FACULDADES INTEGRADAS DE ARACRUZ (FAACZ)
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

JULIANA NASCIMENTO DIAS

WINGLIS TAVARES SEZÁRIO

ATITUDES EMPREENDEDORAS DOS GESTORES/PROPRIETÁRIOS DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE ARACRUZ

ARACRUZ, ES
2017

JULIANA NASCIMENTO DIAS
WINGLIS TAVARES SEZÁRIO

ATITUDES EMPREENDEDORAS DOS GESTORES/PROPRIETÁRIOS DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE ARACRUZ

Monografia apresentada ao Curso de Administração das Faculdades Integradas de Aracruz (FAACZ) como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Profº. Me. Robson Moro Aioffi.

ARACRUZ, ES

2017

FACULDADES INTEGRADAS DE ARACRUZ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
Reconhecimento: Portaria MEC nº 737, de 30/12/2013, publicada em DOU de 31/12/2013.
Estrutura Curricular válida para ingressantes a partir de 2015

JULIANA NASCIMENTO DIAS

WINGLIS TAVARES SEZÁRIO

FATORES DETERMINANTES DE COMPRA DO CURSO SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO: UM ESTUDO DE CASO

Esta Monografia foi apresentada como trabalho de conclusão do Curso de Administração das Faculdades Integradas de Aracruz, sendo **AVALIADA** pela banca constituída pelos professores mencionados abaixo:

Aracruz, 14 de Novembro de 2017.

BANCA EXAMINADORA:

_____

Professor (a)
(Titulação)

_____

Professor (a)
(Titulação)

_____

Professor (a)
(Titulação)

“O sucesso é ir de fracasso em fracasso sem perder entusiasmo."

Winston Churchill.

AGRADECIMENTO

Primeiramente agradecemos a Deus por nos permitir chegar até aqui, pois sem Ele jamais poderíamos ter alcançado tamanha vitoria. Agradecemos também a universidade Faculdades Integradas de Aracruz, seu corpo docente, direção e administração que nos oportunizaram a janela que hoje se tornou um horizonte superior. Ao nosso orientador Robson Moro Aioffi, pelas suas orientações e incentivos, sendo mestre em excelência fazendo como sempre um ótimo trabalho, sendo nós gratos por todo o apoio.

Agradecemos a todos os professores pelo ensino prestado e mais que isso, nos ensinado a sermos profissionais e acima de tudo cidadãos. A todos do meio acadêmico que de maneira indireta ou indiretamente nos ajudou a alcançar nosso objetivo.

Somos gratos a todos de nossas famílias que fizeram o possível e impossível para nos manterem motivados e firmes em nosso propósito, não deixando desfalecermos em nossa jornada, mas sendo nossos apoiadores em todo o momento.

Fazer da amizade um canal de sucesso é pra poucos, e isso é uma oportunidade singular!

RESUMO

O empreendedorismo por algum tempo vem sendo um fenômeno com crescimento admirável, onde muitas pessoas por inúmeros motivos tendem a ingressar neste tipo de negócio, seja este motivo desde por oportunidade até mesmo por necessidade, dependendo do contexto da vida que envolve cada empreendedor.Como este mercado é muito competitivo, e vários fatores internos e externos contribuem tanto para o desenvolvimento quanto para a mortalidade das empresas, as atitudes empreendedoras tornam-se, portanto, cruciais para o crescimento, posicionamento, e sucesso no mercado de trabalho, seja desde a microempresa até a maior organização. Com isso, este estudo visa descrever as atitudes empreendedoras dos gestores/ proprietários das micro e pequenas empresas do município de Aracruz, em que, dentro do contexto que essas empresas estão estabelecidas, serão analisadas estas atitudes e comparadas no que diz respeito à ciência.. Assim. Para alcançar este objetivo foi realizada uma pesquisa com 53 gestores/proprietários das micro e pequenas empresas de Aracruz, pesquisa esta que foi aplicada em através de questionários de empresa por empresa, de acordo com os requisitos da pesquisa. Os principais resultados alcançados a descrição das atitudes empreendedoras das micro e pequenas empresas de Aracruz, onde tanto nas variáveis Inovação e Planejamento quanto Poder e Realização questionadas aos respondentes tem-se em sua maioria concordância de aplicação no próprio negócio onde atua, estando assim de conforme com o que a ciência diz. Sendo assim este estudo pode ser utilizado como base para novos estudos e pesquisas tanto dos potenciais empreendedores quanto para o meio científico.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Micro e pequenas empresas. Atitudes empreendedoras.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 8
2 EMPREENDEDORISMO 11
2.1 CONCEITUAÇÕES DE EMPREENDEDORISMO.....11
2.2 EVOLUÇÕES DO EMPREENDEDORISMO.....12
2.3. DEFINIÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. 13
2.4 RELEVÂNCIA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS 15
3 ATITUDES EMPREENDEDORAS 17
3.1 O PERFIL DO EMPREENDEDOR 17
3.2 CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS DOS EMPREENDEDORES 18
3.3 ATITUDES EMPREENDEDORAS.....21
4 METODOLOGIA.....23
4.1 MÉTODO.....23
4.2 LOCAL DE ESTUDO.....23
4.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA DA PESQUISA.....24
4.4 VARIÁVEIS PESQUISADAS.....24
4.5 TÉCNICAS DE COLETAS DE DADOS 25
4.6 INSTRUMENTOS DA COLETA DE DADOS.....25
5 ANÁLISE DE DADOS 26
5.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA.....26
5.2 ESTATÍSTICA DESCRITIVA.....28
6 CONCLUSÃO 34
REFERÊNCIAS.....35
APÊNDICE.....440
APÊNDICE I – QUESTIONÁRIO.....40

1 INTRODUÇÃO

Muitas pessoas possuem o sonho de adquirir o seu próprio negócio, em que, segundo Mai (2006) é uma grande possibilidade de liberdade financeira e uma alternativa de construção de seus futuros. Este grande interesse pela busca da independência financeira e oportunidade de ter uma vida melhor é interpretado de várias formas, pois depende de cada pessoa ou situação em que se encontra, sendo determinada também por inúmeros fatores, sendo estes por falta de emprego, salários baixos, independência profissional, melhoria da qualidade de vida, personalidade, necessidade ou oportunidade na qual, é vista como primordial na busca por este objetivo (DORNELAS, 2008).

E é neste contexto que a maioria dos interessados que querem alcançar tais objetivos, buscam diferentes meios para adquirir oportunidades capazes de transformar suas vidas e o meio onde vive, sendo assim, uma das alternativas que são disponibilizadas é o empreendedorismo, em que, através do envolvimento social e a adaptação de processos formando um só conjunto, tornam as ideias desses potenciais empreendedores em prováveis oportunidades de negócio, proporcionando uma perfeita implementação de seus projetos, podendo ser capazes de transformar em um empreendimento de sucesso (BARBOZA, 2012).

Sendo assim, o empreendedorismo torna-se um fator importante numa sociedade, pois é pelo seu intermédio que se obtém uma alternativa importantíssima na obtenção do crescimento, desenvolvimento e manutenção do meio econômico em que se vive, podendo então dizer que é um dos pilares principais para o avanço da economia de um determinado país (MUNIZ, 2008).

Mas, mesmo com todas essas condições favoráveis ao empreendedorismo, é necessário observar, pesquisar e analisar alguns procedimentos prévios, que buscam orientar o potencial empreendedor em sua atividade, antes mesmo de torná-lo realidade, para que não haja consequências danosas no seu negócio (CAMPELLI et al, 2011).

Em que, ao observar os dados coletados de Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2016) que mostra uma taxa de sobrevivência das micro e pequenas empresas entre 46% e 98% respectivamente e a taxa de mortalidade de 45% e 2% durante os primeiros dois anos de vida do negócio,

demonstrando que os gestores/proprietários, principalmente os das micro e pequenas empresas precisam ter uma atitude cada vez mais empreendedora, tendo como objetivo buscar novas alternativas de sobrevivência e sustentabilidade no mercado (SEBRAE, 2016).

Portanto, para o progresso empreendedor acontecer, é necessário tanto o desenvolvimento de capacidades específicas, como por exemplo, marketing, finanças, produção, incentivos creditícios e fiscais, como também das habilidades atitudinais empreendedoras, através do aperfeiçoamento de tais características, sendo estas essenciais no desenvolvimento do negócio (NEVES, 2007).

Diante da temática abordada o tema proposto é: Atitudes empreendedoras dos gestores das micro e pequenas empresas do município de Aracruz. Definido também o seguinte problema para este tema: Quais as atitudes empreendedoras dos gestores das micro e pequenas empresas do município de Aracruz?

Diante do deposto, temos por objetivo geral: descrever as atitudes empreendedoras dos gestores das micro e pequenas empresas do município de Aracruz. Como objetivos específicos: Descrever Empreendedorismo e apresentar as atitudes empreendedoras.

O Empreendedorismo no Brasil está crescendo e tomando proporções gigantescas, segundo a Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2016), em que a taxa total de empreendedorismo para o Brasil foi de 36%, ou seja, que em torno de 48 milhões de brasileiros estão envolvidos no empreendedorismo.

No quesito empreendedorismo das micro e pequenas empresas, as MPs são 98% do total de empresas formalizadas sendo que em relação ao PIB Brasileiro, tem uma participação em torno de 53,4% e, em relação ao Estado do Espírito Santo, 98,7% das empresas instaladas no Espírito Santo são Micro e Pequenas Empresas, indicando que a força de trabalho nestes setores empresariais é maciça. (SEBRAE, 2014),

Têm-se poucos estudos sobre o empreendedorismo do município de Aracruz, dando quase que nenhuma fundamentação científica para os empreendedores e potenciais empreendedores, no quesito de avaliação e tomadas de decisão, quanto o exercício das melhores atitudes empreendedoras no cenário econômico municipal. Também, com pouco conteúdo acadêmico em relação aos estudos científicos quanto as

atitudes empreendedoras, este projeto visa beneficiar e dar base para novos estudos acadêmicos.

