



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ASUNCIÓN – UAA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ESTUDO DO PERFIL EMPREENDEDOR DOS ADMINISTRADORES
DO ESTADO DO TOCANTINS - BRASIL**

Iranilson Ferreira Mota

Asunción, Paraguay

2019

Iranilson Ferreira Mota

**ESTUDO DO PERFIL EMPREENDEDOR DOS ADMINISTRADORES
DO ESTADO DO TOCANTINS - BRASIL**

Tese apresentada à UAA como requisito para obtenção do Mestrado em Administração de
Empresas

Tutor: Prof. Dr. James Luiz Venturi

Asunción, Paraguay

2019

Mota, Iranilson Ferreira

Estudo do Perfil Empreendedor dos Administradores do Estado do Tocantins – Brasil.

Asunción (Paraguay) Universidad Autónoma de Asunción, 2019

Orientador: Dr. James Luiz Venturi

Tese de Mestre em Administração de Empresas. 111 p.

Lista de Referências: p.88

Áreas: 1. Atitude Empreendedora 2. Empreendedorismo 2. Empreendedor. 4. Administrador.

Iranilson Ferreira Mota

**ESTUDO DO PERFIL EMPREENDEDOR DOS ADMINISTRADORES DO
ESTADO DO TOCANTINS - BRASIL**

Esta tese foi avaliada e aprovada para obtenção do Mestrado em Administração de
Empresas pela Universidad Autónoma de Assunción – UAA.

.



Dedico este trabalho aos meus Pais que de forma simples e humilde sempre incentivaram a continuação dos meus estudos.

A minha querida esposa por acreditar nesse e no nosso projeto de vida.

Aos meus filhos por entenderem as ausências com as viagens.

Ao meu orientador Prof. Dr James Luiz Venturi pela harmonia e profissionalismo na orientação deste trabalho.

Ao meu Amigo Adm. Hudson Cleyton Vieira da Silva pela parceria na busca do conhecimento.

A Universidad Autónoma de Asunción – UAA e ao Paraguay pelo acolhimento de mais um Brasileiro na busca de formação continuada.

Ser um empreendedor é executar os sonhos, mesmo que haja riscos. É enfrentar os problemas, mesmo não tendo forças. É caminhar por lugares desconhecidos, mesmo sem bússola. É tomar atitudes que ninguém tomou. É ter consciência de que quem vence sem obstáculos triunfa sem glória. É não esperar uma herança, mas construir uma história.

(Augusto Cury, 2010)

SUMÁRIO

Lista de tabelas	ix
Lista de figuras	x
Lista de quadros	xi
Lista de gráficos	xiii
Lista de siglas	xv
Resumen	xvi
Resumo	xvi
INTRODUÇÃO	1
1. EMPREENDEDORISMO	2
1.1 Origem e evolução do termo empreendedorismo	2
1.2 Empreendedorismo no Brasil	5
1.3 Empreendedorismo no Mundo	10
2. EMPREENDEDOR	13
2.1. Definição de empreendedor	13
2.2. Características comportamentais empreendedoras	16
2.2.1. Realização	17
2.2.2. Planejamento	18
2.2.3. Poder	18
2.2.4. Inovação	19
2.3. O perfil empreendedor	21
2.4. Tipos de empreendedores	22
2.5. Atitude empreendedora	26
3. OBJETO DO ESTUDO	29
3.1. História da administração no Brasil	29
3.2. Legislação de criação da profissão da administração	30
3.3. O Conselho Regional de Administração do Tocantins – CRA/TO	31
3.4. Competências e habilidades conforme o Ministério da Educação – MEC	31
4. MÉTODO	33
4.1. Objetivos da pesquisa	33
4.1.1 Objetivo Geral	33
4.1.2 Objetivos Específicos	33
4.2. Caracterização do Estudo	33

4.3. População e amostra.....	34
4.4. Instrumento	34
4.5. Coleta e análise de dados	34
5. RESULTADOS E DISCUSSÃO	36
1.1 Análise descritiva da escala	40
1.1.1 Análise dos resultados da pesquisa segmentada por dimensão	42
5.1.1.1 Realização.....	43
5.1.1.2 Planejamento.....	53
5.1.1.3 Poder	67
5.1.1.4 Inovação.....	76
5.1.2.1 Análise Geral	85
6.CONCLUSÃO	86
REFERENCIAS	89
ANEXOS.....	94

Lista de tabelas

TABELA Nº 1: Taxas e estimativas de empreendedorismo dos empreendimentos - Brasil - 2016 ..	7
TABELA Nº 2: Evolução da taxa de empreendedores iniciais (TEA) - Brasil - 2002:2016	9
TABELA Nº 3: Percentual dos empreendedores iniciais segundo o setor da atividade econômica	12

Lista de figuras

FIGURA Nº 1: Taxas de empreendedorismo no Brasil	8
FIGURA Nº 2: Taxas de empreendedorismo em estágio inicial dos países participantes do GEM ...	8
FIGURA Nº 3: Taxas de Empreendedores Estabelecidos dos países participantes do GEM	9
FIGURA Nº 4: Empreendedorismo no Mundo	11

Lista de quadros

QUADRO Nº 1: Classificação dos países participantes no GEM 2016 segundo as características de suas economias – 2016.....	7
QUADRO Nº 2: Diferentes acepções para o termo empreendedor em três momentos históricos... 15	15
QUADRO Nº 3: Descrição das Dimensões	17
QUADRO Nº 4: Matriz de características de empreendedor e empreendedorismo.....	20
QUADRO Nº 5: Definições de atitudes a partir de 1956.....	27
QUADRO Nº 6: Segmento de atuação dos respondentes	36
QUADRO Nº 7: Identificação do sexo dos respondentes	37
QUADRO Nº 8: Identificação da escolaridade dos respondentes.....	38
QUADRO Nº 9: Tempo de profissão dos respondentes	39
QUADRO Nº 10: Análise descritiva da Escala.....	42
QUADRO Nº 11: Respostas da questão nº 02 – Realização.....	44
QUADRO Nº 12: Respostas da questão nº 04 – Realização.....	45
QUADRO Nº 13: Respostas da questão nº 08 – Realização.....	46
QUADRO Nº 14: Respostas da questão nº 13 - Realização.....	47
QUADRO Nº 15: Respostas da questão nº 17 – Realização.....	48
QUADRO Nº 16: Respostas da questão nº 18 – Realização.....	49
QUADRO Nº 17: Respostas da questão nº 20 – Realização.....	50
QUADRO Nº 18: Respostas da questão nº 27 – Realização.....	51
QUADRO Nº 19: Respostas da questão nº 30 – Realização.....	52
QUADRO Nº 20: Respostas da questão nº 03 – Planejamento.....	54
QUADRO Nº 21: Respostas da questão nº 05 – Planejamento.....	55
QUADRO Nº 22: Respostas da questão nº 06 – Planejamento.....	56
QUADRO Nº 23: Respostas da questão nº09 – Planejamento.....	57

QUADRO Nº 24: Respostas da questão nº 12 – Planejamento.....	58
QUADRO Nº 25: Respostas da questão nº 15 – Planejamento.....	59
QUADRO Nº 26: Respostas da questão nº 16 – Planejamento.....	60
QUADRO Nº 27: Respostas da questão nº 19 – Planejamento.....	61
QUADRO Nº 28: Respostas da questão nº 22 – Planejamento.....	62
QUADRO Nº 29: Respostas da questão nº 29 – Planejamento.....	63
QUADRO Nº 30: Respostas da questão nº 32 – Planejamento.....	64
QUADRO Nº 31: Respostas da questão nº 33 – Planejamento.....	65
QUADRO Nº 32: Respostas da questão nº 34 – Planejamento.....	67
QUADRO Nº 33: Respostas da questão nº 07 – Poder	69
QUADRO Nº 34: Respostas da questão nº 10 – Poder	70
QUADRO Nº 35: Respostas da questão nº 14 – Poder	71
QUADRO Nº 36: Respostas da questão nº24 – Poder	72
QUADRO Nº 37: Resposta da questão nº 25 – Poder.....	73
QUADRO Nº 38: Respostas da questão nº 26– Poder	74
QUADRO Nº 39: Respostas da questão nº 35– Poder	75
QUADRO Nº 40: Respostas da questão nº 36– Poder	76
QUADRO Nº 41: Respostas da questão nº 01– Inovação.....	77
QUADRO Nº 42: Respostas da questão nº 11– Inovação.....	79
QUADRO Nº 43: Respostas da questão nº 21– Inovação.....	80
QUADRO Nº 44: Respostas da questão nº 23– Inovação.....	81
QUADRO Nº 45: Respostas da questão nº 28– Inovação.....	82
QUADRO Nº 46: Respostas da questão nº 31– Inovação.....	83
QUADRO Nº 47: Comportamento das dimensões	84
QUADRO Nº 48: Análise geral	85

Lista de gráficos

GRÁFICO Nº 1: Segmento de atuação dos respondentes.....	36
GRÁFICO Nº 2: Identificação do sexo dos respondentes.....	37
GRÁFICO Nº 3: Identificação da escolaridade dos respondentes	38
GRÁFICO Nº 4: Tempo de profissão dos respondentes	39
GRÁFICO Nº 5: Representação dos índices quantitativos da questão nº 02 – Realização.....	44
GRÁFICO Nº 6: Representação dos índices quantitativos da questão nº 04 – Realização.....	45
GRÁFICO Nº 7: Representação dos índices quantitativos da questão nº 08 – Realização.....	46
GRÁFICO Nº 8: Representação dos índices quantitativos da questão nº 13 – Realização.....	47
GRÁFICO Nº 9: Representação dos índices quantitativos da questão nº 17 – Realização.....	48
GRÁFICO Nº 10: Representação dos índices quantitativos da questão nº 18 – Realização.....	49
GRÁFICO Nº 11: Representação dos índices quantitativos da questão nº 20 – Realização.....	50
GRÁFICO Nº 12: Representação dos índices quantitativos da questão nº 27 – Realização.....	51
GRÁFICO Nº 13: Representação dos índices quantitativos da questão nº 30 – Realização.....	52
GRÁFICO Nº 14: Representação dos índices quantitativos da questão nº 03 – Planejamento.....	54
GRÁFICO Nº 15: Representação dos índices quantitativos da questão nº 05 – Planejamento.....	55
GRÁFICO Nº 16: Representação dos índices quantitativos da questão nº 06 – Planejamento.....	56
GRÁFICO Nº 17: Representação dos índices quantitativos da questão nº 09 – Planejamento.....	58
GRÁFICO Nº 18: Representação dos índices quantitativos da questão nº 12 – Planejamento.....	59
GRÁFICO Nº 19: Representação dos índices quantitativos da questão nº 15 – Planejamento.....	60
GRÁFICO Nº 20: Representação dos índices quantitativos da questão nº 16 – Planejamento.....	61
GRÁFICO Nº 21: Representação dos índices quantitativos da questão nº 19 – Planejamento.....	62
GRÁFICO Nº 22: Representação dos índices quantitativos da questão nº 22 – Planejamento.....	63
GRÁFICO Nº 23: Representação dos índices quantitativos da questão nº 29 – Planejamento.....	64
GRÁFICO Nº 24: Representação dos índices quantitativos da questão nº 32 – Planejamento.....	65

GRÁFICO N° 25: Representação dos índices quantitativos da questão n° 33 – Planejamento.....	66
GRÁFICO N° 26: Representação dos índices quantitativos da questão n° 34 – Planejamento.....	67
GRÁFICO N° 27: Representação dos índices quantitativos da questão n° 07 – Poder	69
GRÁFICO N° 28: Representação dos índices quantitativos da questão n° 10 – Poder	70
GRÁFICO N° 29: Representação dos índices quantitativos da questão n° 14 – Poder	71
GRÁFICO N° 30: Representação dos índices quantitativos da questão n° 24 – Poder	72
GRÁFICO N° 31: Representação dos índices quantitativos da questão n° 25 – Poder	73
GRÁFICO N° 32: Representação dos índices quantitativos da questão n° 26 – Poder	74
GRÁFICO N° 33: Representação dos índices quantitativos da questão n° 35 – Poder	75
GRÁFICO N° 34: Representação dos índices quantitativos da questão n° 36 – Poder	76
GRÁFICO N° 35: Representação dos índices quantitativos da questão n° 01 – Inovação.....	78
GRÁFICO N° 36: Representação dos índices quantitativos da questão n° 11 – Inovação.....	79
GRÁFICO N° 37: Representação dos índices quantitativos da questão n° 21 – Inovação.....	80
GRÁFICO N° 38: Representação dos índices quantitativos da questão n° 23 – Inovação.....	81
GRÁFICO N° 39: Representação dos índices quantitativos da questão n° 28 – Inovação.....	82
GRÁFICO N° 40: Representação dos índices quantitativos da questão n° 31 – Inovação.....	83
GRÁFICO N° 41: Comportamento das dimensões	85

Lista de siglas

ABTA – Associação Brasileira de Técnicos de Administração

CRA/TO – Conselho Regional de Administração/Tocantins

CFA – Conselho Federal de Administração

DASP – Departamento Administrativo do Serviço Público

EASP – Escola de Administração de Empresas de São Paulo

FGV – Fundação Getúlio Vargas

GEM – Global Entrepreneurship Monitor

GERA – Global Entrepreneurship Research Association

IDORT – Instituto da Organização Regional do Trabalho

IMAE – Instrumento da Medida da Atitude Empreendedora

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SOFTEX – Sociedade Brasileira para Exportação de Software

TEA – Taxa de Empreendedorismo Inicial

TTE – Taxa Total de Empreendedores

Resumen

El presente estudio fue realizado en Tocantins, Brasil en el período de febrero a abril de 2018 junto a los Administradores del Tocantins. ¿Cuáles son las diferencias en las actitudes emprendedoras de los Administradores? El estudio tiene el objetivo de identificar la actitud emprendedora de los Administradores a través del Instrumento de la Medida de Actitud Emprendedora - IMAE analizando las dimensiones: realización, planificación, poder e innovación, y así medir la frecuencia de la actitud emprendedora y al final presentar los resultados obtenidos aplicación del instrumento IMAE. Caracterizado como una encuesta de campo se utilizó una muestra 249 Administradores en una población de 3.200 con resultados cuantitativos. El instrumento IMAE desarrollado por Sousa y Lopes Jr (2005) está compuesto por 36 preguntas distribuidas aleatorias en el cuestionario de la investigación. Después de los resultados fueron confirmadas las literaturas analizadas habiendo un alto grado en las actitudes emprendedoras de los Administradores, observadas diferencias en las dimensiones realización, planificación, poder e innovación, destacándose las dimensiones poder e innovación que obtuvieron resultados superiores a los demás. Los resultados de la investigación fueron relevantes para el investigador, para la comunidad académica y para el CRA/TO poder reformular sus políticas de gestión y atención en la mejora en la profesión del Administrador.

Palabras clave: actitud emprendedora, espíritu empresarial, emprendedor, administrador.

Resumo

O presente estudo foi realizado no Tocantins, Brasil no período de fevereiro a abril de 2018 junto aos Administradores do Tocantins. Quais as diferenças nas atitudes empreendedoras dos Administradores? O estudo tem o objetivo de identificar a atitude empreendedora dos Administradores através do Instrumento da Medida de Atitude Empreendedora – IMAE analisando as dimensões: realização, planejamento, poder e inovação, e assim medir a frequência da atitude empreendedora e ao final apresentar os resultados obtidos na aplicação do instrumento IMAE. Caracterizado como uma pesquisa de campo utilizou-se uma amostra 249 Administradores numa população de 3.200 com resultados quantitativos. O instrumento IMAE desenvolvido por Sousa e Lopes Jr (2005) é composto por 36 questões distribuídas aleatórias no questionário da pesquisa. Após os resultados foram confirmadas as literaturas analisadas havendo um grau elevado nas atitudes empreendedoras dos Administradores, observadas diferenças nas dimensões realização, planejamento, poder e inovação, destacando-se as dimensões poder e inovação que obtiveram resultados superiores aos demais. Os resultados da pesquisa foram relevantes para o pesquisador, para comunidade acadêmica e para o CRA/TO poder reformular suas políticas de gestão e atenção na melhoria na profissão do Administrador.

Palavras-chave: atitude empreendedora, empreendedorismo, empreendedor, administrador.

INTRODUÇÃO

A atitude empreendedora diz respeito a uma série de fatores que exalam no empreendedorismo, muitas pessoas têm atitude empreendedora sem necessariamente possuir um negócio, são determinadas, criativas, cheias de iniciativa, auto motivadas, com sede de aprender e empreender e disposta a qualquer coisa para realizar suas ideias e sonhos.

Os administradores são profissionais destemidos, que buscam crescer em suas profissões e dar o melhor em seus empregos ou suas empresas, precisam desenvolver competências e habilidades essenciais para crescer e ter sucesso.

Esta pesquisa vem responder a seguinte problemática: quais são as atitudes empreendedoras dos Administradores do Tocantins identificadas através do Instrumento da Medida da Atitude Empreendedora – IMAE?

Assim, a pesquisa tem por objetivos:

Objetivo Geral: Identificar a atitude empreendedora dos Administradores do Tocantins através do Instrumento da Medida da Atitude Empreendedora – IMAE,

Objetivos Específicos:

- Analisar os componentes do IMAE nas dimensões: realização, planejamento, poder e inovação junto aos Administradores;
- Medir a atitude empreendedora dos Administradores; e
- Apresentar os resultados obtidos na aplicação do IMAE.

Com base nas 4 dimensões da atitude empreendedora a serem analisadas, tais como Realização, Planejamento, Poder e Inovação, destacamos a seguinte hipótese para a pesquisa:

Que a dimensão Planejamento e Inovação obterão maior destaque dentre as demais dimensões ficando em primeiro e segundo lugar respectivamente devido os Administradores receberem essas atitudes de forma estratégica na sua formação acadêmica.

Caracterizamos o estudo como uma pesquisa de campo baseada na observação dos fatos tal como ocorrem na realidade e utilizou a técnica de Survey pois segundo Gunther (1999, p. 231). Foi caracterizado como uma pesquisa bibliográfica, pois realizou levantamento de diversas bibliografias para fundamentar o primeiro objetivo específico e ainda identificou outras publicações relacionadas ao tema para fundamentar a pesquisa, foi caracterizada também como uma pesquisa descritiva pois na concepção de Gil (1999). A

população considerada foi de 3.200 Administradores registrados no Conselho Regional de Administração do Tocantins – CRA/TO, sendo utilizada uma amostra de 249 Administradores. Adotamos o Instrumento de Medida de Atitude Empreendedora – IMAE desenvolvido por Souza e Lopez Jr (2005) para medir a atitude empreendedora no nível do indivíduo.

Assim, apresentamos neste trabalho os estudos a respeito do Empreendedorismo com a sua origem e evolução histórica bem como a sua evolução e crescimento no Brasil e o Mundo. Sobre o termo Empreendedor pesquisamos suas definições, características comportamentais empreendedoras, realização, planejamento, poder e inovação, perfil empreendedor, tipos de empreendedores e atitude empreendedora. Avançamos para o objetivo de estudo em seguida para o método e a discussão dos resultados.

1. EMPREENDEDORISMO

1.1 Origem e evolução do termo empreendedorismo

A origem do termo empreendedorismo está ligada ao desenvolvimento da palavra francesa “entrepreneur”, que data da Idade Média e referia-se à pessoa que detinha a

responsabilidade de coordenação de uma operação militar (VERIN, 1982 apud FILION, 1999).

