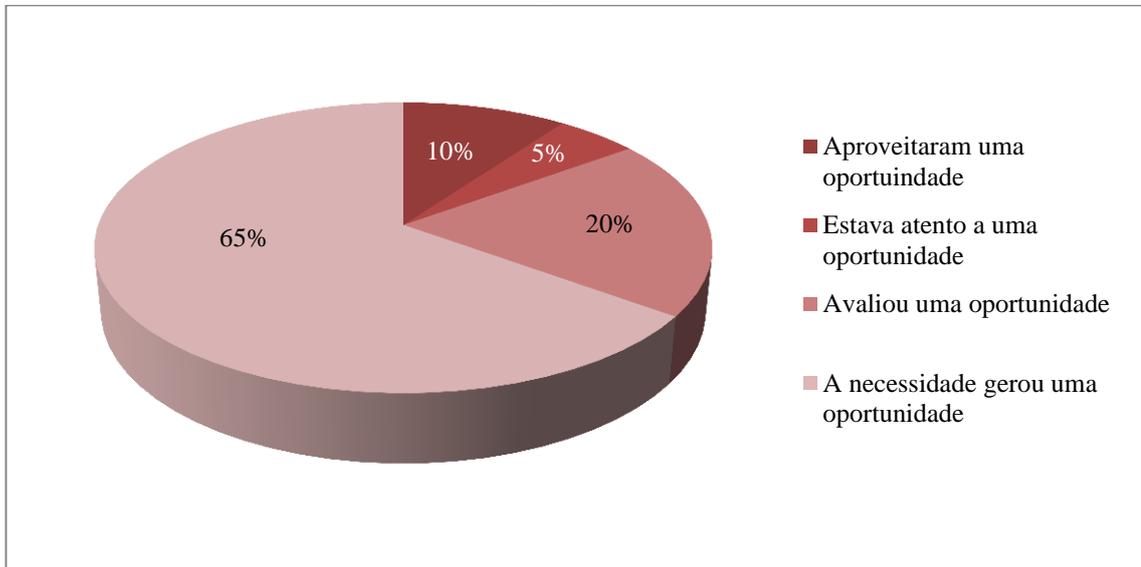
O empreendedor deve saber aproveitar as oportunidades, fazer diferente e melhor, conquistar novos mercados, novos produtos e/ou serviços, adquirir novos conhecimentos, investir em tecnologias, para que o empreendimento seja bem sucedido. As oportunidades tem o potencial de gerar valores econômicos, sendo vistas como essenciais para a sociedade por contribuírem para o desenvolvimento da região e do país.

Em relação à oportunidade, nessa pesquisa foi identificado que apenas 10% dos empreendedores entrevistados aproveitaram uma oportunidade, 5% estavam atentos a uma oportunidade, 20% avaliaram uma oportunidade e, por fim, a maioria dos entrevistados (65%) responderam que a necessidade gerou uma oportunidade.

Reconhecer uma oportunidade ou ter uma ideia para um produto ou serviço é apenas o início do processo empreendedor. O empreendedor também deve reunir vários recursos, como os financeiros, humanos e informações básicas (sobre mercados, questões ambientais,

jurídicas). O ideal é construir um plano de negócio formal para dar suporte financeiro, descrevendo todo planejamento de como irá desenvolver seu empreendimento.

**Gráfico 6 – Oportunidade**



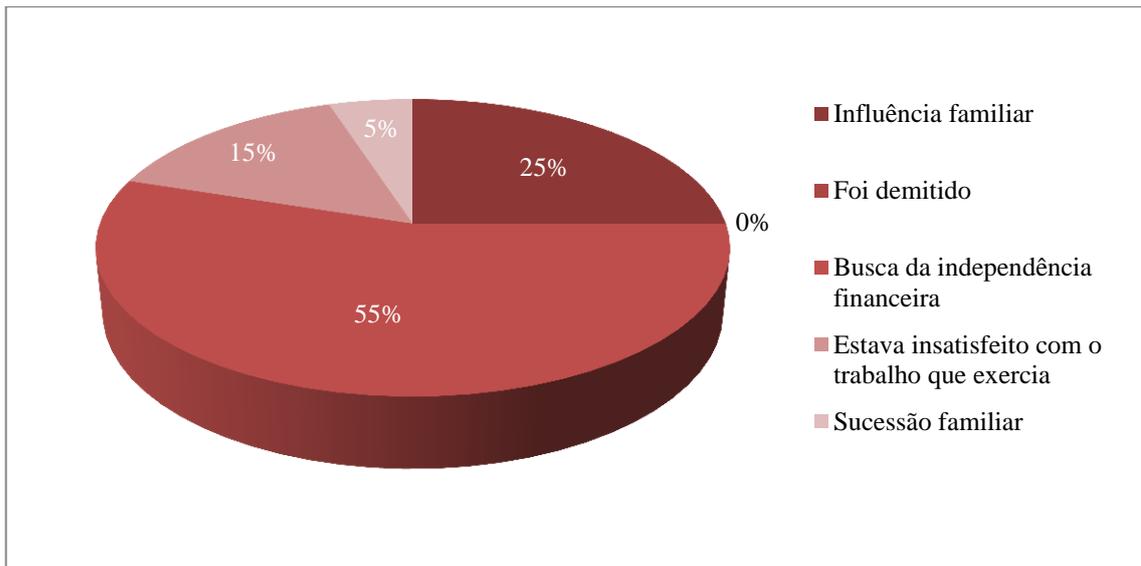
Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

O empreendedor inicia seu empreendimento geralmente por necessidade ou por oportunidade. No caso dessa pesquisa, a maioria (65%) dos empreendedores resolveram empreender por necessidade, em virtude de estarem vivendo em uma cidade não muito desenvolvida, onde não há muitas oportunidades de emprego, pois a maioria das pessoas empregadas no município estão vinculadas à Prefeitura Municipal. Então, pela necessidade de ter um sustento para si e para suas famílias, essas pessoas resolveram iniciar os seus próprios negócios.

#### 4.2.2 Influência

Os fatores de influência são os que motivam o empreendedor a iniciar seu negócio. As influências podem derivar de familiares, amigos, conhecidos, e por fim, da iniciativa própria (fatores pessoais).

Ao perguntar sobre o motivo que levou as pessoas a empreenderem, a pesquisa revelou que 25% dos entrevistados afirmaram ter recebido influência familiar, ninguém empreendeu por ter sido demitido (55%), tendo sido influenciados pela busca da independência financeira; 15% estavam insatisfeitos com o trabalho que exerciam antes e, por fim, 5% foram influenciados pela necessidade de sucessão familiar.

**Gráfico 7 – Fatores de influência**

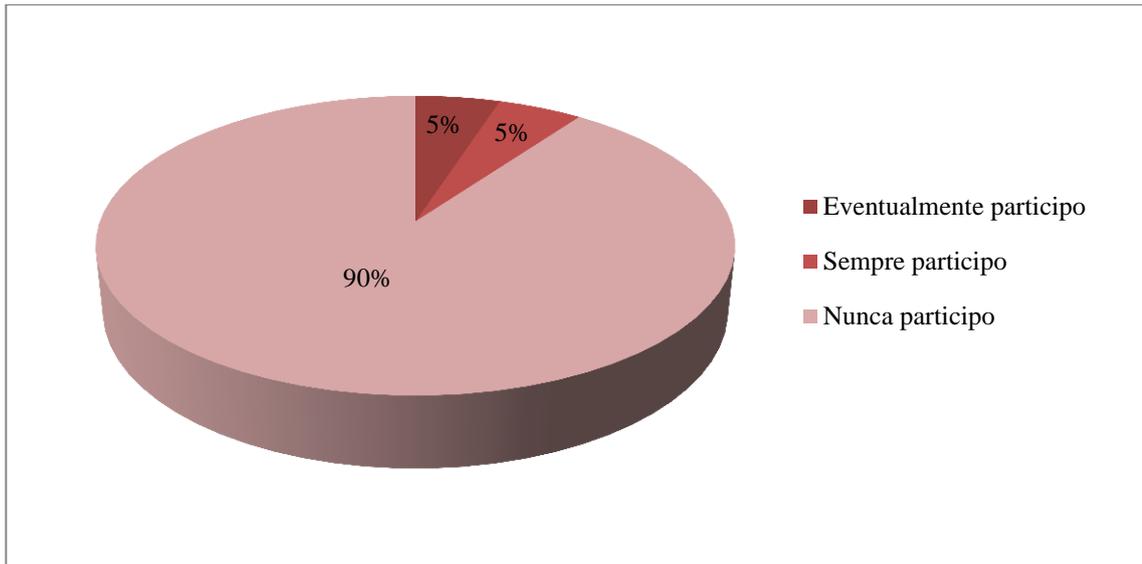
Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

De acordo com a coleta de dados, pode-se afirmar que a maioria dos entrevistados (55%) responderam que para empreender foram influenciados pela busca da independência financeira. Significa dizer que, se a maioria dos entrevistados responderam que são empreendedores por necessidade, por consequência também são influenciados pela busca da independência financeira, pela busca de uma fonte de renda. Em segundo lugar (25%), os empreendedores responderam que obtiveram influência familiar, isso reflete a crença das famílias de que um empreendimento gera riquezas e atribui tarefas ao empreendedor. Nenhum dos entrevistados respondeu que tinha sido demitido e então resolveu iniciar um negócio.

