



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

**MARIA LUÍZA ARRUDA COSTA**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS: UM ESTUDO COM  
MICROEMPREENDEDORES DO SEGMENTO VESTUÁRIO NA CIDADE DE CAMPINA  
GRANDE - PB**

**CAMPINA GRANDE  
2018**



**MARIA LUÍZA ARRUDA COSTA**

**DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS: UM ESTUDO COM  
MICROEMPREENDEDORES DO SEGMENTO VESTUÁRIO NA CIDADE DE CAMPINA  
GRANDE - PB**

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

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

**CAMPINA GRANDE  
2018**

## **DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS: UM ESTUDO COM MICROEMPREENDEDORES DO SEGMENTO VESTUÁRIO NA CIDADE DE CAMPINA GRANDE - PB**

Maria Luíza Arruda Costa<sup>1</sup>  
Suzanne Érica Nóbrega Correia<sup>2</sup>

**RESUMO:** O Empreendedorismo é um tema que vem evoluindo bastante nos últimos anos, o que justifica crescente produção acadêmica, principalmente no que diz respeito às características comportamentais do empreendedor, vistas como fundamentais para o crescimento e sucesso do negócio. Este estudo tem como objetivo analisar o desenvolvimento de competências comportamentais empreendedoras de microempreendedores individuais do segmento vestuário na cidade de Campina Grande - PB. A fim de contemplar o objetivo geral, foi adotada uma pesquisa de abordagem quantitativa e descritiva, com a aplicação de uma *survey*. Os dados foram coletados em forma de questionários com base no modelo proposto por Lenzi (2008) com base nos constructos de McClelland et al (1987) e Cooley (1990), e respondidos por 50 empreendedores, foram tabulados com o auxílio do *software* Microsoft Excel. A pesquisa identificou que o perfil dos respondentes é composto em sua maioria por gestores do sexo feminino, casados, com faixa etária entre 21 e 30 anos de idade, com segundo grau de escolaridade completo. Os resultados apontam que as competências empreendedoras de persistência, comprometimento e independência e autoconfiança apareceram em maior destaque dentre os donos de lojas de roupas pertencentes à amostra da pesquisa, enquanto as características de estabelecimento de metas e busca de informações foram as que menos se manifestaram nos respondentes.

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

## **DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURS COMPETENCES: A STUDY WITH MICRO ENTREPRENEURS OF THE CLOTHING SEGMENT IN THE CITY OF CAMPINA GRANDE – PB**

**ABSTRACT:** Entrepreneurship has developed a lot in the last years, which justifies the growing academic production, especially about the behavioral indicators of entrepreneurship, which are understood as fundamental for the growth and success of the business. This study has as objective the development of entrepreneurial characteristics in micro-entrepreneurs in the city of Campina Grande - PB. In order to contemplate the general objective, a quantitative and descriptive approach was adopted, with a research application. The data was collected in the form of questions with the Lenzi (2008) based on Cooley (1990) and McClelland et al (1987) studies, and answered by 50 and, computed with the software Microsoft Excel. The survey identified that the profile of the respondents is composed mostly of female managers, married, with ages between 21 and 30 years of age, with the second degree of complete schooling. The indicators point out that, as potential factors of persistence, commitment and independence and self-confidence appeared in greater prominence among the owners of clothing stores, while as characteristics of goal and information search, as the least manifested in the respondents.

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

## 1 Introdução

As discussões sobre o conceito de empreendedorismo começaram a ser difundidas no Brasil ao final dos anos 1990 e uma das razões para a popularidade do assunto está no ato de empreender que se torna fundamental para a criação e crescimento de negócios, e na geração de emprego e renda para a população principalmente nos países subdesenvolvidos e com alta taxa de desemprego (HISRICH, 2014).

Fillion (1999) foi o responsável por classificar em duas abordagens distintas às teorias existentes do acerca conceito de empreendedor e empreendedorismo, pautadas principalmente pelas vertentes econômica e comportamentalista. A primeira defendida primordialmente pelo economista Joseph Schumpeter, definiu o empreendedor como aquele que inova e impulsiona padrões de produção e a segunda foi bastante explorada nas pesquisas do psicólogo McClelland, que em 1973, sugeriu por meio de suas análises, que os empreendimentos são impulsionados por motivações de cunho psicológico (FILLION, 1999).

O relatório da Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2016 buscou entender o perfil dos empreendedores da América Latina. A pesquisa indica existem três empreendedores por oportunidade para cada empreendedor por necessidade, compreendendo que o índice de empreendedorismo por oportunidade retrata a face otimista da atividade empreendedora nos países pesquisados. O outro lado do movimento empreendedor é aquele em que os indivíduos empreendem diante de uma necessidade, o que, segundo o GEM, está ligado a taxa de desemprego do país.

Entender sobre as características comportamentais do empreendedor, deve auxiliar no estudo do seu perfil e motivação para abertura do negócio, como mostra o relatório do GEM de 2016 que estuda o ecossistema empreendedor, as percepções do indivíduo como agente de mudança, inovações na área e motivações para realizar o trabalho.

De acordo com Meadows (2018) o empreendedorismo não é algo simples, deve haver uma forte motivação para que o negócio seja promissor. O autor apresenta três tipos de motivação: extrínseca, intrínseca e pró-social. Quando um indivíduo é motivado por uma recompensa, geralmente um bem material ou prestígio social, sua motivação é extrínseca, sendo o tipo de motivação mais sensível, pois não é suficiente para manter a autodisciplina ao longo do tempo. Por outro lado, quando o indivíduo empreende para satisfazer uma vontade interior, sem recompensa ou punição externa, sua motivação é intrínseca. Destaca-se, também, a motivação pró-social, ligada com a necessidade de empreender, uma vez que o maior objetivo é o sustento da família ou ajuda ao próximo.