Com relação a este tema, existem algumas divergências quando se trata da definição do termo, como afirma Filion (1999): “Na literatura sobre empreendedorismo há nível notável de confusão a respeito da definição do termo empreendedor” (p. 6).

Filion (1999) afirma:

Primeiramente é necessário avaliar a crença popular de que empreendedorismo surgiu só das ciências econômicas. Leitura atenta dos dois primeiros autores normalmente identificados como pioneiros no campo – Cantillon(1755) e Say(1803;1815;1816;1839) – revela que eles não estavam interessados somente em economia, mas também em empresas, criação de novas empreendimentos, desenvolvimento e gerenciamento de negócios. (p. 6).

Embora o termo fosse usado antes de Cantillon, Schumpeter apontou que ele foi o primeiro a oferecer clara concepção da função empreendedora como um todo. A palavra empreendedorismo foi utilizada pelo economista Joseph Schumpeter em 1950 como sendo, de forma resumida, uma pessoa com criatividade e capaz de fazer sucesso com inovações.

Mais tarde, em 1967 com Kenneth E. Knight e em 1970 com Peter Drucker foi introduzido o conceito de risco, uma pessoa empreendedora precisa arriscar em algum negócio. E em 1985 com Gifford Pinchot foi introduzido o conceito de Intra-empreendedor, uma pessoa empreendedora, mas dentro de uma organização.

A evolução do conceito do termo empreendedorismo foi dada ao longo de pesquisas. A partir do estudo do empreendedorismo pelos comportamentalistas, passa-se a analisar o comportamento do empreendedor.

Filion (1999), afirma:

...aos psicólogos, psicanalistas, sociólogos e outros especialistas do comportamento humano... Max Weber (1930). Ele identificou o sistema de valores como um elemento fundamental para a explicação do comportamento empreendedor. Via os empreendedores como inovadores, pessoas independentes cujo papel de liderança nos negócios inferia uma fonte de autoridade formal. (FILION, 1999, p.08).

O estudioso de empreendedorismo, Robert Hirsch, em seu livro *Empreendedorismo*, nos dá uma das definições mais aceitas hoje em dia. Segundo Hirsch (2009): “Empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal” (HIRSCH, 2009).

A história do empreendedorismo não é recente como parece. Apesar de o termo ter começado a ser usado há algumas décadas, pode-se dizer que o primeiro a ser definido como empreendedor foi Marco Polo, como afirma Dornelas (2016): “Um primeiro exemplo de definição de empreendedorismo pode ser creditado a Marco Polo, que tentou estabelecer uma rota comercial para o Oriente” (p. 20).

Dornelas (2016) diz:

Como empreendedor, Marco Polo assinou um contrato com um homem que possuía dinheiro (hoje, mais conhecido como capitalista) para vender as mercadorias deste. Enquanto o capitalista era alguém que assumia riscos de forma passiva, o aventureiro empreendedor assumia papel ativo, correndo todos os riscos físicos e emocionais. (p. 20).

Então começam a surgir novas abordagens acerca do conceito do termo empreendedorismo. Passa-se de uma definição restrita a investimento e criação de empresas para uma visão voltada ao comportamento humano, onde, empreendedor é uma pessoa criativa, que tem iniciativa, é capaz de estabelecer metas e atingir objetivos. A primeira definição apresentada pelos economistas prevalece até hoje, mas o termo comportamentalista passa a ganhar mais espaço na medida em que surgem pesquisas sobre o assunto.

Filion (1999), afirma:

O empreendedor é uma pessoa criativa (...) marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos (...) e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. (...) Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios (...) e a tomar decisões moderadamente arriscadas (...) que objetivaram a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor (...) Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões. (FILION, 1999, p.19).

Para Drucker (1974) empreendedorismo é: prática; visão de mercado; evolução, e diz ainda que o: “trabalho específico do empreendedorismo numa empresa de negócios é fazer os negócios de hoje serem capazes de fazer o futuro, transformando-se em um negócio diferente” (p. 25).

Drucker (1974), ainda completa: “Empreendedorismo não é nem ciência, nem arte. É uma prática” (p. 25).

O conceito de empreendedorismo adotado pelo modelo GEM Global Entrepreneurship Monitor, tem um escopo capaz de captar toda e qualquer atividade que tenha uma característica de esforço autônomo e que envolva a criação de uma base de recursos. Desta forma, pode-se verificar em que medida determinada população é ou não empreendedora. Para o modelo GEM, empreendedorismo é:

qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente. Em qualquer das situações a iniciativa pode ser de um indivíduo, grupos de indivíduos ou empresas já estabelecidas. (GEM, 2016, p.109)

1.2 Empreendedorismo no Brasil

Para os brasileiros, o termo empreendedorismo ainda é novo, somente se despontou no Brasil na década de 90, como afirma Dormelas (2016): “O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE e Sociedade Brasileira para Exportação de Software – SOFTEX foram criadas” (p. 7).

A principal pesquisa sobre empreendedorismo realizada no mundo é o Global Entrepreneurship Monitor (GEM), coordenado, no nível internacional, pelo Global Entrepreneurship Research Association (GERA). A pesquisa é realizada desde 1999, tendo já participado mais de 100 países.

A pesquisa é feita com indivíduos, entre 18 e 64 anos, e procura identificar as características dos que possuem algum tipo de negócio (ou estão fazendo algo para ter), seja um negócio formal ou informal.

A pesquisa classifica os países em três grupos cujas características são:

- Países impulsionados por fatores – são caracterizados pela predominância de atividades com forte dependência dos fatores trabalho e recursos naturais;
- Países impulsionados pela eficiência – são caracterizados pelo avanço da industrialização e ganhos em escala, com predominância de organizações intensivas em capital;
- Países impulsionados pela inovação – são caracterizados por empreendimentos intensivos em conhecimento e pela expansão e modernização do setor de serviços.

O Brasil integra o grupo de países impulsionados pela eficiência. Para chegar à seleção dos países que integram cada fator, foram utilizados critérios qualitativos baseados na existência de diferenças culturais e relevância mundial dos países. Além disso, os seguintes critérios orientaram a escolha dos países de referência: população acima de 50 milhões de habitantes; PIB com ordem de grandeza; e países localizados em diferentes continentes.

Assim, de acordo com o quadro abaixo, adaptado do relatório GEM 2016 Global Repor, do grupo de países impulsionados por fatores foram escolhidos Índia e Rússia. No grupo impulsionado pela eficiência estão, África do Sul, China e México. Estados Unidos e Alemanha estão como países de referência do grupo impulsionado pela inovação. Os países participantes do GEM e sua classificação estão apresentados no quadro abaixo.

Continente	Países impulsionados por fatores (6)	Países impulsionados pela eficiência (32)	Países impulsionados pela inovação (27)
África	Burkina Faso, Camarões	África do Sul, Egito, Marrocos	
Ásia & Oceania	Casaquistão, Índia, Irã	Arábia Saudita, China, Indonésia, Jordânia, Líbano, Malásia, Tailândia, Turquia	Austrália, Catar, Coreia, Emirados Árabes Unidos, Hong Kong, Israel, Taiwan
América Latina & Caribe		Argentina, Brasil , Chile, Colômbia, Equador,	

		Guatemala, México, Panama, Peru, Uruguai	
Europa	Rússia	Bulgária, Croácia, Eslováquia, Geórgia, Hungria, Letônia, Macedônia, Polônia	Alemanha, Áustria, Chipre, Eslovênia, Espanha, Estônia, França, Finlândia, Grécia, Holanda, Irlanda, Itália, Luxemburgo, Portugal, Reino Unido, Suécia, Suíça
América do Norte		Belize, El Salvador, Jamaica	Canadá, Estados Unidos, Porto Rico

QUADRO Nº 1: Classificação dos países participantes no GEM 2016 segundo as características de suas economias – 2016

Nota: Adaptado da classificação GEM 2016. Fonte: GEM Brasil 2016.

TABELA Nº 1:

Taxas¹ e estimativas² de empreendedorismo dos empreendimentos - Brasil - 2016

Estágio	Taxas	Estimativas
Iniciais	19,6	26.191.876
Nascentes	6,2	8.350.471
Novos	14,0	18.793.132
Estabelecidos	16,9	22.674.916
Total de empreendedores	36,0	48.239.058

Nota: Fonte: Adaptado da classificação GEM 2016. Fonte: GEM Brasil 2016.

¹Percentual da população de 18 a 64 anos.

²Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2016: 133,9 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2016)

Conforme a Tabela 1, a Taxa Total de Empreendedores (TTE) brasileiros apresentou valor de 36,0 % em 2016, número inferior à observada em 2015 (39,3%). Já a Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA), composta por empreendedores nascentes e novos, alcançou o valor de 19,6%, também inferior a 2015 (21,0%). A queda destes indicadores em 2016 está associada à crise da economia brasileira.

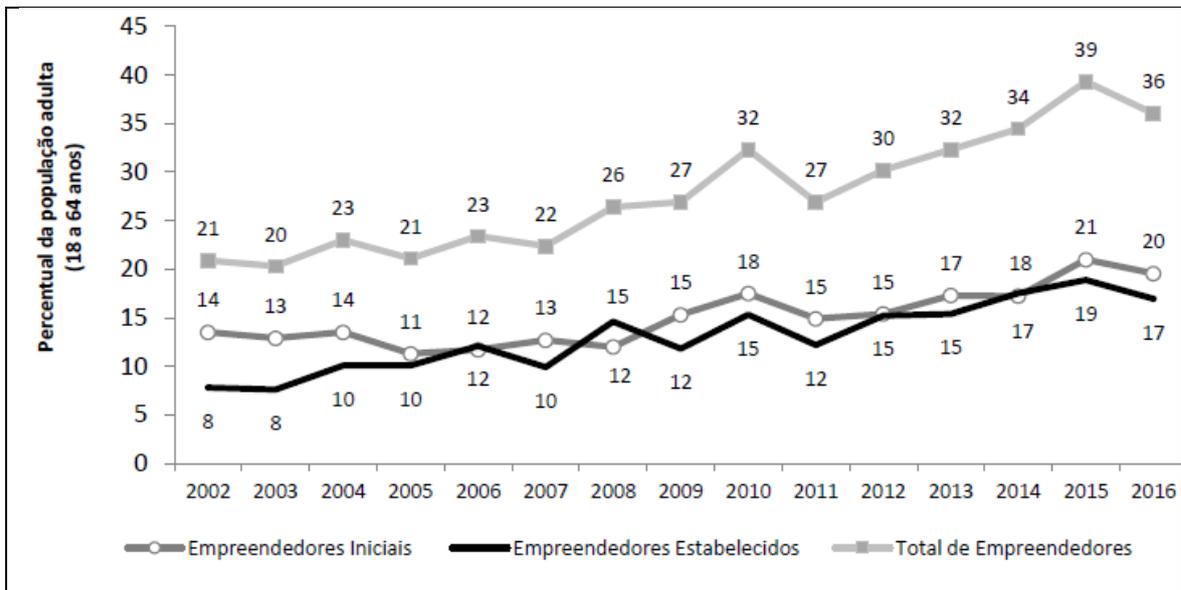


FIGURA Nº 1: Taxas de empreendedorismo no Brasil

Nota: Fonte - GEM Brasil 2016.

A Figura Nº 1 mostra que em 2016, o Brasil atingiu a segunda maior Taxa Total de Empreendedores de sua série histórica, com 36% da população adulta envolvida com a atividade empreendedora.

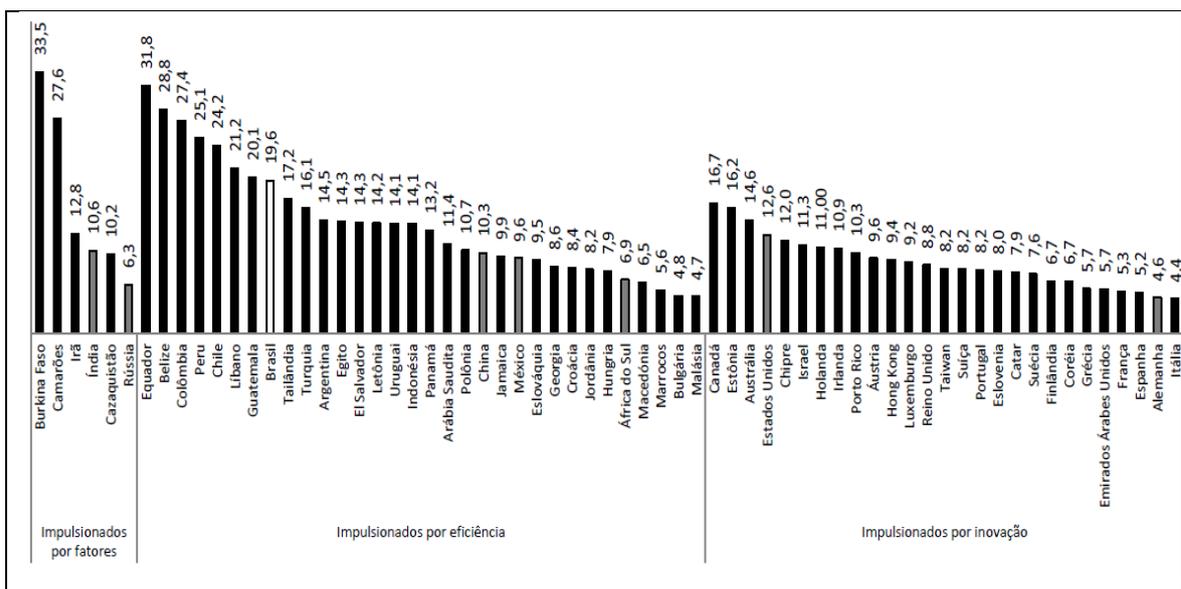


FIGURA Nº 2: Taxas de empreendedorismo em estágio inicial dos países participantes do GEM

Nota: Fonte - GEM Brasil 2016.

Em termos internacionais, a Taxa de empreendedorismo em estágio inicial do Brasil está na 8ª colocação no grupo dos 32 países “impulsionados por eficiência”. Apesar da queda das taxas brasileiras em 2016, o país subiu duas posições no ranking geral dos 65 países pesquisados (passou de 12º para 10º no ranking geral da TEA).

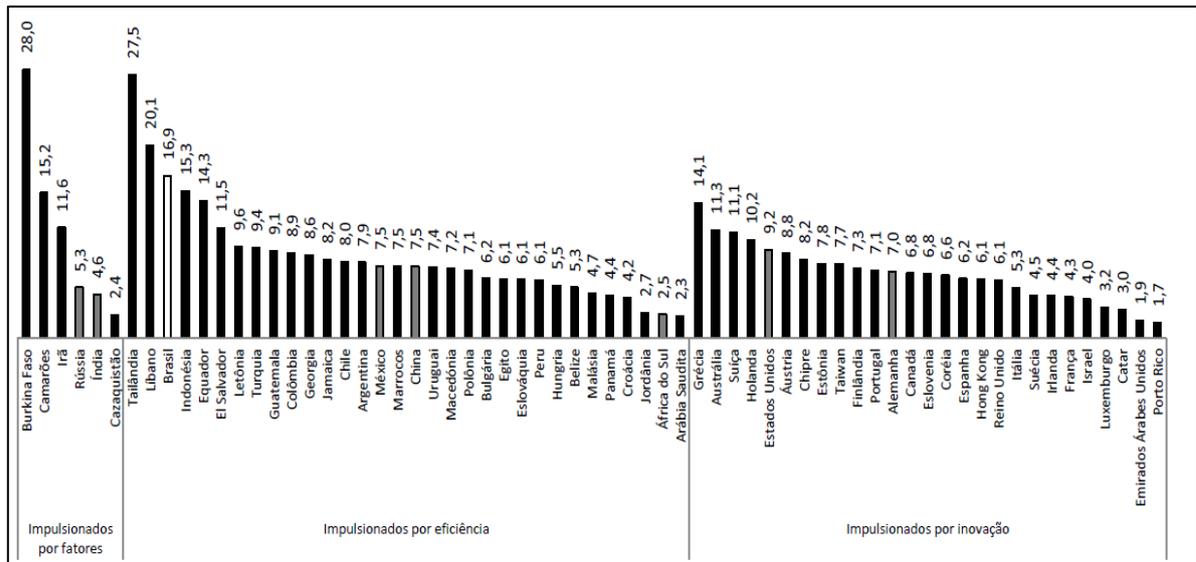


FIGURA Nº 3: Taxas de Empreendedores Estabelecidos dos países participantes do GEM

Nota: Fonte - GEM Brasil 2016.

Por outro lado, em termos de Taxa de Empreendedores Estabelecidos, o Brasil está na 3ª colocação no grupo dos 32 países “impulsionados por eficiência”, como mostra a Figura Nº 3.

TABELA Nº 2:

Evolução da taxa de empreendedores iniciais (TEA) - Brasil - 2002:2016.

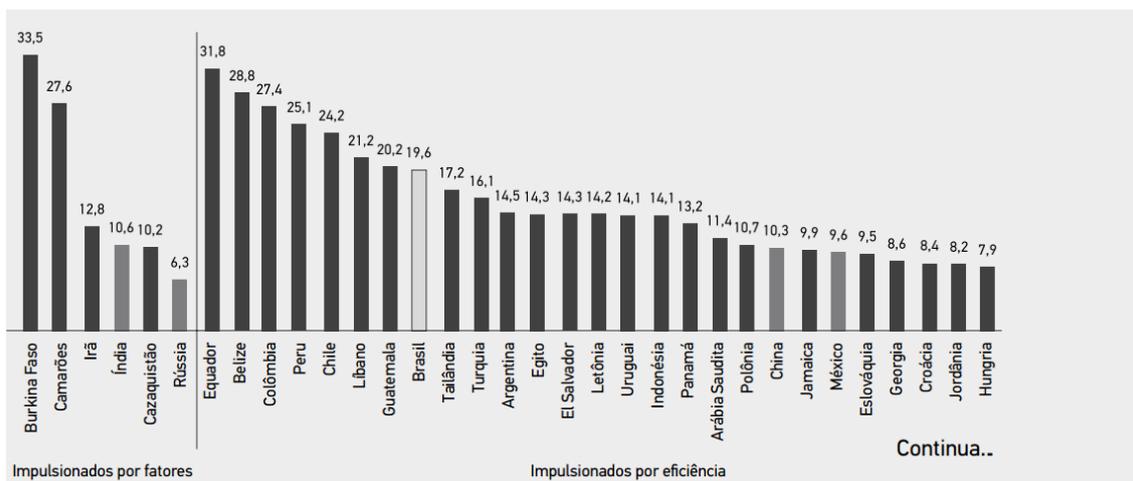
ANOS	TEA (%)
2002	13,5
2003	12,9
2004	13,5
2005	11,3
2006	11,7
2007	12,7
2008	12,0

2009	15,3
2010	17,5
2011	14,9
2012	15,4
2013	17,3
2014	17,2
2015	21,0
2016	19,6

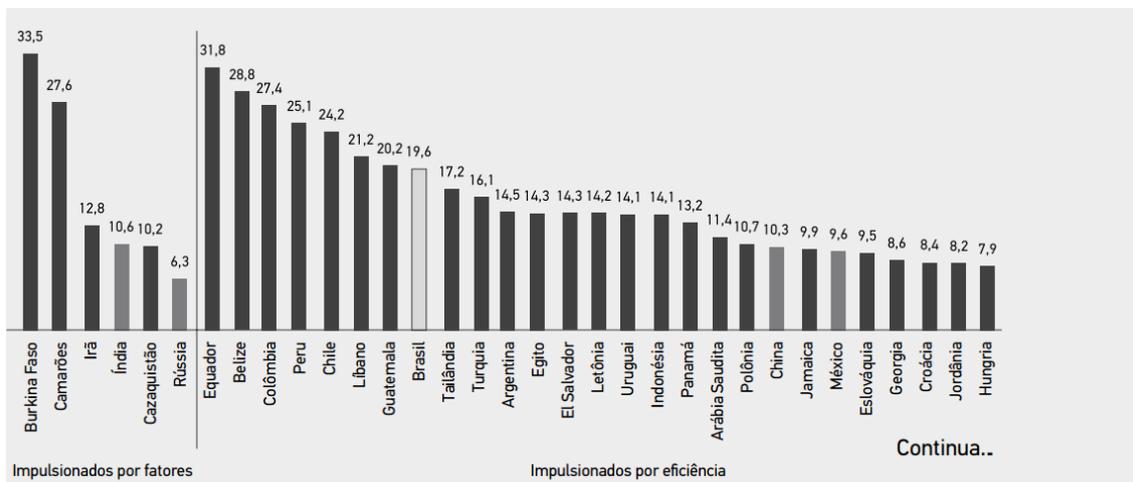
Nota: Nota-se que a taxa de empreendimentos iniciais no Brasil nos últimos anos vem crescendo. Apesar de a taxa cair em 2016 em relação ao ano anterior, analisando a tabela, percebe-se que o Brasil teve um crescimento médio de 15,05%. Fonte: Adaptado da classificação GEM 2016. Fonte: GEM Brasil 2016.