Como o mercado econômico brasileiro atualmente demonstra um cenário de declínio e regresso econômico financeiramente e muitos pequenos empresários buscam alternativas empreendedoras variadas para manterem os seus negócios em atividade, este trabalho busca identificar e analisar as atitudes empreendedoras dos gestores das pequenas e médias empresas da cidade de Aracruz, sendo que esta pesquisa poderá ser utilizada como parâmetro de análise pelos proprietários de empresas e potenciais empreendedores de Aracruz e também, servir de base para estudos acadêmicos.

Este trabalho está estruturado da seguinte maneira, o primeiro capítulo é composto pela introdução, onde está apresentado o tema, o problema, objetivo geral, objetivos específicos, a relevância desse trabalho, uma breve metodologia e sua estrutura.

O segundo capítulo descreve o conteúdo teórico, na qual são abordados os seguintes temas: o conceito, o histórico do empreendedorismo, definições das micro e pequenas empresas e as relevâncias das micros e pequenas no mercado de trabalho.

O terceiro capítulo aborda o conceito do perfil empreendedor e as características comportamentais dos empreendedores. No quarto capítulo é descrito os procedimentos metodológicos, em que explica como será feita as pesquisas de campo sobre o tema proposto, quais as variáveis a serem utilizadas e em quais localidades foram feitas as pesquisas.

Após o conceito teórico das variáveis acima, será feito as pesquisas de clima sobre o tema proposto, e, também, análises sobre os dados e informações coletadas e a conclusão sobre o trabalho, finalizando com as referencias e apêndices.

2 EMPREENDEDORISMO

2.1 CONCEITUAÇÕES DE EMPREENDEDORISMO.

Antes de iniciar a discussão sobre o tema proposto, é importante destacar o termo empreendedorismo, que, deriva-se do latim *imprehendere,* cujo significado é empresa laboriosa e difícil, ou, também, colocar em execução (CUNHA, 2004)

O empreendedorismo continua ainda em processo de definição e caracterização em termos de conceitos, entretanto, existem várias determinações que envolvem e buscam defini-lo, seja em relação as suas características próprias ou os seus métodos de avaliação (JUNIOR, SOUZA, 2005).

Entre tantas teorias sobre empreendedorismo, umas das definições que buscam argumentá-lo é que, pode ser visto como uma arte de executar algo com criatividade e motivação, tendo em si mesmo, o empreendedor, o prazer de fazer algum projeto, seja ele pessoal ou coletivo, rodeado de desafios que gerem riscos e oportunidades, mas que tem a tendência de agir com pró-atividade em relação a essas variáveis (BAGGIO, BAGGIO, 2014).

Outro termo definido para o empreendedorismo, é que, se tem um pensamento de criação de valor por pessoas e organizações, de forma que trabalhando juntas, possam programar uma ideia por meio da aplicação da criatividade, da capacidade de transformação e do desejo de tomar aquilo que comumente se chamaria de risco (CUSTÓDIO 2011).

Nota-se também que, o empreendedorismo é um agente de inovação e de transformação, tendo capacidade de alavancar o crescimento econômico, ou seja, é possível enxergar com otimismo que, através de atitudes empreendedoras como iniciativas, e carregadas de esforços direcionados, pode-se alcançar desenvolvimento econômico desejável, sendo que, por meio de indução de ações inovadoras, poderá agregar valor socioeconômico (PARDINI, SANTOS, 2008)

Observa-se nisso que, o empreendedorismo é um conceito complexo, pois, é preciso analisar as variáveis, tanto individuais, quanto econômicas e sociais para a implantação e manutenção do negócio (CAMPOS, DUARTE, 2013).

Na dimensão individual, trata-se da realização efetiva das atividades empreendedoras, atingindo os objetivos propostos, sendo alinhados com a uma construção social e na dimensão econômica entende-se na forma de que como estas atividades empreendedoras impactarão economicamente na empresa, através dos produtos e serviços, gerando valor agregado e influenciando assim diretamente na linha produtiva do negócio (CAMPOS, DUARTE, 2013).

E na dimensão social ou coletiva, a empresa age numa forma de trabalho como uma rede de cooperação, colaboração ou coordenação, seja ela direta ou indiretamente (CAMPOS, DUARTE, 2013).

À luz dos conhecimentos estabelecidos até então, pode-se enxergar que o empreendedorismo se trata de comportamentos, dando a entender que não se limita necessariamente a um modelo ou certas definições especificas, antes, assim como ocorre com muitos outros fenômenos como culturais, sociais e econômicos, o empreendedorismo sempre estará em processo de evolução contínua (GIOVANELA et al, 2010).

2.2 EVOLUÇÕES DO EMPREENDEDORISMO.

O Empreendedorismo é praticado, visto e analisado desde a idade média, em que definia como uma tarefa de projetos de produção, utilizando-se de recursos, normalmente provenientes do governo (COSTA et al 2007).

No século XII, o conceito de Empreendedorismo, que tem como significado alguém que instigava confusões, começa-se a fazer notório no meio organizacional, recebendo assim um novo significado e uma nova série (KYRÖ, 1996).

Entre o século XIX e o século XX, não havia distinção entre gestores e empreendedores, haja vista, eram enxergados apenas com o olhar econômico naquele tempo. Porém, no início do século XX, o empreendedor começa a ser visto de uma diferente, ou seja, como tendo uma visão mais inovadora e com capacidade de criar algo diferente (PEREIRA, 2016).

Exemplo disso no século XX, a ciência começou a moldar e a influenciar o estado de evolução do empreendedorismo, deste modo, o empreendedorismo assumiu um significado mais específico e científico. Sendo assim, explica que o conceito do termo empreender possui um significado para cada época, sendo descrito e interpretado de maneira diferente para cada século (FILLION, 1999).

No território nacional brasileiro, o empreendedorismo começou a se desenvolver nos meados da década de 90, influenciado pela abertura da própria economia, vale lembrar que, com a importação em alta naquele período, puderam-se controlar os preços dos produtos, contribuindo assim para o crescimento do Brasil (SAES e PITA, 2007).

No século XX, houve um crescimento notável no Brasil, em que pode se observar pelas ações desenvolvidas em relação ao empreendedorismo, como por exemplo, programas de incubação de empresas, parques tecnológicos, desenvolvimentos de currículos integrados, capazes de motivar em todas as faixas educacionais o empreendedorismo, tanto da fase inicial até a pós-secundária, criação de empresas que dão suporte técnico ao empreendedor, e a criação de novas empresas, programas de desburocratização de créditos, etc. (DORNELAS, 2011).

Mas, mesmo diante destes avanços e iniciativas de colocar o empreendedorismo no centro dos debates econômicos, se fazem necessários uma educação mais desenvolvida e utilização de métodos mais avançados para maiores crescimentos e diminuição da desigualdade social, preparando assim os brasileiros para novos desafios, tornando exemplo mundial, nessa era tecnologia e de muita informação (RODRIGUES 2011).

2.3 DEFINIÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.

As empresas são classificadas quanto a categorias de micro, pequeno, médio e grande porte, o qual varia de acordo com a finalidade e os objetivos das instituições que promovem seu enquadramento. No Brasil, em geral, se utiliza o critério do valor do faturamento bruto ou do número de funcionários (PINTO, 2007).

Desta forma, tendo em vista a discussão deste estudo as micros e pequenas empresas, são definidas pelo Simples (Sistema Integrado de Pagamentos de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte –

conforme Lei nº 9.317/96) e pelo Estatuto da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte (Lei nº 9.841/99) (GRAPEGGIA et al, 2011).

Portanto, no caso da microempresa ela é constituída como pessoa jurídica ou firma mercantil individual que tiver receita bruta anual igual ou inferior a R$ 433.755,14, segundo a qual se considera microempresa aquela indústria que tem até 19 empregados e, no segmento de comércio/serviço, a que tem até 9 empregados (GRAPEGGIA et al, 2011).

No caso da empresa de pequeno porte é aquela que tem receita bruta anual superior a R$ 433.755,14 e igual ou inferior a R$ 2.133.222,00 e caracteriza-se por ter de 20 até 99 funcionários no setor industrial e construção e de 10 a 49 funcionários no setor de comercio e serviços, conforme mostra a tabela abaixo:

Tabela 1- Classificação quanto ao porte da empresa

Classificação	**Micro Empresa**	**Pequena Empresa**
Receita Bruta Anual		
SIMPLES	Até R$ 240.000,00	Superior a R$ 240.000,00 e igual ou inferior R$ 2.400.000,00
Estatuto da MPE	Até R$ 433.755,14	Superior a R$ 433.755,14 e igual ou inferior R$ 2.133.22,00
Número de funcionários		
SEBRAE- Comércio e serviços	Até 9 funcionários	10 a 49 funcionários
SEBRAE- Indústria e construção	Até 19 funcionários	20 A 99 funcionários

Fonte: SEBRAE.

Dado as informações citadas acima, na tabela 1, concernentes as micro e pequenas empresas, observa-se que cada uma possui uma particularidade no setor de mercado. Como em Países em desenvolvimento, onde o Brasil está inserido possui alto índice de desequilíbrio financeiro, econômico e social essas micros e pequenas

empresas acabam tendo um papel importante na descentralização industrial (CEZARINO, CAMPOMAR, 2004).