O Portal do Empreendedor - MEI, instrumento do SEBRAE que traz estatísticas a nível nacional sobre o Empreendedorismo focado no MEI, aponta que em 2018, no segmento de vestuário, existem 617.599 mil microempreendedores individuais optantes pelo CNAE de comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios. No estado da Paraíba são 9.090 optantes e na Cidade de Campina Grande são 1304 microempreendedores desse segmento.

Dessa forma, este estudo tem como objetivo identificar o desenvolvimento de competências comportamentais empreendedoras de microempreendedores individuais do segmento vestuário na cidade de Campina Grande - PB.

Este é um estudo descritivo com abordagem quantitativa, em que se utilizam dados primários, levantados através da aplicação de um questionário baseado nos estudos de Lenzi (2008) com base nos constructos de McClelland et al (1987) e Cooley (1990) junto a proprietários enquadrados como Microempreendedores individuais (MEI) de lojas do segmento de vestuário na cidade de Campina Grande -PB. Esse instrumento mensura se o indivíduo apresenta Características Comportamentais Empreendedoras e em que grau. Os dados foram analisados por meio de estatística descritiva.

Em termos estruturais, este trabalho está organizado em cinco seções. Além desta introdução, é apresentado na seção dois a perspectiva teórica do empreendedorismo. Na terceira seção descreve-se o percurso metodológico adotado para a realização deste estudo. Na sequência, os resultados são apresentados, e ao final, são discutidas as considerações finais dos autores.

## **2 Fundamentação Teórica**

### **2.1 Empreendedorismo**

A palavra empreendedorismo surgiu há mais de 800 anos atrás, possui origem francesa (*entrepreneur*) e define aqueles indivíduos que estão dispostos a assumir riscos e começar algo novo (BOLTON e THOMPSON, 2000). Dornelas (2008), autor do livro "Empreendedorismo" aponta que o termo descende das navegações de Marco Polo, que passou a vender suas mercadorias a um comerciante ao estabelecer uma rota comercial com o oriente médio, e referenciava uma atitude de quem estava disposto a correr riscos e tomar iniciativas. O autor comenta também que na idade média o termo era utilizado para definir o indivíduo que gerenciava grandes projetos de produção, porém sem assumir grandes riscos e utilizando apenas os recursos já disponíveis.

Para Fillion (1999) o empreendedor é alguém que está sempre buscando oportunidades de negócios e maneiras de desenvolver suas ideias por meio de objetivos claros e criatividade. Dolabela (2002), contribuindo com esta ideia, define o empreendedor como alguém que, independentemente

dos seus recursos, consegue identificar as oportunidades, de forma que combina a busca por recursos com o gerenciamento dos mesmos.

O empreendedorismo pode ser estudado em duas grandes linhas de pensamento: comportamental e econômica. Partindo dessa dualidade de vertentes, o economista Schumpeter (1949), criador da teoria schumpeteriana, explica que o empreendedorismo consiste no desenvolvimento de atividades econômicas e criativas que incorporam inovação. O autor explica também que os primeiros a perceberem a importância do empreendedorismo foram os economistas, pelo interesse em entender o papel do empreendedor e o seu impacto na economia. Na visão dos economistas, o processo empreendedor relaciona-se com inovação e desenvolvimento econômico.

A segunda teoria, a comportamentalista, compete a especialistas do comportamento humano, a exemplo dos psicólogos, psicanalistas, sociólogos, entre outros. O objetivo desta abordagem do empreendedorismo foi de ampliar o conhecimento sobre motivação e o comportamento humano. Os comportamentalistas atribuem aos empreendedores as características de criatividade, persistência, liderança, necessidades de autorrealização e de sucesso. Por isso, o empreendedor consegue se dedicar arduamente a seu trabalho, já que se confunde com prazer.

Max Weber (1930) é pioneiro da vertente comportamentalista, uma vez que define o empreendedor como um indivíduo inovador, cujo papel de liderança nos negócios induz a origem da autoridade formal, identificando o sistema de valores como determinante para a explicação do comportamento empreendedor. Todavia, o autor que realmente iniciou a contribuição das ciências do comportamento foi McClelland (1972), um dos primeiros autores a ressaltar e entender o papel dos que assumiam riscos e trabalhavam em negócios na sociedade e suas contribuições para o desenvolvimento econômico.

Numa perspectiva mais atual abrangente, para o Global Entrepreneurship Monitor (GEM), entidade que vem realizando estudos sobre o empreendedorismo em mais de 30 países, a atividade empreendedora é o resultado da interação de uma percepção individual de uma oportunidade e capacidade (motivação e habilidades) para agir sobre as condições distintas do respectivo ambiente em que o indivíduo está localizado. Além disso, enquanto atividade empreendedora é influenciada pelas condições de enquadramento no ambiente particular em que se localiza, esta atividade acaba por beneficiar o ambiente também, através do valor social e desenvolvimento econômico (GEM, 2016).

A pesquisa do GEM 2016, que retrata as características multifacetadas de empreendedorismo, reconhecendo o proativo, inovador e responsivo a riscos comportamento dos indivíduos, sempre em interação com o meio ambiente mostra também que em média, três quartos dos entrevistados afirmaram optaram por perseguir uma oportunidade como base para as suas motivações

empreendedoras e apenas 25% foram impulsionados por necessidades financeiras.