1.3 Empreendedorismo no Mundo

Para assinalarmos o empreendedorismo no mundo, iremos valer-se como base a Global Entrepreneurship Monitor (GEM), considerada um dos maiores estudos contínuos sobre a dinâmica empreendedora no mundo. Esse estudo começou como uma parceria entre a London Business School e o Babson College, sendo iniciado em 1999 com 10 países, e se expandiu com o passar dos anos, como afirma a Global Entrepreneurship Monitor (2016) no relatório de 2016 “Decorridos dezoito anos, o número de países participantes da pesquisa continua em ascensão, atingindo a marca de 65 países dos cinco continentes, que representam 70% da população e 83% do PIB mundial” (p. 17).



Continua..



Continua..

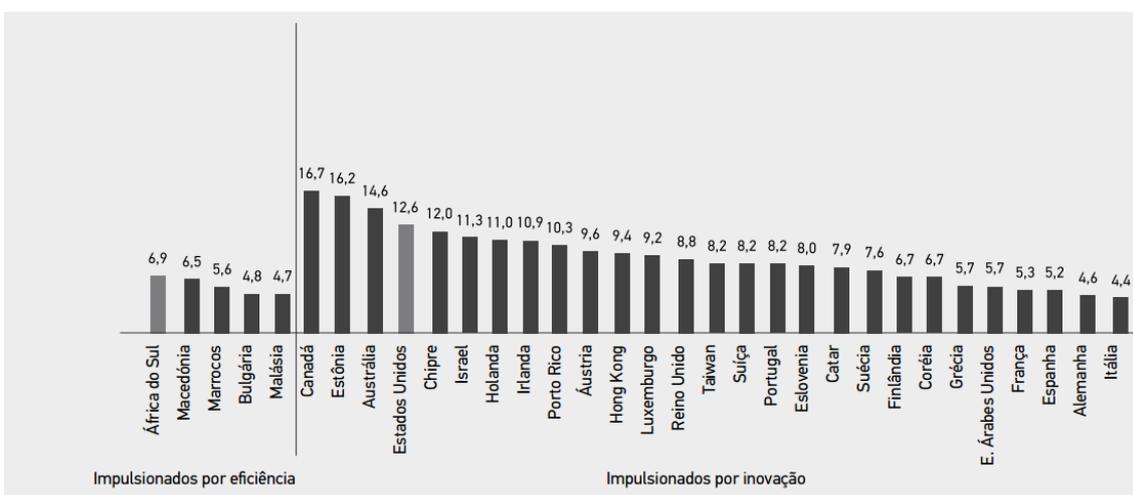


FIGURA Nº 4: Empreendedorismo no Mundo

Nota: Fonte - GEM Brasil 2016

TABELA Nº 3:

Percentual dos empreendedores iniciais segundo o setor da atividade econômica

País Selecionado	Setor extrativo	Indústria de transformação	Serviços orientados para o negócio	Serviços orientados para o consumidor	Total
Brasil	2,1	24,0	5,0	69,0	100,0
África do Sul	2,9	25,3	14,6	57,2	100,0
Alemanha	1,2	19,1	25,0	54,6	100,0
China	6,3	18,6	12,5	62,7	100,0
EUA	3,8	20,4	33,6	42,2	100,0
Índia	1,4	14,9	7,0	76,7	100,0
México	0,5	15,1	7,4	76,9	100,0
Rússia	5,7	37,4	8,5	48,4	100,0

Nota: Adaptado do Relatório GEM 2016 / países selecionados 2016. A pesquisa comprovou que o setor de serviços orientados para o consumidor foi o grupo que mais recebeu novos empreendimentos. Neste grupo destaca-se o Brasil (69%). Dos países que possuem as maiores proporções de serviços orientados para o consumidor, a Índia cresceu no ano de 2016 mais do que a China e o México e, segundo dados do Banco Mundial¹⁰, está entre os países em desenvolvimento que mais exportam produtos de alta tecnologia. Os valores relativos aos serviços orientados para os negócios mostram que, enquanto países como Alemanha e Estados Unidos apresentam proporções maiores do que 25%, o Brasil apresenta 5%, estando atrás da Índia, México e Rússia.

Fonte: GEM 2016.

2. EMPREENDEDOR

2.1. Definição de empreendedor

Existem muitas definições para o termo empreendedor, mas uma das mais antigas, e que talvez melhor reflita o espírito empreendedor, segundo Schumpeter (1949, apud DORNELAS, 2016), seja a de que: “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais” (p. 29).

Lenzi e Kiesel (2009), afirmam que: os empreendedores são aqueles que têm foco e uma alta energia para chegar aonde desejam. O grande desafio é chegar nesse estágio de foco definido e energia alta. (p. 11).

Hisrich, Peters e Shepherd (2014) afirmam que “O empreendedor segue o que acredita ser uma oportunidade. Como as oportunidades existem em (ou criam e/ou geram) um estado de forte incerteza, os empreendedores precisam utilizar seu discernimento para decidir se devem ou não agir” (p. 26).

Para Lenzi (2009):

O empreendedor está rodeado de informações convincentes e, ao mesmo tempo, reflexivas sobre o ambiente de mudança que permeia o mercado e as contingências a ele relacionadas. Esse fato aponta um cuidado muito grande que temos que ter em relação a qualquer contexto analisado antes de uma tomada de decisão mais consciente. (p.18).

Fonte: O Empreendedor de visão (2009)

Lenzi (2009), ainda completa dizendo: “A figura do empreendedor pode ser entendida, também, por meio de um conjunto de características que facilitam sua atuação e lhe dão uma diferenciação perante outros profissionais” (p.22).

Para Schumpeter (1949, apud PEDROSA, 2007), “o indivíduo empreendedor é caracterizado por expressões como possuidor de iniciativa, autoridade ou previsão, não sendo um ser humano inteiramente racional, voltado para o lucro, mas pessoas com desejo de produzir novos bens e desenvolver novos métodos de produção” (p. 23).

Estudos sobre inovação e empreendedorismo apontam para indivíduos determinados, como Thomas Edison e Alexander Graham Bell ou, mais recentemente, James Dyson ou

Steve Jobs, que segundo Bessant (2009): “Cada um desses exemplos de inventores foi um inovador, traduzindo invenções técnicas originais em novos produtos; mas cada um deles foi também um empreendedor, na medida em que criaram e desenvolveram negócios bem-sucedidos, baseados em invenções e inovações” (p.54).

O autor ainda traz algumas características consideradas típicas de um empreendedor, que são, conforme Bessant (2009, p. 56):

- Busca, apaixonadamente, identificar novas oportunidades e formas de lucrar com a mudança e a ruptura.
- Persegue as oportunidades com disciplina e concentra-se em um número limitado de projetos, em vez de, indiscriminadamente, correr atrás de toda e qualquer oportunidade.
- Mobiliza e incentiva redes de relacionamentos, explorando o conhecimento e os recursos de outros, enquanto os ajuda a alcançar seus próprios objetivos.

Para Mariano e Mayer (2011), “O termo empreendedor é multifacetado e dinâmico, vem evoluindo ao longo do tempo acompanhando as mudanças no contexto social e tecnológico” (p. 19).

O ato de empreender e “ser” empreendedor na época da Revolução Industrial podem ser traduzidos nas palavras do economista Jean Baptiste Say (1767-1832, apud MARIANO e MAYER, 2011).

“O empreendedor é o intermediário entre todas as classes de produtores e entre estes e os consumidores. Administra a tarefa de produção e constitui o centro de varias relações. Aproveita-se do que os outros sabem e do que ignoram, bem como de todas as vantagens acidentais da produção. Por isso, é nessa categoria de produtores, quando os acontecimentos favorecem suas habilidades, que se adquirem quase todas as grandes fortunas” (p. 20).

Fonte: Empreendedorismo: fundamentos e técnicas para criatividade. (2011)

As pesquisadoras Aurora Zen e Madalena Fracasso (2008, apud Mariano e Mayer, 2011), oferecem uma abordagem muito interessante para compreender a evolução do termo empreendedor à luz das mudanças ocorridas na sociedade em três momentos distintos, conforme quadro abaixo.

Revolução industrial	Fordista	Tecnologia da informação
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Empreendedor é caracterizado por uma iniciativa individual visando ao lucro econômico. ✓ Ação empreendedora é associada ao risco. ✓ Diferenciação do papel do investidor e do empreendedor. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Surgimento das grandes corporações. ✓ Ampliação dos limites da firma, que gera novas oportunidades de negócios. ✓ Inovação e importância de quem a implementa no mercado (empreendedor). ✓ Surgimento do intraempreendedor. ✓ Diferenciação do papel do gerente e do empreendedor. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inovações em tecnologia da informação, que possibilitam o desenvolvimento de redes, favorecendo o incremento no número de empreendedores coletivos e sociais. ✓ Emergência do empreendedor social, contrapondo-se à lógica de acumulação de riqueza capitalista.

QUADRO Nº 2: Diferentes acepções para o termo empreendedor em três momentos históricos.

Nota:Adaptado de Mariano e Mayer, 2011, p. 23

A competência de realização do empreendedor incorporada à percepção de oportunidades relacionadas à inovação resulta, conforme afirma Mariano e Mayer (2011), “no desenvolvimento de novos produtos e serviços que passam a ser oferecidos à sociedade” (p. 21).

Mariano e Mayer (2011) ainda afirmam:

Nesta dinâmica de inovação, o empreendedor torna-se um agente que destrói processos, padrões de produção, fontes de mercadoria até então existentes e mesmo indústrias antigas, e os substitui por outros de maior eficácia e produtividade. A ação dos empreendedores provoca grande impacto na economia, ao mesmo tempo em que gera progresso e desenvolvimento. (p. 21).

Para Schumpeter (1997, apud OLIVEIRA, SILVA E ARAÚJO, 2014), “os empreendedores têm a função de inovar, de combinar eficientemente os fatores de produção

garantindo resultados positivos no negócio devido ao monopólio tecnológico e sua capacidade de transformação econômica” (p. 107).

2.2. Características comportamentais empreendedoras

A abordagem comportamental do empreendedor surgiu, na década de 1950, com os estudos de McClelland (1958, 1961). McClelland (1972, apud OLIVEIRA et al, 2014), apontou três necessidades pelas quais as pessoas motivam-se: Realização, Poder e Filiação.

Sendo assim, faz-se necessário destacar cada uma dessas necessidades separadamente, o que é feito em seguida, conforme descreve Oliveira, (2014):

1 Realização: é a mais destacada entre os empreendedores, pois os leva a agir segundo padrões de excelência, buscando fazer o melhor com grande desejo de êxito. São autoconfiantes, gostam de assumir responsabilidades individuais e de ver a realização de suas metas. Assumem riscos moderados, com base em planejamento e investigações que os minimizam, além de fazer coisas de maneira criativa e inovadora; 2. de poder: buscam fazer as coisas como e quando querem, capitaneando uma equipe ou um grupo em prol de um objetivo. Procuram influenciar, persuadir ou argumentar. Têm ação ativa na política de suas organizações e são capazes de equilibrar-se entre a expressão pessoal de domínio e o exercício da liderança socializada, revelando ora um aspecto, ora outro e; 3. de afiliação: ocorre quando se coloca o bem-estar do todo em detrimento do individual, de fazer algo em prol da comunidade sem desejar destacar-se. Preocupam-se mais com o indivíduo que com as tarefas e a produção. Desempenham melhor suas funções quando trabalham em cooperação. (p.108).

A Mangement Systems International (1999, apud PEDROSA, 2007) definiu como empreendedores bem-sucedidos, “os indivíduos que organizam e/ou administram recursos sob a forma de empresa responsável pela própria prestação de contas e não-agrícola e que assume uma parcela considerável de risco em razão de sua participação no patrimônio líquido da empresa” (p. 30)

A Management Systems International (1999), definiu as características dos empreendedores em três conjuntos e os agrupou da seguinte maneira: Realização, Planejamento e Poder.

Segundo Souza e Lopez Jr. (2005, apud SOUZA, JÚNIOR, BORNIA E ALVES, 2013) Atitude empreendedora, é definida como a “predisposição aprendida, ou não, para agir de forma inovadora, autônoma, planejada e criativa, estabelecendo redes sociais” (p. 233).

Com base no conceito de atitude empreendedora de Souza, Fracasso e Lopez Jr., foi criada por Souza e Lopez Jr. (2005) a escala Instrumento de Medida de Atitude Empreendedora (Imae), fundamentada, inicialmente, em quatro dimensões: inovação, realização, planejamento e poder. As três dimensões definidas pela Management Systems International, aliadas à inovação, definida por Souza e Lopez Jr. (2005) serão as características da atitude empreendedora utilizadas na elaboração deste trabalho.

Tais dimensões merecem ser analisadas separadamente, o que é feito a seguir.

Realização	Planejamento	Poder	Inovação
Predisposição para ter iniciativas, tomar decisões, atingir objetivos, cumprir metas, buscar oportunidades e aceitar riscos.	Predisposição para gerenciar o empreendimento, a fim de obter informações para acompanhá-lo e avaliá-lo sistematicamente.	Predisposição para liderar, influenciar nas ações e nos resultados do empreendimento, estabelecer redes sociais e desenvolver a autoconfiança.	Predisposição para agir de forma inovadora e criativa e construir diferenciais competitivos e produtivos.

QUADRO Nº 3: Descrição das Dimensões

2.2.1. Realização

McClelland (1972, apud PEDROSA, 2007) é o principal autor a pesquisar sobre a necessidade de Realização. Para este autor:

A alta necessidade de Realização leva as pessoas a se comportarem na maioria das formas em que se comportariam se quisessem desempenhar

com êxito o papel empreendedor, tal como este foi definido por economistas, historiadores e sociólogos. O motivo de realização deve levar os indivíduos a procurar situações que proporcionem um desafio moderado às suas aptidões, a desempenhar melhor suas tarefas nessas situações e a mostrar maior confiança na possibilidade de êxito (p. 291).

O autor McClelland realizou um estudo, durante 20 anos, desenvolvendo a Teoria da Realização. Essa teoria mostra que algumas necessidades são aprendidas ou adquiridas socialmente a partir da interação com o ambiente.

2.2.2. Planejamento

Os indicadores de Planejamento nesta pesquisa são: Predisposição para gerenciar o empreendimento, acompanhamento e obtenção de informações bem como a capacidade de avaliar o empreendimento sistematicamente.

Sobre Planejamento, Guimarães (2005, apud PEDROSA, 2007) diz o seguinte: Planejamento é uma atividade essencial em qualquer ação humana, tanto no plano individual, quanto coletivo, e significa “pensar antes de agir, de forma sistemática, com método, analisando vantagens e desvantagens da ação pretendida, propondo objetivos e resultados (p. 36).

De acordo com Oliveira (2009) “o Planejamento não pode ser confundido com previsão, projeção, predição, resolução de problemas ou plano (p. 4)”.

Planejar é um processo complexo, composto por inúmeras variáveis utilizadas para determinar objetivos e resultados desejados. Oliveira (2009) explica que: “o processo de planejar envolve, portanto, um modo de pensar; e um salutar modo de pensar envolve indagações; e indagações envolvem questionamentos sobre o que fazer, como, quando, quanto, para quem, por que, por quem e onde” (p.5).

2.2.3. Poder

O conjunto Poder, compreende a persuasão e redes de contato e a independência e autoconfiança. Refere-se, segundo Lopez, 2005 “a capacidade do empreendedor de influenciar os resultados em benefício próprio”. (p.33).

Segundo David (2004, apud, MUNIZ, 2005) “Os empreendedores são otimistas e criativos e, desta forma, obtêm a confiança e o apoio das pessoas com as quais mantêm relações comerciais” (p.32).

De acordo com Weber (2011), “O bem-estar, a satisfação de todos e o apoio incondicional (comprometimento) são concretizados pela utilização consciente do poder pessoal (liderança)” (p.91). Para este autor, liderança: “é o exercício do poder pessoal, concedido pelos liderados e cujos resultados diferenciados são obtidos pelo envolvimento de todos. Sua maior resultante é o comprometimento” (p. 92).

Morgan, (2006, apud, PEDROSA, 2008), afirma que uma “fonte de poder está na habilidade que uma pessoa tem em persuadir indivíduos e idealizar realidades que sejam mais interessantes para alguém perseguir, sendo que a liderança envolve a habilidade de definir a realidade para os demais” (p. 42).

Weber, (2011) diz que “O verdadeiro líder deve ser capaz de provocar nas pessoas a ele ligadas uma reflexão permanente da organização, o que pode, inclusive, ser a origem e o detonador dessas mudanças” (p. 42).

2.2.4. Inovação

O conjunto inovação está voltada para a predisposição para agir de forma inovadora e criativa, construindo diferenciais competitivos e produtivos.

Na concepção de Fagerber (2005, apud PEDROSA, 2008), inovações são essencialmente novidades ou novas aplicações de negócios (p. 43).

Souza (2005), desenvolveu a matriz de características empreendedoras, com propósito de agrupar os fatores identificados em revisão de literatura acerca desses conceitos. Em Análise à matriz abaixo, Souza notou que a inovação foi uma característica citada por todos os autores pesquisados.

Características	J. Schumpeter	D. McClelland	M. Weber	L. J. Flion	R. E. McDonald	R. Degen	P. Drucker	R. Lalkala	I. Dutra	Barros e Prates	H. Mintzberg	E. Angelo	Lognecker et al	E. Leite	Carland et al	Frese et al	TOTAL
Buscar Oportunidades	X	X		X	X	X	X		X		X	X	X	X			11
Conhecimento do Mercado						X	X	X				X		X			5
Conhecimento do Produto						X	X	X				X		X			5
Correr Riscos	X	X		X	X	X	X				X	X		X	X		10
Criatividade		X		X		X		X	X	X		X		X	X		9
Iniciativa	X	X		X					X					X		X	6
Inovação	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	16
Liderança	X	X	X	X	X		X				X						7
Necessidade de Realização	X	X									X				X	X	5
Pró-Atividade	X	X		X											X	X	5
Visionário				X					X		X			X		X	5

QUADRO N° 4: Matriz de características de empreendedor e empreendedorismo

Nota: Adaptado de Sousa (2005)

Rocha (2009), afirma que: “A implementação de uma estratégia de inovação dá-se pela introdução de processos de aprendizagem contínua” (p. 90).