Considerando essas inúmeras limitações que influenciam diretamente no crescimento e desenvolvimento das micros e pequenas empresas e até mesmo em sua mortalidade, vê-se importante listar algumas dessas variáveis que atingem negativamente o empreendedorismo das micros e pequenas e empresas (CEZARINO, CAMPOMAR, 2004).

Sendo assim, os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE desenvolvido em 2003 demonstra de maneira clara em um amplo estudo sobre as principais características de gestão das MPE brasileiras, em que estão essas principais características negativas que dificultam o progresso do empreendedorismo nas micros e pequenas empresas, sendo elas:

a) as de baixo volume de capital empregado;

b) elevado índice de natalidade e mortalidade;

c) presença relevante de proprietários, sócios e funcionários com laços familiares;

d) grande centralização do poder decisório;

e) não distinção da pessoa física do proprietário com a pessoa jurídica, inclusive em balanços contábeis;

f) registros contábeis pouco adequados;

g) contratação direta de mão de obra;

h) baixo nível de terceirização;

i) pequeno investimento de tecnologias sofisticadas;

j) baixo investimento em inovação tecnológica;

k) dificuldade de acesso a financiamento de capital de giro;

l) dificuldade de definição dos custos fixos;

m) elevado nível de sonegação fiscal;

n) contratação direta de mão de obra;

o) utilização intensa de mão de obra não qualificada ou sem qualificação (IBGE, 2003).

Por isso diante de tantas dificuldades que o empreendedor encontra no seu negócio, é importante que ele conheça mais e mais as atitudes empreendedoras e a busca de mais informações, para que ele possa estar bem capacitado para lidar e promover,

com as melhores decisões possíveis, o melhor caminho para o seu empreendimento (LOPES, 2005; BAGGIO, BAGGIO 2014).

2.4. RELEVÂNCIA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO MERCADO DE TRABALHO.

As Micro e Pequenas Empresas (MPE) vêm crescendo progressivamente a sua importância na economia brasileira, onde, observando os dados do SEBRAE (2014), constata-se que, em termos agregados, esta participação era de 21% em 1985, aumentou para 23% em 2001 e para 27% em 2011.

Já em 2017, de o numero de micro e pequenas empresas a 98% dos estabelecimentos existentes no país, sendo que esta participação em termos nacionais aumentou tanto em Serviços, como no Comércio, tendo se reduzido apenas um pouco na atividade Industrial, onde predominam médias e grandes empresas que se beneficiam de economias de escala (SEBRAE, 2014).

Tamanha é essa importância das micro e pequenas empresas no mercado nacional, que, dentro do período 2009-2011, é destacada em todas as dimensões e em todas as atividades, em que no Brasil constata-se, por exemplo, no setor de serviços, as MPE conseguiram gerar 36,3% do total do valor adicionado do setor, em que isso representa 98,1% do número total de empresas e empregaram cerca de 43,5% dos trabalhadores e também pagaram 27,8% das remunerações de empregados no período (SEBRAE, 2014).

Dentro do setor comercial, as MPE geraram em torno de 53,4% do total do valor adicionado do setor, representando ao todo 99,2% do número de empresas, empregaram em média de 69,5% do pessoal ocupado no setor e pagaram por volta de 49,7% das remunerações dos empregados do setor no período (SEBRAE, 2014).

Já no setor de indústrias, as MPE geraram 22,5% do valor adicionado do setor, representando cerca de 95,5% do número de empresa, empregaram 42% do pessoal ocupado no setor e pagaram em torno de 25,7% das remunerações de empregados no período (SEBRAE, 2014).

3 ATITUDES EMPREENDEDORAS

3.1 O PERFIL DO EMPREENDEDOR

Diante das circunstancias que permeiam e define como o empreendedor deve agir, é de se entender que não existe apenas um perfil empreendedor, dada as várias situações que exigem assim de suas tomadas de decisões através do conhecimento adquirido ou mesmo suas experiências vividas (DORNELAS, 2005).

Sendo assim, são classificados os perfis empreendedores em sete classes, observando que cada característica tem por base sempre, tanto o próprio empreendedor quando ao ambiente que o cerca, definindo assim o seu perfil e característica (DORNELAS, 2005).

Temos então o primeiro perfil de empreendedor, o chamado empreendedor nato, sendo este perfil o mais conhecido, em que normalmente, começam do nada e se tornam grandes empreendedores, geralmente possuindo vínculos religiosos e familiares, tornando então referências por serem visionários e terem grandes habilidades de vendas e negociação, são também visionários e sempre estão à frente de seu tempo (DORNELAS, 2008; BUENO, LEITE, PILLATI, 2004).

O segundo perfil, também chamado de Empreendedor que Aprende é o indivíduo que não buscava ser empreendedor, mas por uma oportunidade ou circunstância, pôde aproveitar e criar seu próprio empreendimento, o famoso termo “a oportunidade bate à porta” se encaixa perfeitamente a essa afirmativa (SILVA, 2014).

O terceiro perfil é o empreendedor Serial, tido como alguém que cria novos negócios, ou seja, não apenas gosta da empresa criada, mas do papel de empreender, normalmente é atento ao ambiente ao redor, faz *network*, possui imensa capacidade de motivar equipes, captar recursos e fazer funcionar a empresa, acreditando sempre nas oportunidades e insatisfeito enquanto não a finalizar, e o fracasso é um estimulo para se superar cada vez mais (SILVA, 2014; BUENO, LEITE, PILATTI, 2004).

O Empreendedor Corporativo tem tido mais visibilidade nos últimos anos por causa da grande necessidade de renovação, inovação e criação de novos negócios das organizações, tendo o foco decrescimento do mundo corporativo, tendem-se a assumirem mais riscos e serem autônomos, sendo hábeis em negociações e

comunicação e utilizando essas ferramentas para venderem os produtos e se autopromoverem, podendo assim angariar metas ousadas e recompensas diferenciadas do trabalhador comum (SILVA, 2014).

O Empreendedor Social tem uma visão mais humanitária, ou seja, busca o bem-estar para o outro e não para si, podendo assim “tapar buracos” deixados pelo governo, principalmente nos países em desenvolvimento, também, nesse perfil, característica desse perfil não desenvolver patrimônio financeiro, pelo contrário, usa os recursos para o próximo (SILVA, 2014).

O Empreendedor por Necessidade, um dos perfis mais conhecidos, tem característica a falta de alternativa para a criação do negócio, seja pela falta de trabalho no mercado ou demissão, restando assim trabalhar por conta própria, seja esse trabalho de maneira informal, simples prestando serviços e com pouca lucratividade, em que, nessas condições pouco estruturadas, não tem muito acesso à educação, e condições de melhorias, sendo fadadas a serem vítimas do sistema capitalista e numa escala de grande quantidade desse tipo de empreendedorismo, pode-se tornar até mesmo um problema social (SILVA, 2014).

Por fim, o Empreendedor Herdeiro ou Sucessão Familiar é conhecido por desde cedo ter a missão de levar a frente o legado de sua família, opinando por cargos administrativos ao invés de executivos, tais empreendedores têm por função levar ao crescimento do patrimônio da empresa através da capacitação de gestão, portanto, tende a aprender a empreender em família e seguir os seus passos. (SILVA, 2014; DORNELAS 2005).

3.2 CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS DOS EMPREENDEDORES.

O empreendedor possui perfil multifacetado e dinâmico, peculiar em cada era vivida no cenário econômico mundial, em que se vê e comporta de maneira a moldar-se ao ambiente tecnológico e social do qual está inserido, tornando os seus pensamentos e atitudes sinônimas a esse mercado e agindo de forma a sobressair positivamente em seus negócios (FRACASSO, ZEN 2008).

Nessas épocas mais relevantes que envolvem a evolução empreendedora, as principais delas são as chamadas era econômica, era das ciências sociais e a era de estudos de gestão. (FRANCO, GOUVEIA 2016).

Nessa primeira época, a chamada era econômica, provável século XIX, os cientistas econômicos, tais como Cantillon, Francois Quesnay, dentre outros, tinham concepções como, por exemplo, que o capital vinha da terra, conceitos de arbitrariedade de oferta e demanda motivado pela obtenção de lucros, e a dos empregadores assalariados. Dentre essas concepções, a segunda convicção, voltada para obtenção de lucros, era a ideia discutida para o empreendedor, sendo este, dono do próprio negócio, investiam o próprio dinheiro e correndo os seus próprios riscos para o estabelecimento no mercado (MACHADO; NASSIF, 2014); (FILLION, 1999).

Na segunda era a chamada Era das Ciências Sociais, no século XX, o empreendedorismo começou a desvencilhar-se dos modelos econômicos e voltou os olhares para o conhecimento, o que na era anterior existia a formalização e orientação matemática, essa nova era formula uma ideia mais abrangente e mais aberta, abrindo o leque e saindo apenas dos conceitos teóricos (FRANCO, GOUVEIA 2016).

Visto que, nos conceitos que fundamentam essa teoria, o empreendedor não se baseia apenas em estudos teóricos, relatórios de pesquisas e cursos dentre outros, mas também, no acúmulo de experiências sociais no meio que se vive, que são estimulantes e motivadores para soluções de novas situações empreendedoras (CRUZ, 2005).

Entende-se então que nessa era, a percepção comportamental e motivacional do empreendedor são os principais instrumentos que o impulsionam e o definem como tal, em que, sendo extremamente importantes para o crescimento e desenvolvimento de um país (FRANCO, GOUVEIA 2016).

No que tange a era de gestão, tem-se uma observação na forma de como o empreendedor toma as suas atitudes nas situações de mercado, em que o seu comportamento gerencial é crucial para o desempenho dos negócios, ou seja, busca-se a ênfase no autoconhecimento (FILLION, 1999).