### 4.2.3 Conhecimento

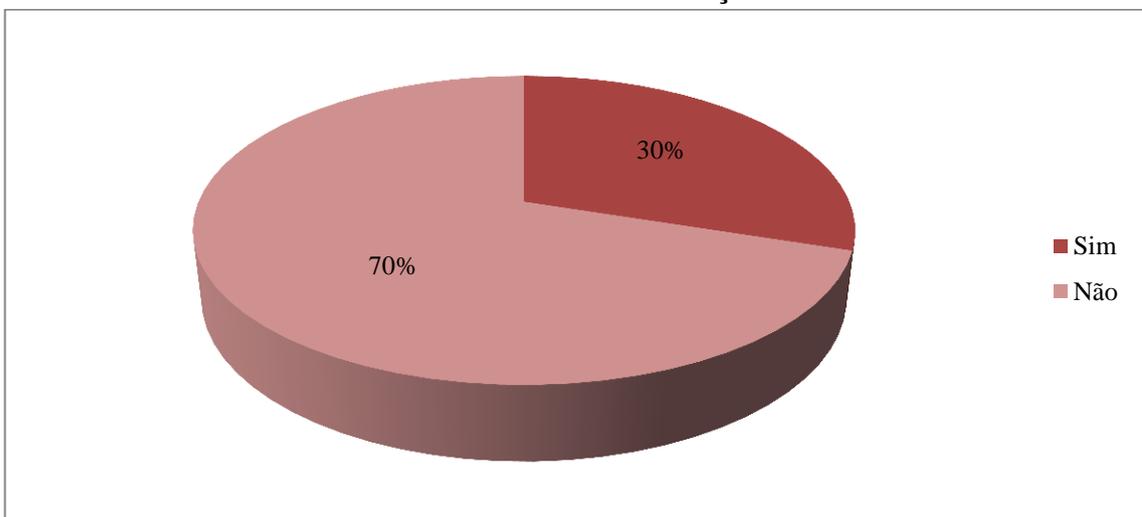
A busca por conhecimento deve ser intensa e sempre deve existir. O empreendedor deve sempre inovar, adquirir coisas novas para o seu empreendimento, ou seja, ele deve sempre buscar desenvolvimento e crescimento para o negócio.

O (Gráfico 8) indica a participação em alguns tipos de eventos que vão ajudar o empreendedor ficar atento às tendências e novidades do mercado. Assim, ele não será ultrapassado pelos seus concorrentes. Todavia, na realidade pesquisada (90%) da amostra não participa de nenhum evento em relação ao seu segmento. Ou seja, essa amostra estudada, em sua maioria, não tem preocupações em relação a inovações no seu ramo. Eles consideram que a situação em que se encontram está perfeita.

**Gráfico 8 – Participação em workshop, feiras e palestras.**

Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

O Gráfico 9 trata da informatização dos processos do negócio. A pesquisa evidenciou que 70% dos empreendedores não possuem informatização em seus empreendimentos. Apenas 30% da amostra utiliza a informatização. A maioria dos entrevistados utilizam apenas anotações, sem organização nenhuma dos pagamentos e recebimentos. Não utilizam nota fiscal e também não possuem um controle de estoque, que seria essencial para ter controle das entradas e saídas. Utilizando apenas a calculadora ou máquina de contas, o sujeito corre o risco de errar na conta e ter perdas de valores, ou então errar na conta e prejudicar o cliente. Também não possuem maquinetas de cartão, ou seja, só trabalham com promissórias, cheque e dinheiro.

**Gráfico 9 – Informatização**

Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

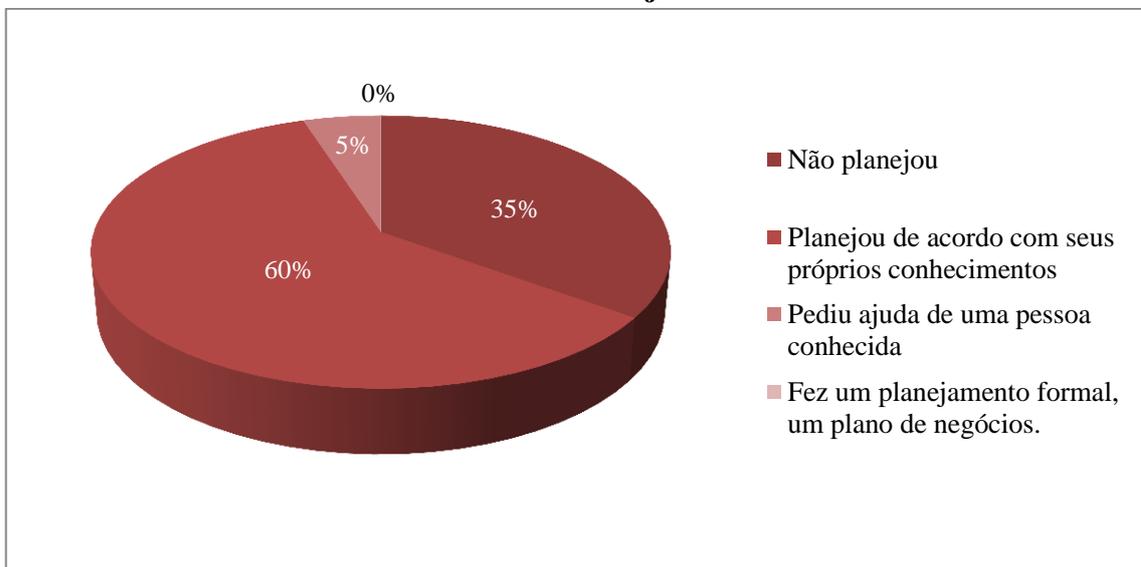
#### 4.2.4 Planejamento

O planejamento é a definição precisa dos resultados desejados e é uma das principais ferramentas do processo empreendedor. Fazem parte do grupo de planejamento: o estabelecimento de metas, a busca de informação, o próprio planejamento e o monitoramento sistemático. O planejamento indica que o negócio está sendo construído dentro de um processo, que vai levar o empreendedor ao sucesso.

De acordo com a amostra pesquisada, foi identificado que 35% dos respondentes não fizeram o planejamento do negócio, 60% deles planejaram de acordo com seus próprios conhecimentos, 5% pediram a ajuda de uma pessoa conhecida, e por fim, nenhum dos empresários fez um planejamento formal, um plano de negócios, por exemplo.

A maioria dos entrevistados declararam ter feito um planejamento pelos seus próprios conhecimentos. Entretanto, nenhum dos entrevistados realizou um plano de negócios formal, infelizmente, pois muitos não conseguem identificar se o negócio está tendo lucros ou se está gerando apenas despesas.

**Gráfico 10 – Planejamento**



Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

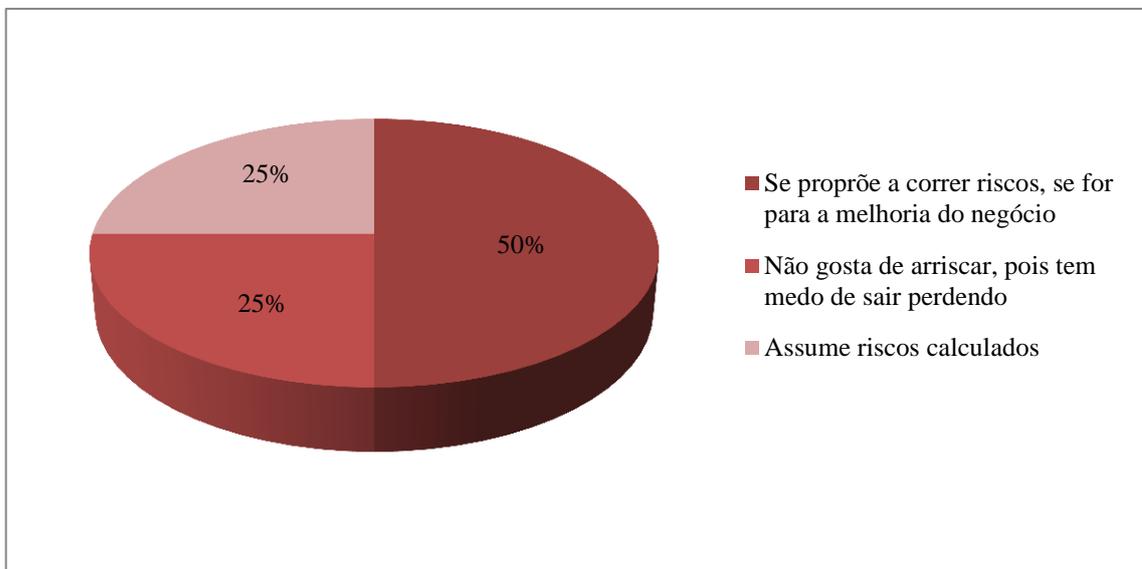
#### 4.2.5 Risco

A pesquisa mostra que 50% dos empreendedores se propõem a correr riscos, se for para a melhoria do negócio. Evidencia ainda que 25% não gostam de arriscar, pois tem medo de sair perdendo, e por fim, 25% preferem assumir riscos controlados.

