



**Universidade Federal de Campina Grande**  
**Centro de Humanidades**  
**Unidade Acadêmica de Administração e Contabilidade**  
**Coordenação de Estágio Supervisionado**

**CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS: UM  
LEVANTAMENTO COM MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS**

**ANTONIO CARLOS DA SILVA NASCIMENTO**

**CAMPINA GRANDE - PB**  
**AGOSTO/2018**

**ANTONIO CARLOS DA SILVA NASCIMENTO**

**CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS: UM  
LEVANTAMENTO COM MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS**

Relatório de estágio supervisionado apresentado no curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal de Campina Grande, como requisito parcial para obtenção de título de graduação em Administração de Empresas.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dra. Verônica Macário de Oliveira

**CAMPINA GRANDE - PB**

**AGOSTO/2018**

## **COMISSÃO DE ESTÁGIO**

### **MEMBROS:**

---

Aluno – Antonio Carlos da Silva Nascimento

---

Prof. Orientadora – Verônica Macário de Oliveira

---

Prof. Estágio Supervisionado – Lúcia Silva Albuquerque de Melo

**CAMPINA GRANDE - PB**

**AGOSTO/2018**

**ANTONIO CARLOS DA SILVA NASCIMENTO**

**CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS: UM  
LEVANTAMENTO COM MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS**

Relatório aprovado em \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_

---

Verônica Macário de Oliveira

---

Darcon Sousa

---

Lucyanno Moreira Cardoso

**CAMPINA GRANDE - PB**

**AGOSTO/2018**

## DEDICATÓRIA

À Deus pela oportunidade do acesso à educação e concretização de um sonho que abre portas ao meu futuro.

## **AGRADECIMENTOS**

A esta Universidade, seu corpo docente, direção e administração, que tanto dedicou mudanças satisfatórias a este curso.

A minha orientadora Doutora Verônica Macário pelo suporte e incentivo a realização deste trabalho, no curto tempo que lhe coube.

E aos meus pais e minha namorada pelo amor, apoio e confiança em mim depositados.

## RESUMO

Sabendo que o fenômeno do Microempreendedor Individual está em crescimento no Brasil, esta pesquisa teve como objetivo analisar as características comportamentais empreendedoras (CCE's) de Microempreendedores Individuais (MEI's). Para isso, estabeleceram-se os seguintes objetivos específicos: analisar o perfil dos Microempreendedores Individuais investigados e analisar as CCE's dos MEI's investigados com base na adaptação do modelo de McClelland (1987) pelo SEBRAE (2018). Então, foi realizado um levantamento com abordagem metodológica quantitativa e descritiva que obteve uma amostra de 71 MEI's respondentes do questionário de CCE'S de McClelland (1987). Os dados foram analisados a partir da estatística descritiva com o uso de medida central – média e de dispersão – e coeficiente de variação. Os resultados apontam as características comportamentais empreendedoras, dentre elas, as que mais se destacam são as de iniciar negócios em novas áreas, além de buscar conhecimento para aperfeiçoar sua capacidade como gestor; em sua maioria, são avessos a riscos; buscam entregar os produtos no tempo correto e com a qualidade esperada pelo cliente; assumem a responsabilidade pelo sucesso e fracasso do negócio, buscando sempre entregar um serviço ou produto de qualidade ao cliente; buscam conhecer seus parceiros; fazem registros financeiros e se utilizam deles para as tomadas de decisões; acreditam ser importantes os relacionamentos com novas pessoas e manter relacionamentos comerciais duradouros, além de expressar confiança em suas ações, não se abalando com resultados desanimadores que possam vir. E também foram identificados pontos fracos que devem ser melhorados.

**Palavras-chave:** microempreendedor individual; empreendedorismo; características comportamentais empreendedoras; empreender.

## ABSTRACT

Knowing that the phenomenon of the Individual Microentrepreneur is growing in Brazil, this research aimed to analyze the entrepreneurial behavioral characteristics (CCE's) of Individual Microentrepreneurs (MEI's). For this, the following specific objectives were established: To analyze the profile of the Individual Microentrepreneurs investigated and analyze the CCE's of the MEI's investigated based on the adaptation of the McClelland model (1987) by SEBRAE (2018). For that, a survey was carried out with a quantitative and descriptive methodological approach, obtaining a sample of 71 MEI's respondents from the McClelland CCE questionnaire (1987). Data were analyzed from descriptive statistics using central - mean and dispersion - coefficient of variation. The results show the entrepreneurial behavioral characteristics are present are those of starting businesses in new areas, besides seeking knowledge to improve their capacity as manager; are mostly risk averse; seek to deliver the products at the right time and with the quality expected by the customer; assume responsibility for the success and failure of the business, always seeking to deliver a quality service or product to the customer; seek to know their partners; make financial records and use them for decision-making; believes it is important to relate to new people and maintain lasting business relationships, as well as expressing confidence in their actions, not being overwhelmed by disappointing results that may come. And weaknesses have also been identified that should be improved.

**Keywords:** individual microentrepreneur; entrepreneurship; entrepreneurial behavioral characteristics; to undertake.

## SUMÁRIO

Sumário.....	9
1. INTRODUÇÃO.....	9
1.1 Objetivos.....	10
1.1.1 Objetivo geral.....	10
1.1.2 Objetivos específicos.....	10
1.2 Justificativa.....	10
2. Referencial teórico.....	12
2.1 Empreendedorismo e Empreendedor.....	12
2.2 Características empreendedoras.....	14
2.3 Microempreendedor individual.....	16
3. Procedimentos metodológicos.....	20
3.1 Delineamento da pesquisa.....	20
3.2 População e Amostra.....	20
3.3 Coleta de dados.....	20
3.4 Tratamento e análise de dados.....	21
4. Resultados.....	22
4.1 Perfil dos investigados.....	22
4.2 Características Comportamentais Empreendedoras.....	24
4.2.1 Categoria Realização.....	24
4.2.2 Categoria Planejamento.....	29
4.2.3 Categoria Poder.....	33
5. Considerações finais.....	36
REFERÊNCIAS.....	38
APÊNDICE I - QUESTIONÁRIO.....	42

## 1. INTRODUÇÃO

O *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) é um projeto internacional já presente em mais de 60 países que busca entender continuamente a dinâmica do empreendedorismo em todo o mundo, avaliando o número de pessoas que iniciam no mundo empreendedorismo e correlacionando com as suas motivações. Os resultados dos seus estudos apontam que existem basicamente duas motivações que levam o sujeito a empreender: necessidade ou oportunidade. Por necessidade se entende “parcela da população envolvida com o empreendedorismo por não ter outra opção de trabalho” (GEM, 2011, p. 89). E, por oportunidade, entende-se o grupo “envolvido com o empreendedorismo não por não ter outra opção de trabalho, e, sim, por ter identificado uma oportunidade de negócio que pretende perseguir” (GEM, 2011, p. 89).

No Brasil, foi implementada a Lei Complementar 128/2008 que criou o programa Microempreendedor Individual (MEI), com vigência a partir de um de julho de 2009 e abriu oportunidade para milhões de brasileiros ingressarem formalmente no mercado.

Dados recentes demonstram a atual situação econômica do Brasil que se recupera de uma recessão econômica que perdurou por mais de onze trimestres, encolhendo o PIB do Brasil em 8,6%, segundo o Comitê de Datação de Ciclos Econômicos da Fundação Getúlio Vargas (Codace/FGV, 2017). O desemprego antes da recessão, no ano de 2014, era de apenas 6,5% e, atualmente, é de mais de 12% (SEBRAE, 2017). Com isso, a formalização de empresas Microempreendedor Individual (MEI) explodiu pelo país, pois há baixos custos para se abrir e manter esse tipo de empresa. Segundo o SEBRAE (2017), de janeiro a maio de 2017 quase um milhão de empresas foram abertas no Brasil, sendo que, 79,2% eram empresas de microempreendedores individuais.

Considera-se que o MEI dá a oportunidade para as pessoas começarem negócios sem precisar de um conhecimento técnico de empresa mais profundo sobre o funcionamento de uma empresa e sem necessidade de arcar com custos como contador, emissão de alvará e etc. Segundo Rabi (2017), economista do Serasa, os motivos que as pessoas se sentem atraídas são serviços de baixíssima tecnologia, que não precisam de máquinas caras, não demandam ponto comercial. Desta forma o empreendedor consegue montar o negócio com pouco dinheiro, ele pega a indenização (recebida na demissão) e investe. Essas motivações podem se refletir nas características comportamentais desses empreendedores.

Neste contexto, torna-se importante compreender o perfil das pessoas que ingressam no mundo do empreendedorismo. McClelland (1987) buscou identificar as características comportamentais empreendedoras (CCE'S) no início da década de 1980, iniciando um estudo na McBeer e

Company, empresa da qual fazia parte, em conjunto com outras empresas. A pesquisa foi realizada em 34 países com o intuito de aprofundar sua pesquisa sobre as características comportamentais empreendedoras, e obteve como resultado a identificação de dez Características Comportamentais Empreendedoras (CCE's) que foram divididas em três categorias diferentes, que são: realização, planejamento e poder. Esse modelo de avaliação da CCE é amplamente utilizado tanto na academia quanto no mercado, inclusive pelo SEBRAE (2018) na realização do Empretec que é uma metodologia desenvolvida pela Organização das Nações Unidas (ONU) e aplicada no Brasil exclusivamente pelo Sebrae na busca por desenvolver características de comportamento empreendedor, bem como a identificar novas oportunidades de negócios.

No âmbito dessa discussão, torna-se importante analisar o perfil dos MEI's a partir da identificação de suas características comportamentais empreendedoras, de modo que a problemática que norteou este estudo foi: quais as características comportamentais empreendedoras de Microempreendedores Individuais que atuam no Brasil?

## **1.1 Objetivos**

### **1.1.1 Objetivo geral**

Analisar as características comportamentais empreendedoras de Microempreendedores Individuais que atuam no Brasil.