Deste modo o autor, ainda completa:

O aprendizado é fundamental para uma empresa manter-se na liderança do mercado ou apenas sobreviver em ambientes em rápida transformação. Aprendizagem, criatividade e mudança têm que estar juntas em um processo de inovação adequadamente concebido e executado. Uma organização inovadora insere na sua estratégia processos de aprendizado e mudança, incorporando iniciativas de melhoria contínua no desenvolvimento dos produtos. (p. 90)

2.3. O perfil empreendedor

Os perfis apresentados a seguir decifram a natureza básica de muitos negócios, bem como as possibilidades de sucesso e as probabilidades de fracasso.

De acordo com Tranjan (2005) em seu artigo publicado na Revista Empreendedor, são os seguintes:

a) O guerreiro: este tipo de empreendedor é muito apreciado pela sociedade, conhecido como “pau pra toda obra”. Muito combativo, o guerreiro se arma para competir e marcar seu território. Não se importa em passar por cima de valores e princípios para atingir seus objetivos, pois para ele o ambiente de trabalho não é lugar para filosofias e fantasias, para ele negócio é negócio. O tio de empresa que ele constitui geralmente possui conflitos e crises diários e relacionamentos evasivos.

b) O jogador: para este empreendedor competir não é tudo, o importante é vencer, pois não suporta perder. O jogador cobiça os melhores profissionais dos concorrentes e tenta atraí-los e se puder compra também a empresa rival.

c) O curioso: diferentemente dos dois perfis anteriormente citados, ele não vê o mercado como um lugar ameaçador, mas sim como uma área a ser desbravada, porque sabe que ali mora a oportunidade e seu papel, como empreendedor, é localizá-la.

d) O perito: reconhece possuir competências úteis para o mercado à medida que estudou, pesquisou e preparou-se. Considera o mercado como um lugar que abriga necessidades e seu papel está em fazer a conexão entre elas e as suas próprias competências e é por isso que valoriza tanto o aprendizado e o conhecimento no ambiente de trabalho.

e) O artista: para ele o mercado é uma tela em branco, tudo está para ser feito, sendo o trabalho uma forma de expressar a arte e, portanto, uma forma também de auto-expressão. Na sua concepção o cliente e alguém que precisa ser encantado todos os dias, onde o mercado funciona como uma fonte de inspiração para o mesmo utilizar a imaginação e assim visualizar as oportunidades.

f) O solidário: para este tipo de empreendedor o mercado é o local ideal para prestar ajuda e serviços de solidariedade. Procura ganhar dinheiro enquanto faz o bem, colocando a ética e a integridade acima de tudo, reconhecendo a importância do lucro, mas não se esquecendo dos valores. Forma uma equipe comprometida com valores essenciais do trabalho e da vida e tem uma relação de transparência e fidelidade com os clientes, fornecedores e investidores.

g) O cultivador: ele compreende que faz parte de uma obra maior e acredita que só está no mundo para fazer alguma diferença, sendo sua motivação primeiro plantar para depois colher. Para o cultivador, empreendimentos, negócios e trabalho foram feitos para unir os seres humanos em prol de um mundo melhor. Jamais coloca o lucro antes das questões humanitárias, possuindo ampla consciência do que seja um negócio e da importância desse negócio diante dos interesses coletivos.

Para o autor, no campo do empreendedorismo ainda não foi possível estabelecer um perfil científico do empreendedor. Para ele ainda existem muitas diferenças nas amostragens das pesquisas realizadas, o que dessa forma não nos permitiria definir esse perfil cientificamente. Porém, “as pesquisas têm sido fonte de várias linhas mestras para futuros empreendedores, ajudando-os a situarem-se melhor”. (FILION, 1999, p.10)

2.4. Tipos de empreendedores

Dornelas (2015) desenvolveu uma lista, onde descreve os vários tipos de empreendedores. Porém, segundo ele: “há vários tipos de empreendedores, mas, como o tema empreendedorismo está em franca expansão e disseminação, é provável que, com o passar dos anos, novas denominações surjam.

Logo abaixo, alguns exemplos e considerações para cada denominação de empreendedor são apresentados de acordo com Dornelas (2015), tendo como pano de fundo algumas possíveis categorizações, tais como: área ou setor de atuação, comportamento, objetivo financeiro etc.

- **Empreendedor informal (necessidade)**

Há vários exemplos que se enquadram nesta categoria, tais como pessoas que vendem mercadorias nas esquinas das ruas, em barracas improvisadas, nos semáforos etc.; vendedores ambulantes; autônomos que prestam serviços diversos. O típico empreendedor informal é conhecido na literatura como empreendedor de necessidade, pois cria o próprio negócio por não ter alternativa. Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido. Não resta outra opção a não ser trabalhar por conta própria. Envolve-se em negócios informais como os citados anteriormente desenvolvendo tarefas simples, prestando serviços e conseguindo como resultado pouco retorno financeiro. É um grande problema

social para os países em desenvolvimento, pois, apesar de ter iniciativa, trabalhar arduamente e buscar de todas as formas a sua subsistência e a dos seus familiares, não contribui para o desenvolvimento econômico. Na verdade, os empreendedores de necessidade são vítimas do modelo capitalista atual, pois não têm acesso a recursos, à educação e às mínimas condições para empreender de maneira estruturada. Suas iniciativas empreendedoras são simples, pouco inovadoras, muitas vezes não contribuem com impostos e outras taxas e acabam por inflar as estatísticas empreendedoras de países em desenvolvimento como o Brasil. Sua existência em grande quantidade é um problema social.

- **Empreendedor cooperado**

Artesãos que se unem em uma cooperativa; catadores de lixo reciclável que criam uma associação para poder ganhar escala e negociar a venda do que produzem/reciclam com empresas; o indivíduo que empreende seu pequeno negócio/propriedade rural e que se associa aos demais empreendedores do mesmo ramo para, em conjunto, suprir a demanda de um laticínio, por exemplo. Ser um empreendedor cooperado é um possível caminho a ser seguido para deixar de ser um empreendedor por necessidade.

- **Empreendedor individual**

É o antigo empreendedor informal e de necessidade que, agora legalizado, começa a ter uma empresa de fato, contrata funcionários, pode crescer e, quem sabe, deixará de ser um empreendedor individual para ser dono de um negócio maior. Ser um empreendedor individual pode transformar o empreendedor de necessidade em empreendedor de oportunidade.

- **Empreendedor franqueado**

O empreendedor franqueado é aquele que inicia uma empresa a partir de uma marca já desenvolvida por um franqueador; sua atuação é local/regional e alguns dos setores que mais se destacam são alimentação, vestuário e educação/treinamento. O franqueador é um empreendedor visionário que vê no modelo de negócio de franquias uma maneira de ganhar escala e tornar sua marca conhecida rapidamente.

- **Empreendedor social**

O empreendedor social tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Envolve-se em causas humanitárias com comprometimento singular. Tem um desejo imenso de mudar o mundo criando oportunidades para aqueles que não têm acesso a elas. Suas características são similares às dos demais empreendedores, mas a diferença é que se realizam vendo seus projetos trazerem resultados aos outros e não a si próprios. São um fenômeno mundial e principalmente em países em desenvolvimento, como o Brasil, têm um papel social extremamente importante, visto que por meio de suas ações e das organizações que criam preenchem lacunas deixadas pelo poder público. Esses empreendedores geralmente criam ou se envolvem com uma organização sem fins lucrativos para cumprir determinado objetivo social: educação a quem não tem acesso, melhoria na qualidade de vida das pessoas, desenvolvimento de projetos sustentáveis, arte, cultura etc. O típico empreendedor social não auferir lucro com a iniciativa, mas pode ser remunerado como um funcionário ou associado; mais recentemente, surgiu um modelo intermediário, conhecido como setor dois e meio, no qual o empreendedor social busca cumprir seu objetivo de mudar e melhorar a sociedade em que vive e ainda consegue auferir lucro com a iniciativa.

- **Empreendedor corporativo**

São funcionários conscientes de seu papel na organização na qual trabalham e que trazem ideias e executam projetos que visem ao crescimento da empresa no longo prazo; pessoas que inovam na empresa estabelecida, em todos os níveis hierárquicos. O empreendedor corporativo tem ficado mais em evidência nos últimos anos, devido à necessidade das grandes organizações em se renovar, inovar e criar novos negócios. Em geral, são executivos muito competentes, com capacidade gerencial e conhecimento de ferramentas administrativas. Trabalham de olho nos resultados para crescer no mundo corporativo. Assumem riscos e têm o desafio de lidar com a falta de autonomia, pois nunca terão o caminho 100% livre para agir. Isso faz com que desenvolvam estratégias avançadas de negociação. São hábeis comunicadores e vendedores de suas ideias. Desenvolvem seu networking dentro e fora da organização. Convencem as pessoas a fazerem parte de seu time e sabem reconhecer o empenho da equipe. Sabem se autopromover e são ambiciosos. Não se contentam em ganhar o que ganham e adoram planos com metas ousadas e recompensas variáveis. Se saírem da corporação para criar o próprio negócio podem ter problemas no início, pois estão acostumados com as regalias e o acesso a recursos do mundo corporativo.

- **Empreendedor público**

São pessoas comprometidas com o coletivo, que não se deixam cair na monotonia por ter estabilidade no emprego; pelo contrário, querem melhorar os serviços à população e propõem maneiras de utilizar os recursos públicos com mais eficiência; apesar do rótulo totalmente oposto ao empreendedorismo que comumente é atribuído aos funcionários públicos, na verdade há muitos empreendedores públicos que fazem a diferença e trabalham por um país mais justo e igualitário; não se pode confundir este empreendedor com os políticos que utilizam o conceito do empreendedorismo para a autopromoção.

- **Empreendedor do conhecimento**

Há inúmeros exemplos que se enquadram nesta categoria, tais como um atleta que se prepara com dedicação, planeja a melhor estratégia para otimizar seu desempenho e executa com perfeição o que planejou realizando seu sonho em uma olimpíada; o advogado, dentista, médico, enfim, o profissional liberal que quer fazer a diferença; o maestro que rege a orquestra com perfeição e entusiasmo a audiência com o resultado obtido; o escritor que estimula as pessoas a sonhar e viver o papel do protagonista da história.

- **Empreendedor do negócio próprio**

O típico dono do próprio negócio é o indivíduo que busca autonomia, quer ser patrão e cria uma empresa “estilo de vida”, sem maiores pretensões de crescimento, para manter um padrão de vida aceitável, que lhe atribua o status de pertencente à classe média. O problema é que o negócio “estilo de vida” é de alto risco, visto que há muitos concorrentes fazendo o mesmo e tentando conquistar os mesmos clientes. O empreendedor do negócio próprio que pensa grande também arrisca, mas pode construir algo duradouro e que eventualmente muda o mundo, ou pelo menos a sua região, cidade, comunidade; o dono do próprio negócio que cria uma empresa pensando em crescer pode, inclusive, ser um franqueador, permitindo que outros empreendedores utilizem sua marca e modelo de negócio em outras localidades e, com isso, todos ganham.

2.5. Atitude empreendedora

Segundo Pedrosa, (2007, p 50) as respostas a esse objeto são modificadas pela atitude do indivíduo em sua direção e as diferentes respostas são classificadas em três categorias: cognitiva (percepção e manifestações verbais de crenças), afetiva (respostas nervo-simpáticas e manifestações verbais de afeto) e comportamental (ações e manifestações verbais de comportamento) (FISHBEIN e AJZEN, 1975; PETTY e WEGNER, 1998; EAGLY e CHAIKEN, 1998). Assim, para se medir atitude é preciso acessar esses três componentes, par que possam ser obtidos medidas das três classes de respostas.

A definição proposta por Thomas e Znaniecki (1918/1958, apud ALMEIDA, 2013) apresenta atitude como “um processo de consciência individual que determina atividades reais ou possíveis do indivíduo no mundo social” (102). Jung (1921/1991) afirma que atitude é “uma disposição da psique em agir ou reagir de certa maneira” p.395).

Vimos então que atitude está fortemente relacionada ao comportamento humano, Segundo Robinson et al, (p.17, 1991) atitude é “uma pré-disposição para responder em uma maneira geralmente favorável em relação ao objeto da atitude. Toda a atitude possui um objeto, seja uma pessoa específica, lugar, coisa, atividade, evento, conceito mental, orientação cognitiva, estilo de vida ou mesmo uma combinação destas categorias”

A importância dada ao estudo das atitudes pelos pesquisadores tornou-se um tema clássico da psicologia social. Esse interesse pelas atitudes se deve, entre outras razões, pela sua relação com o comportamento humano, conforme esclarece Rodrigues (1981), a relevância do tópico se deve ao fato das atitudes constituírem bons preditores de comportamentos, desempenharem funções específicas para cada indivíduo, permitindo formar uma ideia mais estável da realidade e servirem de base para diversas situações sociais importantes, como na relação de amizade e de conflito.

Assim, de acordo com Antonioli (2007, p. 45), diversos autores passaram a referir-se às atitudes como sendo sistemas organizados de cognições e crenças que predispõe a um determinado comportamentos, esses autores também defendem uma relativa durabilidade de crenças. Essas definições estão descritas no quadro abaixo.

Autor (ano)	Definição de atitude
-------------	----------------------

Newcomb, Turner e Converse (1965)	De um ponto de vista cognitivo atitude representa uma organização de cognições possuidoras de valências. De um ponto de vista motivacional, uma atitude apresenta um estado de prontidão para o despertar de um motivo.
Jones e Gerard (1967)	É o resultado da combinação, num silogismo, de uma premissa constituída por uma crença e outra constituída por uma valor. Atitude são essencialmente, valores derivados de outros valores – que são mais básicos ou que foram internalizados anteriormente no processo de desenvolvimento.
Rokeach (1968)	É uma organização relativamente duradora de crenças sobre um objeto ou situação que predispõe uma pessoa a responder de uma determinada forma.
Freedman, Sears e Carlsmith (1970)	Uma coleção de cognições, crenças, opiniões e fatos incluindo avaliações positivas e negativas, todos relacionados a um objeto central e o descrevendo.
Rosnow e Robinson (1967); Man (1970)	Indica a organização num indivíduo de seus sentimentos, crenças e predisposições a comportar-se como o faz.

QUADRO Nº 5: Definições de atitudes a partir de 1956

Nota: Adaptado de Antonioli (2007)

E para o termo empreendedorismo, que neste estudo é considerado referencial, é um conceito vinculado ao contexto e ao momento histórico, sendo o comportamento e a atitude empreendedora, na visão de Souza (2005, p18), influenciados pelo sistema de valores do mundo em sua volta. Isso possibilita o estudo de atitude empreendedora como um processo interdependente que provoca a programação mental, possibilitando ser a realidade lida de forma diferenciada e os conceitos terem significados distintos.

O empreendedorismo é o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral de suas potencialidades racionais e intuitivas. É a busca do auto-conhecimento em processo de aprendizado permanente, em atitude de abertura para novas experiências e novos paradigmas.

Empreendedorismo, segundo Schumpeter (1988), é um processo de “destruição criativa”, através da qual produtos ou métodos de produção existentes são destruídos e substituídos

por novos. Já para Dolabela (2010) corresponde a um o processo de transformar sonhos em realidade e em riqueza

Logo a atitude empreendedora é um comportamento visionário típico de pessoas que assumem riscos e responsabilidades dentro da empresa. Este profissional é aquele que não consegue ficar parado a espera de uma oportunidade, preferindo criar suas chances e desenvolver melhores habilidades para se destacar no mercado. A atitude empreendedora é o que aprimora seu instinto de sobrevivência e permite que você identifique os riscos mesmo onde aparentemente existe paz e harmonia. É a atitude empreendedora que faz com vocês enxerguem oportunidades onde as outras pessoas só conseguem ver problemas.

Para este trabalho atitude será entendida como a predisposição aprendida para responder de forma favorável ou desfavorável com relação a um objeto atitudinal, passando a ser atitude empreendedora a predisposição aprendida para atuar, ou não de forma empreendedora, conforme Souza e Lopez (2005).

3. OBJETO DO ESTUDO

3.1. História da administração no Brasil

A história da Administração no Brasil iniciou-se em 1931, com a fundação do Instituto da Organização Regional do Trabalho - IDORT, que contava com o Prof. Roberto Mange, suíço naturalizado, na sua direção técnica.

Em meados do mesmo ano o Departamento Administrativo do Serviço Público, até hoje conhecido pela sigla DASP, foi fundado pelo Dr. Luiz Simões Lopes. Por este órgão foi criada a Escola de Serviço Público que enviava técnicos de administração aos Estados Unidos da América – USA para a realização de cursos de aperfeiçoamento, com defesa de tese. Os conhecimentos e as ações desenvolvidas por estes especialistas, no seu retorno ao país, fez deles pioneiros da Administração no Brasil, como profissão. Novamente sob orientação do Dr. Luiz S Lopes, em 1944, foi criada a Fundação Getúlio Vargas – FGV, mantenedora da Escola de Administração de Empresas de São Paulo – EASP e junto com o DASP, foi criado o cargo exclusivo de Técnico em Administração, hoje Administrador.

Sentia-se a necessidade de institucionalizar com urgência a profissão do Administrador, como forma de preservar o mercado de trabalho para os que já atuavam na Administração Pública e para os egressos daquelas escolas, bem como defender a sociedade de pessoas inabilitadas e na maioria das vezes despreparadas.

Mas, institucionalizar uma profissão não era tarefa fácil e a estratégia adotada deveria consistir na fundação da ABTA – Associação Brasileira de Técnicos de Administração, em 19 de novembro de 1960, que tinha como símbolo o hexágono.

A entidade recém-criada começou a desenvolver esforços com vistas à preparação de um projeto de lei que institucionalizasse a profissão de Administração. É justo salientar que houve inestimável colaboração do Prof. Alberto Guerreiro Ramos, Técnico em Administração das DASP, na época Deputado Federal, na aprovação do projeto, ele foi apoiado pela ABTA na luta pela sanção presidencial, já que, à reação de poderosas forças contrárias, pediam pelo veto.

3.2. Legislação de criação da profissão da administração

Com o importante apoio do Diretor Geral do DASP, a Lei n ° 4.769, em anexo a este trabalho, foi criada e sancionada em 09 de setembro de 1965, pelo presidente da República na época, Humberto de Alencar Castelo Branco.

Para a implantação dessa Lei, o Ministério do Trabalho nomeou uma Junta Federal presidida por Ibany da Cunha Ribeiro, aliada à ABTA, presidida por A. Nogueira de Faria, que forneceu sua estrutura e seus recursos materiais e humanos, implantando assim os Conselhos Regionais de Minas Gerais, Ceará, Pernambuco e Bahia.

Entre aqueles que exerceram o cargo de Técnico de Administração no DASP, além dos acima citados podemos ainda mencionar, Celso Furtado e Belmiro Siqueira. Este último ocupou vários cargos naquela repartição pública, dentre eles o de Diretor Geral em 1967 e 1968.