Dependendo então do ramo do negócio a ser desenvolvido pelo empreendedor, deverá aperfeiçoar as habilidades pertinentes a determinado empreendimento, sendo assim esse empreendedor dedica-se em aperfeiçoar seus comportamentos e habilidades, para o alcance dos melhores resultados (SILVA 2014; BUENO, 2004).

Estes comportamentos aprimorados funcionam como ferramentas para o alcance dos ideais projetados, entre eles estão alguns exemplos, como, visão de mercado, tomadas de decisões, atitudes diferenciadas nos ambientes que atuam, exploração das oportunidades propiciadas, ações com determinação e dinamismo (DORNELAS, 2011).

São capazes ainda de serem muito dedicados, de desenvolverem paixão pelo que fazem, de aprenderem a tornarem independentes e de construírem o próprio destino, possuindo riquezas e tornando-se grandes líderes e formadores de equipes. Não obstante, tem também em suas próprias características desenvolvidas as habilidades de fazerem networkings e serem organizados, nisso, planejam, adquirem conhecimento e são capazes de mensurar os riscos que assumirão em seus projetos empreendedores, desde o micro empreendimento até a grande empresa (DORNELAS, 2011).

Infelizmente, os dados do IBGE trazem informações negativas em relação às características empreendedoras dos micro e pequenos empreendedores (IBGE, 2001).

A baixa capacidade de capital, altos números de natalidade e mortalidade dos empreendimentos, postura centralizadora nos processos de tomadas de decisões, registros contábeis desorganizados, mão de obra desqualificada, pouco recurso tecnológico, dificuldade na aquisição de capital de giro, são algumas das dificuldades que colaboram para que o empreendedor não consiga desenvolver suas melhores atitudes empreendedoras, em que, tendo comportamentos inseguros e tendo condições inseguras, acabam levando ao fracasso o seu próprio negócio (IBGE, 2001; RODRUGUES, 2011).

3.3 ATITUDES EMPREENDEDORAS

Diante dos conceitos já abordados que sustentam a teoria sobre o empreendedorismo, sendo estudado cada vez mais este fenômeno no meio científico, a literatura fornece métodos de medição sobre as atitudes empreendedoras, que são capazes de mensurar essas atitudes, dando na prática, dados que ajudam a entender ainda mais o comportamento empreendedor no dia a dia empresarial (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).

Esse instrumento de medição sobre as atitudes empreendedoras tem quatro principais variáveis que sendo elas, Poder, Inovação, Planejamento e Realização, e numa análise fatorial, apenas dois fatores, o de Prospecção e Inovação e Gestão e Persistência (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009); (BARROS, ÁVILA, MADRUGA, 2013); (LOPES, 2005).

Dentro da variável Poder, tem-se a primeira característica de atitude empreendedora que é a rede de contatos, sendo esta uma capacidade que o empreendedor utiliza para criar uma rede de relações, sejam contatos, amizades que lhe darão suporte para alcançar os objetivos traçados. A segunda característica é a chamada autoconfiança, em que, por conhecer bem o ramo que atua se julga competente para atingir o sucesso do negócio. Na terceira característica, a liderança, o empreendedor é capaz de liderar sua equipe e harmonizá-la de maneira a conseguir o seus objetivos. A quarta e última característica é a persuasão, indica que essa ferramenta é essencial para influenciar pessoas, persuadi-las para o desenvolvimento dos projetos (DORNELAS, 2016; SILVA, 2014; CRUZ 2005).

Na variável Inovação, a primeira característica é a criatividade, cultiva pela imaginação, conhecida como a geradora de ideias, capaz de encontrar novas soluções para os problemas que surgem, diminuindo a dificuldade na tomada de decisão, podendo ser assim, flexível, enxergando probabilidades ao invés de uma rigidez de certezas, sendo até estimulante como desafio a ser superado. A segunda característica é a inovação, em que não pode ser tocado, ouvido ou provado, mas pode ser sentido, pensado e percebido, sendo esta uma das importantes ferramentas empreendedoras, na qual exploram as oportunidades e alcançam mudanças necessárias para determinado negócio ou serviço, onde é possível através da inovação, ocupar nichos no mercado e se atualizar em relação a concorrência (CRUZ, 2005; CIELO, 2001; COSTA et al, 2007).

No contexto da característica do Planejamento, se encontra a busca de informações, onde o empreendedor sempre busca novos métodos e informações valiosas para o aprimoramento de seu negócio, em que, num cenário de forte concorrência em que se encontra atualmente, o quesito informação é uma das maiores riquezas do negócio, podendo ser um grande diferencial no mercado. O segundo fator do planejamento é o estabelecimento de metas, onde os empreendedores traçam os seus projetos, passo a passo, tendo como base a visão de negócio que possuem, para que assim possam alcançar os objetivos propostos. A terceira característica é o planejamento e monitoramento sistemático, tornando os processos mais organizados e facilitando o gerenciamento (SILVA, 2014; CIELO, 2001; DORNELAS, 2011; MUNIZ, 2008; CRUZ, 2005)

Dentro da variável Realização, a literatura salienta a primeira característica, sendo esta a busca por oportunidade, sendo essa característica capaz de fazer o empreendedor estar atento as oportunidades que podem surgir e sendo bem aproveitadas, poderá ser capaz de trazer sucesso ao seu negócio. O empreendedor também é capaz de assumir riscos, sendo esta a segunda característica, em que esses riscos são assumidos de maneira calculada e analisada, com o objetivo de, controlar os resultados, avaliar as alternativas e expandir o negócio (SILVA, 2014).

O terceiro é o comprometimento, com o objetivo de sempre está cumprindo metas predeterminadas, satisfação dos clientes e a busca de manter o foco normalmente na visão em longo prazo. A quarta característica da variável realização, está baseada na persistência, em que diante de uma situação desafiadora, o empreendedor terá uma análise que quanto é capaz de sobressair sobre determinada situação. A quinta característica é a iniciativa, não espera que seja mandado, mas sabendo de sua responsabilidade, sempre está disposto a cooperar para o desempenho das funções e realizações dos projetos (SILVA, 2014); (LOPES, 2005).

4 METODOLOGIA

Nesta etapa busca-se justificar a metodologia que foi utilizada neste estudo, exemplificar o método, o local, a população e amostra, a técnica de coleta de dados e, por fim, a técnica de análise de dados.

4.1 MÉTODO

Com o objetivo de responder ao problema deste estudo, optou-se realizar um estudo descritivo e quantitativo, por meio da aplicação de questionário nas salas de aulas da Instituição estudada.

A pesquisa descritiva analisa, assenta, examina e compara fatos ou fenômenos sem manipulá-los e se busca conhecer várias situações e relações que acontecem na vida econômica, social, política e demais aspectos do comportamento humano, tanto do indivíduo isolado como do indivíduo em grupos e comunidades mais abrangentes (CERVO; BERVIAN, 1996).

Segundo Creswell (2010) nos estudos quantitativos, os pesquisadores utilizam questões e hipóteses da pesquisa quantitativa para modelar e destacar estritamente o objetivo do estudo. As questões da pesquisa quantitativa averiguam as relações entre as variáveis que o pesquisador busca conhecer.

Para a pesquisa, foi utilizada como instrumento do questionário a escala de *Likert,* pois, conforme Malhotra (2012), essa escala é muito utilizada e exige que os interrogados indiquem um grau de concordância e discordância de acordo com cada uma de uma sequência de afirmativas sobre objetos de estímulo. Em geral cada item da escala possui cinco categorias de resposta, que vão de “discordo totalmente” a “concordo totalmente”. Uma de suas vantagens é ser fácil de construir, aplicar e compreender a mesma.

4.2 LOCAL DE ESTUDO.

A pesquisa foi realizada nas micro e pequenas do municipio de Aracruz localizada no norte do estado do Espírito, especificamente no centro e no entorno do centro da cidade.

4.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA DA PESQUISA

A população deste estudo é composta micro e pequenas empresas do município de Aracruz. Desta população foram selecionadas uma amostra de 53 micro e pequenas empresas para realizar a pesquisa, este quantitativo foi obtido através do Cálculo Amostral Online, desenvolvido por Glauber Santos, onde utiliza-se a formula abaixo:

n=(N.Z^2.p.(1-p))/(Z^2.p.(1-p)+e^2.(N-1))

Em que n=amostra calculada, N=população, Z=variável normal padronizada associada ao nível de confiança, p=verdadeira probabilidade do evento e e=erro amostral. Para o cálculo foram considerados os valores de erro amostral referente a 10% e nível de confiança de 90%.

Dessa forma, este estudo fez uso de uma amostragem por conveniência, pois, entre os gestores que poderiam fornecer as informações necessárias para a pesquisa, foram selecionadas as que estavam mais disponíveis para participar do estudo (HAIR, et al., 2007).

4.4 VARIÁVEIS PESQUISADAS

Os fatores ou variáveis que foram utilizados para o desenvolvimento do questionário foram adaptados do questionário do artigo “atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas: construção de um instrumento de medida” (LOPES, 2005), tendo sido baseado nos quatro fatores de dimensões empreendedoras, Inovação, Planejamento, Poder e Realização:

Quadro 1 - Fatores e Variáveis pesquisadas

Fatores	Variáveis
Inovação	Sempre crio novas rotinas, objetivando a melhoria do desempenho do meu negócio.
	Sempre implemento novas ideias com o objetivo de melhorar a qualidade do meu negócio.
	Desenvolvo ideias novas para a solução de problemas.
Planejamento	Sempre busco informações sobre meu ramo de negócio em diferentes fontes
	Sempre faço projeções claras para o futuro de meu negócio.
	Sempre planejo as atividades do meu negócio subdividindo tarefas de grande porte em subtarefas.
Poder	Sempre utilizo contatos pessoais para atingir meus objetivos.
	Sempre confio na minha competência como fonte do sucesso do meu

	negócio.
	Sempre assumo a responsabilidade pela resolução de problemas que possam prejudicar o desempenho do meu negócio.
	Sempre utilizo estratégias deliberadas para influenciar pessoas.
Realização	Sempre assumo riscos para expandir meu negócio.
	Sempre exploro novas oportunidades de negócio.
	Sempre me responsabilizo pela conclusão dos trabalhos nos prazos estipulados.
	Sempre me junto aos empregados nas tarefas para cumprir os prazos.
	Sempre faço sacrifícios pessoais para concluir tarefas.