O sucesso das empresas está diretamente ligado às habilidades gerenciais, como mostra um estudo do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2010), que através de seu site divulgou a pesquisa “Fatores Condicionantes e Taxas de Sobrevivência e Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas no Brasil – 2003 - 2005” e através das informações concebidas, constatou-se que 22% das empresas fracassam antes de completar 2 anos desde sua criação e destacou como fatores que levam ao sucesso empresarial características agrupadas em três categorias distintas: Habilidades gerenciais, capacidade empreendedora e logística operacional. Neste sentido, a identificação das características comportamentais do empreendedor favorece a construção acerca do termo empreendedor, bem como de seus principais aspectos.

## **2.2 Características comportamentais empreendedoras (CCEs)**

McClelland (1961) realizou uma pesquisa sobre o perfil empreendedor, que até hoje é considerada uma das mais importantes sobre o tema, uma vez que o autor expõe uma visão sintetizada a respeito do assunto, e conclui que o indivíduo empreendedor possui a necessidade de buscar inovação e novos negócios constantemente, colocando suas ideias em prática por meio de metas claras. Após esse primeiro resultado, McClelland (1972) repetiu, alguns anos após pesquisa com empreendedores de 34 países distintos e utilizou a metodologia de aplicação de um questionário tipo *survey*, cujos resultados mostraram o empreendedor como uma pessoa diferenciada pelo desejo de se realizar mas, sobretudo a pesquisa contribuiu para um maior entendimento do tema, em que foi possível elencar outras dez características, identificadas como fundamentais ao crescimento dos empreendedores e para auxiliar no processo de identificação de oportunidades econômicas.

Com seus estudos, o psicólogo David McClelland contribuiu para a vertente comportamentalista ao defender que o sujeito busca principalmente sua realização, sendo assim, os empreendedores são entendidos a partir de suas características pessoais e motivações. A partir disso, a *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD), com base nas pesquisas de McClelland (1972), condensou as dez CCEs do estudo e as segmentou de acordo com as especificidades, formando três pilares (UNCTAD, 2009), que são: Realização, Planejamento e Poder.

Para a contribuição com tema de características comportamentais empreendedoras é importante destacar o trabalho de Lenzi (2008), o autor, com base nos estudos de Cooley (1990), criou um questionário de identificação das dez competências empreendedoras em que associa os três grupos de McClelland a um conjunto com as seguintes características: No pilar de Realização, as CCEs indicadas são: Busca de oportunidade e iniciativa (BOI), Persistência (PER), propensão a correr

riscos calculados (CRC) e exigência de qualidade (EQE) e comprometimento (COM). Essas características buscam compreender principalmente a motivação do indivíduo e disposição para novas oportunidades de negócio.

Na categoria Planejamento, as características comportamentais são: Busca por informações (BDI), estabelecimento de metas (EDM) e planejamento e monitoramento sistemático (PMS), que procuram entender se o empreendedor consegue se planejar e monitorar a empresa para o sucesso. E finalmente na categoria Poder, as CEEs são: Persuasão e rede de contatos (PRC), seguido por Independência e autoconfiança (IAC). Estas investigam a capacidade do empreendedor de influenciar pessoas e confiar em suas ideias. A definição das dez competências, seguem representadas no Quadro 1.

Quadro 1: Características comportamentais empreendedoras e comportamentos manifestados, adaptado de Lenzi (2008)

<b>REALIZAÇÃO</b>
<b>BUSCA DE OPORTUNIDADE E INICIATIVA (BOI)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lidera ou executa novos projetos, ideias e estratégias que visam conceber, reinventar, produzir ou comercializar novos produtos ou serviços.</li> <li>- Toma iniciativas pioneiras de inovação gerando novos métodos de trabalho, negócios, produtos ou mercados para empresa.</li> <li>- Produz resultado para empresa decorrente da comercialização de produtos e serviços gerados da oportunidade de negócio que identificou e captou no mercado.</li> </ul>
<b>CORRER RISCOS CALCULADOS (CRC)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Avalia o risco de suas ações na empresa ou no mercado por meio de informações coletadas.</li> <li>- Age para reduzir os riscos das ações propostas.</li> <li>- Está disposto a correr riscos, pois eles representam um desafio pessoal e poderão de fato trazer bom retorno para a empresa.</li> </ul>
<b>EXIGÊNCIA DE QUALIDADE E EFICIÊNCIA (EQE)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suas ações são muito inovadoras, trazendo qualidade e eficácia nos processos.</li> <li>- É reconhecido por satisfazer seus clientes internos e externos por meio de suas ações e resultados.</li> <li>- Estabelece prazos e os cumpre com padrão de qualidade reconhecido por todos.</li> </ul>
<b>PERSISTÊNCIA (PER)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Age para driblar ou transpor obstáculos quando eles se apresentam.</li> <li>- Não desiste em situações desfavoráveis e encontra formas de atingir os objetivos.</li> <li>- Admite ser responsável por seus atos e resultados, assumindo a frente para alcançar o que é proposto.</li> </ul>
<b>COMPROMETIMENTO (COM)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conclui uma tarefa dentro das condições estabelecidas, honrando os patrocinadores e parceiros internos.</li> <li>- Quando necessário, “coloca a mão na massa” para ajudar a equipe a concluir um trabalho.</li> <li>- Está disposto a manter os clientes (internos e externos) satisfeitos e de fato consegue.</li> </ul>