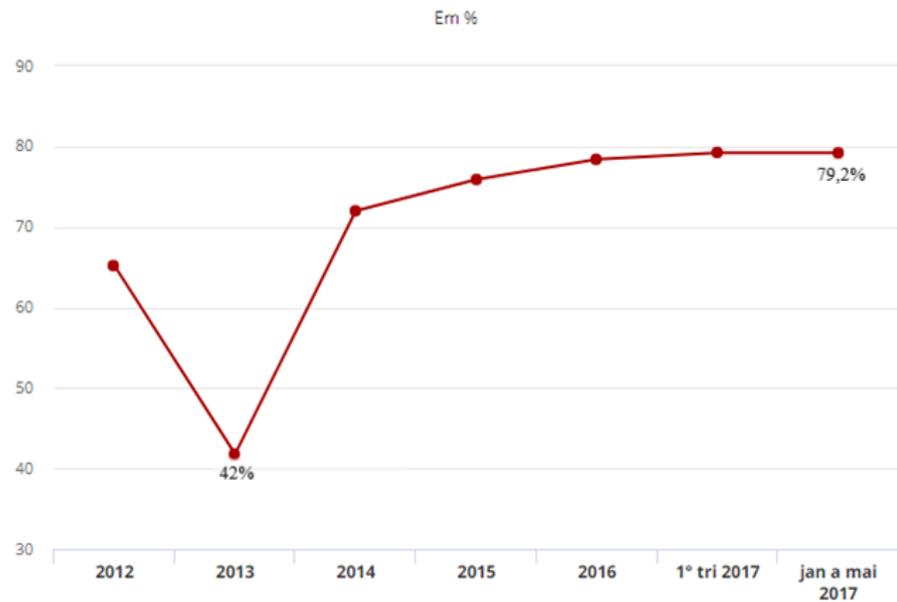
### **1.1.2 Objetivos específicos**

- Identificar o perfil dos Microempreendedores Individuais investigados.
- Definir as CCE's dos MEI's investigados com base na adaptação do modelo de McClelland (1987) pelo SEBRAE (2018).

## **1.2 Justificativa**

Segundo o SEBRAE (2017), o programa MEI se tornou alvo de milhões de brasileiros que buscam ingressar na classe empreendedora, e para este fim se utilizam dos baixos custos de entrada oferecidos pelo Governo Federal Brasileiro para o Microempreendedor Individual. A figura 1 demonstra a evolução da adesão ao programa MEI, no período entre 2012 a 2017, entre os novos CNPJ criados.

Figura 1 – Parcela de MEI's entre os CNPJ's criados.



Fonte: SERASA (2017)

O percentual de 79,2% mostra a relevância do MEI perante o cenário nacional nos últimos anos. Nestes cinco anos e cinco meses representados na Figura 1, o menor percentual de novos CNPJ criados foi em 2013, com 42% de representatividade, o que remete a necessidade de realizar pesquisas, a fim de entender melhor este tipo de empreendedor e suas características comportamentais. Pesquisas como a do SEBRAE (2017) e SERASA (2017) afirmam haver uma tendência de modo que o empreendedorismo no Brasil seja influenciado pelo desemprego. Desse modo, justifica-se a realização deste estudo no intuito de buscar entender, se as Características Comportamentais Empreendedoras (CCE's), que estão presentes nesse tipo de empreendedor apontam para um comportamento pautado na identificação da oportunidade, característico do perfil empreendedor, ou na necessidade gerada pelo desemprego, além de dar um *feedback* aos Microempreendedores Individuais.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1. Empreendedorismo e Empreendedor**

Para Baron e Shane (2007), o empreendedorismo é definido como o processo de iniciar um negócio novo a partir da identificação de uma oportunidade. Com isto, surgem inúmeras dúvidas sobre quando o empreendedorismo começou, quem foram os primeiros empresários, entre outras curiosidades que serão abordadas.

Segundo Hur (2017), os primeiros empresários surgiram há quase vinte mil anos atrás. O primeiro comércio conhecido entre os seres humanos ocorreu na Nova Guiné por volta de dezessete mil anos antes de Cristo, onde os habitantes trocavam obsidiana, que era um vidro utilizado para a caça, por outros produtos necessários, como ferramentas, peles e comida.

Esse tipo inicial de empreendedorismo continuou por milênios. As tribos caçadoras-coletoras comercializariam mercadorias de diferentes partes de suas respectivas regiões para fornecer um benefício geral para sua tribo (HUR, 2017).

Após isto houve a revolução agrícola, há cerca de doze mil anos atrás, onde a população para mais de caçar a comida e vagar por diferentes locais, passando a escolher um local fixo para cultivar o seu próprio alimento (HUR, 2017).

Com isso os agricultores passaram a produzir mais do que consumiam, assim nem todos precisavam se envolver com agricultura, e se engajavam em outras áreas, como pesca, caça, fabricação de ferramentas. Dessa forma eles buscavam trocar o que tinham em excesso (HUR, 2017).

Com a criação das cidades, que antes eram apenas tribos (HUR, 2017), esses empresários passaram a perceber que poderiam lucrar ainda mais se negociassem em outros locais. No início, antes de ser criado o dinheiro, as negociações eram realizadas através do escambo. Após a criação da moeda o comércio se desenvolveu ainda mais, pois facilitou o comércio de longas distâncias, os empresários assim poderiam armazenar valor, porque antes só poderiam armazenar os alimentos. Deste modo, inicialmente haviam algumas moedas locais aceitas no interior de cada comunidade como base de troca, depois foi evoluindo até chegar em prata e ouro como base de troca até chegar ao papel moeda (HUR, 2017).

O GEM (1999) foi o relatório pioneiro que visou compreender se os empreendedores estavam iniciando seus negócios por oportunidade ou necessidade. Em 2000, o Brasil passou a fazer parte, sendo apontado pelo GEM (2000) como um país que possui um alto nível de empreendedores, onde 1 em cada 8 adultos estaria iniciando um novo negócio, ultrapassando

países como os Estados Unidos da América, onde os números seriam de 1 em cada 10 adultos empreendendo. No entanto, o GEM (2000, p. 15), destaca que:

Fica aparente, no caso brasileiro, que a atividade empreendedora representa, em muitos casos, uma estratégia de sobrevivência, mais do que uma opção de vida. Embora contribua para atenuar a pressão social, gerando renda e emprego, não é o tipo de atividade que transportará o país pelos caminhos da nova economia.

Assim, considera-se que empreender por necessidade está relacionado ao indivíduo que enfrentou determinado problema e observa no empreendedorismo a solução para seus problemas financeiros, isto é, a necessidade da renda para sobreviver, seja a renda básica ou complementar. Por outro lado, os empreendedores por oportunidade são aqueles que enxergam uma boa oportunidade de empreender ou de negócio e assim o fazem, independentemente de emprego ou renda (GEM, 2000).

Kirzner (1979) enxerga o empreendedor como uma pessoa que se encontra em constante estado de alerta, de modo a descobrir e usufruir determinadas oportunidades, e esta capacidade seria a principal característica desses indivíduos. Kirzner (1979) foi pioneiro ao formular uma teoria embasada no conceito de alerta, que incluiria inclusive motivações pessoais do empreendedor.

Segundo o IBGE (2012), quase metade das empresas abertas por necessidade fecham após três anos de funcionamento, mas é necessário observar que essas empresas são mais suscetíveis a enfrentar determinados problemas de início e manutenção no mercado, do que as empresas abertas por oportunidade, isto porque podem surgir problemas como falta de planejamento, inovação em produtos e processos, bem como dificuldades com conceitos básicos de planejamento financeiro.

As empresas por oportunidade não são, em regra, suscetíveis a tantos problemas iniciais, visto que o empreendedor não tem a necessidade da renda, nem a urgência de lucro, porém, o empreendedor pode tratar a empresa como “segundo plano”, e não dar atenção necessária para o seu sucesso (SEBRAE. 2017). Mas há determinadas condutas que ao serem seguidas aumentam as chances de o empreendedor atingir suas metas e fazer com que seu empreendimento prospere.

Para Fillion (1999), o empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões. Dito isto, é possível concluir que absolutamente qualquer pessoa que tenha uma visão de negócio pode desenvolvê-lo e empreender. O empreendedorismo está mais ligado a questão de ação do que de formalismo, como criação de CNPJ ou de ter funcionários.

Alguns exemplos são citados por Baron e Shane (2007), vislumbram o que se pode chamar de empreendedor, entre eles, está uma mulher que faz alguns aperitivos caseiros e é muito elogiada por seus dotes culinários, identificando assim, a oportunidade de vendê-los e obter uma renda extra; outro exemplo, é de um cientista que desenvolve um software superior a todos no mercado e busca angariar fundos para poder lançá-lo no mercado. Todos estes exemplos reforçam a teoria de Fillion (1999), de que um empreendedor nada mais é do que alguém que busca tornar realidade uma oportunidade anteriormente visualizada. Essas pessoas possuem algumas características comportamentais que caracterizam o perfil de um empreendedor, conforme se expõe a seguir.

## **2.2. Características empreendedoras**

Quando a palavra empreender é observada pela sua perspectiva gramatical, é possível fazer o recorte em algumas palavras-chaves percorridas no Dicionário Aurélio (2018), são elas, intentar; levar a efeito; dar princípio a (uma empresa). Essas palavras estão relacionadas com características comportamentais.

Para estimular o empreendedorismo no país, o Serviço Brasileiro de Apoio as Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE), adotou o Empretec, que consiste em uma metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) objetivando desenvolver características de comportamento empreendedor.