O Gráfico 11 indica que a metade da amostra pesquisada (50%) é composta por pessoas que se propõem a correr riscos, se for para a melhoria do negócio. (25%) Não gosta de arriscar, pois tem medo de sair perdendo, e os (25%) restantes prefere assumir riscos calculados.

O risco é inerente a todo tipo de negócio. Saber gerenciá-lo é a missão de todo empreendedor. Ele pode ser positivo ou negativo. Positivo, quando a organização arrisca, mas consegue resultados positivos. E negativo, quando a organização arrisca, mas não tem retorno positivo. Dependendo da intensidade, o risco pode levar uma organização à falência. A gestão de riscos deve ser um processo contínuo, atingindo a organização como um todo.

**Gráfico 11 – Análise do risco**



Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

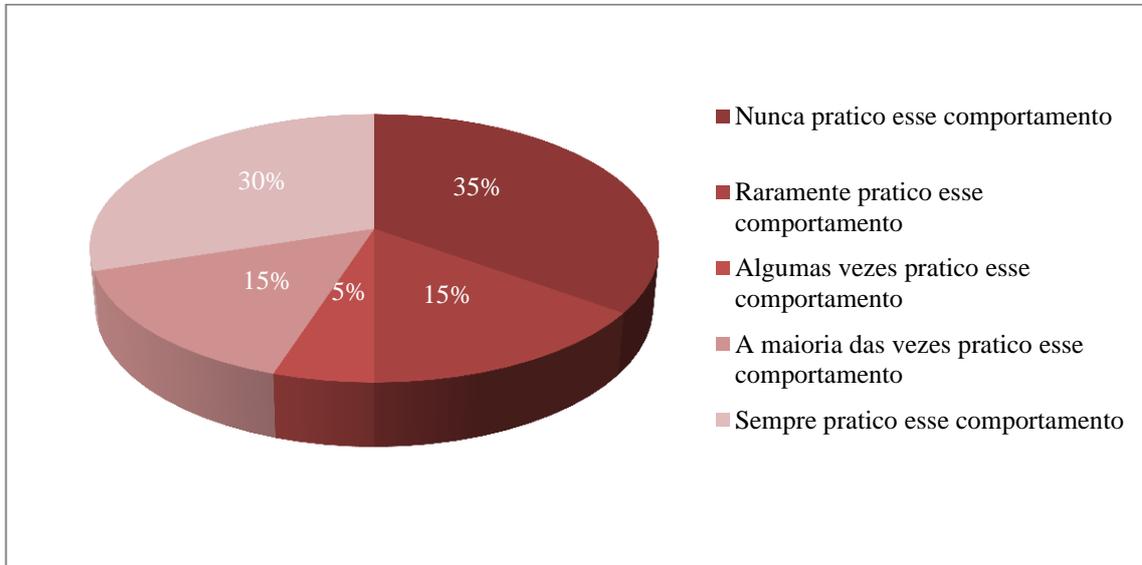
#### 4.2.6 Comportamento

Nesse caso, o comportamento se refere a como o empreendedor age em frente às situações no dia-a-dia da empresa, referindo-se as suas ações e atitudes. Como o empreendedor desempenha suas atividades no mercado em que atua.

Algumas características são fundamentais para que o empreendedor possa desenvolver suas ações comportamentais dentro da empresa. Como por exemplo, a persistência, pois é através dessa característica que o empreendedor resolve seguir em frente em meio a qualquer

situação. Existem dez características essenciais ao comportamento empreendedor, de acordo com o SEBRAE (2013).

**Gráfico 12 – Controle das entradas e saídas**



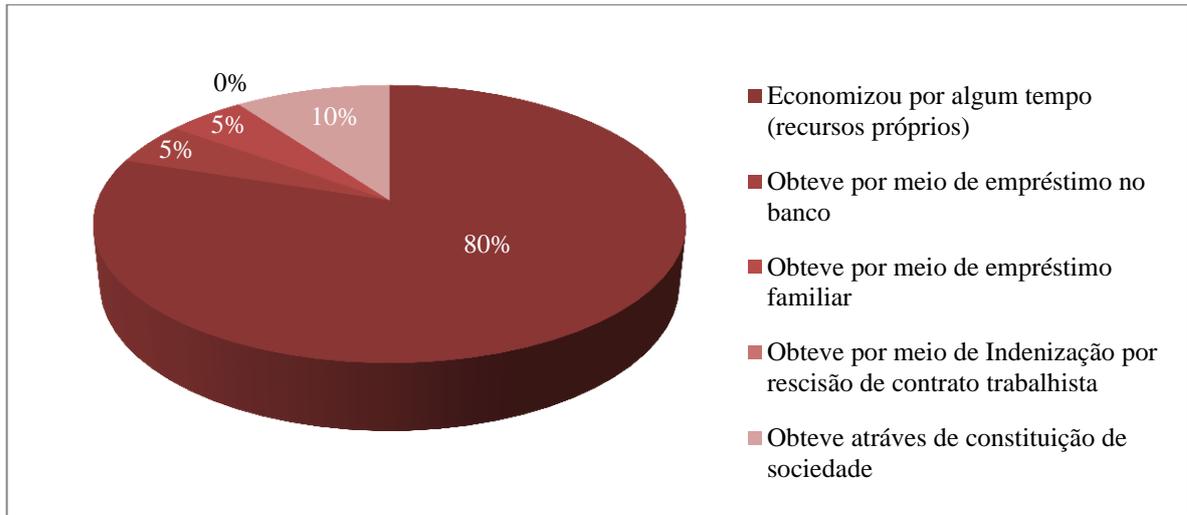
Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

O Gráfico 12 mostra um tipo de comportamento que o empreendedor desempenha no que diz respeito ao controle mínimo das suas finanças. Através dele, pode-se identificar que 35% dos empreendedores não contabilizam as saídas e entradas dos recursos da empresa, 30% afirmam que sempre pratica esse comportamento e o restante da amostra (35%) praticam esse comportamento esporadicamente.

#### 4.2.7 Capital Inicial

O capital inicial para abertura do negócio é de extrema importância, pois sem o ele o projeto é praticamente inviável. Essa pesquisa revela que a maioria da amostra iniciou o investimento com recursos próprios, visto que economizaram por algum tempo.

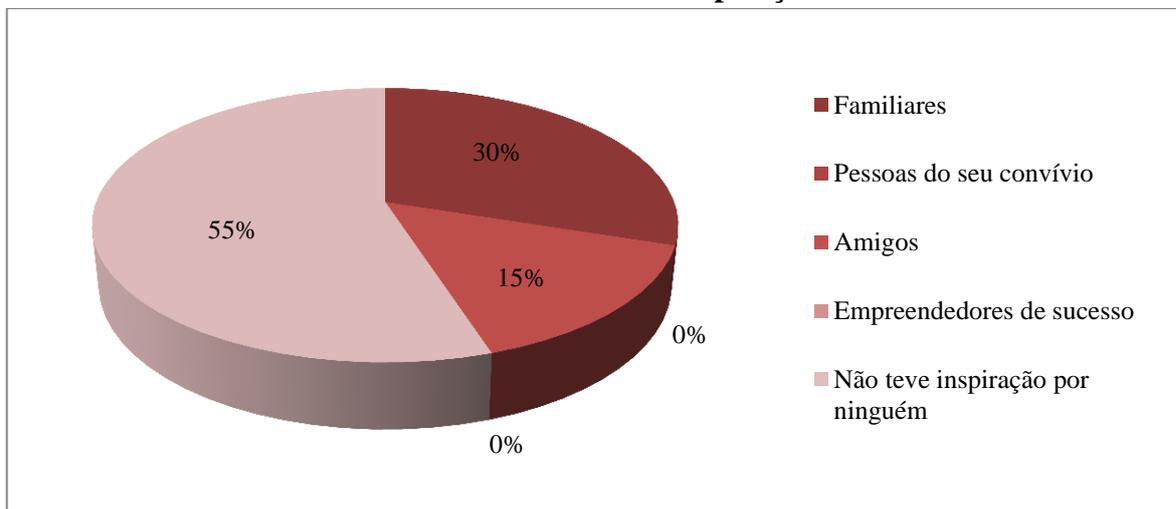
A maioria dos entrevistados responderam que, ao se tratar de capital inicial, 80% da amostra economizou por algum tempo, ou seja, utilizou recursos próprios. Outros 5% obtiveram por meio de empréstimo no banco, 5% obtiveram por meio de empréstimo familiar e 10% obtiveram por meio de constituição de sociedade.