<b>PLANEJAMENTO</b>
<b>BUSCA DE INFORMAÇÕES (BDI)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vai pessoalmente atrás de informações confiáveis para realizar um projeto.</li> <li>- Investiga pessoalmente novos processos para seus projetos ou ideias inovadoras.</li> <li>- Quando necessário, consulta pessoalmente especialistas para lhe ajudar em suas ações.</li> </ul>
<b>ESTABELECIMENTO DE METAS (EDM)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Define suas próprias metas, independente do que é imposto pela empresa.</li> <li>- Suas metas são claras e específicas, e entendidas por todos os envolvidos.</li> <li>- Suas metas são mensuráveis e perfeitamente acompanhadas por todos da equipe.</li> </ul>
<b>PLANEJAMENTO E MONITORAMENTO SISTEMÁTICOS (PMS)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboram planos com tarefas e prazos bem definidos e claros.</li> <li>- Revisa constantemente seus planejamentos, adequando-os quando necessário.</li> <li>- É ousado na tomada de decisões, mas se baseia em informações e registros para projetar resultados.</li> </ul>
<b>PODER</b>
<b>PERSUASÃO E REDE DE CONTATOS (PRC)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consegue influenciar outras pessoas para que sejam parceiros em seus projetos viabilizando recursos necessários para alcançar os resultados propostos.</li> <li>- Consegue utilizar pessoas chave para atingir os resultados que se propõe ou conseguir os recursos necessários.</li> <li>- Desenvolve e fortalece sua rede de relacionamento interna e externa à empresa.</li> </ul>
<b>INDEPENDÊNCIA E AUTOCONFIANÇA (IAC)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Está disposto a quebrar regras, suplantar barreiras e superar obstáculos já enraizados na empresa.</li> <li>- Confia em seu ponto de vista e o mantém mesmo diante de oposições.</li> <li>- É confiante nos seus atos e enfrenta desafios sem medo.</li> </ul>

Fonte: Lenzi (2008).

McClelland (1961) afirma que todos os empreendedores apresentam algumas dessas características e que apresentá-las em sua totalidade representa um tipo ideal. A força do indivíduo empreendedor está em saber reconhecer essas capacidades e capitalizá-las a seu favor na hora da criação e manutenção de uma empresa ou geração de uma nova ideia.

### 3 Percorso Metodológico

Este estudo tem como objetivo analisar o desenvolvimento de competências comportamentais empreendedoras de microempreendedores individuais do segmento vestuário na cidade de Campina Grande - PB. Para Rodrigues (2007), nesse tipo de estudo os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem interferência do pesquisador. De natureza empírica, o presente estudo caracteriza-se por uma abordagem quantitativa, com coleta de dados primários, *in*

*loco*, do posicionamento teórico dos estudos que embasam a pesquisa de Lenzi (2008) com base nos constructos de McClelland et al (1987) e Cooley (1990) para determinação dos objetivos propostos.

Perrien, Chéron e Zins (1984) consideram que o processo de amostragem é composto pela determinação da população-alvo, pelo contexto de amostragem, unidade e métodos de amostragem e tamanho e seleção da amostra. Portanto, a população-alvo é composta por proprietários de lojas de roupa da Cidade de Campina Grande – PB.

O critério de exclusividade estabelecido para participar do estudo é que os respondentes fossem enquadrados nas definições do SEBRAE (2018) como Microempreendedor individual (receita bruta anual de até R\$ 81.000,00), o critério de escolha foi por acessibilidade. A determinação do tamanho da amostra tratada foi feita com base no número de variáveis trabalhadas no estudo, considerando no mínimo cinco respondentes por variável, seguindo as diretrizes de Hair Jr. *et al.* (1998) que afirmam que para se calcular uma amostra, quando se tem um estudo em uma grande quantidade de variáveis, por conveniência, o pesquisador deve obter um tamanho mínimo de amostragem equivalente a cinco vezes o número de variáveis analisadas, nesse caso, são os comportamentos manifestados para cada Característica Empreendedora Pessoal, dessa forma para cada uma das dez CCEs foi necessário pelo menos cinco questionários válidos, o que se traduz nos 50 entrevistados abordados para a realização do estudo.

O levantamento de dados foi realizado por meio de aplicação de questionário pré estruturado composto de duas partes. A primeira, de composição da pesquisadora, visando traçar o perfil socioeconômico do empreendedor, foi composto de dez questões. As perguntas foram relacionadas ao perfil socioeconômico do empresário (gênero, faixa etária, estado civil, local de nascimento, grau de instrução), ao perfil empresarial pessoal (carga horária de trabalho semanal, decisão de abrir a empresa) e à caracterização da empresa (tempo de empresa, número de funcionários, principais atribuições).

A segunda parte do questionário, em que o entrevistado se auto avalia, tratou das características do comportamento empreendedor. Têm 30 afirmações provenientes da pesquisa sobre a presença das competências empreendedoras de Cooley (1990) a partir do instrumento desenvolvido por Lenzi (2008).

Na ferramenta, cada CCE possui 3 afirmações que descrevem algum comportamento. O respondente é convidado a relatar a periodicidade com a qual ele se comporta de tal maneira. As afirmações foram medidas através de uma escala Likert de cinco pontos, em que 1 = nunca / 2 = poucas vezes / 3 = às vezes / 4 = frequentemente / 5 = sempre.

A base de dados foi processada em uma planilha no Microsoft Excel®, na qual foi possível realizar as análises estatísticas uni variadas que apresentaram valores como: Média, desvio padrão, frequência coeficiente de variância.

#### 4 Análise e Descrições dos Resultados

Nesta seção, será apresentada a análise e descrição dos resultados obtidos, em que serão tratados os dados quantitativos levantados durante a pesquisa. Os resultados se baseiam nas informações coletados na pesquisa empírica de campo que manifestam os objetivos propostos. As análises vão ser apresentadas de acordo com os seguintes itens: perfil da amostra e características comportamentais empreendedoras e aspectos empresariais.