Mais de 2 anos após a publicação dessa Lei, ela foi regulamentada através do Decreto 61.934 de 22 de setembro de 1967. Foi criado então, o órgão responsável pela disciplina e fiscalização do exercício profissional: Conselho Federal dos Técnicos em Administração – CFTA, com a missão de trabalhar pela afirmação da existência e fixação da profissão de Administrador de Empresas no macro sistema sócio, jurídico econômico nacional.

Começaram a ser criados Conselhos Regionais nas diversas capitais do país, que hoje compõem o Sistema CFA/CRA, com a finalidade de difundir e consolidar a missão do órgão maior CFA da categoria, com abrangência e autonomia nas diversas regiões do país.

Por força da Lei Federal de n ° 7321, de 13 de junho de 1985, em anexo, onde muda a denominação de Técnico de Administração para Administrador, após uma vibrante campanha em 1983, coordenada pelo CRA-SP que levou reivindicações ao Ministério do Trabalho, de todas as instituições do país ligadas ao campo administrativo, universidades, faculdades, associações profissionais, sindicatos, além de milhares de profissionais e apoio de centena de Câmaras Municipais.

O Sistema CFA/CRA é um órgão consultivo, orientador, disciplinador e fiscalizador do exercício da profissão de Administrador. É uma Autarquia de personalidade jurídica de direito público, com autonomia técnica, administrativa e financeira. Não recebe nenhuma subvenção do Governo Federal, sendo mantida pela anuidade paga pelos profissionais registrados.

3.3. O Conselho Regional de Administração do Tocantins – CRA/TO

O Conselho Regional de Administração do Estado do Tocantins – CRA-TO, foi desmembrado do Conselho Regional de Administração de Goiás/Tocantins – CRA-GO/TO em seguida foi constituído através da Resolução Normativa Nº 342 de 09 agosto de 2007 é uma Autarquia Federal de Fiscalização do exercício da profissão do Administrador, Tecnólogos e outras áreas afins, dotada de personalidade jurídica de direito público com sede e foro na cidade de Palmas, capital do Tocantins, com jurisdição em todo o Estado, defendendo tanto os profissionais da Administração, como também a sociedade no que diz respeito à qualidade e ética, coibindo a prática do exercício ilegal dessas profissões.

O CRA-TO exerce também o papel institucional de primeira e segunda instância, orienta e fiscaliza o exercício profissional, verificando e valorizando o exercício legal e ético dos seus jurisdicionados.

Atualmente CRA/TO possui 3.200 Administradores registrados além de 309 Tecnólogos de Gestão e tem uma atuação em todo Estado do Tocantins por intermédio da representação de seus Delegados atuando em parceria com as Instituições de Ensino Superior – IES.

3.4. Competências e habilidades conforme o Ministério da Educação – MEC

Conforme a Resolução nº 4, de 13 de Julho de 2005 do Ministério da Educação, em anexo, nas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração de Empresas, constam as competências e habilidades que devem ser desenvolvidas ao longo do curso. No Art. 4º o Curso de Graduação em Administração deve possibilitar a formação profissional que revele, pelo menos, as seguintes competências e habilidades:

I - reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade, o processo da tomada de decisão;

II - desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais;

III - refletir e atuar criticamente sobre a esfera da produção, compreendendo sua posição e função na estrutura produtiva sob seu controle e gerenciamento;

IV - desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico para operar com valores e formulações matemáticas presentes nas relações formais e causais entre fenômenos produtivos, administrativos e de controle, bem assim expressando-se de modo crítico e criativo diante dos diferentes contextos organizacionais e sociais;

V - ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional;

VI - desenvolver capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se profissional adaptável;

VII - desenvolver capacidade para elaborar, implementar e consolidar projetos em organizações; e

VIII - desenvolver capacidade para realizar consultoria em gestão e administração, pareceres e perícias administrativas, gerenciais, organizacionais, estratégicos e operacionais. Sendo assim, tanto as competências esperadas do profissional de Administração e as relacionadas pelo Ministério da Educação estão relacionadas, pois se repetem em algum momento e são indicadas para a maioria dos profissionais desta área.

4. MÉTODO

4.1. Objetivos da pesquisa

4.1.1 Objetivo Geral

Identificar a atitude empreendedora dos Administradores do Tocantins através do Instrumento da Medida da Atitude Empreendedora – IMAE

4.1.2 Objetivos Específicos

- Analisar os componentes do IMAE nas dimensões: realização, planejamento, poder e inovação junto aos Administradores;
- Medir a atitude empreendedora dos Administradores; e
- Apresentar os resultados obtidos na aplicação do IMAE.

4.2. Caracterização do Estudo

O estudo é uma pesquisa de campo baseada na observação dos fatos tal como ocorrem na realidade e utilizou a técnica de Survey pois segundo Gunther (1999, p. 231) essa técnica investiga o fenômeno como ele se apresenta, método no qual uma amostra de sujeitos é retirada de uma população e estudada para que possam ser feitas interferências sobre essa população.

Foi caracterizado como uma pesquisa bibliográfica, pois realizou levantamento de diversas bibliografias para fundamentar o primeiro objetivo específico e ainda identificou outras publicações relacionadas ao tema para fundamentar a pesquisa, foi caracterizada também como uma pesquisa descritiva pois na concepção de Gil (1999), o principal objetivo é descrever as características de determinada população ou fenômeno, ou estabelecimento de relações entre as variáveis. Uma das suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados.

O estudo também foi considerado uma pesquisa quantitativa, pois ao utilizar o Instrumento de Medida da Atitude Empreendedora – IMAE Souza e Lopez Jr (2005) permitiu traduzir em números as opiniões dos entrevistados, podendo dessa forma, classificá-las e analisá-las.

4.3. População e amostra

A população considerada foi de 3.200 Administradores registrados no Conselho Regional de Administração do Tocantins – CRA/TO, Marconi e Lakatos (2002, p 41) entendem a população como um “conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum”.

Foi utilizada uma amostra de 249 Administradores que para Gil (1999, p.100) é um “subconjunto da população, por meio do qual se estabelecem ou se estimam as características dessa população.

4.4. Instrumento

Adotamos o Instrumento de Medida de Atitude Empreendedora – IMAE desenvolvido por Souza e Lopez Jr (2005) para medir a atitude empreendedora no nível do indivíduo.

O Instrumento de Medida da Atitude Empreendedora – IMAE, teve sua validação em um contexto cultural nacional/local (Brasil/DF), apresentando resultados estatisticamente confiáveis em relação a sua aplicação, possibilitando, assim, a sugestão de que seja revisto e revalidado na busca por um aprimoramento metodológico e que possibilite uma maior compreensão do fenômeno empreendedorismo.

O questionário foi constituído por uma série ordenada de itens, que devem ser julgados a partir de uma escala Likert de 9 pontos, na qual 1 significa “nunca” e 10 “frequentemente”.

4.5. Coleta e análise de dados

O questionário foi construído a partir de ampla revisão da literatura pesquisada, mas principalmente a partir das três dimensões do comportamento do empreendedor, identificados na pesquisa Treinamento Empresarial e Fortalecimento do Desempenho Empresarial da Management System Internacional (1999) Realização, Planejamento e Poder e da matriz das características do comportamento desenvolvido por Souza e Lopez Jr. (2005), foi acrescida a dimensão Inovação obtendo ao final quatro dimensões.

Essas quatro dimensões se desdobraram em 14 indicadores comportamentais, sendo eles: Busca de Oportunidade, Persistência, Aceitação de Riscos, Comprometimento,

Estabelecimento de Metas, Busca de Informações, Planejamento e Monitoramento, Estabelecimento de Redes de Contato, Persuasão, Liderança, Independência, Autoconfiança, Criatividade e Inovação.

A atitude empreendedora, variável dependente (X) é explicada pelas quatro dimensões, realização, planejamento, poder e inovação, variáveis independentes (Y1, Y2, Y3, Y4). Os quatro componentes, variáveis independentes, são multivariados, correspondendo Y1 a alta necessidade de realização que os empreendedores bem sucedidos tendem a expressar; Y2, planejamento, referindo-se ao empreendedor de êxito por esforço intenso, organização, iniciativa e maior controle sobre seu comportamento; Y3, poder representado por baixa necessidade de afiliação e liderança e Y4, inovação, associado ao grau de criatividade e inovação apresentados pela fator $X = f(Y1, Y2, Y3, Y4)$.

Para o questionário foi utilizado 36 questões distribuídas entre as quatro dimensões, sendo que para a dimensão Realização foram 9 questões, para Planejamento foram 13 questões, para Poder foram 8 questões e para Inovação 6 questões, conforme Souza e Lopez Jr (2005).

Para Drucker (1974) empreendedorismo é: prática; visão de mercado; evolução, e diz ainda que o: “trabalho específico do empreendedorismo numa empresa de negócios é fazer os negócios de hoje serem capazes de fazer o futuro, transformando-se em um negócio diferente” (p. 25).

O conceito de empreendedorismo adotado pelo modelo GEM Global Entrepreneurship Monitor, tem um escopo capaz de captar toda e qualquer atividade que tenha uma característica de esforço autônomo e que envolva a criação de uma base de recursos. Desta forma, pode-se verificar em que medida determinada população é ou não empreendedora.

Para o modelo GEM, empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente. Em qualquer das situações a iniciativa pode ser de um indivíduo, grupos de indivíduos ou empresas já estabelecidas. (GEM, 2016, p.109).

Assim, apresentamos neste trabalho os estudos a respeito do Empreendedorismo com a sua origem e evolução histórica bem como a sua evolução e crescimento no Brasil e o Mundo. Sobre o termo Empreendedor pesquisamos suas definições, características comportamentais empreendedoras, realização, planejamento, poder e inovação, perfil empreendedor, tipos de empreendedores e atitude empreendedora.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Segmento de atuação dos respondentes			
Variável	Frequência	Porcentagem	Porcentagem cumulativa
Comércio	60	24,1	24,1
Industria	44	17,7	41,8
Serviço Público	71	28,5	70,3
Serviço	64	25,7	96
Organização Não Governamental - ONG	10	4,0	100
TOTAL	249	100	-

QUADRO Nº 6: Segmento de atuação dos respondentes

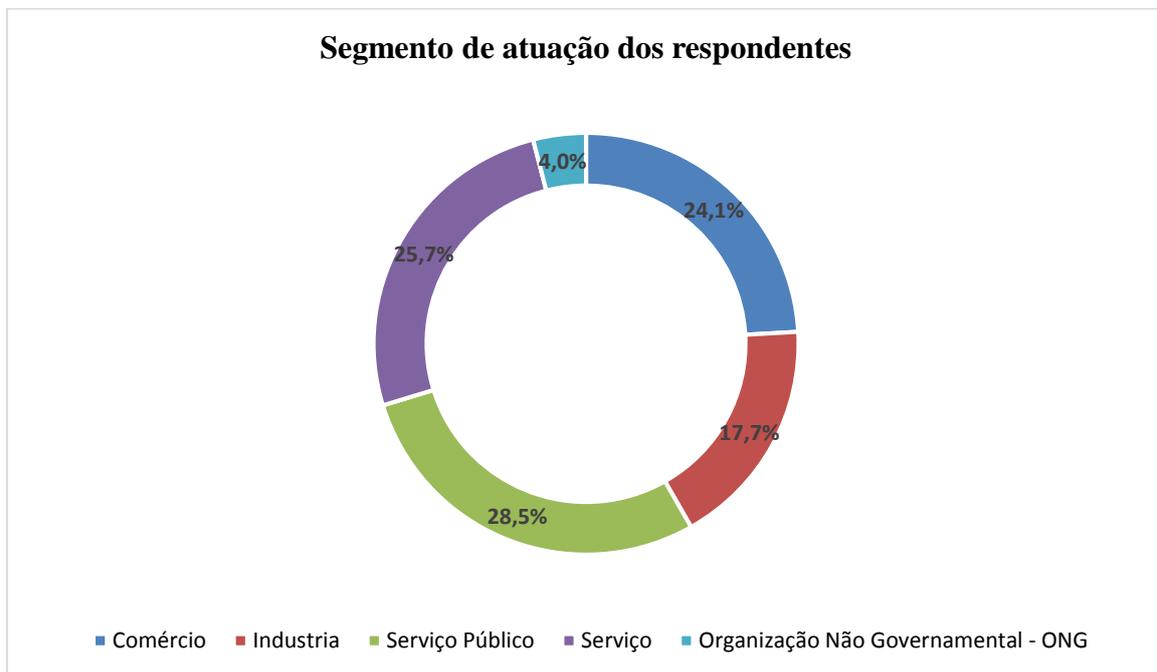


GRÁFICO Nº 1: Segmento de atuação dos respondentes

Nota: Dos profissionais registrados no Conselho Regional de Administração do Tocantins – CRA-TO pesquisados, a maioria de 28,5% são ligados ao serviço público, 25,7% são de serviços autônomos, 24,1% do comércio, 17,7% da indústria e apenas 4% são ligados às ONGs – Organizações Não Governamentais.

Identificação do sexo dos respondents			
Variável	Frequência	Porcentagem	Porcentagem cumulativa
Feminino	111	44,6	44,6
Masculino	138	55,4	100
TOTAL	249	100	-

QUADRO Nº 7: Identificação do sexo dos respondentes

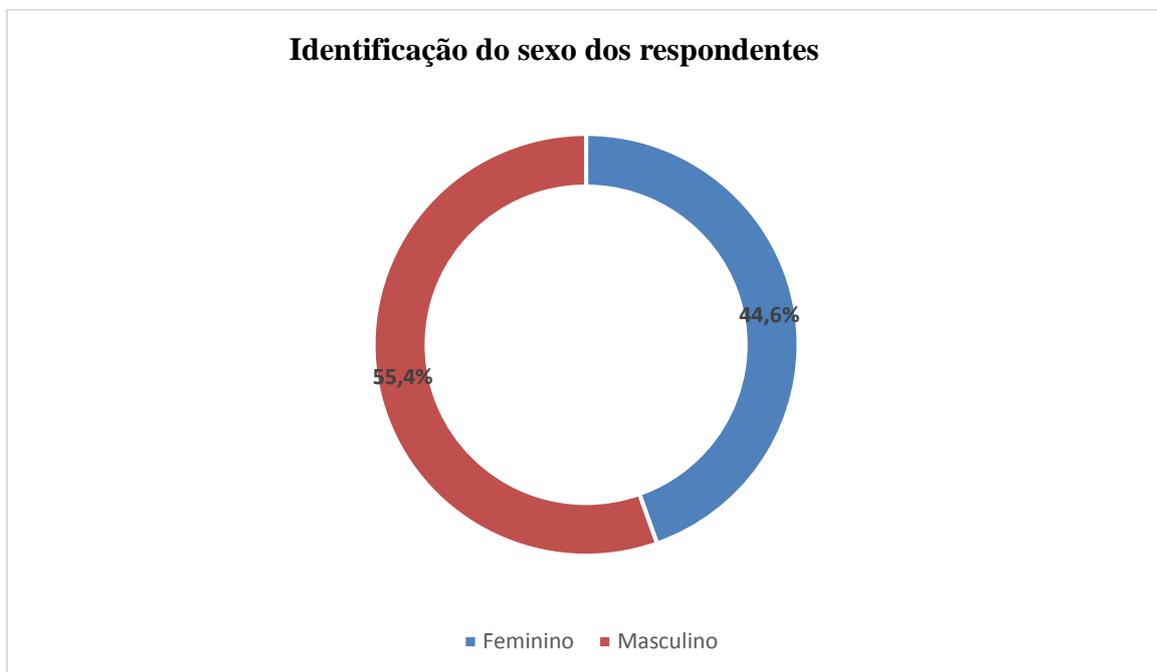


GRÁFICO Nº 2: Identificação do sexo dos respondentes

Nota: Em relação ao sexo dos profissionais registrados e pesquisados no Conselho Regional de Administração do Tocantins – CRA-TO, há uma predominância do sexo masculino com 55,4% sendo do sexo feminino 44,6%.

Identificação da escolaridade dos respondentes			
Variável	Frequência	Porcentagem	Porcentagem cumulativa
Graduado	45	18,1	18,1
Pós-Graduado Especialista	135	54,2	72,2
Pós-Graduado Mestrado	42	16,9	89,1
Pós-Graduado Doutorado	27	10,8	100
TOTAL	249	100	-

QUADRO Nº 8: Identificação da escolaridade dos respondentes

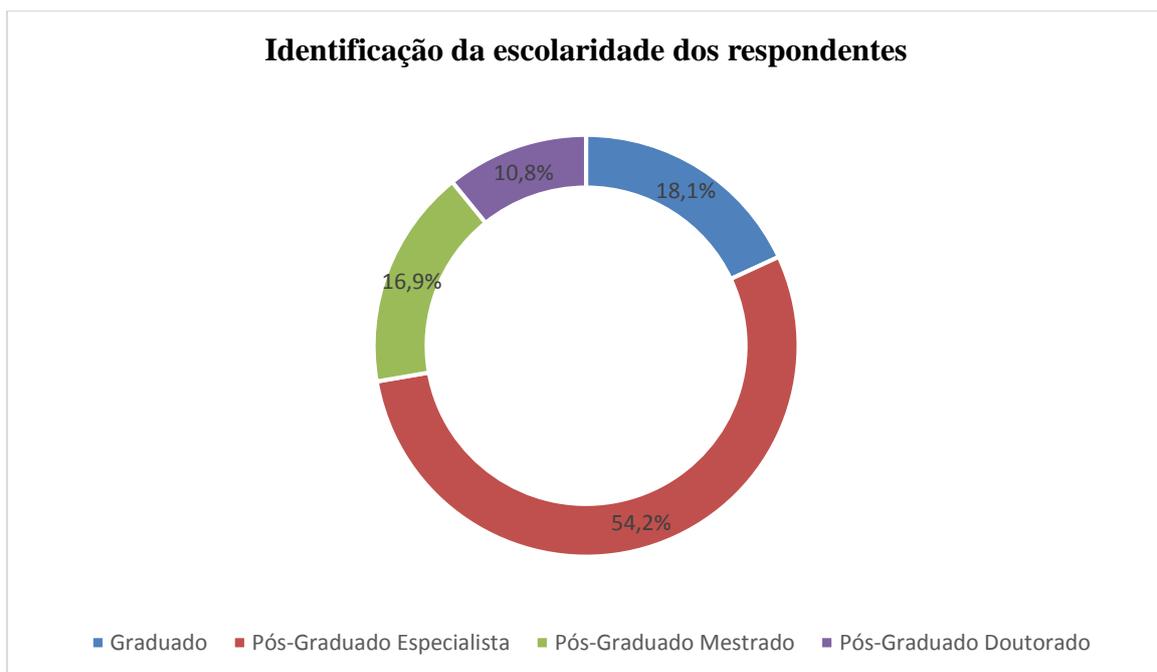


GRÁFICO Nº 3: Identificação da escolaridade dos respondentes

Nota: Analisamos o perfil dos profissionais registrados no Conselho Regional de Administração do Tocantins – CRA-TO em relação aos títulos, onde evidenciamos que 54,3% possuem Pós-Graduação como Especialistas, 18,0% possuem apenas Graduação, 16,9% possuem Pós-Graduação em nível de Mestrado e que 10,8% possuem Pós-Graduação em nível de Doutorado.