**Gráfico 13 – Capital inicial**

Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

#### 4.2.8 Inspiração

A inspiração para iniciar um negócio pode ser advinda de alguém, um empreendedor de sucesso por exemplo. Essa pesquisa revela que 55% dos entrevistados não tiveram inspiração em ninguém, 30% revelaram que tiveram inspiração por familiares, 15% declararam que tiveram inspiração por amigos, e por ultimo, ninguém da amostra afirmou não ter tido inspiração por empreendedores de sucesso. Essa última alternativa se dá pelo fato dos entrevistados conhecerem pouco empreendedores de sucesso de renome nacional e internacional. Às vezes, conhecem o empreendimento, mas não sabem sequer quem está por trás dele.

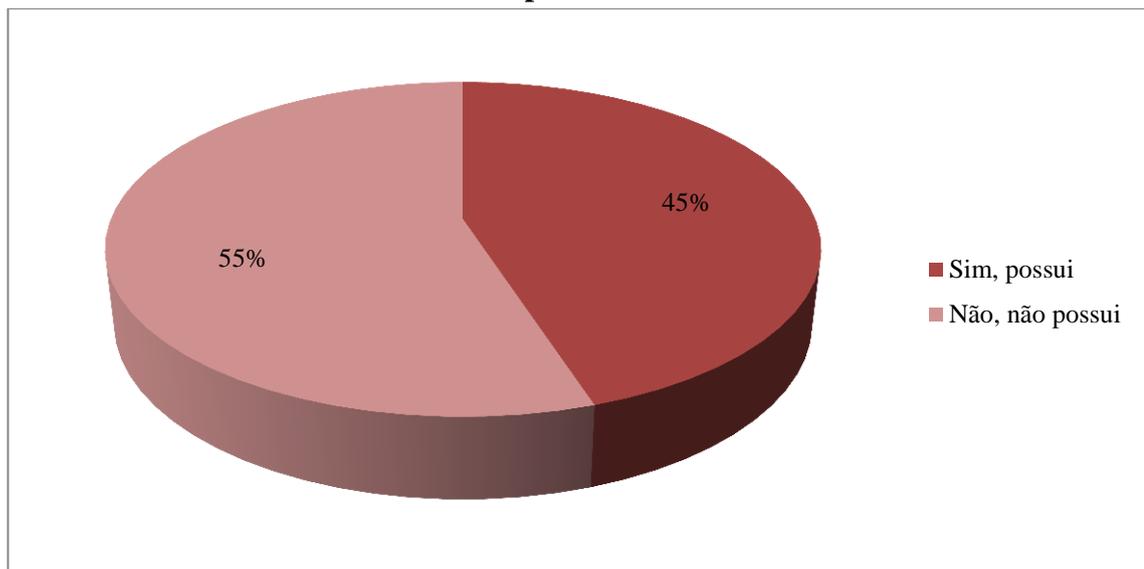
**Gráfico 14 – Fonte de inspiração**

Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

#### 4.2.9 Família empreendedora

Geralmente os empreendedores se espelham no negócio que existe em sua família quando vão iniciar o seu próprio empreendimento. Nessa amostra foi constatado que 55% dos empreendedores pesquisados não possuem empreendedores na família, sendo que apenas 45% possuem empreendedores na família.

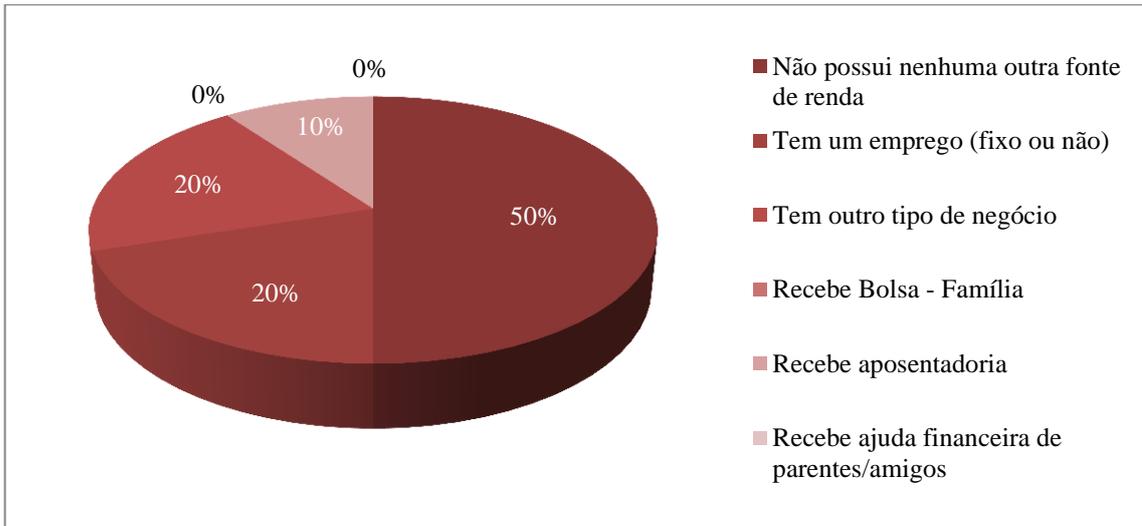
**Gráfico 15 – Empreendedores na família**



Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

#### 4.2.10 Fonte de renda

Os empresários possuem, além de sua fonte de renda como empreendedor, outra(s) fonte(s) de renda. Na pesquisa demonstra que 50% dos componentes da amostra não possuem nenhum outro tipo de renda; 20% tem emprego (fixo ou não), 20% têm outro tipo de negócio e 10% recebem aposentaria. Significa dizer que metade da amostra pesquisada depende exclusivamente do próprio empreendimento como fonte de renda.

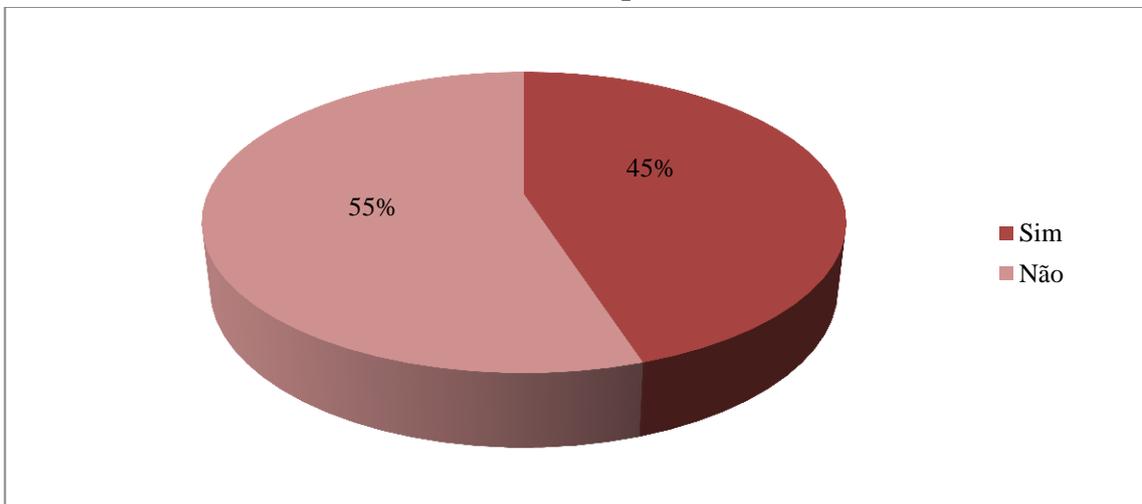
**Gráfico 16 – Fonte de renda**

Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

#### 4.2.11 Microempreendedor Individual

O Microempreendedor Individual (MEI) é uma forma de formalizar os pequenos empreendedores, dando oportunidade para que estes comprem a fornecedores (por possuir CNPJ), vendam com notas fiscais, consigam crédito junto aos bancos etc.

A pesquisa apresenta que 45% responderam sim, o que significa dizer que possuem o certificado de microempreendedor individual. Os outros 55% responderam que não possuem o certificado de microempreendedor. Os que responderam não, apesar de não possuir o MEI, possuem certificado de empresa por outros órgãos, ou seja, são formalizados sob outra forma de constituição jurídica.