##### 4.1 Perfil sociodemográfico

A tabela 01, destaca as variáveis sociodemográficas dos empreendedores respondentes, segmentados por: gênero, faixa etária, estado civil, naturalidade e escolaridade.

Tabela 01: Variáveis sociodemográficas e perfil social do empreendedor

Variáveis	Alternativas	Frequência	Percentual (%)
Gênero	Feminino	37	74
	Masculino	13	26
	Total	50	100
Faixa etária	até 20 anos	0	0
	De 21 a 30 anos	17	34
	De 31 a 40 anos	10	20
	De 41 a 50 anos	15	30
	Mais de 51 anos	8	16
Total	50	100	
Estado civil	Solteiro (a)	13	26
	Casado (a) ou união estável	23	46
	Separado (a)	14	28
Total	50	100	
Naturalidade	Interior	38	76
	Capital (da Paraíba)	8	16

	Outro estado	4	8
	Total	50	100
Escolaridade	Fundamental incompleto	1	2
	Fundamental completo	4	8
	Ensino médio incompleto	10	20
	Ensino médio completo	20	40
	Superior incompleto	7	14
	Superior completo	6	12
	Pós-graduação	2	4
	Total	50	100

Fonte: Dados da pesquisa, 2018

De acordo com a tabela 01, a maioria das pessoas entrevistadas ocupa a faixa de idade que está compreendida entre 21 a 30 anos (34%) e entre 41 a 50 anos (30%), com imensa predominância feminina (74%). Do total de respondentes, a maior parte é casada (46%), fato explicado principalmente pelas faixas etárias mais frequentes. Uma grande parcela dos entrevistados é natural do interior da Paraíba (76%) e possuem principalmente o grau de escolaridade de ensino médio completo (40%) ou ensino médio incompleto (20%). Apenas uma minoria (4%) fez pós-graduação.

## 4.2 Perfil empresarial

A tabela 02, destaca as características do negócio e perfil empresarial dos respondentes, segmentados por: Carga horária de trabalho semanal, principal fator para abertura do negócio, quantidade de funcionários, principais atribuições na empresa e tempo de negócio.

Tabela 02: Perfil empresarial e econômico dos pesquisados

Variáveis	Alternativas	Frequência	Percentual (%)
Carga horária de trabalho semanal	Até 14 horas	2	4
	De 15 a 24 horas	0	0
	De 25 a 34 horas	9	18
	De 35 a 44 horas	18	36
	Mais de 44 horas	21	42
	Total	50	100
Principal fator que influenciou a abertura do negócio	Necessidade de ocupação	11	22
	Necessidade de renda extra	20	40

	Identificação de uma oportunidade	19	38
	Outro	0	0
	Total	50	100
Principais atribuições na empresa	Controle de compras	42	84,00
	Controle financeiro	32	64,00
	Controle de vendas	33	66,00
	Controle de preço de vendas	27	54,00
	Controle de folha de pagamento	17	34,00
	Controle de custos	34	68,00
	Controle de estoque	32	64,00
	Nenhum	1	2,00
	Total*	218	436,00
Tempo desde que iniciou o negócio	Menos de 1 ano	4	8
	De 1 a 3 anos.	16	32
	De 3 a 5 anos.	10	20
	De 5 a 10 anos.	4	8
	Mais de 10 anos	16	32
	Total	50	100

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

No que diz respeito ao perfil empresarial, a maioria dos respondentes (42%) trabalham mais de 44 horas por semana, e apenas 4% dos empreendedores trabalham menos de 14 horas no mesmo período, o que significa uma rotina de trabalho prolongada para quem decide empreender. Os fatores que mais influenciaram na decisão de abrir o próprio negócio foram: Necessidade de renda extra (40%), seguido pela identificação de uma oportunidade (38%) e necessidade de ocupação (22%), esses dados revelam que os respondentes estão empreendendo mais por necessidade, seja de ocupação ou de renda extra, do que por oportunidade. Em relação as principais atribuições dentro da empresa, em que os respondentes podiam marcar mais de uma opção, destacaram-se o controle de compras (84%), controle de custos (68%) e controle de vendas (66%), apenas uma minoria faz o controle de folha de pagamentos (34%), uma vez que o público-alvo é compreendido apenas por Microempreendedores individuais (MEI) e estes só podem ter no máximo um funcionário com carteira assinada (SEBRAE, 2018).

### 4.3 Características Comportamentais Empreendedoras (CCEs)

A seguir, será apresentada a análise das competências empreendedoras apontadas por Lenzi (2008) uma vez que o autor considera que os indivíduos possuem as competências empreendedoras caso elas apresentem uma pontuação igual ou superior a 12 pontos, em que a soma da escala ordinal dos números 1 a 5 a presente esse resultado.

Para discussão dos resultados, as competências empreendedoras serão apresentadas através de siglas, para facilitar a visualização e de acordo com os três pilares das CCEs: Realização, planejamento e poder. A relação dessas siglas é apresentada nas Tabelas 03, 04 e 05 juntamente com a média, desvio padrão e o coeficiente de variação para cada competência empreendedora e suas três variáveis observáveis mensuradas através do instrumento de coleta.

A Tabela 03 apresenta a análise geral do aparecimento das competências empreendedoras na categoria de Realização entre os respondentes, bem como a média de pontuação por competência, desvio padrão e coeficiente e variância.