Fonte: Adaptado de Junior e Souza (2005).

4.5 TÉCNICAS DE COLETAS DE DADOS

Os dados foram levantados por meio de questionários entregues nas micro e pequenas empresas pesquisadas, o qual foram aplicado de forma individual aos gestores/proprietários. Antes da aplicação do questionário foi realizada uma divulgação aos respondentes, apresentando a relevância do preenchimento correto e verdadeiro.

Em razão da população alvo deste estudo ser de número limitado, optou-se pela aplicação do questionário utilizando ferramentas do Excel para criação do questionário. No dia 05/11/2017 obtiveram-se 60 respostas. Dessas, 7 observações foram descartadas em função dos respondentes não responderem corretamente o questionário. Assim, com base nas respostas recebidas, 53 observações foram consideradas válidas para a análise.

4.6 INSTRUMENTOS DA COLETA DE DADOS

O instrumento de coleta de dados que foi utilizado neste estudo será construído com base no estudo de Junior e Souza (2005), foi um questionário estruturado contendo perguntas fechadas.

O questionário, não disfarçado, com perguntas fechadas e composto por questões referentes às atitudes empreendedoras dos gestores/proprietários em relação aos 4 fatores, adaptados no questionário de Lopes (2005), (inovação, planejamento, poder e realização). Utilizou-se a escala de intensidade de *Likert* (de 1 “discordo totalmente” a 5 “concordo totalmente”). Antes da realização da pesquisa, apresentou-se as micros e pequenas empresas todo o instrumento do trabalho.

5 ANÁLISE DE DADOS

Neste capítulo, expõe-se as análises e compreensão das informações apuradas no estudo realizado, com intuito de atingir os objetivos. Apresenta-se a caracterização da amostra e estatísticas descritivas de cada variante.

5.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

Para iniciar a análise dos dados coletados, inicialmente, caracterizaram-se os respondentes. A amostra deste estudo é composta por indivíduos que, na média, possuem idade de 37 anos, do sexo feminino (59%), solteiros (41%), que apresentam renda familiar de maior relevância na pesquisa sendo de 3 a 10 salários mínimos (56%) e com escolaridade de ensino médio completo (45%),sendo uma pequena vantagem em relação a de ensino superior (43,5%). A Tabela 1 apresenta um resumo da caracterização da amostra.

Tabela 1- Caracterização da amostra

Gênero	Masculino	41%
	Feminino	59%
Idade	Média	37
	Mínima	22
	Máxima	63
Estado Civil	Solteiro	26%
	Casado/ União Estável	74%
	Separado	0,00%
	Divorciado	0,00%
	Viúvo	0,00%
Nível de Escolaridade	Ensino Médio	45%
	Ensino Superior	43,5%
	Especialização	11,5%
	Mestrado	0,00%
	Doutorado	0,00%
	Pós Graduação	0,00%
Renda Mensal	Até 3 salários Mínimos	38%
	De 3 a 10 Salários Mínimos	56%
	De 10 a 20 Salários Mínimos	6%
	Acima de 20 Salários Mínimos	0,00%

5.2 ESTATÍSTICA DESCRITIVA

Tabela 2 - Estatística descritiva

Construto	Variável	Média	Desvio Padrão
A - Inovação	A1 - Sempre crio novas rotinas, objetivando a melhoria do desempenho do meu negócio.	4,34	0,59
	A2 - Sempre implemento novas ideias com o objetivo de melhorar a qualidade do meu negócio.	4,45	0,57
	A3 - Sempre desenvolvo ideias novas para a solução de problemas.	4,38	0,60
B-Planejamento	B1 - Sempre busco informações sobre meu ramo de negócio em diferentes fontes	4,30	0,77
	B2 - Sempre traço metas claras para o futuro de meu negócio.	4,45	0,70
	B3 - Sempre planejo as atividades do meu negócio subdividindo tarefas de grande porte em subtarefas.	3,72	1,06
C - Poder	C1 - Sempre utilizo contatos pessoais para atingir meus objetivos.	3,21	1,32
	C2 - Sempre confio na minha competência como fonte do sucesso do meu negócio.	3,94	1,01
	C3 - Sempre assumo a responsabilidade pela resolução de problemas que possam prejudicar o desempenho do meu negócio.	4,11	1,01
	C4 - Sempre utilizo estratégias calculadas para influenciar pessoas.	3,49	1,09
D - Realização	D1 - Sempre assumo riscos para expandir meu negócio.	3,32	1,25
	D2 - Sempre exploro novas oportunidades de negócio.	4,09	0,69
	D3 - Sempre me responsabilizo pela conclusão dos trabalhos nos prazos estipulados.	4,15	0,77
	D4 - Sempre me junto aos empregados nas tarefas para cumprir os prazos.	4,08	1,03
	D5 - Sempre faço sacrifícios pessoais para concluir tarefas.	3,83	1,28

Fonte: Dados da pesquisa

As perguntas dos questionários estão agrupadas nas variáveis Inovação, Planejamento, Poder e Realização, sendo grupos de 3, 3, 4 e 5 perguntas agrupadas respectivamente.

A pergunta “Sempre crio novas rotinas, objetivando a melhoria do desempenho do meu negócio”, possui média (M) de 4,45 e desvio padrão (DP) de 0,57, em que isso mostra a concordância dos gestores/proprietários com o que diz Cruz (2005), Cielo (2001) e Costa et al (2007) sobre a capacidade de ser criativo ao ponto de conseguir criar ou encontrar soluções para os problemas que surgem no seu negócio, em que através disso, é possível diminuir dificuldade nas tomadas de decisões.

Em relação às afirmativas “Sempre implemento novas ideias com o objetivo de melhorar a qualidade do meu negócio”, houve (M) de 4,45 e (DP) de 0,57, , e “Sempre desenvolvo ideias novas para a solução de problemas”, com (M) de 4,38 e (DP) de 0,60.

As duas perguntas demonstram a concordância em sempre estar buscando a ter novas ideias para o seu negócio, ou seja, o que diferencia o empreendedor do gerente, em que de acordo com Cruz (2005), Cielo (2001) e Costa et al (2007), a inovação é uma ferramenta importante para a exploração de novas oportunidades e de alcance de mudanças para determinada atividade e do próprio negócio em questão, sendo assim, podendo até mesmo alcançar novos segmentos de mercado não explorados e também poder se atualizar e sair na frente da concorrência.

Na questão “Sempre busco informações sobre meu ramo de negócio em diferentes fontes”, obteve-se (M) de 4,30 e (DP) de 77, o que demonstra a concordância efetiva dos respondentes quanto à necessidade de buscar a ter informações importantes do negócio que atua, estando condizente com da Silva (2014), Cielo (2001), Dornelas (2011), Muniz (2008) e Cruz (2005) que salientam sobre a necessidade que o empreendedor tem de buscar novas informações e novos métodos para o aprimoramento de seu negócio, principalmente no cenário atual, onde existe forte concorrência no mercado e tendo a informação como uma das maiores riquezas para a empresa, se faz jus dar importância a esta variável, podendo então o empreendedor possuir um diferencial enorme no mercado.

De acordo com a pergunta “Sempre traço metas claras para o futuro de meu negócio”, tem-se (M) de 4,45 e (DP) de 0,70, notando-se então uma postura louvável dos respondentes quanto ao estabelecimento de metas no negócio, isso demonstra a preocupação de se traçar planos coerentes e reais no negócio, de acordo com cada empreendimento e perfil do empreendedor, estando de acordo com da Silva (2014), Cielo (2001), Dornelas (2011), Muniz (2008) e Cruz (2005), em que, definindo o passo a passo do negocio viabiliza uma melhor visão do empreendimento que possuem e assim, são capazes de criar uma base sólida no alcance dos seus objetivos propostos.

Não obstante, na afirmativa “Sempre planejo as atividades do meu negócio subdividindo tarefas de grande porte em subtarefas”, possui (M) de 3,72 e (DP) de 1,06, o que indica certa variação entre a posição de concordar totalmente e

discordar totalmente dos respondentes, mas com um total de 70% de concordância dos respondentes em relação ao planejamento das atividades do negócio, é possível afirmar que a maioria dos entrevistados tem a preocupação de planejar suas atividades de negócio dividindo-as em pequenas tarefas, ou seja, estando amparado com o que diz da Silva (2014), Cielo (2001), Dornelas (2011), Muniz (2008) e Cruz (2005), em que dessa forma, é possível ter um monitoramento mais detalhado das atividades que estão sendo concluídas, tornando o processo mais fácil de ser gerenciado e promovendo uma melhor organização das atividades do dia a dia,

No que tange a questão “Sempre utilizo contatos pessoais para atingir meus objetivos”, a (M) é 3,21 e o (DP) de 1,32, em que entre 43% dos respondentes que concordam com a utilização dos contatos como oportunidade de atingir os objetivos contra os 34% que discordam dessa afirmativa, mesmo que em pequena vantagem, pode se afirmar que uma boa parte utiliza rede de contatos capazes de auxiliar no alcance das metas propostas, ou seja, afirmando o que Dornelas (2016), da Silva (2014) e cruz (2005) salientam em relação à capacidade que o empreendedor tem de criar uma rede de relacionamentos como facilitador do alcance das metas e até mesmo servindo de apoio ao próprio empreendedor nos objetivos traçados.