**Gráfico 17 – Microempreendedor individual**

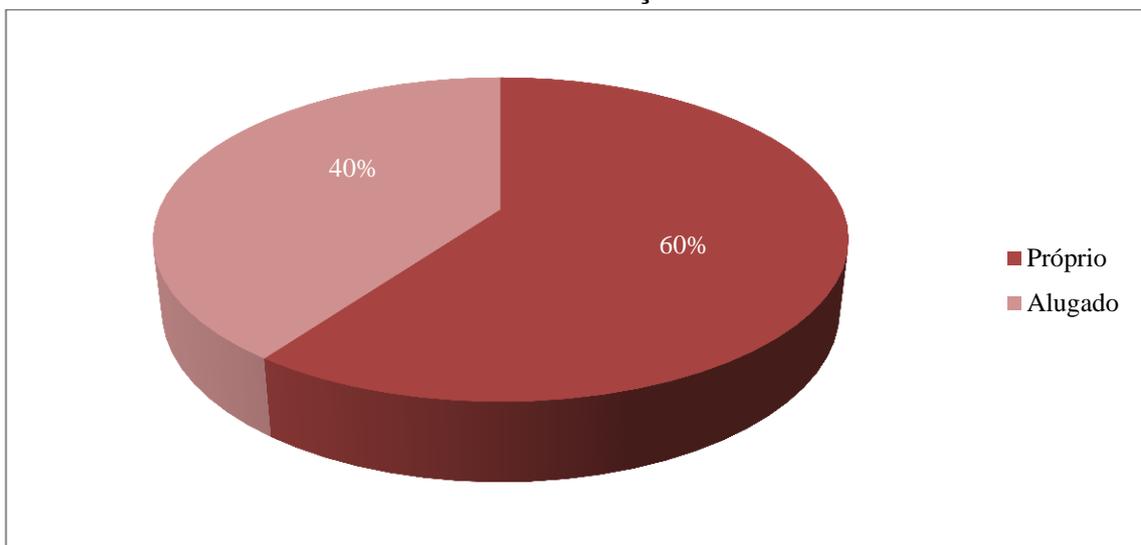
Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

#### 4.2.12 Instalações Físicas

As instalações físicas se referem ao local onde é desenvolvido o negócio. Para o empreendedor, pagar aluguel incorre na elevação dos custos do negócio.

A pesquisa indica que 60% das instalações são próprias e 40% alugadas. O que implica dizer que a maioria das instalações são próprias dos empreendedores, implicando no corte de despesas por parte desses. Os outros 40% afirmaram que tem envidado esforços para se capitalizar em prol da construção da sua própria instalação.

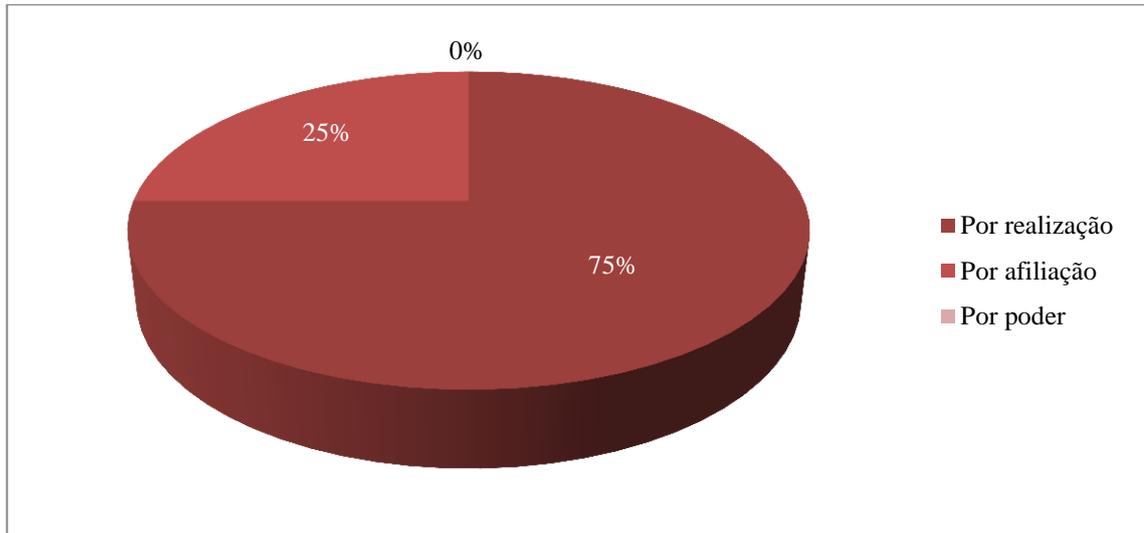
**Gráfico 18 – Instalações físicas**



Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

#### 4.2.13 Motivação para empreender

Todos os empreendedores possuem uma motivação para empreender, sendo que em graus diferentes, uma motivação predomina mais que as outras. A motivação por realização (75% da amostra) trata-se de quando os indivíduos exigem um padrão de responsabilidade, correm riscos calculados, gostam de assumir responsabilidades e não são motivadas pelo dinheiro em si. A motivação por afiliação (25% da amostra) acontece quando o indivíduo deseja evitar o conflito, estabelecer fortes amizades, possuir boas relações com os companheiros de trabalho e se motiva pela participação social. A motivação por poder acontece quando o indivíduo deseja ter autoridade sobre os outros, se preocupam apenas com seu prestígio, reputação e com a influência que pode exercer sobre as outras pessoas. Esse tipo de motivação não foi encontrado nas respostas dos empreendedores.

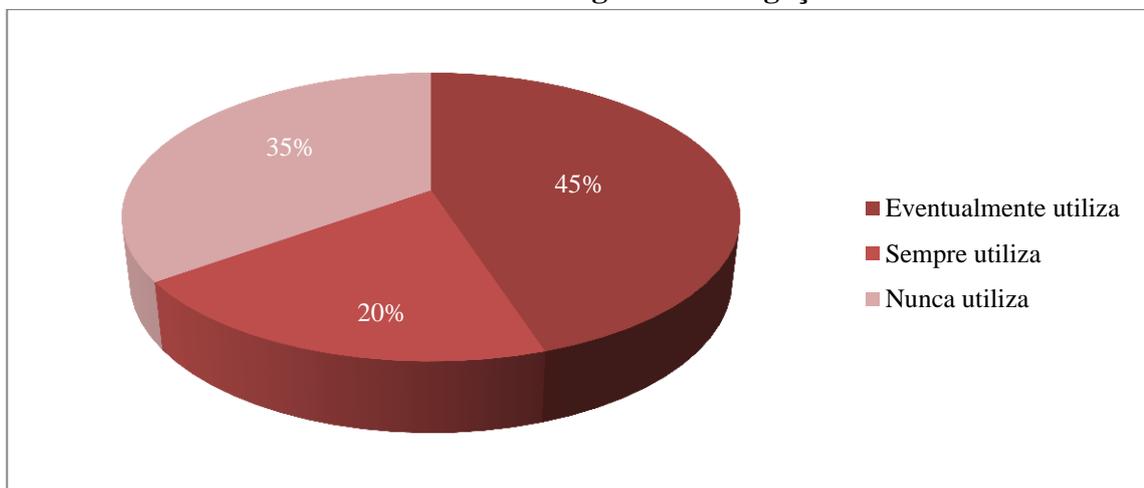
**Gráfico 19 - Motivação**

Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

#### 4.2.14 Estratégia de divulgação

As estratégias de divulgação, adaptadas ao modelo de estratégias de marketing, ajudam o empreendedor a fazer essa divulgação do negócio. São aqueles planos delineados para atingir os objetivos do marketing.

No caso dessa pesquisa, 45% responderam que eventualmente utilizam estratégias de divulgação, 20% afirmaram sempre utilizar essas estratégias e 35% declararam nunca utilizar tais estratégias. Significa dizer que grande parte dos empreendedores entrevistados não demonstraram preocupação em utilizar estratégia de divulgação, fazer promoções, destacar a imagem do empreendimento, etc.

**Gráfico 20 – Estratégias de divulgação**

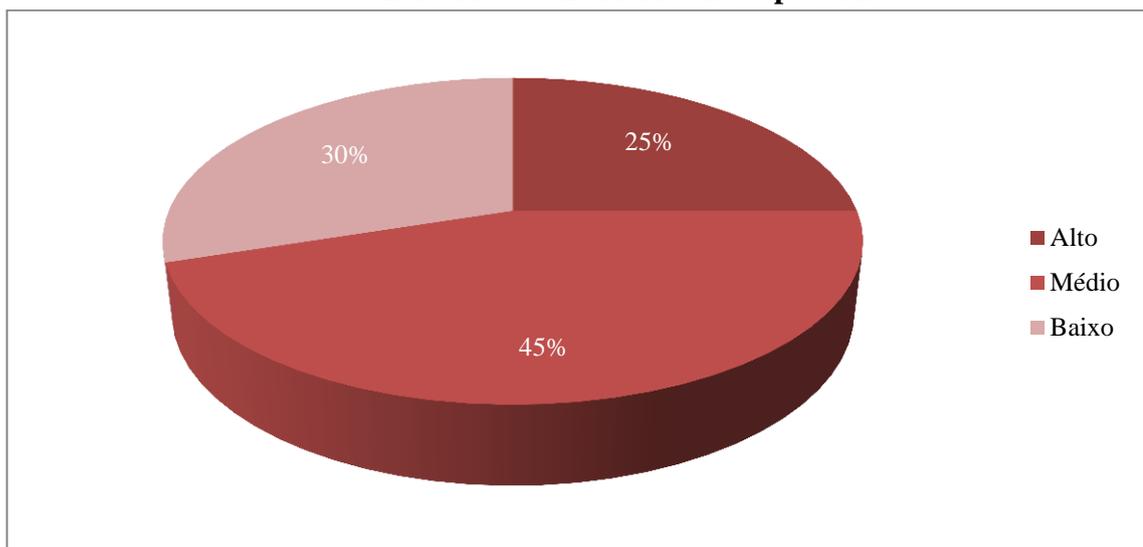
Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

#### 4.2.15 Grau de inadimplência

A inadimplência acontece quando uma pessoa adquire um bem de outrem e não cumpre com o pagamento na data. Quando se compra a prazo e não se realiza o pagamento, por exemplo. Segundo as respostas fornecidas pela amostra pesquisada, o grau de inadimplência dos clientes no município de Gado Bravo – PB é considerado significativo, já que 45% indicaram ser médio o nível de inadimplência; 25% consideram alto o grau de inadimplência e, por fim, 30% responderam que é baixo.