Tabela 03: Avaliação geral das CCEs de Realização

<b>REALIZAÇÃO</b>			
<b>BOI</b>			
Variável observável	Média	D. Pad.	CV
(BOI1) Cria, reinventa ou comercializar novos produtos ou serviços.	3,76	1,02140	27,16%
(BOI2) Toma iniciativas de inovação gerando novos negócios.	3,44	1,19796	34,82%
(BOI3) Produz resultado através das oportunidades de negócio que identifica no mercado.	3,64	1,06445	29,24%
<b>Pontuação</b>			<b>10,84</b>
<b>CRC</b>			
(CRC1) Avalia o risco de suas ações por meio de informações coletadas.	3,74	1,06541	28,49%
(CRC2) Age para reduzir os riscos dessas ações.	3,44	1,14571	33,31%
(CRC3) Está disposto a correr riscos.	3,8	1,10657	29,12%
<b>Pontuação</b>			<b>10,98</b>
<b>EQE</b>			
(EQE1) Suas ações são muito inovadoras e trazem qualidade e eficácia nos processos.	3,74	1,04608	27,97%
(EQE2) É reconhecido por satisfazer seus clientes.	4,02	1,02000	25,37%
(EQE3) Estabelece prazos e os cumpre com padrão de qualidade.	3,82	1,00387	26,28%
<b>Pontuação</b>			<b>11,58</b>
<b>PER</b>			

(PER1) Age para driblar obstáculos quando eles se apresentam.	4,26	0,94351	22,15%
(PER2) Não desiste em situações desfavoráveis e encontra formas de atingir os objetivos.	4,16	0,91160	21,91%
(PER3) Admite ser responsável por seus atos como empresário.	4,22	0,81541	19,32%
<b>Pontuação</b>			<b>12,64</b>
<b>COM</b>			
(COM1) Conclui uma tarefa dentro das condições estabelecidas.	4,04	0,83201	20,59%
(COM2) Quando necessário, “coloca a mão na massa”.	4,68	0,62073	13,26%
(COM3) Está disposto a manter os clientes satisfeitos e de fato consegue.	4,46	0,64555	14,47%
<b>Pontuação</b>			<b>13,18</b>

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

De forma geral a tabela 03 revela que dentre os 50 respondentes, apenas duas das competências foram alcançadas (PER) e (COM) com médias de 12.64 e 13.18 respectivamente. No que tange ao coeficiente de variação apenas a característica de Comprometimento, de média 13,18 possui respostas homogêneas, indicado pelo coeficiente de variação menor que 15 nas variáveis observáveis COM2 e COM3, o que revela principalmente o compromisso, responsabilidade e engajamento dos empreendedores com os clientes e com a empresa. No que diz respeito à busca de oportunidade e iniciativa (BOI) com média 10,84, os respondentes obtiveram a menor média da seção, com grande dispersão das respostas com relação à média, a variável observável BOI2 (toma iniciativas de inovação gerando novos negócios) foi a menos manifestada com média 3,44.

No que se refere a característica comportamental de comprometimento (COM), que obteve a maior pontuação de todas as CCEs do estudo, verifica-se que os empreendedores estão principalmente dispostos e conseguem de fato manter os clientes satisfeitos (4,46) com os seus produtos e atendimento e sempre que necessário estão dispostos a colocar a "mão na massa" para a realização de uma atividade ou projeto (4,68). A CCE que obteve a menor pontuação (10,84) da categoria foi a BOI (busca de oportunidade e iniciativa) revelando que os respondentes estão pouco atentos á reduzir os riscos em suas ações e atividades (3,44) e produzir resultados através das oportunidades de negócio que identificam no mercado (3,64). Na categoria Persistência (PER), com pontuação geral de 12,64, a variável observável com a maior média (4,26) revela que os microempreendedores trabalham para driblar obstáculos quando eles se apresentam.

Sob a mesma perspectiva de análise, a competência Exigência de qualidade e eficiência (EQE) indica que frequentemente os entrevistados são reconhecidos por satisfazer os clientes (4,02) mas por outro lado não conseguem trazer com frequência eficácia nos processos por meio de ações inovadoras (3,74). Com relação à disposição para correr riscos calculados (CRC), característica comportamental

que não se manifestou nos empreendedores entrevistados, a variável observável que mais se destacou foi a CRC3 (Está disposto a correr riscos) e a que menos se manifestou foi a CRC2 (Age para reduzir os riscos dessas ações).

A Tabela 04 aponta a análise geral da manifestação das competências empreendedoras na categoria de Planejamento, bem como a média de pontuação por CCE, desvio padrão e coeficiente de variação.

Tabela 04: Avaliação geral das CCEs de Planejamento

<b>PLANEJAMENTO</b>				
<b>BDI</b>				
Variável observável	Média	D. Pad.	CV	
(BDI1) Vai pessoalmente atrás de informações para realizar um projeto.	3,82	1,04374	27,32%	
(BDI2) Investiga pessoalmente novos processos ou ideias inovadoras.	3,44	1,18080	34,33%	
(BDI3) Quando necessário, consulta especialistas para lhe ajudar em suas ações.	2,7	1,28174	47,47%	
<b>Pontuação</b>				<b>9,96</b>
<b>EDM</b>				
(EDM1) Define suas próprias metas.	3,04	1,35466	44,56%	
(EDM2) Suas metas são claras e específicas para todos da empresa.	3,3	1,31320	39,79%	
(EDM3) Suas metas são mensuráveis.	3,22	1,31382	40,80%	
<b>Pontuação</b>				<b>9,56</b>
<b>PMS</b>				
(PMS1) Elabora planos com tarefas e prazos bem definidos e claros.	3,54	1,16426	32,89%	
(PMS2) Revisa constantemente seus planejamentos	3,62	1,14089	31,52%	
(PMS3) É ousado na tomada de decisões	4,16	0,91160	21,91%	
<b>Pontuação</b>				<b>11,32</b>