O Empretec é realizado no Brasil exclusivamente pelo SEBRAE há cerca de 20 anos e, atualmente, também é promovido em torno de 40 países. No Brasil, consiste em uma metodologia de desenvolvimento de características empreendedoras na qual os participantes interagem durante seis dias com atividades práticas e cientificamente fundamentadas que pontuam como um empreendedor de sucesso deve agir. Para isso são analisadas dez características comportamentais, que são baseadas nas CCE's de McClelland (1987), a saber: 1) busca de oportunidades e iniciativa, 2) persistência, 3) correr riscos calculados, 4) exigência de qualidade e eficiência, 5) comprometimento, 6) busca de informações, 7) estabelecimento de metas, 8) planejamento e monitoramento sistemáticos, 9) persuasão e rede de contatos, 10) independência e autoconfiança. A descrição das CCE's estão apresentadas no Quadro 1.

Quadro 1 – Características comportamentais empreendedoras (CCE's).

<b>Características Comportamentais Empreendedoras (CCE's)</b>	<b>Descrição</b>
<b>Realização</b>	
1. Busca de Oportunidades e Iniciativa	O empreendedor que não aguarda as oportunidades surgirem, mas busca criar situações favoráveis ao seu crescimento e de sua empresa, desenvolve sua capacidade de proatividade, expansão de negócios e benefícios de oportunidades.
2. Persistência	Comumente, na prática de alcançar sucesso nos negócios surgem obstáculos, para que estes não desencadeiem problemas maiores, há necessidade de persistência, pois mediante o esforço de persistir é possível diminuir impacto de possíveis danos e superar o obstáculo para atingir o objetivo.
3. Correr Riscos Calculados	A partir do momento que surge determinada oportunidade que apresenta riscos, é necessário ao empreendedor a consciência do equilíbrio entre aceitar a oportunidade e avaliar todas as possíveis implicações que podem decorrer dessa aceitação. Esse cuidado reduz as chances de erro e previne o empreendedor para articular determinadas decisões, perante possíveis problemas que possam vir a existir.
4. Exigência de Qualidade e Eficiência	Busca incessante de manter um bom padrão de qualidade, não se limitando apenas em manter, mas sempre buscar novas formas de melhorar para superar as expectativas de mercado.
5. Comprometimento	Essa característica envolve pessoalmente a figura do empreendedor, pois exige que este assuma responsabilidades sobre êxitos e fracassos da empresa, colaboração com sua equipe, fornecedores e clientes.
<b>Planejamento</b>	
6. Busca de Informações	A atualização é uma ferramenta de grande importância, através dela é possível avaliar as preferências dos clientes, novidades no mercado que podem atingir diretamente na qualidade e eficiência do produto/serviço, bem como, o comportamento da concorrência, colaborando com a inovação de seu próprio negócio.
7. Estabelecimento de Metas	Estabelecer metas, desafia o próprio empreendedor a perseguir seus objetivos, sejam eles de curto ou de longo prazo, essas metas indicam resultados e estimulam o empreendedor a crescer em seus objetivos à medida que suas metas forem alcançadas.
8. Planejamento e Monitoramento sistemático	O ato de planejar, definir prazos e resultados, auxilia o empreendedor a enfrentar possíveis desafios, adaptação às variáveis e considerações de fatores importantes em momentos de tomar decisões.
<b>Poder</b>	
9. Persuasão e Rede de Contatos	Envolve o poder de persuasão e influência do empreendedor, trabalha a capacidade de relacionamento com pessoas que podem contribuir positivamente com os objetivos da empresa,

	acarretando em possíveis apoios e desenvolvimentos de bons relacionamentos comerciais.
10. Independência e Autoconfiança	Compreende a construção no empreendedor do otimismo, confiança e capacidade do sucesso por suas próprias percepções, proporcionando-lhe autonomia frente ao seu negócio nos momentos de agir.

Fonte: SEBRAE (2018), adaptado de McClelland (1987).

A Análise dessas Características Comportamentais Empreendedoras, têm como finalidade entender o que são os pontos fortes e fracos do empreendedor, para assim ajudá-lo a melhorar nos pontos fracos e alcançar seus objetivos.

As CCE's estão divididas em três categorias, que são: Realização, considerada por McClelland (1987) como a mais importante para o empreendedor, pois dá forças para iniciar um negócio; Planejamento, que identifica se o empreendedor tem perspectiva de futuro e faz um delineamento de seu negócio; Poder, reconhece as características de relacionamento do diligente, se é bom em lidar com as pessoas, além de distinguir sua capacidade de enfrentar desafios (SEBRAE, 2018).

Neste estudo, essas CCE's foram utilizadas para analisar o perfil de MEI's que atuam no Brasil. Os aspectos relacionados a esta prática empreendedora são detalhados a seguir.

### 2.3 Microempreendedor individual

No ano de 2009, foi sancionada a Lei Complementar 128/2008, mais conhecida como Lei do MEI, que representou um grande avanço para a regularização das atividades de milhões de brasileiros que antes não tinham esta oportunidade, incentivando-os a empreender e sair da situação de informalidade. Segundo pesquisa da GEM (2015), em 2004 haviam 23% da população brasileira empreendendo, já em 2015 esse número saltou para 35%, o que pode ser devido ao incentivo que a regularização da lei do MEI proporcionou aos empreendedores. Segundo pesquisa do SEBRAE (2017), atualmente o MEI representa cerca de 80% de todas as empresas criadas no ano de 2017, o que é um número considerável, visto que abre oportunidades para novos empreendedores.

O Microempreendedor individual (MEI) é definido pelo Portal do Empreendedor MEI (2018) como uma oportunidade para um indivíduo que quer começar um negócio ou já trabalha de forma autônoma, possuindo fatura de até oitenta e um mil por ano; não pode ter participação como sócio, administrador ou titular de outra empresa; não pode ser pensionista, servidor público federal em atividade e estrangeiro com visto provisório; quanto aos servidores públicos estaduais e municipais, estes devem observar os critérios da respectiva legislação, que pode

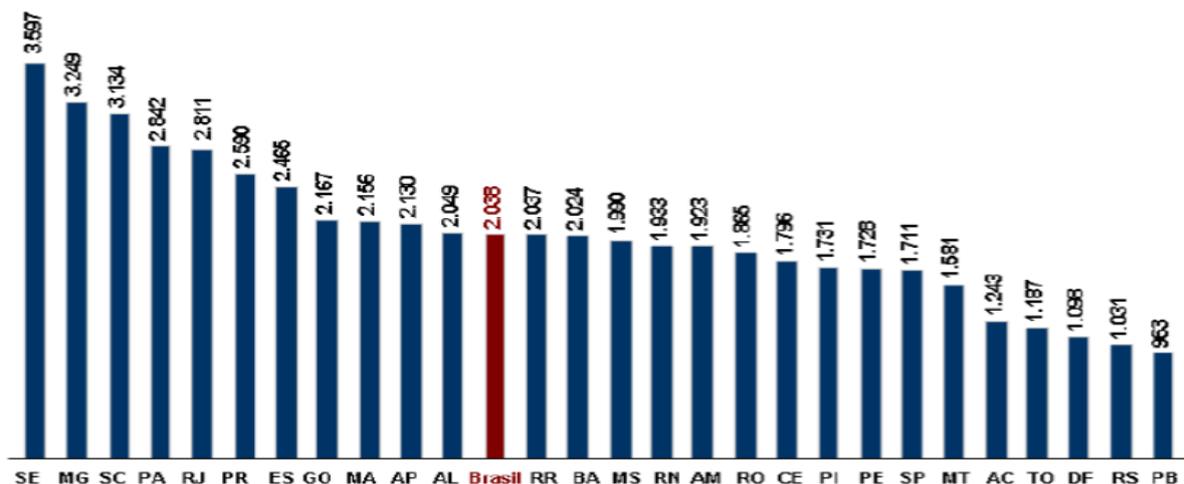
variar em cada estado ou município, pode contratar no máximo um empregado para atuar na empresa; e exercer uma das atividades econômicas previstas no anexo XI da resolução CGSN número 140 de 22 de Maio de 2018.

Segundo o SEBRAE (2018), é possível destacar que, com a formalização como MEI, o empreendedor passa a ter direitos trabalhistas reconhecidos como qualquer trabalhador que tenha carteira de trabalho registrada, dentre a lista de benefícios estão auxílio doença, salário maternidade, e a aposentadoria por idade ou invalidez. Para a família do MEI, há a pensão por morte e auxílio reclusão. Observado esses benefícios é possível perceber que não só o empresário tem vantagens, pois caso haja alguma fatalidade com ele, o governo garante uma pensão para amparar a família.

Além desses benefícios, é possível abrir conta de pessoa jurídica em banco e assim barganhar juros menores para financiamentos que podem ser utilizados para aumentar o negócio. Com a formalização, é possível fazer contratos com outras empresas, para conseguir prazos maiores de pagamento e emissão de notas fiscais (SEBRAE, 2018).

A Figura 2, divulgada em boletim emitido pelo SEBRAE (2015), mostra os custos por estado para se abrir uma empresa no Brasil:

Figura 2 – Custo de abrir uma empresa no Brasil (em reais).



Fonte: Boletim SEBRAE (2015).

Com base nesses gráficos, é possível perceber quanto é custoso abrir uma empresa no Brasil, visto o estado mais oneroso, em Sergipe, chega a custar R\$ 3.597,00 para se abrir uma empresa, e no estado da Paraíba, que seria onde o empreendedor desembolsaria menos dinheiro para abrir a empresa, é de R\$ 963,00. Em comparação com o BRICS, que é composto pelos

países fundadores que são Brasil, Rússia, Índia, China e que atualmente possui a África do Sul, mas no momento da pesquisa da Firjan (2010), ainda não havia sido incluída, vide Tabela 1, dentre os 26 estados e o Distrito Federal, apenas os últimos três estados do Gráfico 1, que incluem: Distrito Federal, Rio Grande do Sul e Paraíba; seriam menos onerosos que a média do país com custo mais baixo para se abrir uma empresa.

Tabela 1 – Custo de abrir uma empresa nos países do BRICS.