Os entrevistados responderam que os clientes que compram e não pagam atrapalham muito o desempenho do seu negócio, gerando dificuldades de reposição de estoque e perdas financeiras mais graves.

**Gráfico 21 – Grau de inadimplência**



Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

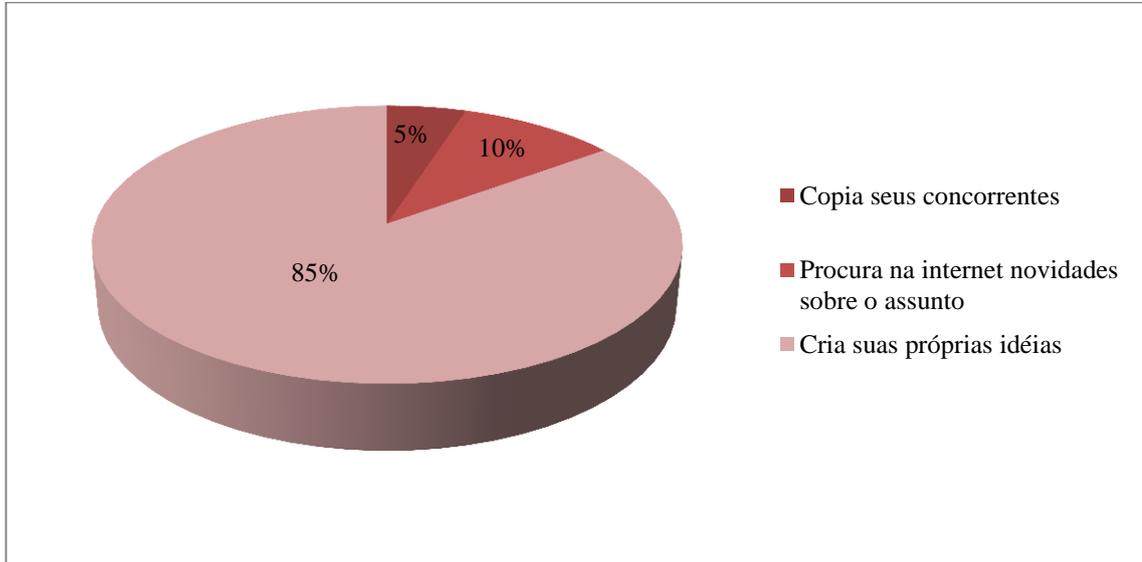
#### 4.2.16 Inovação

Inovar é preciso, para que o empreendimento esteja sempre caminhando de acordo com o mercado de trabalho. Para o bom andamento dos negócios, é imprescindível criar e introduzir algo novo sempre.

Segundo a coleta de dados, 85% dos entrevistados afirmaram que criam suas próprias ideias, 10% declararam buscar novidades na internet e 5% afirmaram que costumam copiar seus concorrentes. Dessa forma, pode-se dizer que os empreendedores dessa amostra preferem

inovar do seu jeito, criando suas próprias ideias, de forma que utilizam sempre as formas mais tradicionais de desenvolver seu negócio.

**Gráfico 22 - Inovação**

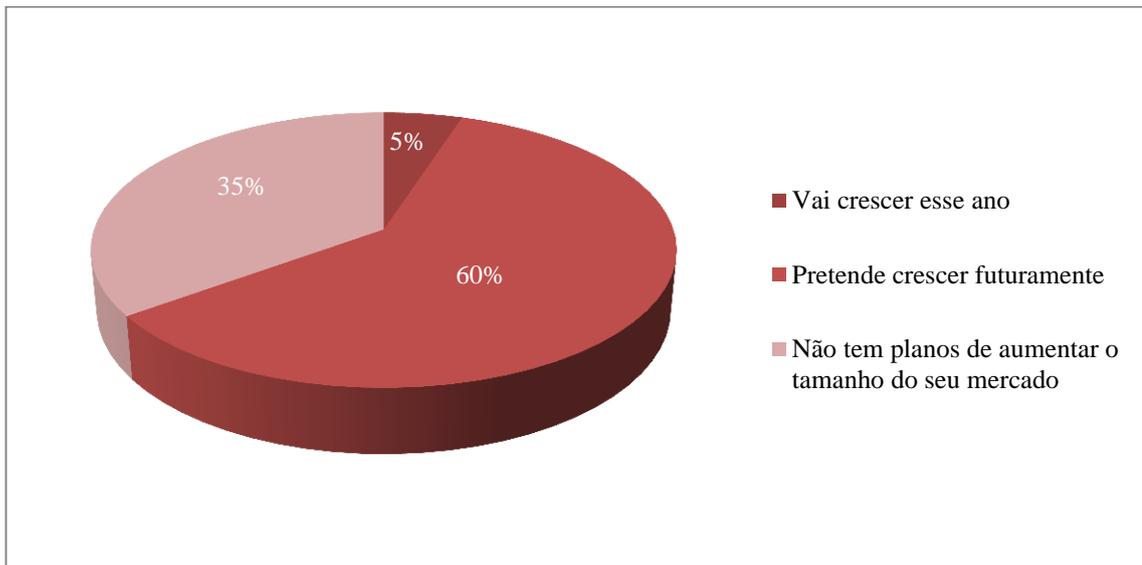


Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

#### 4.2.17 Planos para crescer

Os planos para crescer e desenvolver o empreendimento não são comuns a todos os empresários dessa amostra. Grande parte da amostra demonstra ter a intenção de aumentar sua participação no mercado em que se insere.

**Gráfico 23 – Plano de crescimento**



Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

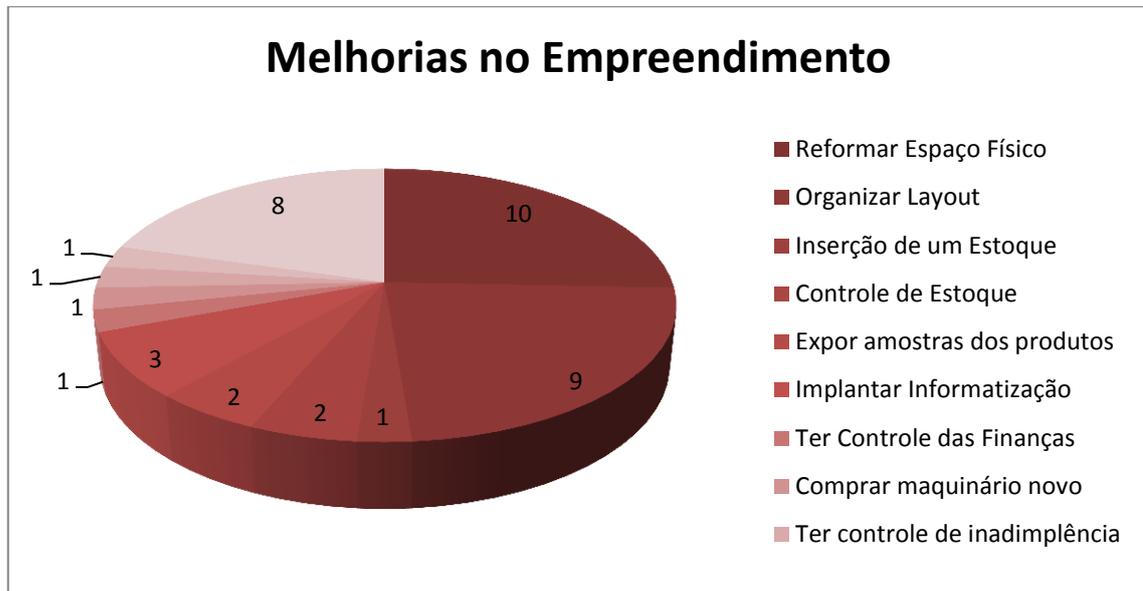
Todavia, as respostas coletadas mostraram que apenas 5% dos entrevistados tem vontade de crescer em curto prazo. A maioria dos respondentes (60%) afirmaram que pretendem crescer e se desenvolver, mas não no momento e o restante (35%) afirmaram que não tem planos de crescer fisicamente.