No quesito “Sempre confio na minha competência como fonte do sucesso do meu negócio”, a (M) é de 3,94 e o (DP) de 1,01, em que, entre os que concordam e concordam totalmente tem um percentual de quase 70%, ou seja, 18 responderam concordo e 19 responderam concordo totalmente num total de 53 respostas, sendo então, juntas,a maioria dos respondentes afirmando que são autoconfiantes, e assim se sentem capazes de desenvolver o próprio negócio, isso portanto está coerente no que diz Dornelas (2016), da Silva (2014) e cruz (2005), em que é importante o empreendedor conhecer o seu negocio e possuir ferramentas necessárias para atingir o sucesso do negócio, sendo assim, os respondentes se julgam capacitados para exercer essa função empreendedora.

De acordo com a afirmativa “Sempre assumo a responsabilidade pela resolução de problemas que possam prejudicar o desempenho do meu negócio”, em que a (M) é de 4,11 e o (DP) é 1,01, respectivamente, onde cerca de 75% dos respondentes concordam que tomam para si a responsabilidade para resolver as situações que podem interferir no andamento do empreendimento, onde, os eu concordam são 14 respondentes e os que concordam totalmente são 26, juntos dando 40 das 53

respostas, ou seja, estes estão em harmonia com a literatura em que assumem o papel de liderança, para que assim possam tomar as melhores decisões possíveis, fazendo jus o que Dornelas (2016), da Silva (2014) e Cruz (2005) diz, que é preciso o empreendedor ser capaz de liderar a sua equipe e buscar harmonizá-la de forma a obter sucesso nas suas decisões concernentes ao seu negócio.

Na pergunta “Sempre utilizo estratégias calculadas para influenciar pessoas”, onde a (M) é 3,49 e o (DP) é 1,09, respectivamente, os respondentes que concordam com essa afirmativa são cerca de 57%, afirmando que em sua maioria persuasivos e buscam alternativas eficazes para isso, onde o principal objetivo é fazer com que seja uma forma de conseguir os objetivos desejados, e isso está em concordância com o que diz Dornelas (2016), da Silva (2014) e Cruz (2005), em que, essa ferramenta é sim uma alternativa que os empreendedores utilizam para dar prosseguimento nos seus negócios.

De acordo com os dados da afirmativa “Sempre assumo riscos para expandir meu negócio”, onde a (M) é de 3,32 e o (DP) de 1,25, cerca de 51% dos entrevistados tem a tendência de assumir certos riscos para o crescimento dos seus negócios, contra cerca de 40% de discordância entre os respondentes, observa-se que existe um conservadorismo nesses números em relação a assumir riscos, no que diz respeito aos que discordam e discordam totalmente, mas mesmo assim, em uma média vantagem, em sua maioria, tendem a assumir esses riscos necessários como forma de desenvolver o empreendimento, deixando claro, conforme da Silva (2014), que essa aceitação de riscos faz parte do processo de crescimento do negócio, onde, são analisados tais riscos, controlando tais resultados e avaliando as alternativas e vantagens de se expandir o negócio conforme as necessidades.

Conforme as informações da pergunta “Sempre exploro novas oportunidades de negócio”, em que a (M) é de 4,09 e o (DP) de 0,69, cerca de 85% dos entrevistados tendem a buscar novas oportunidades de negócio, ou seja, na sua quase totalidade, os empreendedores estão antenados com as notícias, informações e novidades que surgem como forma de trazer um diferencial para os seus negócios, de acordo com da Silva (2014), estando atentos e sabendo aproveitar tais oportunidades, podem alcançar um diferencial em seu próprio negócio e assim contribuir para o sucesso empreendedor.

No que relata os dados da afirmativa “Sempre me responsabilizo pela conclusão dos trabalhos nos prazos estipulados”, onde a (M) é de 4,15 e o (DP) de 0,77, , os respondentes possuem como perfil serem comprometidos ao que refere-se a conclusão de tarefas nos prazos estabelecidos, ou seja , cerca de 81% confirmam o que diz da Silva (2014), Junior e Souza (2005), que sendo comprometido, e cumprindo o que foi acordado no prazo estipulado, faz com que isso traga satisfação aos seus clientes e isso contribui para a continuidade da visão a longo prazo, sendo este fator importante para a credibilidade do negócio,

No que relata os dados da afirmativa “Sempre me junto aos empregados nas tarefas para cumprir os prazos”, onde a (M) é de 4,08 e (DP) de 1,03, os respondentes tem a tendência de assumir esta iniciativa quanto aos seus liderados, se unindo para que, juntos entreguem os projetos nos tempos pré-estipulados, sendo isso os quase 74% que concordam com essa afirmação estão condizentes com o que salienta da Silva (2014), Junior e Souza (2005), em que, como são líderes, não esperam serem mandados para fazer algo, pelo contrário, assumem tais responsabilidades sabendo do que precisam fazer e fazem isso com toda a disposição necessária para o alcance das metas estabelecidas de acordo com a funções e realizações concernentes ao empreendimento.

E na pergunta “Sempre faço sacrifícios pessoais para concluir tarefas”, em que a (M) é de 3,83 e (DP) de 1,28, respectivamente, cerca de 67% dos entrevistados concordam quanto a persistência ao ponto de se sacrificarem para atingirem os objetivos e entregarem os projetos nos dias determinados, sendo assim, dependendo da situação, onde se for desafiadora, acaba sendo como motivação para a superação desses obstáculos, onde, de acordo com da Silva (2014), Junior e Souza (2005), o próprio empreendedor pode até mesmo se auto avaliar, observando o quanto é capaz de se sobressair nas situações adversas no decorrer de sua vida empreendedora.

Tabela 3 – Estatística Descritiva

Construto	Variável	Média	Desvio Padrão
A-Inovação	A1 - Sempre crio novas rotinas, objetivando a melhoria do desempenho do meu negócio.	4,39	0,58
	A2 - Sempre implemento novas ideias com o objetivo de melhorar a qualidade do meu negócio.		
	A3 - Sempre desenvolvo ideias novas para a solução de		

	problemas.		
B-Planejamento	B1 - Sempre busco informações sobre meu ramo de negócio em diferentes fontes	4,16	0,91
	B2 - Sempre traço metas claras para o futuro de meu negócio.		
	B3 - Sempre planejo as atividades do meu negócio subdividindo tarefas de grande porte em subtarefas.		
C-Poder	C1 - Sempre utilizo contatos pessoais para atingir meus objetivos.	3,69	1,18
	C2 - Sempre confio na minha competência como fonte do sucesso do meu negócio.		
	C3 - Sempre assumo a responsabilidade pela resolução de problemas que possam prejudicar o desempenho do meu negócio.		
	C4 - Sempre utilizo estratégias calculadas para influenciar pessoas.		
D-Realização	D1 - Sempre assumo riscos para expandir meu negócio.	3,89	1,07
	D2 - Sempre exploro novas oportunidades de negócio.		
	D3 - Sempre me responsabilizo pela conclusão dos trabalhos nos prazos estipulados.		
	D4 - Sempre me junto aos empregados nas tarefas para cumprir os prazos.		
	D5 - Sempre faço sacrifícios pessoais para concluir tarefas.		

Fonte: Dados da pesquisa

Observa-se então, analisando a variável Inovação, onde possuem as três perguntas “sempre crio novas rotinas, objetivando a melhoria do desempenho do meu negócio”, “sempre implemento novas ideias com o objetivo de melhorar a qualidade do meu negócio” e “sempre desenvolvo ideias novas para a solução de problemas”, que a (M) é de 4,39 e o (DP) de 0,58, mostrando assim que os respondentes estão em concordância no que diz respeito a utilizar a inovação como recurso indispensável nos seus negócios, fazendo jus o que diz Cruz (2005), Cielo (2001) e Costa *et al* (2007), em que, assumindo um papel de inovar na organização, é possível conseguir benefícios importantes para o desenvolvimento da empresa, enxergando assim novas probabilidades de resultados e explorando novas oportunidades, traz mudanças eficazes para o desempenho empreendedor.

Analisando a variável Planejamento, onde (M) é de 4,16 e (DP) de 0,91, observa-se que existe uma concordância entre os respondentes e os conceitos defendidos por da Silva (2014), Cielo (2001), Dornelas (2011), Muniz (2008) Cruz (2005), de forma que as características dessa variável estão sendo internalizadas e praticadas no ambiente de negócio, sendo a informação e o conhecimento umas das bases para as decisões estratégicas do negócio seguidas dessas informações estabelecem, portanto, as metas, com base nessas informações, direcionando o rumo da empresa

e assim, acompanhar de forma sistemática e organizada os processos e o desenvolvimento no decorrer das atividades, onde, facilita o gerenciamento e propicia a possibilidade de solucionar os problemas com melhor facilidade.

De acordo com a variável Poder, onde (M) é de 3,69 e (DP) 1,18, onde cerca de 60% concordam com as características apresentadas como medidores de atitudes empreendedoras em que são utilizadas no ambiente empreendedor, de forma que estas respostas fazem jus com o que diz Dornelas (2016), da Silva (2014) e Cruz (2005), sobre a importância das atitudes empreendedoras no ambiente de negócio, onde é entendido que a rede de contatos traz uma base para o empreendedor durante sua trajetória na empresa estabelecida, dando-lhe suporte para as tomadas de decisões e alcance dos objetivos traçados, também, a autoconfiança e competência desse empreendedor como importantíssimo para conseguir atingir o sucesso no seu empreendimento, em que se faz necessário conhecer bem o ambiente em que está estabelecido e as variáveis que envolvem a sua empresa, para as devidas tomadas de decisões necessárias, e, não obstante, a característica de liderança, para que se possível harmonizar a equipe no objetivo proposto e persuadir de forma a influenciar positivamente, motivando de forma a injetar ânimo para que se superem os desafios.