PAÍS	R\$
Rússia	R\$ 559,00
Índia	R\$ 1.176,00
China	R\$ 280,00
Média - Rússia, Índia e China	R\$ 672,00
Brasil	R\$ 2.038,00

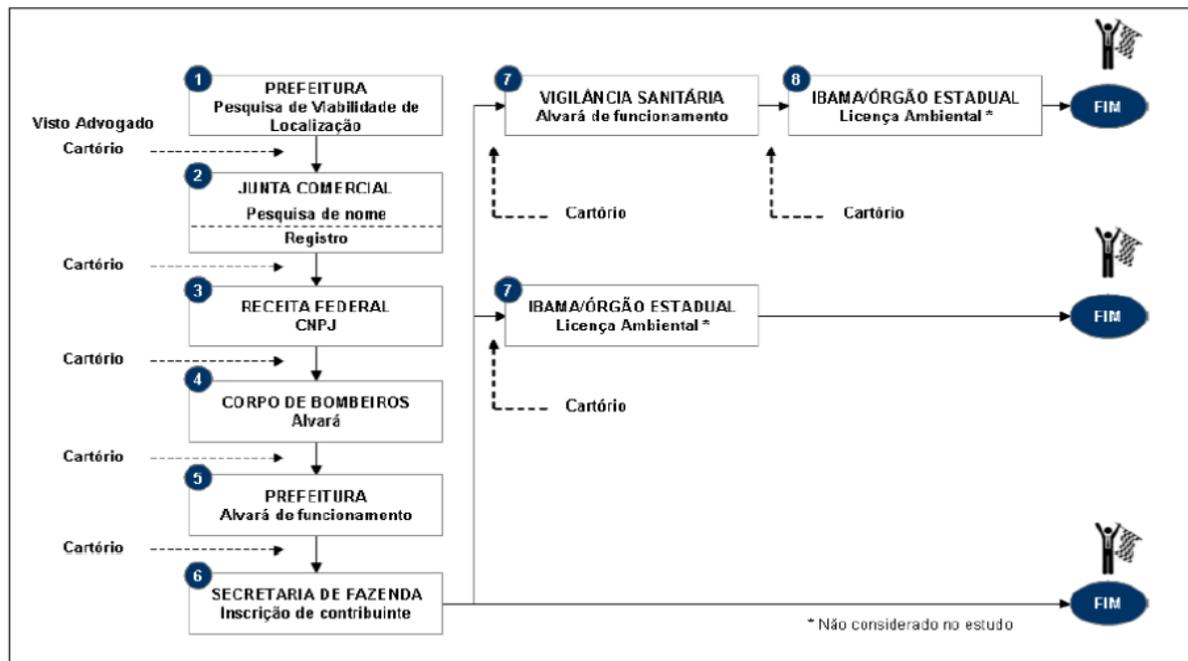
Fonte: FIRJAN (2010).

De todos os países do BRICS, os brasileiros são os menos estimulados a abertura de uma empresa, considerando fatores financeiros, em comparação com a média do custo de abertura na Rússia, Índia e China, que é de R\$ 672,00, o Brasil é 303% mais caro para se abrir uma empresa.

Assim, o MEI é uma alternativa para quem deseja se regularizar reduzindo custos, pois a abertura pode ser feita *online*, não necessita de contador e paga apenas o Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS) que atualmente é um pagamento fixo mensal de R\$ 48,70 para comércio e indústria, R\$ 52,70 para prestação de serviços e R\$ 53,70 para comércio e serviços.

A Figura 3 demonstra quanto é burocrático abrir uma empresa no Brasil:

Figura 3 – Processo de abertura de uma empresa no Brasil.



Fonte: Boletim SEBRAE, 2015.

No caso do Microempreendedor Individual, a abertura da empresa é *online*, reduzindo assim, a burocracia que é imposta no sistema tradicional. Para o empreendedor ser MEI é importante que ele se atente a todas as regras estabelecidas pela Lei Complementar nº 128/2008 e caso necessite de ambiente físico, deve-se consultar a prefeitura para verificar a viabilidade. Após isto, deve-se providenciar os seguintes documentos: Registro Geral (RG); Cadastro Pessoa Física (CPF); comprovante de endereço da empresa e residência, se for o mesmo local, pode ser o mesmo; número da Declaração do Imposto de Renda Pessoa Física (IRPF), se possuir. Com os documentos em mãos, basta o interessado acessar o Portal do Empreendedor <sup>1</sup> e cadastrar-se.

<sup>1</sup> O site Portal do Empreendedor pode ser encontrado sob o domínio [www.portaldoempreendedor.gov.br](http://www.portaldoempreendedor.gov.br), nele o empreendedor informará os documentos necessários para que o cadastro seja realizado com êxito.

### **3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

#### **3.1 Delineamento da pesquisa**

Este estudo teve como objetivo analisar as características comportamentais empreendedoras de Microempreendedores Individuais que atuam no Brasil. A natureza da pesquisa é quantitativa e descritiva, utilizando de levantamento de dados (*survey*) para obter as informações desejadas. Segundo Gil (2008), podem ser retiradas conclusões a partir da amostra coletada. O autor aponta a vantagem de se fazer levantamentos, que são: 1) o conhecimento direto da realidade, onde os indivíduos informam dados relevantes para a pesquisa, retirando o subjetivismo do pesquisador; 2) economia e rapidez, pois torna-se possível obter grande número de coleta com relativa rapidez, e baixo custo ao se utilizar questionário; 3) quantificação, os dados coletados na pesquisa podem ser colocados em tabelas, facilitando a compreensão e possibilitando a análise estatística (GIL, 2008).

#### **3.2. População e Amostra**

A população desse estudo é composta por Microempreendedores Individuais (MEI) que atuam no Brasil. Porém, para definição da amostra foi utilizado o critério de acessibilidade, de modo que ela é caracterizada por amostra não probabilística por acessibilidade. Assim a pesquisa foi realizada com Microempreendedores Individuais (MEI) brasileiros, que responderam aos questionários disponibilizados em grupos de redes sociais e totalizou 71 respostas.

#### **3.3. Coleta de dados**

O instrumento para levantamento dos dados foi questionário *online* estruturado. Adaptando o teste de perfil empreendedor de McClelland (1987), que no Brasil é aplicado pelo SEBRAE (2018), desde 1993, por uma iniciativa da Empretec. Para isso foram estruturadas 4 questões de múltipla escolha para identificar o perfil social dos respondentes e 50 perguntas utilizando a escala de *Likert* de 5 pontos, com 5 afirmativas para cada CCE, as respostas variavam entre 1 (discordo totalmente), 2 (discordo parcialmente), 3 (neutro/indeciso), 4 (concordo parcialmente) e 5 (concordo totalmente).

O questionário foi aplicado no período de 19 de junho à 10 de julho de 2018. Os critérios para participar da pesquisa era está inscrito no MEI e possuir idade a partir de 18 anos.

#### **3.4. Tratamento e análise de dados**

A análise de dados foi de caráter quantitativo, a partir da estatística descritiva, e com base nas respostas coletadas dos questionários que visam compreender as características empreendedoras dos investigados. Para analisar as CCE's dos investigados, foram utilizados a média das respostas e o coeficiente de variação para identificar a homogeneidade das respostas em torno da média.

## 4. RESULTADOS

Nesta seção, encontra-se a análise de dados obtidos com todos itens das categorias abordadas no questionário. A Tabela 2 apresenta os dados referentes ao perfil dos investigados no que tange a gênero, idade, renda familiar e escolaridade.

### 4.1 Perfil dos investigados

Tabela 2 – Perfil dos investigados

Variável	Número	Porcentagem %
<b>Gênero</b>		
Masculino	33	46,5%
Feminino	38	53,5%
Prefiro não dizer	0	0,0%
Total	71	100,0%
<b>Idade</b>		
18 a 22 anos	12	16,9%
23 a 27 anos	16	22,5%
28 a 32 anos	7	9,9%
33 a 37 anos	10	14,1%
Maior ou igual a 38 anos	26	36,6%
Total	71	100%
<b>Renda familiar</b>		
Menor que R\$ 1.000,00	15	21,1%
Entre R\$ 1.001,00 e R\$ 2.000,00	19	26,8%
Entre R\$ 2.001,00 e R\$ 3.000,00	13	18,3%
Entre R\$ 3.001,00 e R\$ 4.000,00	8	11,3%
Maior que R\$ 4.001,00	16	22,5%
Total	71	100%
<b>Escolaridade</b>		
Nunca estudou	2	2,8%
Ensino fundamental incompleto	2	2,8%
Ensino fundamental completo	4	5,6%
Ensino médio incompleto	5	7,0%
Ensino médio completo	17	23,9%
Ensino superior incompleto	20	28,2%
Ensino superior completo	13	18,3%
Pós-graduação incompleta	3	4,2%
Pós-graduação completa	5	7,0%
Total	71	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

O primeiro item da Tabela 2 representa o gênero dos respondentes. O resultado obtido reforça pesquisa realizada pela GEM (2016), no ano de 2016, as mulheres foram responsáveis por 51,5% dos novos negócios e entre os novos empreendimentos com até três anos e meio ficou de 15,4% para as mulheres e 12,6% para os homens, indicando que além das mulheres estarem empreendendo mais, também estão tendo mais sucesso.

O segundo item da Tabela 2 corresponde a idade dos investigados, o que a pesquisa identificou é que a maior proporção 36,6%, que tem idades maior ou igual a 38 anos; a segunda maior é de 23 à 27 anos, com 22,5%; seguido por 16,9%, que tem entre 18 e 22 anos; a quarta maior ou segunda menor 14,1%, com idades entre 33 e 37 anos; a menor proporção é a de 28 à 32 anos que ficou com 9,9%. Em pesquisa realizada pelo SEBRAE (2015, p. 35), é levantado que “a média de idade do MEI em 2015 era de 38,2 anos, versus 37,3 anos em 2013. A faixa etária com maior concentração de MEI é a de 30 a 39 anos, que responde por 32,9% (32,9% em 2013) desses microempreendedores”. Reforçando que os dados da pesquisa corroboram os levantados no estudo realizado pelo SEBRAE (2015).