#### **4.2.18 Melhorias no empreendimento**

Quando questionados sobre a intenção de realizar melhorias no seu negócio, a quase totalidade da amostra de 20 empresários respondeu que deve realizar algumas melhorias em seus estabelecimentos. Realmente, um empreendimento precisa sempre estar atualizado em relação ao mercado e aos seus concorrentes. Então, a maioria dos entrevistados respondeu que deve reformar o espaço físico, organizar o *layout*, construir um local para inserir seu estoque, ter controle de estoque, ter produtos para fazer um demonstrativo para os clientes, implantar um processo de informatização, estabelecer um controle adequado das finanças, comprar maquinário novo, inovar o atendimento, parar de pagar aluguel, trabalhar com diversidade na oferta de produtos, ter controle da inadimplência e, por fim, uma pequena parte da amostra respondeu que o empreendimento não precisa de melhorias.

O Gráfico 24 mostra o número de empreendedores que responderam sobre o que deve ser melhorado em seu empreendimento, onde (10) empreendedores responderam que devem Reformar o Espaço Físico, (9) Organizar o Layout, (1) Inserção de um Estoque, (2) Controle de estoque, (2) Expor Amostras dos Produtos, (3) Implantar Informatização, (1) Ter Controle das Finanças, (1) Comprar Maquinário Novo, (1) Ter Controle de Inadimplência, (1) Inovar no Atendimento, (8) Não Pagar Aluguel. Todos responderam que buscavam mais de uma melhoria, ou seja, quem respondeu que precisa de um tipo de melhoria não anula a necessidade das outras.

Gráfico 24 – Melhorias no atendimento



Fonte: Pesquisa de Campo (2016)

#### 4.2.19 Lado positivo e Lado negativo

O lado positivo de ser empreendedor está atrelado ao fato da independência para gerenciar. Os empreendedores alvo dessa pesquisa acham positivo poder ter controle sobre as finanças, ter renda própria, conquistar realização pessoal, realizar investimento com retorno, ser patrão e ter comodidade.

Para os empreendedores entrevistados, o lado negativo está relacionado ao fato de depender apenas do negócio, da obrigação de se preocupar com o controle das finanças (controlar as entradas e saídas), de ter que enfrentar a inadimplência, de ter compromissos diários e ter que assumir riscos inerentes ao próprio negócio.

#### 4.2.20 Características do comportamento empreendedor

Durante muito tempo estudiosos buscavam saber o que os empreendedores tinham ou faziam de diferente em seus negócios, para identificar um conjunto de características que compõem o perfil ideal para se empreender. Então, as características do comportamento empreendedor abaixo estão presentes nos empreendedores da amostra:

1. Eles buscam possibilidades de expandir seu negócio;

2. São persistentes, ou seja, não desistem diante dos obstáculos;
3. Aceitam correr riscos desde que sejam calculados;
4. Comprometimento, pois estão sempre ali, para o que der e vier.

Algumas características estão ausentes no comportamento dos empreendedores dessa amostra, e fazem muita diferença na hora de traçar o perfil desses empreendedores, são elas:

1. Exigência de qualidade e eficiência, essa característica de melhorar continuamente seu negócio ou seus produtos, está ausente na amostra pesquisada;
2. Busca de informações, envolve a atualização constante de dados e informações sobre clientes, fornecedores, concorrentes e sobre o próprio negócio.
3. Estabelecimento de metas, compreende saber estabelecer objetivos que sejam claros para a empresa, tanto em longo como em curto prazo
4. Planejamento e monitoramento sistemático, desenvolve a organização de tarefas de maneira objetiva, com prazos definidos, a fim de que possam ter os resultados medidos e avaliados;
5. Persuasão e rede de contatos, uso de estratégia para influenciar e persuadir pessoas que possam ajudar a atingir os objetivos do seu negócio.
6. Independência e autoconfiança, nesse caso o empreendedor confia em suas próprias opiniões mais do que nas dos outros, é otimista e determinado.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo vem ganhando importância crescente. Com o passar do tempo, muitas pessoas abandonaram seus empregos para empreender, outras buscaram desenvolver o intraempreendedorismo no contexto empresarial empresa em que se encontram, enfim, muitos buscaram empreender por questões de oportunidade, outras por necessidade. Contudo, todos buscam o mesmo papel, empreender.

Para alcançar os objetivos desta pesquisa foi preciso seguir algumas etapas específicas, que serviram de apoio para o alcance do objetivo geral. Essa pesquisa foi realizada junto aos empreendedores do município de Gado Bravo – PB, considerando uma amostra de 20 empreendedores, que se disponibilizaram a responder algumas perguntas sobre o seu empreendimento e sobre o seu perfil empreendedor. Perfil que de acordo com os resultados da pesquisa, difere muito do perfil de um empreendedor de sucesso.

Esse estudo constatou que a maioria dos empreendedores que responderam ao formulário são homens, se encaixam na faixa etária de adultos, estão nessa atividade por mais de 10 anos e possuem, em sua maioria, grau de escolaridade entre o nível fundamental e o médio. São pessoas que, em sua maioria, não estão acostumadas a lidar com processos informatizados, não buscam conhecimentos sobre o setor e também não se preocupam muito com o ambiente e com a estrutura física do empreendimento. Nesse caso, a teoria que trata do empreendedorismo entra em contradição com a prática vivenciada cotidianamente por cada um desses empreendedores.

Os empreendedores de Gado Bravo – PB buscam desenvolver seus negócios com base nos próprios conhecimentos, sempre estão tentando ganhar mais força nas vendas e valorizam muito o capital investido, sendo pessoas que buscam sempre se manter disponíveis a barganhar com os clientes, para não perderem os clientes nem as vendas.

Esses empreendedores possuem um perfil característico de empreendedores de pequenas cidades. São aqueles empreendedores que possuem um pequeno nicho de mercado, relativamente uma parcela pequena de clientes, vendem geralmente o estoque para poder reabastecê-lo, não se utilizam muito de inovação, pois quase não usam nenhum tipo de tecnologia e também não utilizam informatização nos processos, fazendo com que ocorram filas no atendimento pela lentidão no mesmo.

Em relação ao desenvolvimento social e ao crescimento econômico, esses empreendedores não apoiam projetos sociais, mas de alguma forma desenvolvem a economia pela atividade que exercem na cidade.

O comércio desta cidade precisa crescer e se desenvolver mais, pois existe a necessidade de oferta de algumas atividades ainda inexistentes. Alguns setores, nos quais ainda não há a oferta de serviços/produtos para essa cidade, a exemplo de serviços bancários, serviços educacionais, clínicas especializadas em serviços de saúde etc, podem ser vistos como oportunidades de negócio para quem deseja empreender no momento ou futuramente.

No caso do desenvolvimento, os empreendedores que já estão exercendo suas atividades devem investir mais em capital intelectual, devem buscar formalização, cursos na área, ou seja, devem investir na sua capacitação para gerir o empreendimento com sucesso.

Então, para buscarem o sucesso desejado, esses empreendedores devem buscar desenvolver ao máximo as características do comportamento empreendedor citadas nessa pesquisa, diante da necessidade de trazer melhorias para si e para o empreendimento. Devem focar em planos futuros, refletir sobre as ações e resultados alcançados até o momento e, enfim, analisar as situações de fracasso e sucesso para que, a partir delas, se desenvolvam os planos futuros.

Portanto, contradizendo a teoria, que preconiza que o empreendedor para ter sucesso deve sempre estar atento às oportunidades, inovar, ser dinâmico, avaliar os riscos e buscar o aprendizado constante, verificou-se que o caminho percorrido por esses empreendedores se opõe ao que diz a literatura sobre empreendedores de sucesso. Esses empreendedores se utilizam de estratégias de acordo com seus conhecimentos para desenvolver o seu empreendimento, deixando-o a mercê do risco de ser ultrapassado por novos entrantes no mercado.

Esses empreendedores devem buscar mudanças, melhores alternativas de crescimento e desenvolvimento, buscar inserir a informatização no empreendimento e ter controle de estoque e de caixa. Ademais, devem inserir processos novos, para minimizar as perdas com a inadimplência, devem organizar o *layout* para melhor circulação das pessoas e mercadorias e devem, por fim, investir no conhecimento e no aprendizado. Somente assim terão condições de elaborar uma avaliação do seu negócio, para finalmente conhecerem suas perdas ou ganhos.

Enfim, com base nos resultados da pesquisa realizada, em confronto com o que foi abordado na fundamentação teórica do presente estudo, pode-se afirmar que o perfil do empreendedor estabelecido em Gado Bravo – PB não é compatível com o de empreendedores de sucesso. No entanto, os empreendedores devem buscar se tornarem empreendedores de sucesso, sucesso este que advém da busca incessante pela melhoria, pelo conhecimento e pelo aproveitamento das oportunidades.

## REFERÊNCIAS

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thonson Learning, 2007.

BARROS, Aluizio A. de; PEREIRA, Cláudia M. M. de Araújo. **Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica**. Minas Gerais: UFRJ, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3.Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

\_\_\_\_\_. **O segredo de Luísa: Uma idéia, Uma paixão e um Plano de negócios**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na prática: Mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. 7. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócio**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

FRANÇA, Laise G. de Azevedo. **O perfil do Empreendedor no Shopping Center Edson Diniz em Campina Grande**. 70f. Relatório de Estágio Supervisionado (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2013.