Na variável Realização, onde (M) é 3,89 e (DP) 1,07, em que cerca de 70% dos respondentes concordam em estarem utilizando as características de realização em seu dia a dia empreendedor e consentindo com o que diz da Silva (2014) onde para se realizar o objetivo do negocio empreendedor é preciso estar antenado em relação as oportunidades que aparecerem é estar pronto para elas, e nisso, se for benéfico, assumir os riscos de maneira calculada, se comprometendo de forma a entender as necessidades dos seus clientes e para que não perca o foco da visão do empreendimento, sendo assim, persistindo em superar os desafios encontrados proporcionará ao gestor uma visão autocrítica se é capaz e competente o bastante para continuar a desenvolver o negocio, pois é sabido que é importante que o empreendedor assuma as responsabilidades do negócio, onde as iniciativas devem partir do próprio gestor, seja ela desde as pequenas atividades do negocio até as grandes realizações dos projetos estabelecidos.

6 CONCLUSÃO

O objetivo desse estudo é descrever as atitudes empreendedoras dos gestores/proprietários das micro e pequenas empresas de Aracruz, este trabalho ainda teve como objetivos específicos: (a) descrever empreendedorismo; (b) descrever as atitudes empreendedoras.

Para alcançar este objetivo foi realizada uma pesquisa com 53 gestores/proprietários das micro e pequenas empresas de Aracruz, pesquisa esta aplicada de empresa em empresa, por conveniência, através da disponibilidade de cada gestor.

Este estudo se limita, em função desta pesquisa ter como característica apenas descrever as atitudes empreendedoras, ou seja, apenas demonstrar os dados dos respondentes e compará-los com a literatura. Outra limitação deste estudo pode estar em variáveis que possivelmente podem não estar contempladas, dificultando uma análise mais completa. Por fim, foram utilizados métodos de amostragem não probabilística (generalistas e por conveniência), com isso, os resultados não podem ser generalizados para toda a população da pesquisa.

Diante dos dados descritos temos como resultados deste estudo que as atitudes empreendedoras estão presentes no cotidiano das micro e pequenas empresas, mesmo que seja umas de maior ou menor grau, a exemplo disso, a Inovação e Planejamento, em maior nível de presença nas empresas, e as variáveis Poder e Realização em menor nível de presença nas organizações.

Como sugestão deste estudo, sugere-se que as micro e pequenas empresas busquem ainda mais o conhecimento pessoal e profissional, e também do negócio que atua, buscando parcerias técnicas e especializadas no município que podem dar suporte a estas micro e pequenas empresas e assim melhorar e contribuir para mais e melhores atitudes empreendedoras no ambiente de negocio e o governo contribuir com políticas publicam capazes de ajudar as empresas a se estruturarem e desenvolverem ainda mais. Podendo também este estudo servir de base para pesquisas cientificas futuras utilizando os dados desta pesquisa e assim contribuir para a multiplicação do conhecimento em relação as atitudes empreendedoras dos gestores das micro e pequenas empresas do município de Aracruz.

REFERÊNCIAS

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015. Disponível em : <https://www.google.com.br/search?q=empreendedorismo+pdf&oq=empreendedorismo+p&gs_l=psyab.3.0.0l4.299291.309459.0.311236.24.13.10.0.0.0.280.1332.0j7j2.9.....0...1.1.64.psy-ab..5.19.1384...0i67k1j0i131k1.0xaI8QJMM3cM>. Acessado em: 23 de set. 2017.

BUENO, Ana Maria; LEITE, Magda LG; PILATTI, Luiz Alberto. Empreendedorismo e comportamento empreendedor: como transformar gestores em profissionais empreendedores. XXIV Encontro nacional de Engenharia da produção. Florianópolis, SC, Brasil, v. 3, 2004.
Disponível em: <www.pg.utfpr.edu.br/ppgep/Ebook/ARTIGOS/14.pdf>. Acessado em: 16 de out. 2017.

RAMLOW CAMPELLI, Magali Geovana et al. Empreendedorismo no Brasil: situação e tendências. **Revista de Ciências da Administração**, v. 13, n. 29, 2011. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=CAMPELLI%2C+M.+G.+R.%3B+Filho%2C+N.+C.%3B+Barbejat%2C+M.+E.+R.+P.%3B+Moritz%2C+G.+de+O.%3B+Empreendedorismo+no+Brasil%3A+situa%C3%A7%C3%A3o+e+tend%C3%AAncias.+Revista+de+Ci%C3%AAncias+da+Administra%C3%A7%C3%A3o%2C+jan%2Fabr+2011.&btnG=>. Acessado em: 16 de out. 2017.

CAMPOS, Nédson Antônio; DUARTE, Francisco José da Castro Moura. A dimensão social da atividade empreendedora. Cadernos de Psicologia Social do Trabalho, v. 16, n. SPE, p. 13-23, 2013. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=CAMPOS%2C+N%C3%A9dson%2C+A.%3B+DuarteII%2C+Francisco+Jos%C3%A9+de+C.+CAMPOS%2C+N%C3%A9dson+Ant%C3%B4nio%3B+DUARTE%2C+Francisco+Jos%C3%A9+da+Castro+Moura.+A+dimens%C3%A3o+social+da+atividade+empreendedora.+Cadernos+de+Psicologia+Social+do+Trabalho%2C+v.+16%2C+n.+SPE%2C+p.+13-23%2C+2013.+++++++++++++++&btnG=>.Acessado em: 23 de set. 2017.

CEZARINO, Luciana O.; CAMPOMAR, Marcos Cortez. Micro e pequenas empresas: características estruturais e gerenciais. **Revista Hispeci & Lema**, v. 9, p. 10-12, 2006. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=CEZARINO%2C+Luciana+O.+Campomar%2C+M.+C.+Micro+e+pequenas+empresas%3A+caracter%C3%ADsticas+estruturais+e+gerenciais.+S%C3%A3o+Paulo.+Faculdade+de+Administra%C3%A7%C3%A3o%2C+Economia+e+Contabilidade+da+Universidade+de+S%C3%A3o+Paulo+%28FEA%2FUSP%29+e+Faculdades+Integradas+FAFIBE+Faculdade+de+Administra%C3%A7%C3%A3o%2C+Economia+e+Contabilidade+da+Universidade+de+S%C3%A3o+Paulo+%28FEA%2FUSP%29.+S%C3%A3o+Paulo.+Brasil%2C+2004+++++++&btnG=>. Acessado em 30 de out. 2017.

COSTA, Alexandre Marino; CERICATO, Domingo; MELO, A. Pedro. Empreendedorismo corporativo: uma nova estratégia para a inovação em organizações contemporâneas. **Revista de Negócios**, v. 12, n. 4, p. 32-43, 2007. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=Costa+Alexandre+M.+Cericato%2C+Domingo.++Melo%2C+Pedro+Ant%C3%B4nio+de.+Empreendedorismo+corporativo%3A+uma+nova+estrat%C3%A9gia+para+a+inova%C3%A7%C3%A3o+em+organiza%C3%A7%C3%B5es+contempor%C3%A2neas.+Blumenau.+Revista+de+Neg%C3%B3cios%2C+Blumenau%2C+outubro%2Fdezembro+2007&btnG=>.Acessado em: 27 de set. 2017.

CUNHA, Roberto de Araújo Nascimento. A universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2004. Disponível em : <https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=CUNHA%2C+R.+A.+N.+A+universidade+na+forma%C3%A7%C3%A3o+de+empreendedores%3A+a+percep%C3%A7%C3%A3o+pr%C3%A1tica+dos+alunos+de+gradua%C3%A7%C3%A3o.+Anais+do+Encontro+Nacional+da+Associa%C3%A7%C3%A3o+Nacional+de+P%C3%B3s-Gradua%C3%A7%C3%A3o+e+Pesquisa+em+Administra%C3%A7%C3%A3o%2C+Curitiba%2C+PR%2C+Brasil%2C+28.+2004&btnG=>. Acessado em: 23 de set. 2017.

CRUZ, Carlos Fernandes et al. Os motivos que dificultam a ação empreendedora conforme o ciclo de vida das organizações: um estudo de caso: Pramp's lanchonete. 2005. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=CRUZ%2C+Carlos+F.+Os+motivos+que+dificultam+a+a%C3%A7%C3%A3o+empreendedora+conforme+o+ciclo+de+vida+das+organiza%C3%A7%C3%B5es.+Um+estudo+de+caso%3A+Pramp%E2%80%99s+Lanchonete.+Florian%C3%B3polis.+Universidade+Federal+de+Santa+Catarina+Programa+de+P%C3%B3s-Gradua%C3%A7%C3%A3o+em+Engenharia+de+Produ%C3%A7%C3%A3o%2C+2005.&btnG=>.Acessado em: 23 de set. 2017.

CUSTÓDIO, Telma Padilha; TÓFOLI, Eduardo Teraoka; NOGUEIRA, Ana Beatriz. Empreendedorismo: um Estudo sobre a Importância do Empreendedorismo como Estratégia de Negócios na Empresa Fênix Locações e Eventos. **Revista RAC, Curitiba**, v. 15, n. 2, p. 179-197, 2011. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=CUST%C3%93DIO%2C+Telma+P.+A+import%C3%A2ncia+do+empreendedorismo+como+estrat%C3%A9gia+de+neg%C3%B3cio.++Lins+%E2%80%93+SP.+F%C3%AAnix+Loca%C3%A7%C3%B5es+e+Eventos%2C+UNISALESIANO+Centro+Universit%C3%A1rio+Cat%C3%B3lico+Salesiano+Auxilium+Curso+de+Administra%C3%A7%C3%A3o%2C+2011&btnG=>.Acessado em: 23 de set. 2017.