Para a renda familiar do MEI coletada na amostra, a maior porcentagem ficou em 26,8%, que é de empreendedores que possuem renda familiar entre R\$ 1.001,00 e R\$ 2.000,00; seguido de 22,5%, com rendas maiores que R\$ 4.001,00; na sequência 21,1%, para rendas inferiores a R\$ 1.000,00; com 18,3% dos investigados, ficaram entre R\$ 1.001,00 e R\$ 2.000,00; por fim tem-se 11,3%, com receita familiar entre R\$ 3.001,00 e R\$ 4.000,00. Pode-se observar que 77,5% dos respondentes tem receita familiar de até R\$ 4.000,00, o que corrobora os dados da pesquisa do SEBRAE (2017, p. 1), que “Em relação a renda familiar do MEI, a pesquisa apontou que a maioria (59%) tem renda de até 4 salários mínimos, ou seja, R\$ 3.748,00”.

O grau de escolaridade do empreendedor, ficou com 28,2% para ensino superior incompleto; seguido de 23,9% para ensino médio completo; a terceira maior porcentagem é de 18,3% para ensino superior completo; com 7% ensino médio incompleto; também com 7%, tem-se pós graduação completa; na sequência vem 5,6% para ensino fundamental completo; apenas 4,2% tem pós graduação incompleta; por fim, temos ensino fundamental incompleto e nunca estudou, ambos com 2,8% das respostas. Segundo pesquisa realizada pelo SEBRAE (2017, p. 40 a 41), a escolaridade do MEI “De 2011 a 2017, a proporção de microempreendedores individuais com ensino superior incompleto ou mais saiu de 17% para 32%, um aumento de 88%”.

É possível perceber que há parcela representativa de MEI's que buscam qualificação acadêmica 57,7% do total de respondentes afirmaram possuir nível de instrução superior seja completo ou incompleto.

A partir da Tabela 2 até a Tabela 6, serão analisadas as CCE's que se enquadram na categoria de Realização citada por McClelland (1987) como a mais importante, pois ela mede a vontade do empreendedor de iniciar um novo negócio.

## 4.2 Características Comportamentais Empreendedoras

Esta subseção apresenta dados das categorias de Características Comportamentais Empreendedoras dos investigados.

### 4.2.1 Categoria Realização

A categoria realização refere-se à capacidade do Microempreendedor de iniciar novos negócios. Na subcategoria “busca de oportunidades e iniciativa” foram avaliadas 5 variáveis na característica comportamental, conforme dados da tabela 3.

Tabela 3 – Busca de oportunidade e iniciativa (CCE).

Subcategoria: Busca de Oportunidades e iniciativa	Média	Coefficiente de Variação
1- Faço as coisas antes de solicitado (a) ou antes de forçado pelas circunstâncias.	3,30	43%
2- Penso em expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços.	4,21	27%
3- Estou sempre em busca de inovação.	4,04	28%
4- Busco aperfeiçoar as minhas habilidades como gestor.	4,20	28%
5- Busco melhorar os equipamentos da minha empresa.	4,08	27%
Média da Subcategoria	3,97	

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A 1ª afirmativa é: Faço as coisas antes de solicitado (a) ou antes de forçado pelas circunstâncias, possui média 3,30, apontando para a indecisão, com o maior coeficiente de variação (CV) nesta subcategoria, de 43%, o que significa uma alta dispersão das respostas em torno da média. Essa assertiva pode ser um indicativo de que os respondentes talvez sejam forçados pelas circunstâncias para realizar algo. A 2ª afirmativa é: Penso em expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços, tem a maior média que é de 4,21, e menor coeficiente de variação, de 27%, portanto é que possui os dados mais homogêneos; juntamente com a 5ª afirmativa que é: Busco melhorar os equipamentos da minha empresa, com é 4,08, é a que

também possui o menor CV, com 27% das respostas variando em torno da média, tendo dados homogêneos comparado aos demais. No geral, com base nos dados apresentados, pode-se considerar que os respondentes possuem tendência a buscar oportunidades no mercado e ter iniciativa. Além disso, verifica-se que da variável 2 a 5, o coeficiente de variação é menor que 30%, e média maior que 4, indicando que a maioria dos Microempreendedores Individuais da amostra buscam, expandir os negócios, inovar, melhorar equipamentos e aperfeiçoar suas capacidades.

A característica comportamental “correr riscos calculados” foi avaliada conforme dados da Tabela 4.

Tabela 4 – Correr riscos calculados (CCE)

Subcategoria: Correr riscos calculados	Média	Coeficiente de Variação
1- Quando vejo uma oportunidade analiso as alternativas.	4,13	23%
2- Quando tenho uma oportunidade de ganhar dinheiro, costumo agir antes de planejar.	2,77	50%
3- As minhas ações são com o intuito de correr riscos.	2,45	52%
4- Eu gosto de desafios.	3,82	31%
5- Prefiro riscos moderados.	3,63	30%
Média da Subcategoria	3,36	

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A afirmativa “Quando vejo uma oportunidade analiso as alternativas” possui a maior média dessa característica comportamental, de 4,13, e o menor CV, de 23%, portanto, os dados são os mais homogêneos. Essa tendência comportamental pode ser reforçada pelas respostas das afirmativas “Quando tenho uma oportunidade de ganhar dinheiro, costumo agir antes de planejar” e “As minhas ações são com o intuito de correr riscos” que possuem as menores médias dessa categoria comportamental, de 2,77 e 2,45, respectivamente. Em relação a riscos, o que mais chama a atenção é perceber a tendência que os empreendedores da amostra possuem em ser receosos a correr riscos,

A Tabela 5 apresenta os dados relativos a característica comportamental empreendedora de “exigência de qualidade e eficiência”, que investiga se os empreendedores buscam sempre entregar o melhor para os clientes.

Tabela 5 – Exigência de qualidade e eficiência (CCE).

Subcategoria: Exigência de qualidade e eficiência	Média	Coefficiente de Variação
1- Busco fazer as tarefas sempre de modo a melhorá-las.	4,38	21%
2- Conseguir baratear os custos dos meus produtos/serviços é minha prioridade.	3,55	37%
3- Tento exceder as expectativas do meu cliente.	4,24	26%
4- Fiscalizo para que as atividades sejam realizadas sempre a tempo.	4,51	19%
5- Cuido para que o produto/serviço entregue tenha a qualidade adequada.	4,56	19%
Média da Subcategoria	4,25	

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A 4ª e 5ª afirmativas possuem médias aproximadas e são as maiores desta CCE, com 4,51 e 4,56, respectivamente; com coeficiente de variação de 19% para cada, indicando que a maioria dos empreendedores se preocupam em entregar seu produto ou serviço da forma que o cliente espera, quanto ao prazo e qualidade. A 2ª afirmativa possui menor média, com 3,55 e maior coeficiente de variação, de 37%, sendo a mais heterogênea, o que aponta para a não priorização de baratear os custos dos produtos ou serviços, sendo assim, pode-se entender que isto decorre do fato de os empreendedores optarem por entregar qualidade e eficiência, o que incide diretamente nos custos. As médias são acima de 4 na 1ª, 3ª, 4ª e 5ª variáveis, e possuem baixo coeficiente de variação, indicando que a maioria dos investigados buscam entregar produtos ou serviços no tempo correto, com qualidade, melhorando suas operações e até excedendo as expectativas dos clientes. Esta CCE aponta para um cuidado do empreendedor em entregar qualidade e eficiência.

A Tabela 6 apresenta os dados da CCE “Persistência”, que investiga a capacidade de um empreendedor insistir no sucesso da empresa.

Tabela 6 – Persistência (CCE)

Subcategoria: Persistência	Média	Coefficiente de Variação
1- Quando uma dificuldade aparece, busco resolver a todo custo.	3,97	30%
2- Quando uma dificuldade aparece, espero para ver se volta ao normal.	2,42	57%

3- Gosto de enfrentar os desafios do dia a dia na empresa.	3,79	33%
4- Sacrificio assuntos pessoais em detrimento de deveres da empresa.	3,20	40%
5- Quando um problema toma muito do meu tempo, eu desisto.	2,29	59%
Média da Subcategoria	3,13	

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A 5ª afirmativa “Quando um problema toma muito do meu tempo, eu desisto” possui a menor média relacionada a característica comportamental empreendedora de persistência que é de 2,29, apontando para uma tendência de o empreendedor investigado não desistir, mesmo diante de problemas que demandam muito tempo. Entretanto, vale ressaltar a alta dispersão das respostas em torno da média, representada pelo coeficiente de variação de 59%. A 4ª afirmativa com média próxima a 3 e alto coeficiente de variação, indicam que os Microempreendedores Individuais, majoritariamente, não priorizam os deveres da empresa, visto que não sacrificam assuntos pessoais para cumpri-los. Já a 3ª variável, com média próxima a 4 e coeficiente de variação em 33%, sugere que os empreendedores, em geral, gostam de enfrentar os desafios do dia a dia. A 1ª afirmativa possui média 3,97 com coeficiente de variação 30%, indicando que os investigados buscam resolver os problemas que venham a surgir. Aliada a essa tendência à persistência, a 2ª afirmativa “Quando uma dificuldade aparece, espero para ver se volta ao normal” possui média de 2,42 e coeficiente de variação, de 57%, apontando que os investigados tendem a buscar superar as dificuldades que aparecem. No geral, a amostra demonstra tendência a possuir CCE, pois buscam resolver os problemas, não costuma desistir diante de dificuldades, mesmo que parte significava não priorize os deveres da empresa. Deve-se ressaltar que apesar da média geral dessa CCE ser de 3,13, ela pode ser avaliada positivamente, considerando que a 5ª variável possui a lógica de análise da escala invertida.

A Subcategoria “comprometimento” revela a percepção do microempreendedor investigado em relação a sua responsabilidade perante o sucesso da empresa, como mostra a Tabela 7.

Tabela 7 – Comprometimento (CCE).