GERHARDT, Tatiana E.; SILVEIRA, Denise T. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. Trad. Teresa Felix de Sousa. 7. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

**INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/empreendedorismo/2013/default.shtm>  
Acesso: 4 de maio de 2016.

JONES, Gareth R. **Administração Contemporânea**. Trad. Maria Lúcia G. L. Rosa. 4. Ed. Porto Alegre: AMGH, 2011.

**MANUAL DO ALUNO: DISCIPLINA DE EMPREENDEDORISMO. MÓDULO 1. SEBRAE**. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/bc0a1b29c05ef9eb60a43c1303b881e8/\\$File/5696.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/bc0a1b29c05ef9eb60a43c1303b881e8/$File/5696.pdf) Acesso: 06 de Abril de 2016.

M I N E L L O *et al.* **Comportamento e Tipologia do Empreendedor diante do Insucesso Empresarial**. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/ESO2945.pdf>  
Acesso em: 29 de abril de 2016.

PÁDUA, Elisabete M. Marshesini de. **Metodologia da Pesquisa: Teórico-Prática**. 10. Ed. São Paulo: Papirus, 2004.

**PORTAL DO EMPREENDEDOR.** Disponível em:<<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/>> Acesso 20 abril de 2016.

**RELATÓRIO GEM 1999**, Disponível em:< <http://www.ibqp.org.br/pagina-conteudo/3/gem---programa-empreendedorismo/47/download>> Acesso em: 25 de Abril de 2016.

\_\_\_\_\_. **2012**, Disponível em:< <http://www.ibqp.org.br/pagina-conteudo/3/gem---programa-empreendedorismo/47/download>> Acesso em: 25 de Abril de 2016.

\_\_\_\_\_. **2015**, Disponível em:< <http://www.ibqp.org.br/pagina-conteudo/3/gem---programa-empreendedorismo/47/download>> Acesso em: 25 de Abril de 2016.

**SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.** Disponível em:< <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>> Acesso em: 4 de maio de 2016

WIDAUER, Egon Walter. **Plano de negócios: Elementos constitutivos e processo de elaboração.** Curitiba: IBPEX, 2010.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE HUMANIDADES  
UNIDADE ACADÊMICA DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE  
COORDENAÇÃO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO

Prezado (a) Sr.(a),

A aplicação deste instrumento de pesquisa tem a finalidade de obter informações sobre o perfil e características dos empreendedores estabelecidos no Município de Gado Bravo – PB. Através dos resultados obtidos nesta pesquisa, será possível conhecer o perfil motivacional e as características do comportamento empreendedor dos empresários atuantes na cidade de Gado Bravo - PB. Assim, pede-se a compreensão do respondente, para que este seja verdadeiro ao expressar sua opinião, tendo em vista que os resultados serão compilados e utilizados no Trabalho de Conclusão de Curso da aluna Mauricéia Sousa, regularmente matriculada no Curso de Administração da Universidade Federal de Campina Grande, sob a orientação da Prof. Dr<sup>a</sup>. Sídia Fonseca Almeida.

OBS.: Não será necessária a identificação do respondente, o que garante a cada participante da pesquisa a condição de anonimato. Para quaisquer esclarecimentos sobre este conteúdo, favor entrar em contato através do e-mail: [mauriceia1702@hotmail.com](mailto:mauriceia1702@hotmail.com). Completar este breve questionário vai nos ajudar a obter os melhores resultados. Desde já, agradecemos pela disponibilidade!

**Formulário aplicado aos Empreendedores do Município de Gado Bravo – PB.**

**Sexo:** \_\_\_\_\_

**Atividade exercida:** \_\_\_\_\_

**Tempo nesta atividade:** \_\_\_\_\_

1. Em que faixa etária que você se encaixa?

- Até 20 anos
- De 21 a 30 anos
- De 31 a 40 anos
- De 41 a 50 anos
- Acima de 51 anos

2. Grau de Escolaridade

- Sem educação formal.
- Ensino Fundamental (Alfabetização a 8ª Série) - Incompleto
- Ensino Fundamental (Alfabetização a 8ª Série) - Completo
- Ensino Médio - 1º a 3º ano ou Ensino Técnico
- Ensino Superior Incompleto
- Ensino Superior Completo
- Pós-Graduação

3. Porque você decidiu iniciar esse negócio?

- Aproveitou uma oportunidade
- Estava atento a uma oportunidade
- Avaliou uma oportunidade
- A necessidade gerou uma oportunidade

4. O que levou você a empreender?

- Influência familiar
- Foi demitido
- Busca de independência financeira
- Estava insatisfeito com o trabalho que exercia
- Sucessão familiar

5. Como você conseguiu o capital inicial para abertura do seu empreendimento?

- Economizou por algum tempo (recursos próprios)
- Obteve por meio de empréstimo no banco
- Obteve por meio de empréstimo familiar
- Indenização por rescisão de contrato trabalhista

Através de constituição de sociedade

6. Em relação ao planejamento do negócio, você:

Não planejou

Planejou de acordo com seus próprios conhecimentos

Pediu a ajuda de uma pessoa conhecida

Fez um planejamento formal, como por exemplo, um plano de negócios.

7. Em relação a correr riscos, você:

Se propõe a correr riscos, se for para a melhoria do negócio.

Não gosta de arriscar, pois tem medo de sair perdendo.

Assume riscos calculados

8. Ao tomar decisões, avaliar alternativas e analisar os riscos envolvidos, você:

Nunca pratica este comportamento

Raramente pratica este comportamento

Algumas vezes pratica este comportamento

A maioria das vezes pratica este comportamento

Sempre pratica este comportamento

9. Você registra seus ganhos e gastos e utiliza-os para tomar decisões sobre compras ou investimentos:

Nunca pratica este comportamento

Raramente pratica este comportamento

Algumas vezes pratica este comportamento

A maioria das vezes pratica este comportamento

Sempre pratica este comportamento

10. Que outra fonte de renda, além da sua atividade como empreendedor, o(a) sr(a) possui?

Não possuo nenhuma outra fonte de renda.

Tenho um emprego (fixo ou não).

Tenho outro negócio por conta própria (fixo ou não).

Recebo Bolsa-Família.

Recebo aposentadoria.

Recebo ajuda financeira de parentes ou amigos.

11. Em sua família existe algum empreendedor?

Sim             Não

12. Em quem você se inspirou para iniciar seu negócio?

Familiares

Pessoas do seu convívio

Amigos

- Empreendedores de sucesso. Cite \_\_\_\_\_  
 Não teve inspiração por ninguém

13. O(A) Sr(a) está em atividade como microempreendedor individual?  
 Sim  Não

14. Onde buscou informações do negócio que pretendia abrir?  
 Na internet  
 Livros/ Revistas  
 Realizou uma pesquisa de mercado  
 Não buscou informações

15. Quanto às instalações físicas do seu estabelecimento, o ponto pode ser considerado:  
 Próprio  Alugado

16. Qual seria sua maior motivação para empreender?  
 Motivação por realização; Nesse caso o indivíduo, procura alcançar sucesso perante uma norma de excelência, buscam fazer melhor as coisas. Alcance de êxito no que realiza.  
 Motivação por afiliação; Nesse caso o indivíduo, atribui mais importância as pessoas do que às tarefas. Possui desejo por relações positivas e produtivas; desejo por relações próximas e amigáveis.  
 Motivação por poder; Nesse caso o indivíduo, procura controlar ou influenciar outras pessoas e dominar os meios que lhe permitam exercer essa influência. Preocupa-se com o prestígio. Possui vontade de obter ou manter controle sobre as pessoas.

17. Você utiliza a informatização dos processos em seu negócio?  
 Sim  Não

18. Você participa de workshop, feiras, palestras, e está sempre ligado em informações sobre o segmento em que trabalha?  
 Eventualmente participo  
 Sempre participo  
 Nunca participo

19. Você utiliza estratégias de divulgação para o seu empreendimento?  
 Eventualmente utiliza  
 Sempre utiliza  
 Nunca utiliza

20. Como considera o grau de inadimplência dos seus clientes?  
 Baixo  
 Médio  
 Alto

21. O que você faz para inovar em seu empreendimento:

- Copia seus concorrentes
- Procura na internet novidades sobre o assunto
- Cria suas próprias idéias

22. Durante os próximos 2 ou 3 anos, a empresa tem planos para crescer aumentando a sua participação no mercado e/ou conquistando novos mercados?

- Sim, inclusive vamos crescer esse ano
- Sim, mais esse ano não vamos ter um bom resultado
- Não, não tenho planos para aumentar o tamanho do meu mercado

23. O que deve ser melhorado no seu empreendimento?

---

---

---

---

24. Quais são os pontos positivos e negativos de ser empreendedor?

---

---

---

---