DOLABELA, Fernando. Oficina do Empreendedor, Cultura Editores Associados. São Paulo, 1999. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=DOLABELA%2C+Fernando.+Oficina+do+Empreendedor.+S%C3%A3o+Paulo%3A+Cultura+Editores+Associados%2C+1999.&btnG=>.27 de set. 2017.

CARNEIRO ZEN, AURORA; FRACASSO, EDI. Quem é o empreendedor? As implicações de três revoluções tecnológicas na construção do termo empreendedor. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 8, 2008. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=FRACASSO%2C+Edi+M.+Zen%2C+Aurora+C.+Quem+%C3%A9+o+empreendedor%3F+As+implica%C3%A7%C3%B5es+de+tr%C3%AAs+revolu%C3%A7%C3%B5es+tecnol%C3%B3gicas+na+constru%C3%A7%C3%A3o+do+termo+empreendedor+2008.+Revista+de+administra%C3%A7%C3%A3o-+RAM+%E2%80%93+universidade+presbiteriana+Mackenzie.+Mackenzie%2C+nov.%2Fdez.+2008&btnG=>.Acessado em: 30 de set. 2017.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999. Disponível em: https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=FILION+Louis+J.+Empreendedorismo%3A+empreendedores+e+propriet%C3%A1rios-gerentes+de+pequenos+neg%C3%B3cios.++S%C3%A3o+Paulo.+Revista+de+administra%C3%A7%C3%A3o+de+S%C3%A3o+Paulo%2C1999.&btnG=>. Acessado em: 30 de set. 2017.

GIOVANELA, Adriana et al. As características da disciplina de empreendedorismo em Instituições de Ensino Superior (IES) do Estado de Santa Catarina. Revista Gestão Universitária na América Latina-GUAL, v. 3, n. 1, 2010. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo. oa?id=319327508007>. Acessado em: 23 de set. 2017.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo, 2016. Disponível em: <www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/pesquisa-gem-e, 5ed713074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD.> Acessado em: 23 de set. 2017.

GRAPEGGIA, Mariana et al. Fatores condicionantes de sucesso e/ou mortalidade de micro e pequenas empresas em Santa Catarina. Production, v. 21, n. 3, p. 444-455, 2011.
Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/prod/v21n3/AOP_200903046>. Acessado em 30 de out. 2017.

LOPES JR, Sueiro et al. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas. Construção de um instrumento de medida. REAd-Revista Eletrônica de Administração, v. 11, n. 6, 2005. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=JUNIOR%2C+Gumersindo+S.+Lopes%3B+SOUZA%2C+Eda+Castro+L.+de%2C.+Atitude+empreendedora+em+propriet%C3%A1rios-gerentes+de+pequenas+empresas%3A+Constru%C3%A7%C3%A3o+de+um+instrumento+de+medida.+Bras%C3%ADlia%2FDF.+Universidade+de+Bras%C3%ADlia.+Programa+de+P%C3%B3s-Gradua%C3%A7%C3%A3o+em+Administra%C3%A7%C3%A3o%2C+Bras%C3%ADlia%2FDF+Brasil%2C+2005&btnG=>. Acessado em: 23 de set. 2017.

HAIR, Joseph et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Bookman Companhia. Ed, 2007.

MAI, Antonio Fernando. O Perfil do Empreendedor versus a Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas Comerciais do Município de Aracruz–ES. Vitória: Dissertação–Mestrado. FUCAPE, 2006.
Disponível em: < https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=MAI+A.+F.+-+O+perfil+do+empreendedor+versus+a+mortalidade+das+micro+e+pequenas+empresas+comerciais+do+munic%C3%ADpio+de+Aracruz%2FES&btnG=>. Acessado em 23 de set.2017.

MACHADO, Hilka Pelizza Vier; NASSIF, Vânia Maria Jorge. Réplica-Empreendedores: Reflexões sobre Concepções Históricas e Contemporâneas. RAC. Revista de Administração Contemporânea, p. 892-899, 2014.
Disponível em: www.scielo.br/pdf/rac/v18n6/1982-7849-rac-18-6-0892.pdf. Acessado em: 30 de set. 2017

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de Marketing uma Orientação Aplicada.** Artmed Editora S.A., pág. 221 e 222. Porto Alegre, 2012.

MUNIZ, Christine Naome Saito. Atitude empreendedora e suas dimensões: um estudo em micro e pequenas empresas. 2010. Tese de Doutorado. Dissertação apresentada ao Programa de pósgraduação em Administração da Universidade de Brasília.
Disponível em:
<www.inei.org.br/inovateca/dissertacoes/atitude_empreendedora_e_suas_dimensoes_. pdf>. Acessado em 12 set. 2017.

NEVES R. A. Estudo sobre a Teoria Comportamental Empreendedor. 2007.
Disponível em:www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasildestaque15,01e9f925817b3410VgnVCM2000003c74010aRCRD. Acessado em: 23 de set. 2017.

PARDINI, Daniel Jardim; SANTOS, Renata Veloso. Empreendedorismo e interdisciplinaridade: uma proposta metodológica no ensino de graduação. Revista de Administração FEAD, v. 5, n. 1/2, 2010.
Disponível em:
<https://scholar.google.com.br/scholar?q=artigo+cientifico+sobre+empreendedorismo&hl=ptBR&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart&sa=X&ved=0ahUKEwiQ6ZTvm7zWAhWIx5AKHRodC48QgQMIJDAA>. Acessado em: 23 de set. 2017.

NEVES, Joana. P. Empreendedorismo feminino no Ensino Superior. 2016. Tese de Doutorado.
Disponível
em:<Pereirahttp://recipp.ipp.pt/bitstream/10400.22/8431/1/TESE%20FINAL%20junho.pdf>. Acessado em: 25 de set. 2017.

RODRIGUES, Raquel P. P. O pequeno empreendedor brasileiro no século xxi. Seropédica. Rio de Janeiro, Brasil, 2011.
Disponível em:
<file:///C:/Users/aluno.CAMPUS1/Downloads/VERS%C3%83O%20FINAL_TCC_RAQUEL_PRISCILA_PAES_RODRIGUES_UFRRJ_O_PEQUENO_EMPREENDEDOR_BRASILEIRO_NO_SECULO_XXI[1].pdf>. Acessado em 27 de set. 2017

SAES, Danillo Xavier; PITA, Fábio Henrique Soares. Empreendedorismo no ensino superior: uma abordagem teórica. Maringá Management, v. 4, n. 2, 2009.
Disponível em: <http://www.maringamanagement.com.br/novo/index.php/ojs/article/viewFile/84/47>. Acessado em: 25 de set. 2017

MICRO, SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS. Participação das micro e pequenas empresas na economia brasileira (Relatório Executivo). Brasília: Sebrae, 2015.
Disponível em:
<www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/participacao-d, a18951c416e0c410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acessado em: 23 de set. 2017>.

SILVA, Anna Carolina Aguiar da. Perfil empreendedor: as principais características e os tipos de um empreendedor de sucesso. 2014.
Disponível em:
<https://br.search.yahoo.com/yhs/search?hspart=visicom&hsimp=yhs-weathernow&p=.+Perfil+empreendedor%3A+as+principais+caracter%C3%ADsticas+e+os+tipos+de+um+empreendedor+de+sucesso&type=159_BR_br>. Acessado em 09 de out. 2017.

APÊNDICE

APÊNDICE I – QUESTIONÁRIO

FATORES	**Discordo totalmente**	**Discordo**	**Indiferente**	**Concordo**	**Concordo totalmente**
Sempre crio novas rotinas, objetivando a melhoria do desempenho do meu negócio.					
Sempre implemento novas ideias com o objetivo de melhorar a qualidade do meu negócio.					
Sempre desenvolvo ideias novas para a solução de problemas.					
Sempre busco informações sobre meu ramo de negócio em diferentes fontes					
Sempre traço metas claras para o futuro de meu negócio.					
Sempre planejo as atividades do meu negócio subdividindo tarefas de grande porte em subtarefas.					
Sempre utilizo contatos pessoais para atingir meus objetivos.					
Sempre confio na minha competência como fonte do sucesso do meu negócio.					
Sempre assumo a responsabilidade pela resolução de problemas que possam prejudicar o desempenho do meu negócio.					
Sempre utilizo estratégias calculadas para influenciar pessoas.					
Sempre assumo riscos para expandir meu negócio.					
Sempre exploro novas oportunidades de negócio.					
Sempre me responsabilizo pela conclusão dos trabalhos nos prazos estipulados.					
Sempre me junto aos empregados nas tarefas para cumprir os prazos.					
Sempre faço sacrifícios pessoais para concluir tarefas.					

2. Idade _____

3. Gênero.
( ) Feminino
( ) Masculino

4. Estado Civil.
( ) Solteiro
( )Casado/ União Estável
( )Separado
( ) Divorciado
( )Viúvo

5. Renda Familiar.
( ) Até 3 Salários Mínimos
( ) De 3 a 10 Salários Mínimos
( )De 10 a 20 Salários Mínimos
( ) Acima de 20 Salários Mínimos

6. Escolaridade.
( ) Ensino Fundamental
( )Ensino Médio
( ) Ensino Superior
( ) Especialização
( )Mestrado
( )Doutorado
( ) Pós Doutorado