Subcategoria: Comprometimento	Média	Coeficiente de Variação
1- Assumo a responsabilidade se o meu negócio estiver dando errado.	4,35	21%
2- Acredito que um negócio dá errado se os funcionários forem ruins.	3,01	52%

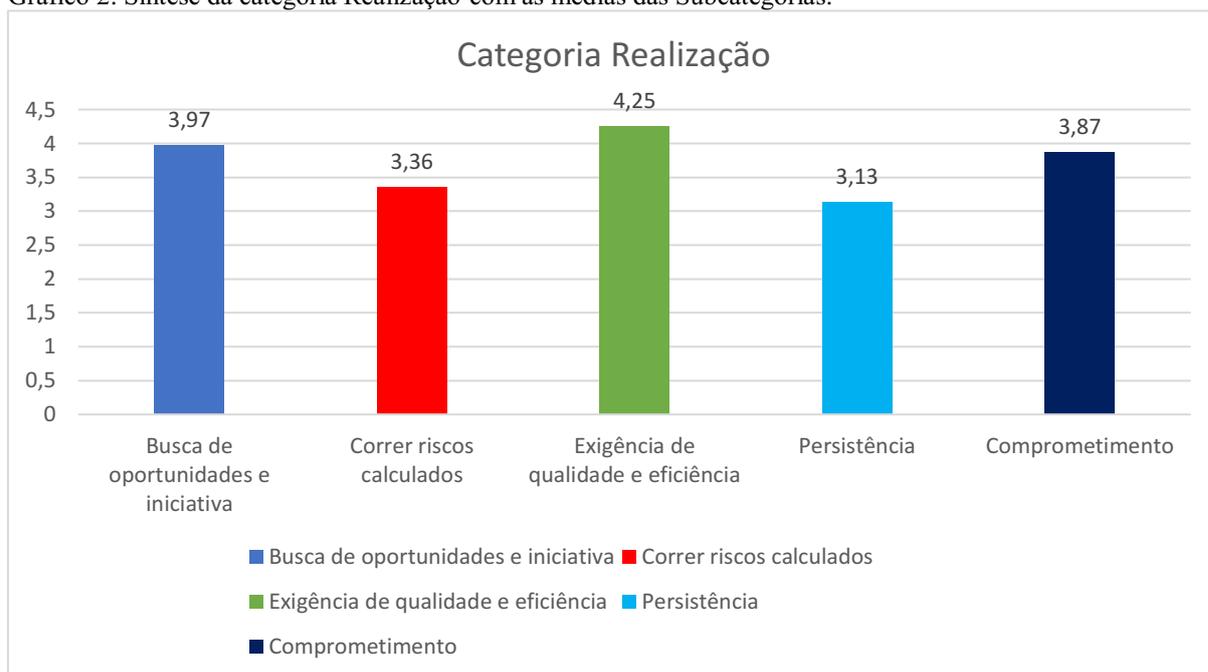
3- Faço de tudo para deixar meus clientes satisfeitos.	4,48	20%
4- Coloco em primeiro lugar a boa vontade a longo prazo, acima do lucro a curto prazo.	3,61	32%
5- O sucesso de um negócio é responsabilidade do empresário.	3,92	32%
Média da Subcategoria	3,87	

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A 3ª afirmativa “Faço de tudo para deixar meus clientes satisfeitos” possui maior média dessa CCE, de 4,48 e com o menor coeficiente de variação, de 20%, sendo a amostra mais homogênea, indicando que o empreendedor se compromete a fazer o possível para deixar seus clientes satisfeitos; já a 2ª variável “Acredito que um negócio dá errado se os funcionários forem ruins” possui a menor média, de 3,01 com o maior coeficiente de variação, de 52%, sendo a amostra mais heterogênea. Esses dados apontam para indecisão dos investigados se a culpa do fracasso do empreendimento é ou não dos funcionários. McClelland (1987) afirma que o empreendedor deve colaborar com o funcionário se for necessário, portanto, ele deve assumir a responsabilidade compartilhada pelo sucesso ou fracasso do empreendimento. As seguintes afirmativas “Assumo a responsabilidade se o meu negócio estiver dando errado” e o “O sucesso de um negócio é responsabilidade do empresário” se assemelham em significado e os dados corroboram isto, uma vez que ambas possuem médias próximas a 4, indicam que o investigado atribui o fracasso ou sucesso a si, reforçando seu comprometimento com a empresa. A 4ª afirmativa com média 3,62 e coeficiente de variação 32%, indica que a maioria tende a priorizar a fidelização do cliente em detrimento do lucro a curto prazo.

O Gráfico 2 representa a síntese dos resultados das médias de cada CCE presentes na categoria Realização.

Gráfico 2: Síntese da categoria Realização com as médias das Subcategorias.



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Os destaques são, para a CCE “correr riscos calculados”, insinuando que os empreendedores tem medo de correr riscos, por isso ficou com média baixa, o que induz a pensar que eles calculam suas atitudes, o que é benéfico, pois segundo McClelland (1987), deve-se avaliar as alternativas para reduzir riscos, a subcategoria “persistência” tem menor média, pois algumas de suas afirmativas sugerem que o empreendedor não age diante uma dificuldade ou desiste perante um problema dispendioso, o que os investigados discordam, e sugerem vontade a enfrentar os desafios. A “exigência de qualidade e eficiência”, com média acima de 4, indica que o MEI se preocupa em entregar produtos ou serviços de qualidade e com as especificações adequadas aos seus clientes. A “busca de oportunidades e iniciativa”, afirma que o MEI busca aproveitar as oportunidades que aparece, mesmo que tome atitude com forçado pelas circunstâncias, o que pode estar relacionado com o cenário de crise e desemprego vivenciado no país. A CCE de “comprometimento” foi percebida, pois os investigados demonstraram, no geral, assumir a responsabilidade do sucesso e fracasso no negócio, bem como a preocupação em deixar os clientes satisfeitos.

#### 4.2.2 Categoria Planejamento

A partir da Tabela 8 até a Tabela 10, são analisadas CCE’s correspondentes a Categoria Planejamento, que para McClelland (1987) se referem a capacidade do empreendedor de delinear o futuro do seu negócio.

A Subcategoria “Busca de informações” está relacionada ao quão o empreendedor conhece seu negócio, como pode ser visto na Tabela 8.

Tabela 8 – Busca de informações (CCE).

Subcategoria: Busca de informações	Média	Coefficiente de Variação
1- Busco informações de meus clientes.	4,04	29%
2- Busco conhecer meus fornecedores.	4,23	23%
3- Busco conhecer meus concorrentes.	4,00	32%
4- Investigo pessoalmente como fabricar um produto ou prestar um serviço.	4,04	25%
5- Consulto especialistas para obter assessoria.	2,97	47%
Média da Subcategoria	3,86	

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

As 1<sup>a</sup>, 2<sup>a</sup> e 3<sup>a</sup> variáveis se referem a busca de informações sobre clientes, fornecedores e concorrentes, e as respostas possuem médias acima de 4, com coeficientes de variação baixos, indicando que os MEI’s investigados demonstram tendência em conhecer melhor seus principais *stakeholders*. A 4<sup>a</sup> afirmativa demonstra a tendência dos pesquisados em investigar pessoalmente como fabricar um produto ou prestar um serviço, com média de 4,04 e CV de 25%. Por outro lado, a 5<sup>a</sup> variável “Consulta especialistas para obter assessoria” demonstra que, no geral, os investigados não costumam procurar auxílio de especialistas para seu negócio, no entanto, o alto coeficiente de variação indica uma grande dispersão das respostas em torno da média.

A Tabela 9 é referente a subcategoria “Estabelecimento de metas”, que identifica se o empreendedor define metas para o negócio.

Tabela 9 – Estabelecimento de Metas (CCE).

Subcategoria: Estabelecimento de metas	Média	Coefficiente de Variação
1- Estabeleço metas para minha vida pessoal.	4,06	29%
2- Defino metas de longo prazo, claras e específicas.	3,55	39%
3- Estabeleço objetivos mensuráveis (financeiro).	3,80	31%

4- Acredito que metas são importantes para um negócio.	4,41	23%
5- Acredito que objetivos de curto prazo são importantes para o desenvolvimento pessoal.	3,97	29%
Média da Subcategoria	3,96	

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A 4ª afirmativa “Acredito que metas são importantes para um negócio” possui a maior média dessa CCE, de 4,41 e com o menor coeficiente de variação, de 23%. Por outro lado, a 2ª afirmativa “Defino metas de longo prazo, claras e específicas” tem a menor média nessa subcategoria, de 3,55 e CV de 39%. Isto demonstra que apesar dos investigados considerarem importante estabelecer metas para os negócios, boa parte deles não definem metas de longo prazo, claras e específicas para seus negócios. No entanto, nas 1ª e 5ª afirmativas que são "Estabeleço metas para minha vida pessoal" e "Acredito que objetivos de curto prazo são importantes para o desenvolvimento pessoal”, as médias próximas a 4 e coeficientes de variação 29%, indicam a tendência dos investigados em estabelecer metas e objetivos de curto prazo para a vida pessoal. A maioria dos investigados estabelece objetivos financeiros, como pode ser identificado na 3ª variável.

A Subcategoria “Planejamento e monitoramento sistemáticos” busca reconhecer as forças e fraquezas dos MEI’s investigados em relação a capacidade de planejar e controlar os resultados, como segue na Tabela 10.

Tabela 10 – Planejamento e monitoramento sistemáticos (CCE).