Tempo de profissão dos respondentes			
Variável	Frequência	Porcentagem	Porcentagem cumulativa
De 01 a 02 anos	65	26,1	26,1
De 02 a 05 anos	75	30,1	56,2
De 05 a 10 anos	48	19,3	75,5
Acima de 10 anos	61	24,5	100
TOTAL	249	100	-

QUADRO Nº 9: Tempo de profissão dos respondentes

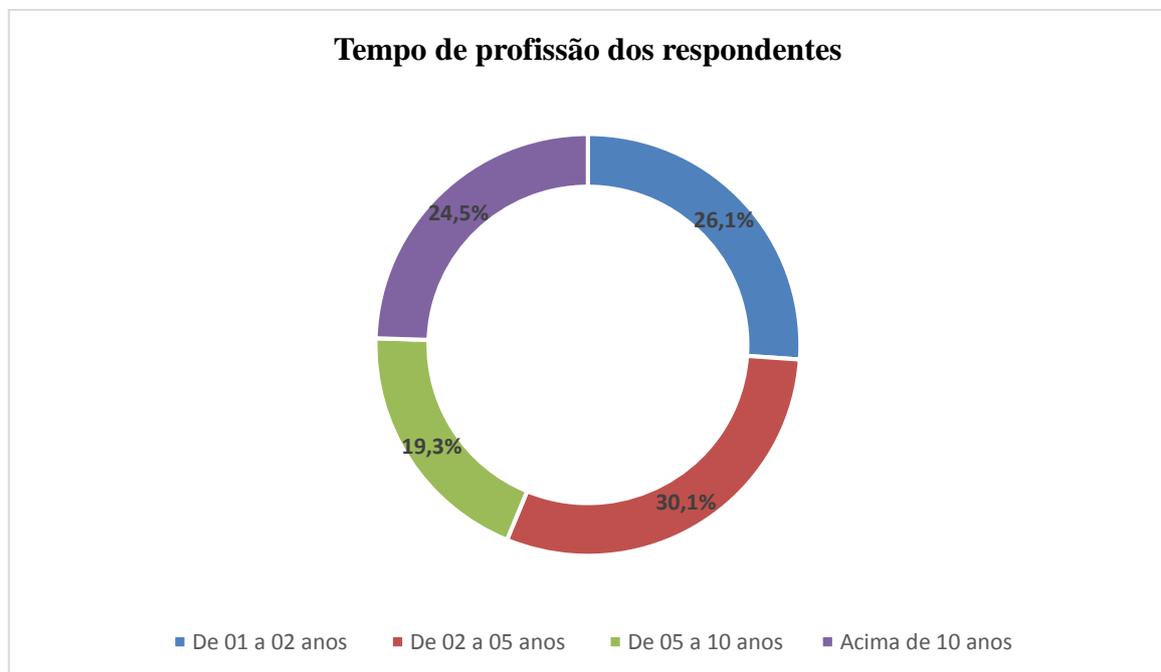


GRÁFICO Nº 4: Tempo de profissão dos respondentes

Nota: Ao analisarmos o tempo de profissão dos profissionais registrados no Conselho Regional de Administração do Tocantins – CRA/TO foi evidenciado que 30,1% possuem entre 02 e 05 anos de atividade profissional, 26,1% possuem entre 01 e 02 anos, 24,5% possuem acima de 10 anos de profissão e que 19,3% são profissionais entre 05 e 10 anos de atividades profissional.

1.1 Análise descritiva da escala

Para analisar e identificar se existem diferenças na atitude empreendedora dos 249 Administradores entrevistados e registrados no CRA/TO e a argúcia da atitude empreendedora dos investigados de forma geral nas quatro dimensões, e nos 36 itens que formam o questionário, foram feitas análises para se chegar à Média e Desvio Padrão dos indicadores.

No Quadro N° 15 abaixo, podem ser visualizadas as análises feitas para os 36 itens que compõe o questionário.

Item	Descrição	N	Min.	Max.	Moda	Média	Desvio Padrão
01	Implemento novas ideias com o objetivo de melhorar a qualidade do meu negócio	249	1	10	9	7,47	2,19
02	Exploro novas oportunidades de negócios	249	1	10	10	7,14	2,33
03	Mudo de estratégia se necessário para alcançar uma meta	249	2	10	10	8,36	1,73
04	Assumo riscos para expandir meu negócio	249	1	10	8	7,10	2,16
05	Defino metas de longo prazo, claras e específicas	249	1	10	10	7,46	2,14
06	Adoto procedimentos para assegurar que o trabalho atenda padrões de qualidade previamente estipulados	249	1	10	10	8,12	1,89
07	Utilizo contatos pessoais para atingir meus objetivos	249	1	10	10	7,91	1,95
08	Responsabilizo-me pela conclusão dos trabalhos nos prazos estipulados	249	1	10	10	8,75	1,75
09	Busco obter informações sobre possíveis clientes	249	1	10	8	8,02	1,97

10	Confio na minha capacidade de superar desafios	249	1	10	10	8,80	1,62
11	Busco novas maneiras de realizar tarefas	249	1	10	10	8,42	1,62
12	Faço projeções claras para o futuro do meu negócio	249	1	10	10	7,87	2,12
13	Junto-me aos empregados nas tarefas para cumprir os prazos	249	1	10	10	8,47	1,92
14	Utilizo estratégias deliberadas para influenciar pessoas	249	1	10	10	7,81	2,03
15	Reviso continuamente objetivos de curto prazo	249	1	10	10	7,71	2,08
16	Busco informações sobre ramo de negócio em diferentes fontes	249	1	10	10	7,64	2,25
17	Faço sacrifícios pessoais para concluir tarefas	249	2	10	10	8,35	1,85
18	Mantenho meus objetivos mesmo diante de resultados que não são satisfatórios inicialmente	249	2	10	8	7,73	1,90
19	Consulto meus registros de controle antes de tomar decisões	249	1	10	8	7,90	1,97
20	Renovo meus esforços para superar obstáculos	249	2	10	10	8,46	1,58
21	Busco novas soluções para atender necessidades de clientes	249	1	10	10	8,38	2,04
22	Planejo as atividades do meu negócio subdividindo tarefas de grande porte em subtarefas	249	1	10	10	7,80	2,24
23	Procuro criar novos serviços	249	1	10	10	7,63	2,33
24	Assumo a responsabilidade pela resolução de problemas que possam prejudicar o desempenho do meu negócio	249	1	10	10	8,21	2,10
25	Considero-me o principal responsável pelo desempenho do	249	1	10	10	7,93	2,46

	meu negócio, departamento ou seção						
26	Confio na minha competência como fonte o sucesso do meu negócio	249	1	10	10	8,30	1,97
27	Emprego esforços extras para a conclusão de tarefas programadas	249	1	10	10	8,52	1,68
28	Desenvolvo ideias novas para a solução de problemas	249	1	10	10	8,39	1,66
29	Defino continuamente objetivos de curto prazo	249	1	10	7	7,76	2,02
30	Assumo riscos com o intuito de superar a concorrência	249	1	10	10	7,52	2,25
31	Crio novas rotinas, objetivando a melhoria do desempenho do meu negócio	249	1	10	9	7,89	1,89
32	Ajo antes de ser pressionado pelas circunstâncias	249	1	10	10	8,06	1,81
33	Costumo calcular o risco envolvido nos negócios que faço	249	1	10	10	8,02	1,94
34	Calculo os riscos antes de novos investimentos	249	1	10	10	8,20	1,99
35	Estimulo o espírito de equipe entre meus funcionários ou colegas de trabalho	249	1	10	10	8,51	1,84
36	Estimulo a participação de funcionários ou colegas de trabalho na busca pela solução de problemas	249	1	10	10	8,56	1,77

QUADRO N° 10: Análise descritiva da Escala

1.1.1 Análise dos resultados da pesquisa segmentada por dimensão

A seguir faremos a exposição e análise dos resultados da pesquisa segmentada por dimensão conforme metodologia adotada, utilizando pela ordem Realização, Planejamento,

Poder e Inovação, apresentando o número de referência do questionário com sua respectiva dimensão, escala, frequência e porcentagem.

5.1.1.1 Realização

As características da atitude empreendedora utilizadas na elaboração deste trabalho foram analisadas separadamente, sendo assim para dimensão Realização consideramos a predisposição para ter iniciativas, tomar decisões, atingir objetivos, cumprir metas, buscar oportunidades e aceitar riscos.

Para esta dimensão foram atribuídas 09 questões e aplicadas de forma aleatória no questionário com os seguintes questionamentos: 02 – Exploro novas oportunidades de negócios? 04 – Assumo riscos para expandir meu negócio? 08 – Responsabilizo-me pela conclusão dos trabalhos nos prazos estipulados? 13 – Junto-me aos empregados nas tarefas para cumprir os prazos? 17 – Faço sacrifícios pessoais para concluir tarefas? 18 – Mantenho meus objetivos mesmo diante de resultados que não são satisfatórios inicialmente? 20 – Renovo meus esforços para superar obstáculos? 27 – Emprego esforços extras para a conclusão de tarefas programadas? 30 – Assumo riscos com o intuito de superar a concorrência?

Abaixo apresentamos as tabelas com as frequências de escolhas dos participantes bem como os gráficos com as interpretações.

Exploro novas oportunidades de negócios?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	4	1,61%
2	11	4,42%
3	8	3,21%
4	10	4,02%
5	30	12,05%
6	29	11,65%
7	28	11,24%
8	44	17,67%
9	40	16,06%
10	45	18,07%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 11: Respostas da questão nº 02 – Realização

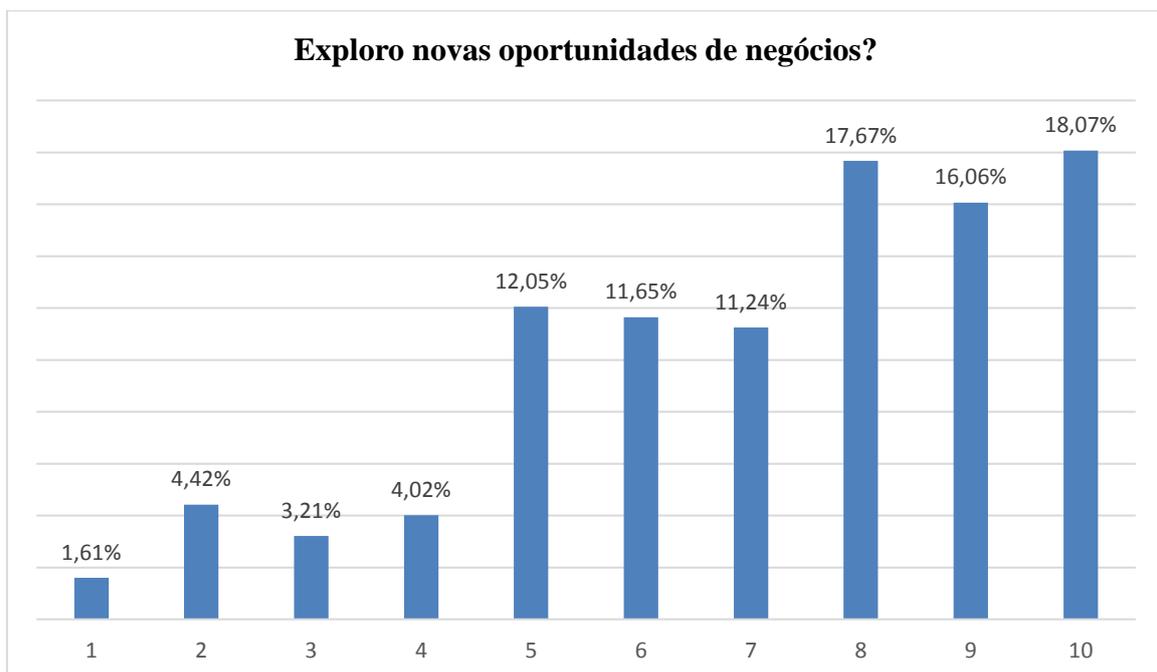


GRÁFICO Nº 5: Representação dos índices quantitativos da questão nº 02 – Realização

Nota: A maioria com 74,69% dos participantes da pesquisa confirmou que tem o hábito de explorar novas oportunidades de negócios de forma continuada, sendo que 18,07% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 16,06%, na frequência número 8 foram 17,67%, na frequência número 7 foram 11,24% e na frequência número 6 foram 11,65%.

Assumo riscos para expandir meu negócio?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	6	2,41%
2	2	0,80%
3	5	2,01%
4	10	4,02%
5	37	14,86%
6	36	14,46%
7	29	11,65%
8	54	21,69%
9	27	10,84%
10	43	17,27%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 12: Respostas da questão nº 04 – Realização

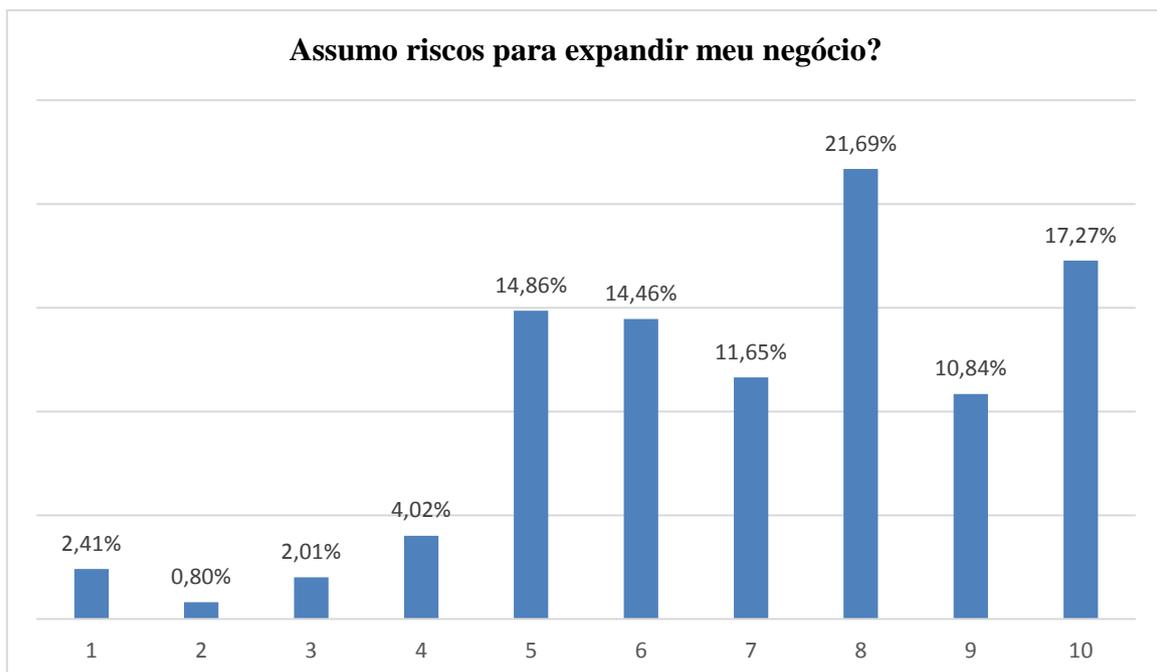


GRÁFICO Nº 6: Representação dos índices quantitativos da questão nº 04 – Realização

Nota: A maioria com 75,91% dos participantes da pesquisa confirmou que tem o hábito de assumir riscos para expandir seus negócios, sendo que 17,27% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 10,84%, na frequência número 8 foram 21,69%, na frequência número 7 foram 11,65% e na frequência número 6 foram 14,46%.

Responsabilizo-me pela conclusão dos trabalhos nos prazos estipulados?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	2	0,80%
2	0	0,00%
3	8	3,21%
4	0	0,00%
5	11	4,42%
6	7	2,81%
7	14	5,62%
8	39	15,66%
9	51	20,48%
10	117	46,99%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 13: Respostas da questão nº 08 – Realização

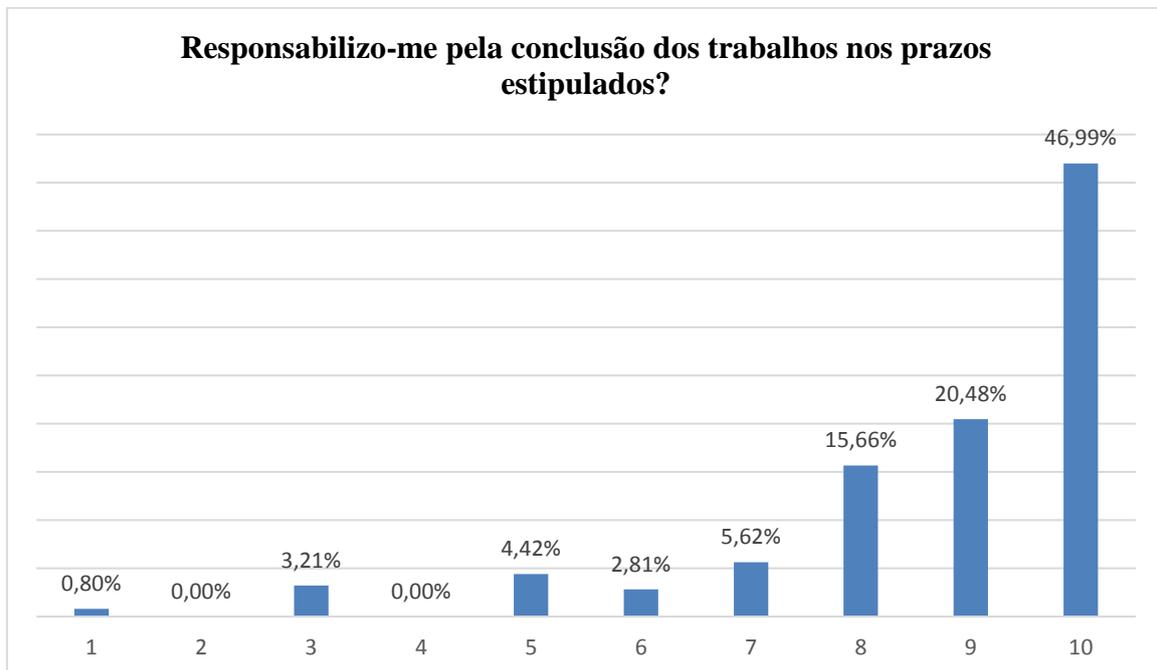


GRÁFICO Nº 7: Representação dos índices quantitativos da questão nº 08 – Realização

Nota: A maioria com 91,56% dos participantes da pesquisa confirmou que se responsabilizam pela conclusão dos trabalhos nos prazos estipulados, sendo que 46,99% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram

20,48%, na frequência número 8 foram 15,66%, na frequência número 7 foram 5,62% e na frequência número 6 foram 2,81%.