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Dentre as variáveis observadas na tabela 04 do pilar de planejamento, a competência Estabelecimento de metas (EDM) apresentou a menor pontuação (9,56), com destaque para as questões “Suas metas são mensuráveis” e “Define suas próprias metas”, com médias de 3,22 e 3,04 respectivamente, indicando uma dificuldade dos empreendedores em estabelecer indicadores mensuráveis para seus objetivos. No que diz respeito a seção de Busca de informações (BDI), a variável observável “Vai pessoalmente atrás de informações para realizar um projeto” mensura o grau



de interesse por informações verídicas na iniciativa de um novo projeto por parte dos empreendedores e apresenta o menor coeficiente de variação da categoria, indicando a menor dispersão de respostas do grupo em relação à média. No que tange o planejamento e monitoramento sistemático (PMS), CCE que apresentou a maior pontuação da categoria de Planejamento, verifica-se que os entrevistados são principalmente ousados na tomada de decisão (4,16) e uma grande parte revisa os planejamentos constantemente (3,62). A soma das médias da categoria PMS não foram o suficiente para indicar que a característica comportamental está presente nos empreendedores (11,32) mas se aproxima muito na nota de corte (12) e indica que os entrevistados frequentemente monitoram seus resultados e se arriscam no processo de tomada de decisão.

A Tabela 05 mostra a análise geral do aparecimento das competências empreendedoras na categoria de Poder entre os respondentes, tal como a média de pontuação por competência, desvio padrão e coeficiente de variação.

Tabela 05: Avaliação geral das CCEs de Poder

<b>PODER</b>				
<b>PRC</b>				
Variável observável	Média	D. Pad.	CV	
(PRC1) Consegue influenciar outras pessoas para que sejam parceiros em seus projetos viabilizando recursos necessários para atingir seus objetivos.	3,78	1,25014	33,07%	
(PRC2) Consegue utilizar pessoas chave para atingir os resultados. 4,128 0,610	3,62	1,06694	29,47%	
(PRC3) Desenvolve e fortalece sua rede de relacionamentos.	3,78	0,95383	25,23%	
<b>Pontuação</b>				<b>11,18</b>
<b>IAC</b>				
(IAC1) Está disposto a quebrar regras e obstáculos enraizados no mercado. 4,062 0,712	3,98	1,07836	27,09%	
(IAC2) Confia em seu ponto de vista e o mantém mesmo diante de oposições. 4,085 0,506	4,02	1,13371	28,20%	
(IAC3) É confiante nos seus atos e enfrenta desafios sem medo.	4,66	0,51942	11,15%	
<b>Pontuação</b>				<b>12,66</b>

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A tabela 05 mostra que os respondentes da pesquisa, no que tange ao pilar de poder, apresentam principalmente a característica de independência e autoconfiança (12,66), uma vez que atingiram uma soma superior a 12. A variável observável "Está disposto a quebrar regras e obstáculos já enraizados" obteve a menor média e uma alta dispersão entre as respostas, o que indica que os respondentes são inseguros para quebrar regras antigas na empresa mas confiam nos seus atos. É

possível verificar que a maior dificuldade dos donos de lojas de roupa no pilar de Poder é de conseguir "utilizar pessoas chave para atingir os resultados", variável que atingiu a menor média (3,62) da seção.

Pela análise dos conjuntos das competências, pode-se constatar que os Microempreendedores Individuais têm suas competências mais ampliadas no que diz respeito a concluir o que prometeu e satisfazer os clientes do que propriamente planejar suas ações, buscando informações e estabelecendo metas e planos de ação para atingi-las. Esse é um cenário alarmante visto que a falta de planejamento está entre as principais razões de mortalidade de empresas de pequeno porte (FERREIRA et al, 2012).

## **5 Considerações Finais**

Neste capítulo serão apresentadas as considerações finais, baseadas no contexto do estudo desenvolvido, sugestões para eventuais trabalhos que possam agregar mais informações sobre microempreendedores individuais e características comportamentais empreendedoras.

É importante destacar o papel do segmento de vestuário, tido como grande propulsor da economia brasileira. Sujeito a muita concorrência, variação do conceito de moda e dependente de fatores externos, este meio, incita ao empreendedor a desenvolver competências que propiciem obter resultados positivos de sua atividade econômica.

Os resultados desta pesquisa evidenciam que, quanto ao perfil, a maioria dos microempreendedores, é do sexo feminino, possuem de 21 a 30 anos de idade, trabalham em média 44 horas por semana. Grande parte dos empreendedores entrevistados possui ensino médio completo e nasceram no interior da Paraíba.

O perfil empresarial dos respondentes é marcado principalmente pela grande quantidade de horas trabalhadas por semana, que somam na maioria dos casos (42%) mais de 44 horas, indicando uma extensa jornada de trabalho e também, pela alta taxa de empreendedorismo por necessidade de renda extra (40%) ou necessidade de ocupação (22%), que se relaciona com a alta taxa de desemprego do país, que no primeiro trimestre de 2018 chegou a 13,1% (PNAD, 2018). Em relação as principais atribuições dentro da empresa, destacaram-se principalmente o controle de compras (84%) e controle de custos (68%).