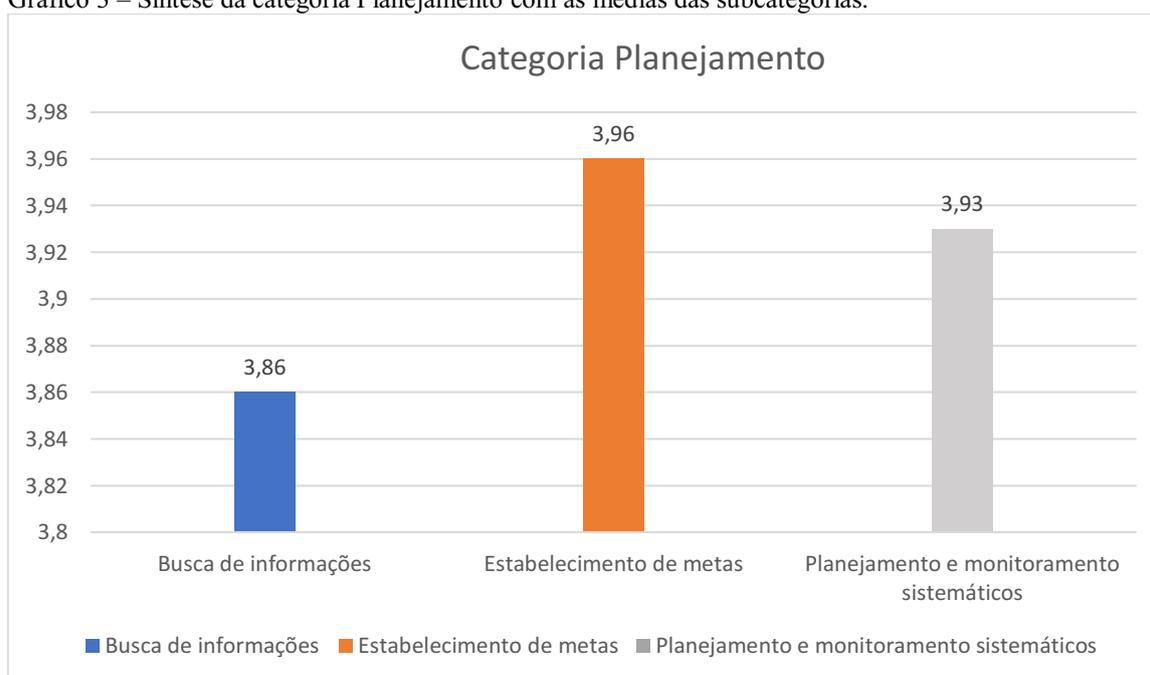
Subcategoria: Planejamento e monitoramento sistemáticos	Média	Coeficiente de Variação
1- Divido as tarefas que devo realizar.	3,79	29%
2- Reviso os meus planejamentos.	3,99	25%
3- Avalio os resultados obtidos durante a execução do que foi planejado.	3,99	30%
4- Faço registro financeiro de minhas operações.	4,07	30%
5- Utilizo registros financeiros para tomar decisões.	3,82	32%
Média da Subcategoria	3,93	

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A 4ª afirmativa “Faço registro financeiro de minhas operações” tem média de 4,07 e CV de 30%, e indicam tendência MEI’s investigados em terem em comportamento. As afirmativas “Divido as tarefas que devo realizar”, "Reviso os meus planejamentos" e "Avalio os resultados obtidos durante a execução do que foi planejado" também são avaliadas positivamente, com médias de 3,79, 3,99 e 3,99, respectivamente. A 5ª afirmativa “Utilizo registros financeiros para tomar decisões”, apontam que os investigados possuem essa tendência comportamental, com média de 3,82 e CV de 32%. As variáveis no geral ficaram com médias próximas de 4, e com coeficientes de variação variando entre 25% a 32%, indicando que, no geral, os MEI’s da amostra coletada possuem tendência para planejar e monitorar seus negócios.

O Gráfico 3 representa a síntese da categoria Planejamento, com a média de todas subseções correspondentes.

Gráfico 3 – Síntese da categoria Planejamento com as médias das subcategorias.



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

O Gráfico 3 apresenta as médias das características comportamentais empreendedoras dos investigados de “Busca de informações”, “Estabelecimento de metas” e “Planejamento e monitoramento sistemáticos”, que são, respectivamente, 3,86; 3,96 e 3,93. Estas médias se aproximam de 4, com indícios de que a maioria dos investigados da amostra possuem tendência a apresentar tais Características Comportamentais Empreendedoras. Na “busca de informações” deve-se atentar para a importância de ouvir especialistas; no “estabelecimento de metas” os itens a serem melhor observados pelos investigados envolvem a definição de metas

e objetivos para os negócios; e, por fim, no “Planejamento e monitoramento sistemáticos” deve-se atentar para a divisão de tarefas.

### 4.2.3 Categoria Poder

A categoria “Poder” aborda as características comportamentais do empreendedor em relação a como ele mantém seus relacionamentos e sua capacidade de enfrentar desafios.

A CCE “Persuasão e redes de contato” busca identificar a capacidade do MEI se relacionar com outros e se utiliza essa capacidade de forma estratégica. Os dados obtidos são apresentados na Tabela 11.

Tabela 11 – Persuasão e redes de contatos (CCE).

Subcategoria: Persuasão e redes de contato	Média	Coefficiente de Variação
1- Utilizo estratégia para influenciar os outros.	3,99	29%
2- Uso as pessoas para atingir meus objetivos.	2,66	55%
3- Busco manter relações comerciais duradouras.	4,31	21%
4- Tento iniciar relações comerciais, por exemplo, em workshops.	3,32	42%
5- Acredito que é bom se relacionar com novas pessoas.	4,54	19%
Média da Subcategoria	3,76	

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A 5ª afirmativa tem a maior média, de 4,54 com o menor coeficiente de variação, sendo assim, é possível entender que o MEI acredita ser bom iniciar relacionamento com as pessoas. A 2ª afirmativa tem a menor média, de 2,66 com o maior coeficiente de variação, de 55%, indicando que a maioria dos investigados não se sente confortável em usar as pessoas como meio de atingir objetivos. A 4ª variável, com média 3,32 e com coeficiente de variação em 42%, aponta para os empreendedores investigados indecisos em tentar iniciar relações comerciais, o que pode representar falta de iniciativa da parte dos MEI's investigados. Na 1ª afirmativa, a média próxima a 4 e o baixo coeficiente de variação indica que os microempreendedores investigados utilizam estratégias para persuadir as pessoas. A 3ª afirmativa indica que, majoritariamente, os investigados buscam manter relações comerciais duradouras, que segundo

Vieira (2010) as empresas que não se preocuparem com isso terão dificuldades para se manter no mercado.

A Tabela 12 apresenta os dados da última CCE da categoria Resultado e se refere a “Independência e autoconfiança”.

Tabela 12 – Independência e autoconfiança (CCE)

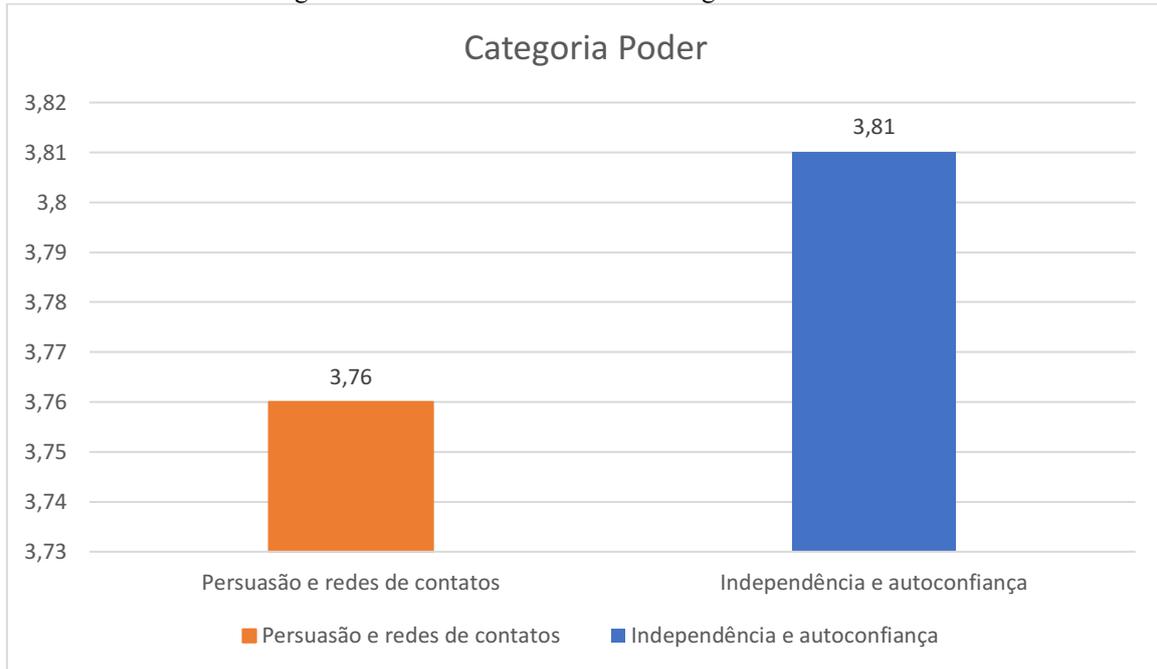
Subcategoria: Independência e autoconfiança	Média	Coefficiente de Variação
1- Busco autonomia financeira ao conduzir meu negócio.	4,37	23%
2- Mantenho meu ponto de vista mesmo diante de oposição.	3,68	29%
3- Quando tenho um resultado desanimador, fico triste e espero passar.	2,63	51%
4- Expresso confiança na minha capacidade para completar uma tarefa difícil.	4,14	22%
5- Acredito que consigo enfrentar desafios.	4,24	23%
Média da Subcategoria	3,81	

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A 1ª afirmativa tem a maior média da amostra com 4,37 e baixo coeficiente de variação, indicando que o MEI busca a autonomia financeira para a empresa. A 3ª afirmativa tem a menor média, de 2,63 com o maior coeficiente de variação, de 51%, sendo assim, é possível identificar a indecisão investigados quanto a ficar tristes e esperar uma dificuldade passar, quando tem um resultado desanimador. A 5ª variável “Acredito que consigo enfrentar desafios”, com média 4,24 e CV de 23% indica a tendência dos investigados à autoconfiança, o que é corroborado também pelos resultados da 4ª afirmativa “Expresso confiança na minha capacidade para completar uma tarefa difícil”, com média de 4,14 e CV de 22%. Os MEI’s investigados possuem tendência a manter seu ponto de vista, mesmo diante de oposição, como pode ser visto nos dados relativos a 2ª afirmativa.