Junto-me aos empregados nas tarefas para cumprir os prazos?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	4	1,61%
2	4	1,61%
3	4	1,61%
4	0	0,00%
5	6	2,41%
6	14	5,62%
7	17	6,83%
8	51	20,48%
9	57	22,89%
10	92	36,95%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 14: Respostas da questão nº 13 - Realização

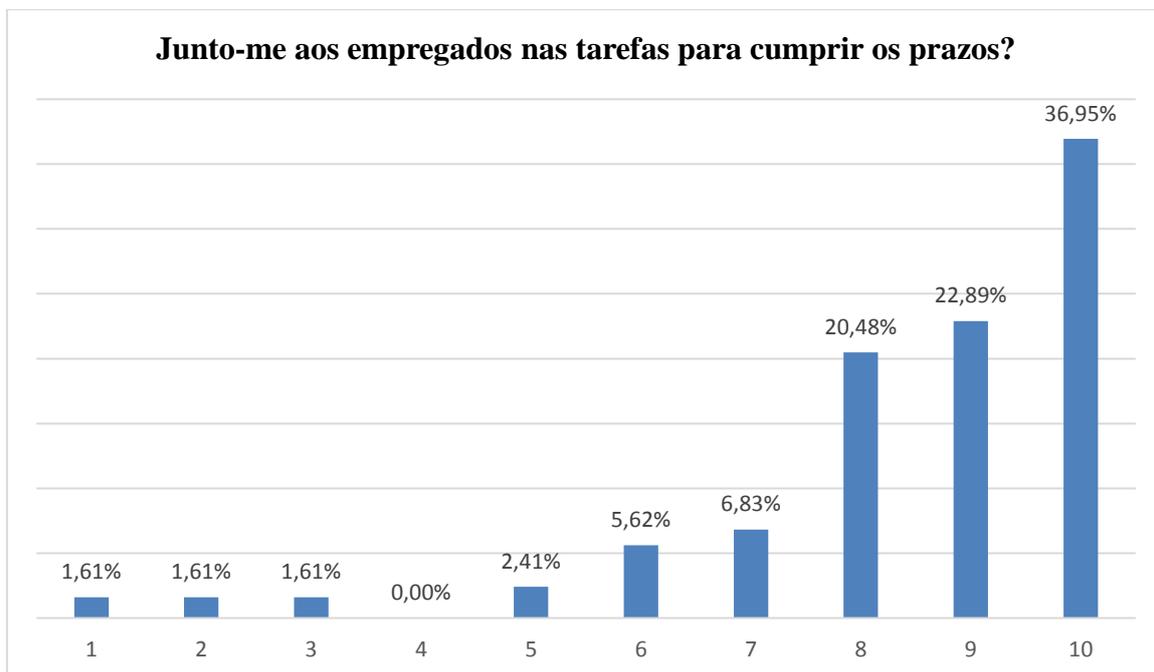


GRÁFICO Nº 8: Representação dos índices quantitativos da questão nº 13 – Realização

Nota: A maioria com 92,77% dos participantes da pesquisa confirmou que juntam-se aos empregados nas tarefas para cumprir os prazos, sendo que 36,95% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 22,89%, na frequência

número 8 foram 20,48%, na frequência número 7 foram 6,83% e na frequência número 6 foram 5,62%.

Faço sacrifícios pessoais para concluir tarefas?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	0	0,00%
2	4	1,61%
3	0	0,00%
4	12	4,82%
5	09	3,61%
6	09	3,61%
7	29	11,65%
8	57	22,89%
9	37	14,86%
10	92	36,95%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 15: Respostas da questão nº 17 – Realização

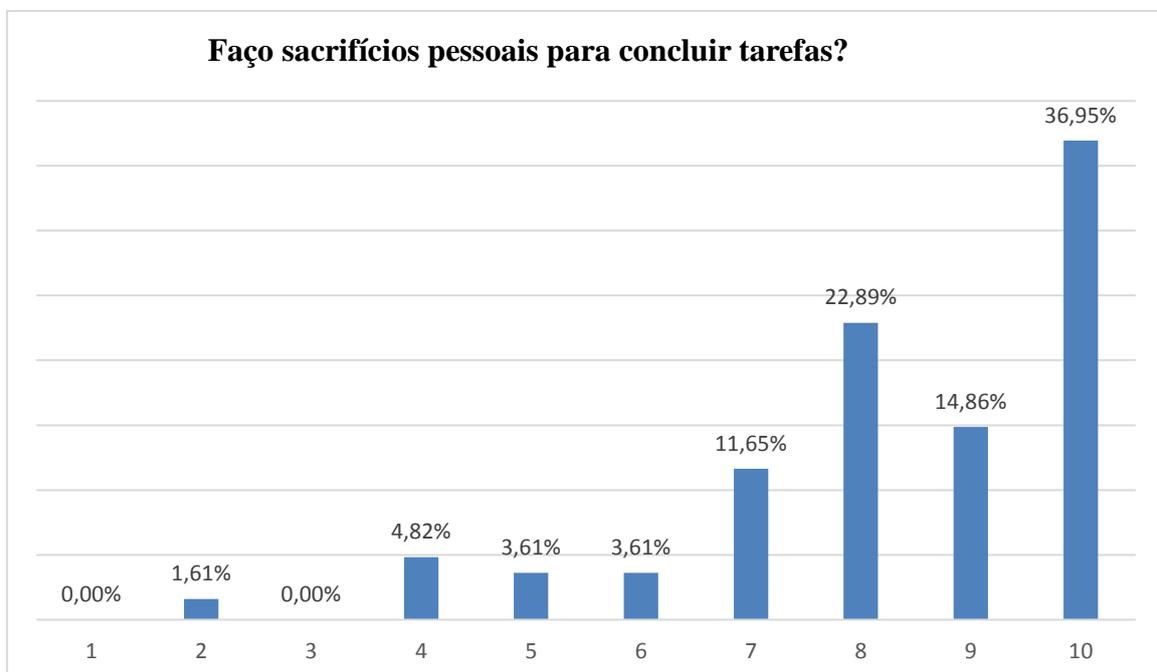


GRÁFICO Nº 9: Representação dos índices quantitativos da questão nº 17 – Realização

Nota: A maioria com 89,96% dos participantes da pesquisa confirmou que fazem sacrifícios pessoais para concluir tarefas, sendo que 36,95% deles responderam a frequência máxima

de número 10, na frequência número 9 foram 14,86%, na frequência número 8 foram 22,89%, na frequência número 7 foram 11,65% e na frequência número 6 foram 3,61%.

Mantenho meus objetivos mesmo diante de resultados que não são satisfatórios inicialmente?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	0	0,00%
2	8	3,21%
3	0	0,00%
4	9	3,61%
5	22	8,84%
6	21	8,43%
7	29	11,65%
8	69	27,71%
9	45	18,07%
10	46	18,47%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 16: Respostas da questão nº 18 – Realização

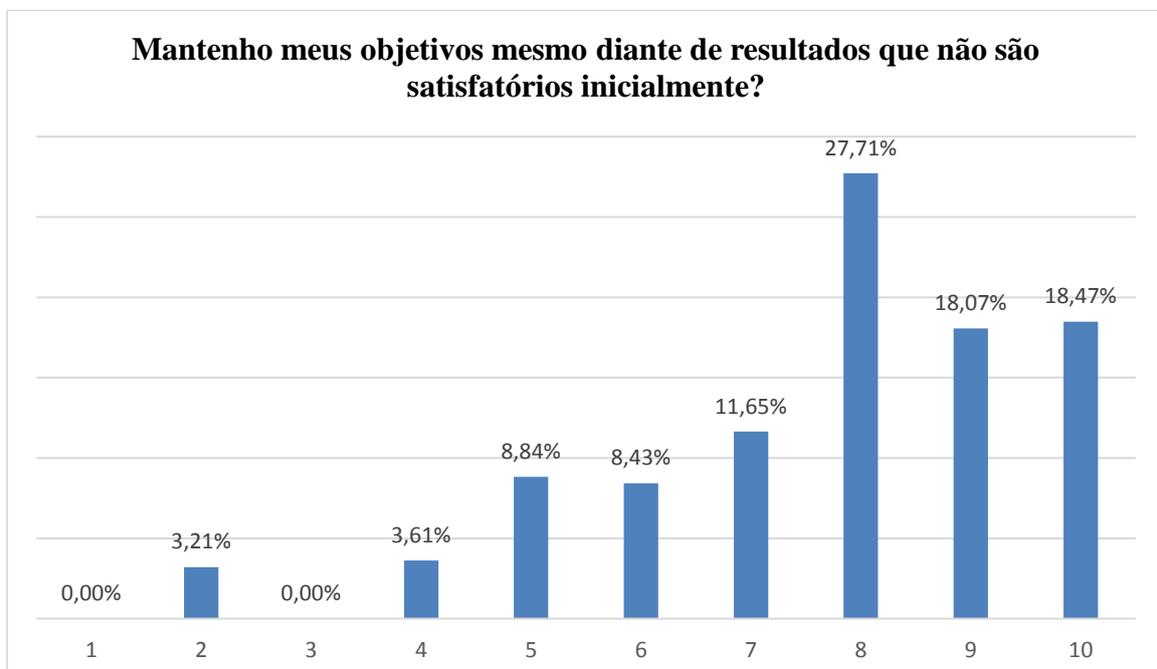


GRÁFICO Nº 10: Representação dos índices quantitativos da questão nº 18 – Realização

Nota: A maioria com 84,33% dos participantes da pesquisa confirmou que matem seus objetivos mesmo diante de resultados que não são satisfatórios inicialmente, sendo que

18,47% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 18,07%, na frequência número 8 foram 27,71%, na frequência número 7 foram 11,65% e na frequência número 6 foram 8,43%.

Renovo meus esforços para superar obstáculos?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	0	0,00%
2	2	0,80%
3	0	0,00%
4	4	1,61%
5	9	3,61%
6	16	6,43%
7	24	9,64%
8	61	24,50%
9	51	20,48%
10	82	32,93%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 17: Respostas da questão nº 20 – Realização

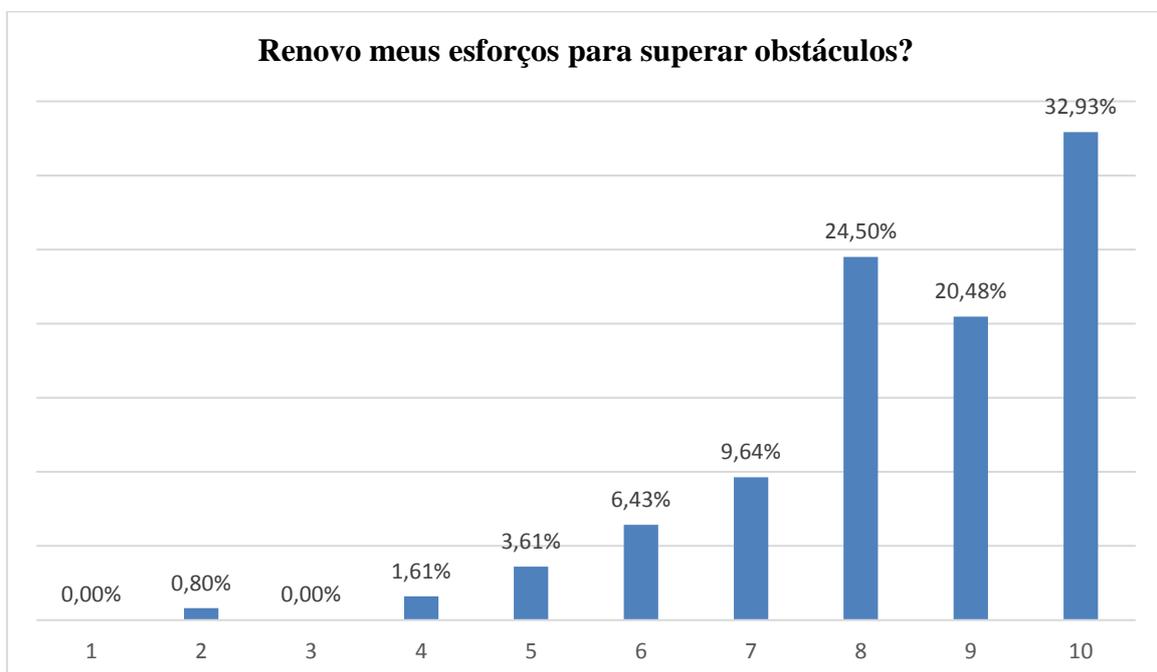


GRÁFICO Nº 11: Representação dos índices quantitativos da questão nº 20 – Realização

Nota: A maioria com 93,98% dos participantes da pesquisa confirmou que renovam seus esforços para superarem obstáculos, sendo que 32,93% deles responderam a frequência

máxima de número 10, na frequência número 9 foram 20,48%, na frequência número 8 foram 24,50%, na frequência número 7 foram 9,64% e na frequência número 6 foram 6,43%.

Emprego esforços extras para a conclusão de tarefas programadas?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	2	0,80%
2	0	0,00%
3	4	1,61%
4	6	2,41%
5	7	2,81%
6	8	3,21%
7	18	7,23%
8	57	22,89%
9	62	24,90%
10	85	34,14%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 18: Respostas da questão nº 27 – Realização

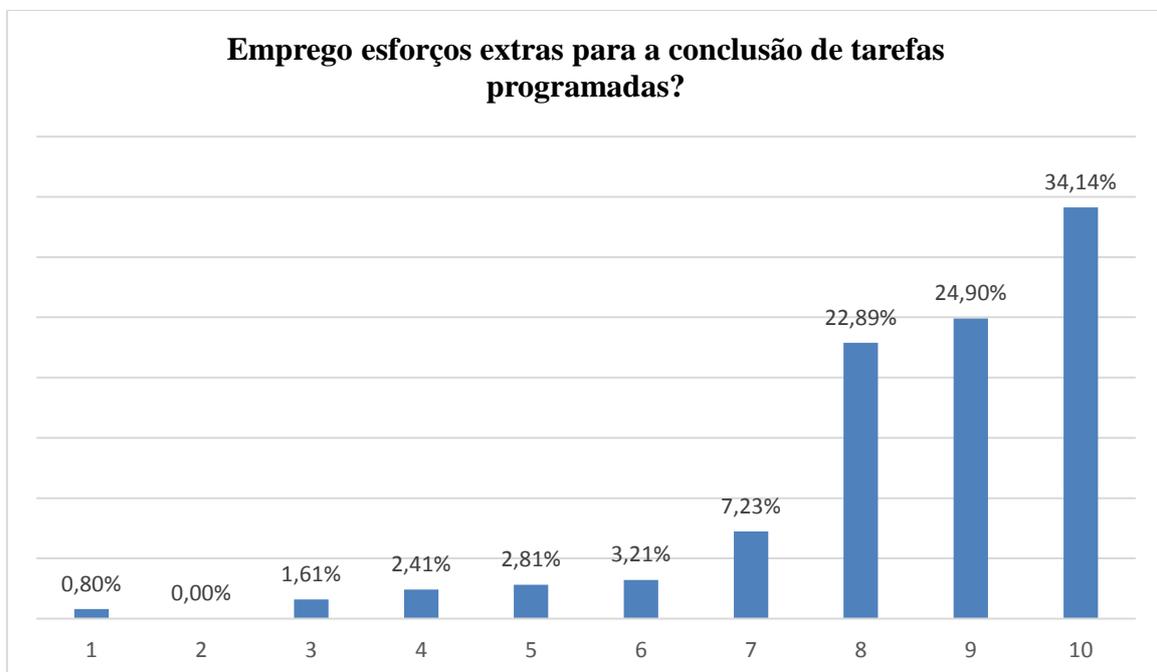


GRÁFICO Nº 12: Representação dos índices quantitativos da questão nº 27 – Realização

Nota: A maioria com 92,37% dos participantes da pesquisa confirmou que empregam esforços extras para a conclusão de tarefas programadas, sendo que 34,14% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 24,90%, na frequência número 8 foram 22,89%, na frequência número 7 foram 7,23% e na frequência número 6 foram 3,21%.

Assumo riscos com o intuito de superar a concorrência?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	6	2,41%
2	5	2,01%
3	8	3,21%
4	11	4,42%
5	16	6,43%
6	17	6,83%
7	40	16,06%
8	51	20,48%
9	42	16,87%
10	53	21,29%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 19: Respostas da questão nº 30 – Realização

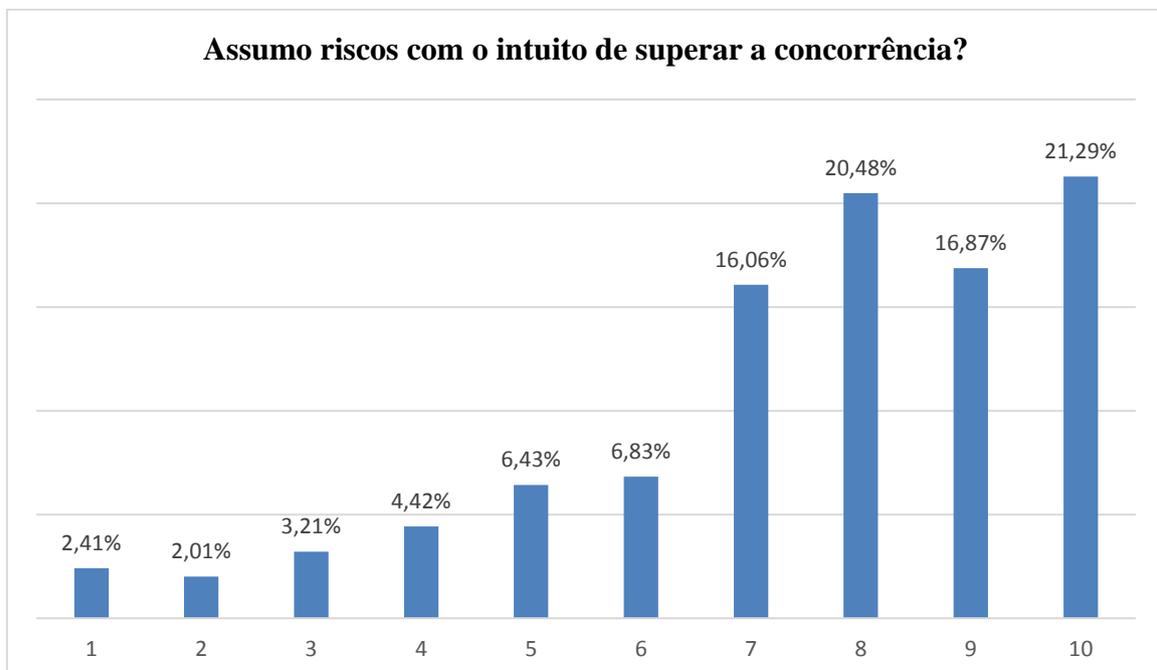


GRÁFICO Nº 13: Representação dos índices quantitativos da questão nº 30 – Realização

Nota: A maioria com 81,53% dos participantes da pesquisa confirmou que assumem riscos com o intuito de superar a concorrência, sendo que 21,29% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 16,87%, na frequência número 8 foram 20,48%, na frequência número 7 foram 16,06% e na frequência número 6 foram 6,83%.

5.1.1.2 Planejamento

Na dimensão Planejamento consideramos a Predisposição para gerenciar o empreendimento, a fim de obter informações para acompanhá-lo e avaliá-lo sistematicamente.

Para esta dimensão foram atribuídas 13 questões e aplicadas de forma aleatória no questionário com os seguintes questionamentos: 03 – Mudo de estratégia se necessário para alcançar uma meta? 05 – Defino metas de longo prazo, claras e específicas? 06 – Adoto procedimentos para assegurar que o trabalho atenda padrões de qualidade previamente estipulados? 09 – Busco obter informações sobre possíveis clientes? 12 – Faço projeções claras para o futuro do meu negócio? 15 – Reviso continuamente objetivos de curto prazo? 16 – Busco informações sobre ramo de negócio em diferentes fontes? 19 – Consulto meus registros de controle antes de tomar decisões? 22 – Planejo as atividades do meu negócio subdividindo tarefas de grande porte em sub-tarefas? 29 – Defino continuamente objetivos de curto prazo? 32 – Ajo antes de ser pressionado pelas circunstâncias? 33 – Costumo calcular o risco envolvido nos negócios que faço? 34 – Calculo os riscos antes de novos investimentos?

Abaixo apresentamos as tabelas com as frequências de escolhas dos participantes bem como os gráficos com as interpretações.