Na busca pela definição das competências, pode-se apurar mediante esta pesquisa que as competências de maior destaque, foram Comprometimento (COM), seguida por Independência e autoconfiança (IAC), e por último Persistência (PER). Já as competências encontradas em menor intensidade foram EDM (estabelecimento de metas) e BDI busca de informações e BOI (Busca de oportunidade e iniciativa). A partir disso, pode-se afirmar que os microempreendedores do setor vestuário de Campina Grande - PB não possuem todas as competências mencionadas por Lenzi

(2008), uma vez que sendo estabelecida a média de pontuação de corte mínima o valor de 12, apenas três competências foram evidenciadas com valores acima desta nota.

Sob o aspecto geral da pesquisa, pode ser citada como fator limitante à sua execução, a pouca variedade de trabalhos desenvolvidos com enfoque para análise de perfil e competências de microempreendedores do setor vestuário.

## 6 Referências

ANDE; Ebay Foundation; ice Oportunidades em Tecnologia para a Base da Pirâmide. 2015.

ARAÚJO, E. B. D., & VASCONCELLOS, H. (1988). Entrepreneurship e intrapreneurship: uma trajetória literária de 1979 a 1988. *Revista de Administração de Empresas*, 28(4), 67-76.

BOLTON, B., & THOMPSON, J. (2000). *Entrepreneurs talent, temperament, technique*. Oxford: Butterworth Heinemann.

BONI, V., & QUARESMA, S. J. (2005). Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. Em *Tese*, 2(1), 68-80.

CAETANO, Bruno. *Revista SEBRAE conexão*, ANO VII / Nº 39 / NOV-DEZ 2013.

COOLEY, L. *Entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance*. Final Report. Washington: USAID, 1990.

DORNELAS, J. C. A. (2008). *Empreendedorismo*. Elsevier Brasil.

FERREIRA, L. F. F., OLIVA, F. L., SANTOS, S. A. D., GRISI, C. C. D. H., & LIMA, A. C. (2012). Análise quantitativa sobre a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo. *Gestão e Produção*, 19(4), 811-823.

FILLION, L. J. *Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios*. Tradução: Maria Leticia Galizzi e Paulo Luiz Moreira. *Revista de Administração*, São Paulo, v.34, n.2, p.05-28, abr-jun. 1999.

F JR, H. J., ANDERSON, R. E., TATHAM, R. L., & BLACK, W. C. (1998). Multivariate data analysis.

GERHARDT, T. E., & Silveira, D. T. (2009). *Métodos de pesquisa*. Plageder.

HISRICH, R. D, PETERS, M. P., & SHEPHERD, D. A. (2014). *Empreendedorismo-9*. AMGH editora.

LENZI, F. C. Os empreendedores corporativos nas empresas de grande porte: um estudo da associação entre tipos psicológicos e competências empreendedoras. Tese de doutorado da Universidade de São Paulo, 2008. Disponível em: <[www.teses.usp.br/teses/.../12/.../tese\\_fernando\\_lenzi\\_usp.pdf](http://www.teses.usp.br/teses/.../12/.../tese_fernando_lenzi_usp.pdf)> Acesso em novembro de 2018.

LENZI, F. C.; MACCARI, E. A.; MARTENS, C. D. P.; RAMOS, F. O desenvolvimento de competências empreendedoras na administração pública: um estudo com empreendedores corporativos na prefeitura de Blumenau, Santa Catarina. *Gestão & Regionalidade*. Vol. 28 - No 82 - jan-abr/2012, 14p.

WEBER, M. (1930). Author's introduction. *The protestant ethic and the spirit of capitalism*, 13-31.

MCCLELLAND, David C. Entrepreneurship and Achievement Motivation: Approaches to the Science of Socioeconomic Development. in: Lengyel, P. (Ed.) Paris: UNESCO, 1972.

\_\_\_\_\_. The Achievement Society. Princeton: D. Van Nostrand CO., 1961.

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

MCCLELLAND, D. C.; MANSFIELD, R. S.; SPENCER JR, L. M; SANTIAGO, J. The identification and assessment of competencies and other personal characteristics of entrepreneurs in developing countries: Report. Boston: McBerand Company. 402 p, 1987.

MEADOWS, M. (2018). Autodisciplina para empreendedores: Como desenvolver e manter a autodisciplina como empreendedor. Editora Meadows publishing.

MONITOR, G. E. (2017). GEM 2016. *GEM America Latina y el Caribe 2015, 16*.

PERRIEN, J.;CHÉRON, E.J; & ZINS,M. (1984) Recherche en marketing: Méthodes et décisions. Montreal, Gaetan Morin Editeur. 615p.

PINSONNEAULT, A. E KRAEMER, K. L. The survey research strategy in studies of information systems: review and critique. *Journal of Management Information Systems*, v. 10, n. 2, 1993, p. 75-106.

PNAD Contínua, IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua. 2018

PRAHALAD, C., & HAMEL, G. (1990). A competência Essencial das Organizações. *Harvard Business Review*, 79-91.

PORTAL DO EMPREENDEDOR, disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>> . Acesso em 20 de Dezembro de 2018.

RODRIGUES, W. C. (2007). Metodologia científica. *Faetec/IST. Paracambi*, 2-20.

SEBRAE, 2018. Entenda as diferenças entre microempresa, pequena empresa e MEI disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>> acesso dia 08/09/2018

SCHUMPETER, J. Economic theory and entrepreneurial history. Change and the Entrepreneur: Postulates and Patterns of Entrepreneurial History, Cambridge-Mass: Harvard University Press, p. 63-84, 1949.

UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development. Empretec Programme: The Entrepreneur's Guide. 2009. Disponível em <[http://unctad.org/en/Docs/diaeed20093\\_en.pdf](http://unctad.org/en/Docs/diaeed20093_en.pdf)>. Acesso em 22 de Setembro de 2018.