O Gráfico 4 representa a síntese da categoria “Poder”, no que tange as subcategorias "Persuasão e Redes de Contatos" e "Independência e autoconfiança", com as médias gerais das respostas sobre as CCE’s dos microempreendedores investigados.

Gráfico 4 – Síntese da categoria Poder com as média das subcategorias.



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

As médias do Gráfico 4 referem-se as Características Comportamentais Empreendedoras “Persuasão e redes de contatos” e “Independência e autoconfiança” que possuem médias, respectivamente, de 3,76 e 3,81. Os aspectos destacados nessas CCE’s são a negação do MEI em utilizar as pessoas como meio de atingir seus objetivos e a falta de iniciativa para iniciar relações comerciais na subcategoria “persuasão e redes de contatos”; também vale ressaltar que os microempreendedores investigados buscam enfrentar os desafios que lhe são apresentados, expressando confiança em suas ações, como pôde ser visto na subcategoria “independência e autoconfiança”.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sabendo que o fenômeno do Microempreendedor Individual está em crescimento no Brasil, esta pesquisa teve como objetivo analisar as Características Comportamentais Empreendedoras de Microempreendedores Individuais, com base na adaptação do modelo de McClelland (1987) utilizado pelo SEBRAE na metodologia do Empretec.

Este estudo é importante no que tange compreender um pouco mais sobre o MEI, que é uma classe ainda muito nova no mercado comparado as demais, e que está em constante crescimento. Os aspectos positivos identificados das CCE's foram o interesse do MEI em iniciar negócios em novas áreas, além de buscar conhecimento para aperfeiçoar sua capacidade como gestor, pois é importante que mesmo que haja vontade de iniciar um negócio, tenha capacidade para gerir. Foi possível perceber que os investigados, em sua maioria, são avessos aos riscos, preferindo analisar as alternativas que tinham, ao invés de investir em algo sem antes planejar. Outro ponto foi o de verificar que o MEI busca entregar os produtos no tempo correto e com a qualidade esperada pelo comprador, e mesmo que haja algum problema, o empreendedor buscará resolver. Os investigados afirmam assumir a responsabilidade pelo sucesso e fracasso do negócio, buscando sempre entregar um serviço ou produto de qualidade ao cliente. Foi possível identificar que os Microempreendedores Individuais buscam conhecer seus parceiros, bem como também acreditam que é importante estabelecer metas para o negócio, apesar de não o fazerem. Foi identificado que os empreendedores fazem registros financeiros e se utilizam deles para as tomadas de decisões. Com base nas respostas do MEI foi possível extrair que ele acredita ser importante se relacionar com novas pessoas e manter relacionamentos comerciais duradouros, além de expressar confiança em suas ações, não se abalando com resultados desanimadores que possam vir.

Há também pontos que os MEI's devem levar em consideração para melhorá-los, tais como passar a tomar atitude antes de ser forçado pelas circunstâncias, passando a ser proativo diante das oportunidades ou ameaças que possam aparecer. Em relação a exigência de qualidade e eficiência, mesmo que não seja prioridade baratear os custos, é importante pensar que para o cliente isso possa ser relevante. Em relação a persistência, vale ressaltar que o empreendedor deve colocar a empresa como prioridade, o que não se confirmou, devendo então repensar suas atitudes. Os MEI's investigados atribuem a si as responsabilidades sobre o fracasso ou sucesso da empresa. Um aspecto importante é que os empreendedores devem passar a consultar especialistas, visto que com eles pode-se aprender novas técnicas para melhoras as atividades da empresa. Deve-se definir metas de longo prazo, claras e específicas, visto que esta variável

foi a mais baixa da subcategoria estabelecimento de metas. Os MEI's devem começar a ter mais iniciativa no tocante a iniciar relações comerciais, e assim utilizar dessas pessoas para atingir seus objetivos empresariais.

Dito isto, é possível identificar que em meio a atual conjuntura do país, onde o desemprego está em evidência, o Microempreendedor Individual não apenas cria um negócio por necessidade, mas visa uma oportunidade no empreendedorismo como forma de mudar sua atual situação.

Vale ressaltar que este estudo poderá ser utilizado como base para futuras pesquisas que envolvam o Comportamento do Microempreendedor Individual, com o intuito de enriquecer a discussão acerca desta categoria ascendente.

## REFERÊNCIAS

AMORIM, D. **Última recessão econômica no País foi a mais intensa desde 1980, aponta Comitê da FGV.** Disponível em <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,ultima-recessao-economica-no-pais-foi-a-mais-intensa-desde-1980-aponta-comite-da-fgv,70002065991>>. Acesso em: 8 abril 2018.

AURÉLIO. **Dicionário do Aurélio.** Disponível em: <<https://dicionariodoaurelio.com/empreender>>. Acesso em: 11 de julho de 2018.

DATASEBRAE. **A sobrevivência das empresas.** Disponível em <<http://datasebrae.com.br/sobrevivencia-das-empresas/#taxa>>. Acesso em: 5 de abril de 2018.

DIAS, T; BOAS, A. A.; SOUZA NETO, S. **Características Comportamentais Empreendedoras Relevantes: estudo de caso dos ganhadores do prêmio TOP empresarial 2007.** Disponível em: <<http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/recife/EMP103.pdf>>. Acesso em: 14 de julho de 2018.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil.** Disponível em <<http://gestaoportal.sebrae.com.br/customizado/estudosepesquisas/temasestrategicos/empreendedorismo/Livro%20GEM%20Brasil%202011.pdf>>. Acesso em: 5 de julho de 2018.

GERBELLI, L. SARMENTO, G. **Empreendedorismo deve gerar metade das vagas de trabalho no país este ano diz pesquisa.** Disponível em <<https://g1.globo.com/economia/noticia/empreendedorismo-deve-gerar-metade-das-vagas-de-trabalho-no-pais-este-ano-diz-pesquisa.ghtml>>. Acesso em: 7 abril de 2018.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social** - 6. ed. São Paulo. Atlas, 2008.

HUR, J. **History of Entrepreneurship.** Disponível em: <<https://bebusinessed.com/history/history-of-entrepreneurship/>>. Acesso em: 14 de julho de 2018.

LEITÃO, C. **Desafios de empreender no Brasil.** Disponível em: <<https://www.dci.com.br/colunistas/desafios-de-empreender-no-brasil-1.718929>  
<http://www.administradores.com.br/mobile/artigos/academico/empreendedor-por-necessidade-x-oportunidade/76807/>>. Acesso em: 12 de julho de 2018.

MELO, L. **Crise faz empreendedorismo por necessidade voltar a crescer no Brasil.** Disponível em <<https://g1.globo.com/economia/pme/noticia/crise-faz-empreendedorismo-por-necessidade-voltar-a-crescer-no-brasil.ghtml>>. Acesso em: 10 abril de 2018.

O ECONOMISTA. **Mulheres estão empreendendo mais que os homens no Brasil.** Disponível em: <<https://www.oeconomista.com.br/mulheres-estao-empreendendo-mais-que-os-homens-no-brasil/>>. Acesso em: 17 de julho de 2018.

SEBRAE. **Conheça as características empreendedoras desenvolvidas no Empretec.** Disponível em: <<http://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/conheca-as-caracteristicas-empreendedoras-desenvolvidas-no-empretec,d071a5d3902e2410VgnVCM100000b272010aRCRD#0>>. Acesso em: 12 de julho de 2018.

SEBRAE. **Empretec: fortaleça suas habilidades como empreendedor.** Disponível em: <<http://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/empretec-fortaleca-suas-habilidades-como-empreendedor,db3c36627a963410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 11 de julho de 2018.

SEBRAE. **Formalização como MEI garante aposentadoria por idade ou invalidez.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/formalizacao-como-mei-garante-aposentadoria-por-idade-ou-invalidez,6351cc31effce410VgnVCM2000004d00210aRCRD>>. Acesso em: 13 de julho de 2018.

SEBRAE. **Formalização: o caminho para o crescimento do microempreendedor individual.** Disponível em:

<[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/717dbd612a0ae8c06e681085e2059f40/\\$File/4529.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/717dbd612a0ae8c06e681085e2059f40/$File/4529.pdf)>. Acesso em: 13 de julho de 2018.

SEBRAE. **Microempreendedor individual: para crescer é preciso se formalizar.**

Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/microempreendedor-individual-para-crescer-e-preciso-se-formalizar,c769c043c49a4410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 13 de julho de 2018.

SEBRAE. **O que é ser empreendedor?.** Disponível em:

<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empreendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 11 de abril de 2018.

SEBRAE. **Perfil do microempreendedor individual.** Disponível em:

<<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Perfil%20do%20MEI%202015.pdf>>. Acesso em: 18 de julho de 2018.

SEBRAE. **Por que você deve fazer o Empretec?.** Disponível em:

<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/noticias/por-que-voce-deve-fazer-o-empretec,2853a18de44a8410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 14 de julho de 2018.

SEBRAE. **Série MEI: passo a passo para a formalização.** Disponível em:

<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ms/artigos/serie-mei-passo-a-passo-para-formalizacao,a195c80ded253510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 15 de julho de 2018.

VALE, G.; CORRÊA, V.; REIS, R. **Motivações para o empreendedorismo: necessidade**

**versus oportunidade.** Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v18n3/v18n3a05.pdf>>.

Acesso em: 3 de julho de 2018.

VIEIRA, T. **Relações Duradouras.** Disponível em:  
<<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/relacoes-duradouras/50130/>>. Acesso  
em: 23 de julho de 2018.

## APÊNDICE I - QUESTIONÁRIO

Obs:

- Bibliografia de fontes mais confiáveis
- Especificar os meios
- Alterar “analisar” dos objetivos