Mudo de estratégia se necessário para alcançar uma meta?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	0	0,00%
2	2	0,80%
3	0	0,00%
4	5	2,01%
5	14	5,62%
6	15	6,02%
7	30	12,05%
8	49	19,68%
9	42	16,87%
10	92	36,95%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 20: Respostas da questão nº 03 – Planejamento

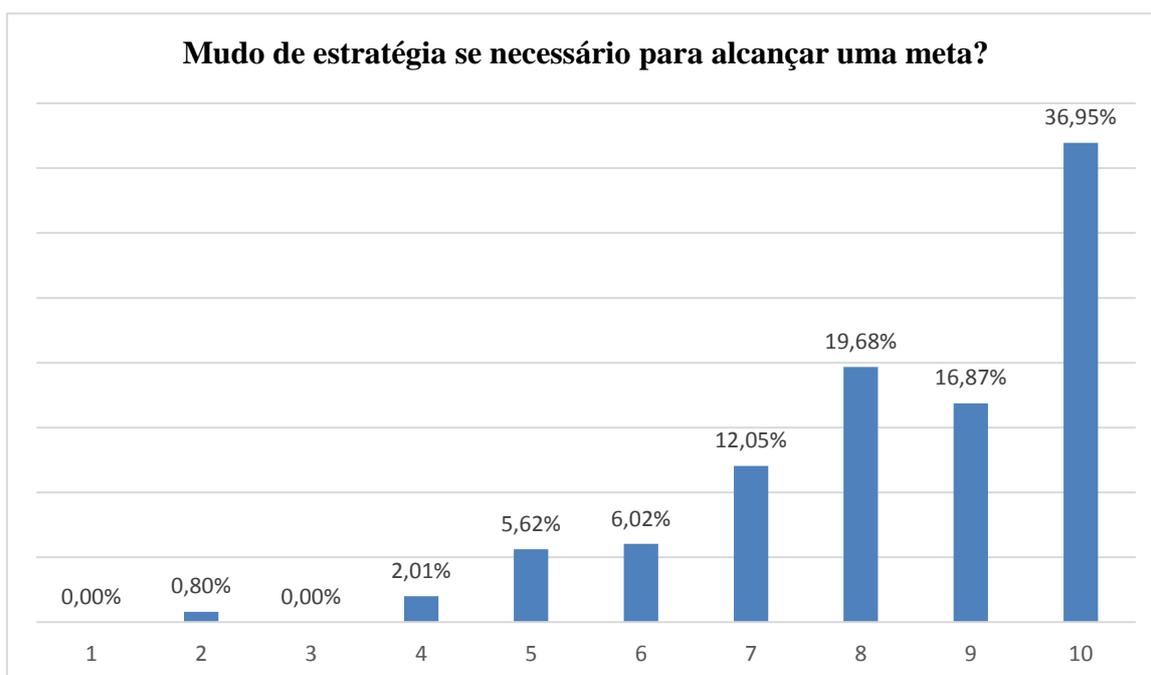


GRÁFICO Nº 14: Representação dos índices quantitativos da questão nº 03 – Planejamento

Nota: A maioria com 91,57% dos participantes da pesquisa confirmou que mudam de estratégias se necessário para alcançar a meta, sendo que 36,95% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 16,87%, na frequência número 8 foram 19,68%, na frequência número 7 foram 12,05% e na frequência número 6 foram 6,02%.

Defino metas de longo prazo, claras e específicas?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	4	1,61%
2	2	0,80%
3	6	2,41%
4	12	4,82%
5	27	10,84%
6	14	5,62%
7	50	20,08%
8	44	17,67%
9	36	14,46%
10	54	21,69%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 21: Respostas da questão nº 05 – Planejamento

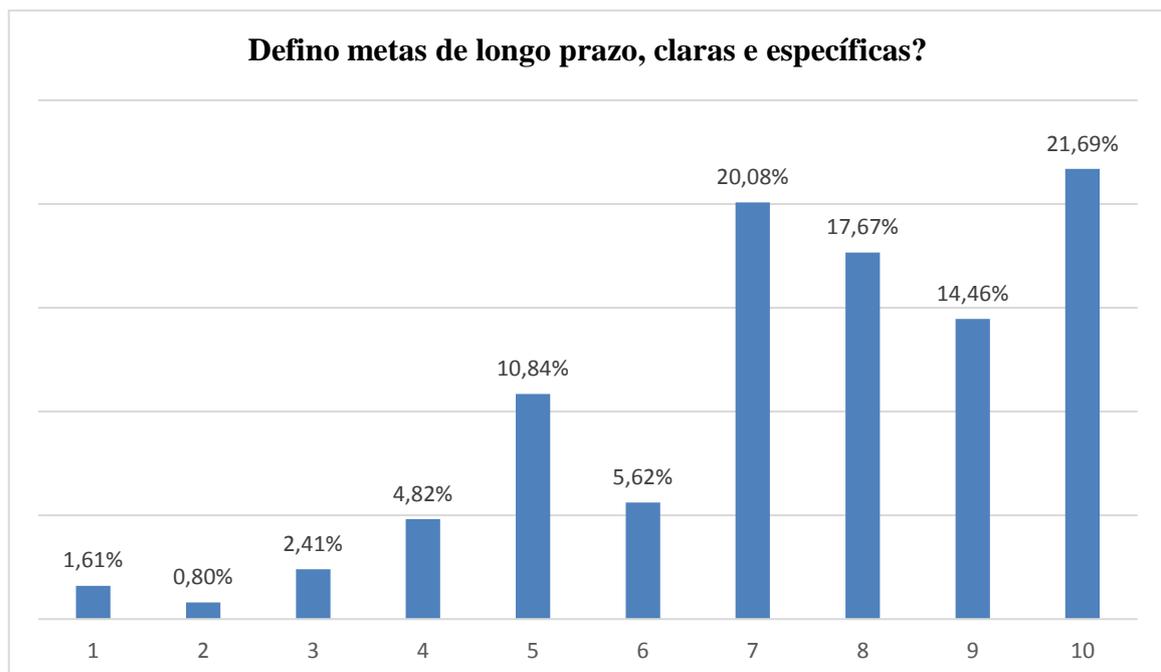


GRÁFICO Nº 15: Representação dos índices quantitativos da questão nº 05 – Planejamento

Nota: A maioria com 79,52% dos participantes da pesquisa confirmou que definam metas de longo prazo claras e específicas, sendo que 21,69% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 14,46%, na frequência número 8 foram 17,67%, na frequência número 7 foram 20,08% e na frequência número 6 foram 5,62%.

Adoto procedimentos para assegurar que o trabalho atenda padrões de qualidade previamente estipulados?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	2	0,80%
2	5	2,01%
3	0	0,00%
4	0	0,00%
5	21	8,43%
6	14	5,62%
7	30	12,05%
8	53	21,29%
9	52	20,88%
10	72	28,92%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 22: Respostas da questão nº 06 – Planejamento

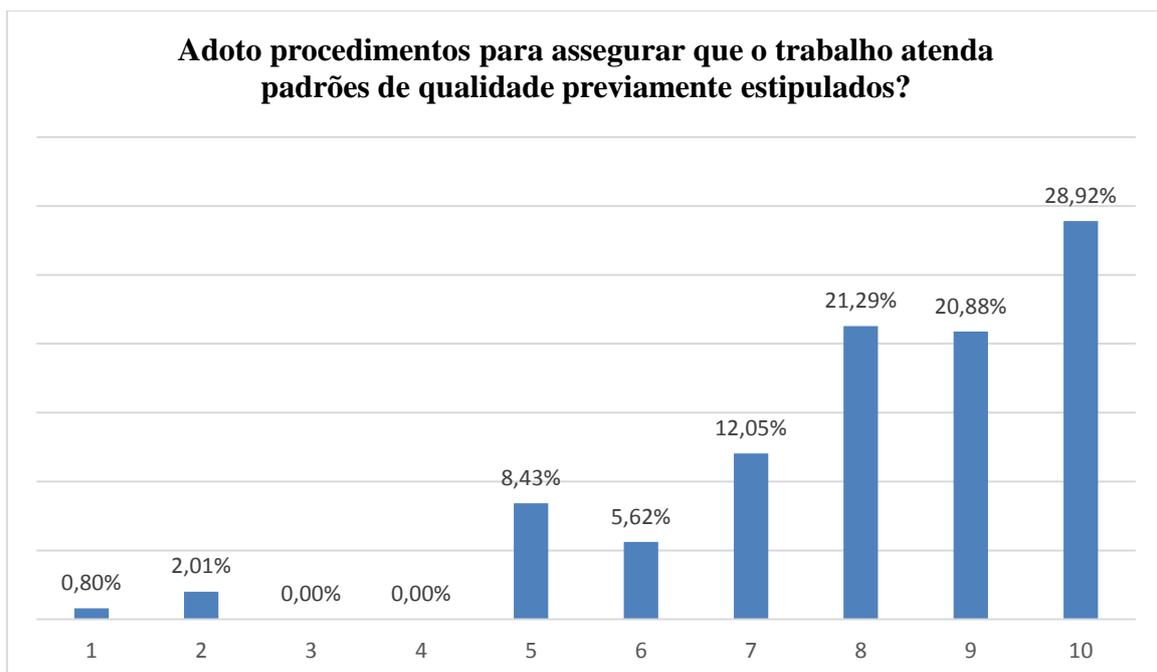


GRÁFICO Nº 16: Representação dos índices quantitativos da questão nº 06 – Planejamento

Nota: A maioria com 88,76% dos participantes da pesquisa confirmou que adotam procedimentos para assegurar que o trabalho atenda padrões de qualidade previamente estipulados, sendo que 28,92% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 20,88%, na frequência número 8 foram 21,29%, na frequência número 7 foram 12,05% e na frequência número 6 foram 5,62%.

Busco obter informações sobre possíveis clientes?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	4	1,61%
2	2	0,80%
3	5	2,01%
4	2	0,80%
5	11	4,42%
6	25	10,04%
7	25	10,04%
8	56	22,49%
9	51	20,48%
10	68	27,31%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 23: Respostas da questão nº09 – Planejamento

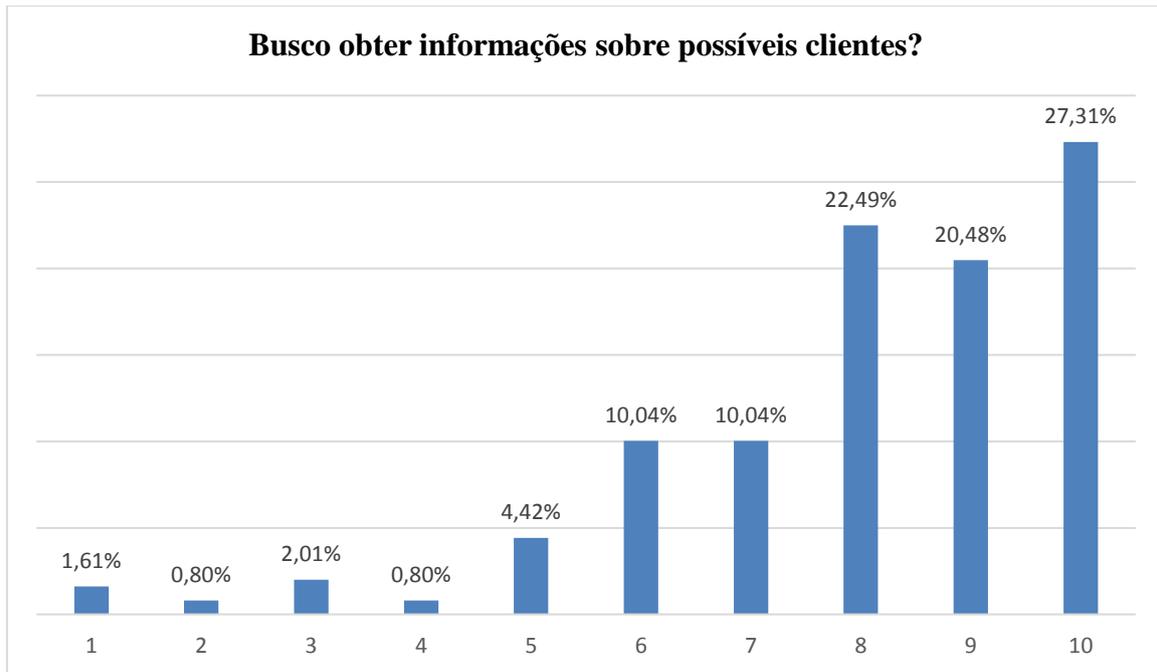


GRÁFICO Nº 17: Representação dos índices quantitativos da questão nº 09 – Planejamento

Nota: A maioria com 90,36% dos participantes da pesquisa confirmou que buscam obter informações sobre possíveis clientes, sendo que 27,31% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 20,48%, na frequência número 8 foram 22,49%, na frequência número 7 foram 10,04% e na frequência número 6 foram 10,04%.

Faço projeções claras para o futuro do meu negócio?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	6	2,41%
2	0	0,00%
3	5	2,01%
4	12	4,82%
5	12	4,82%
6	17	6,83%
7	29	11,65%
8	48	19,28%
9	56	22,49%
10	64	25,70%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 24: Respostas da questão nº 12 – Planejamento

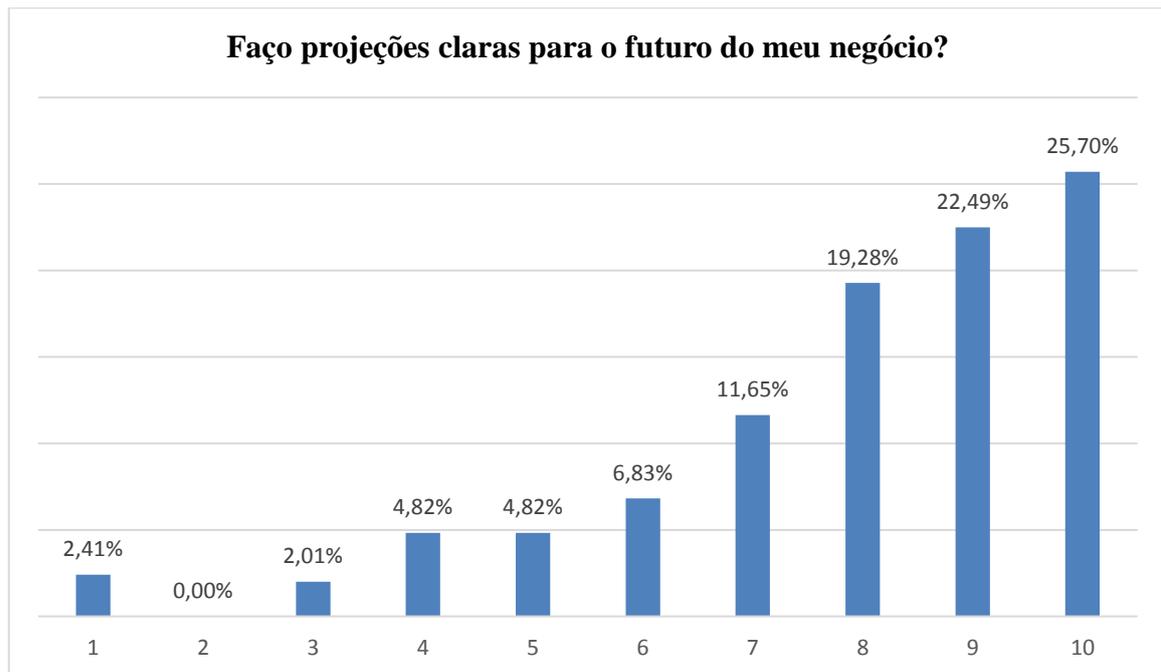


GRÁFICO Nº 18: Representação dos índices quantitativos da questão nº 12 – Planejamento

Nota: A maioria com 85,95% dos participantes da pesquisa confirmou que fazem projeções claras para o futuro de seus negócios, sendo que 25,70% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 22,49%, na frequência número 8 foram 19,28%, na frequência número 7 foram 11,65% e na frequência número 6 foram 6,83%.

Reviso continuamente objetivos de curto prazo?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	2	0,80%
2	2	0,80%
3	12	4,82%
4	0	0,00%
5	21	8,43%
6	21	8,43%
7	48	19,28%
8	43	17,27%
9	31	12,45%
10	69	27,71%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 25: Respostas da questão nº 15 – Planejamento

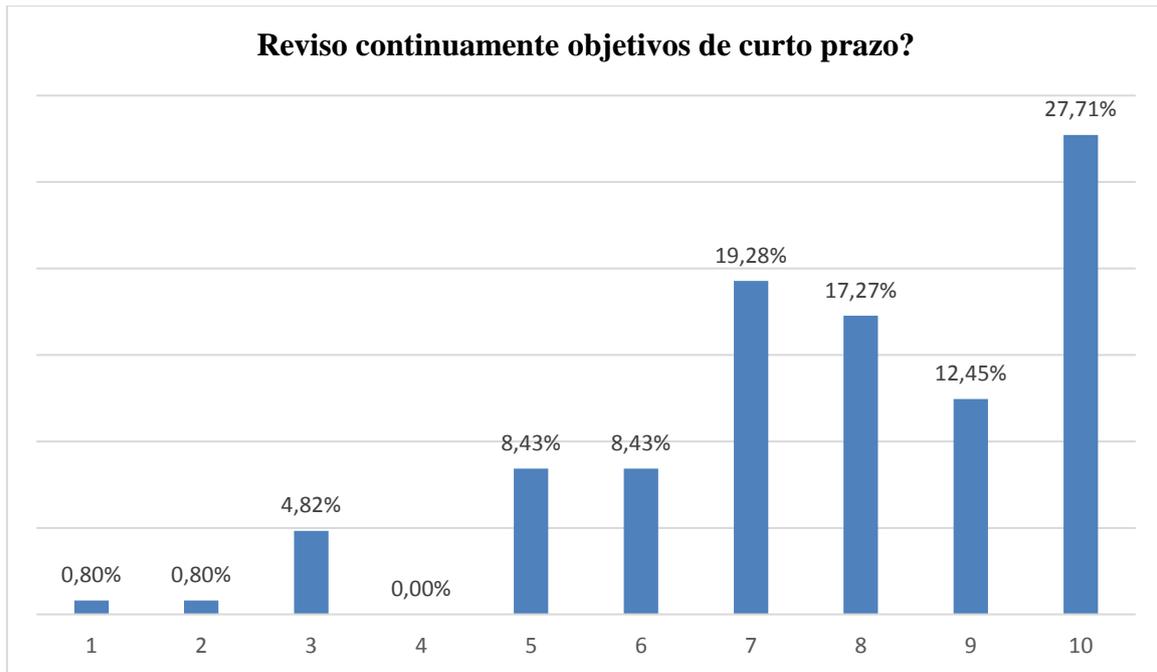


GRÁFICO Nº 19: Representação dos índices quantitativos da questão nº 15 – Planejamento

Nota: A maioria com 85,14% dos participantes da pesquisa confirmou que revisam continuamente objetivos de curto prazo, sendo que 27,71% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 12,45%, na frequência número 8 foram 17,27%, na frequência número 7 foram 19,28% e na frequência número 6 foram 8,43%.

Busco informações sobre ramo de negócio em diferentes fontes?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	7	2,81%
2	4	1,61%
3	9	3,61%
4	9	3,61%
5	4	1,61%
6	19	7,63%
7	43	17,27%
8	54	21,69%
9	41	16,47%
10	59	23,69%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 26: Respostas da questão nº 16 – Planejamento

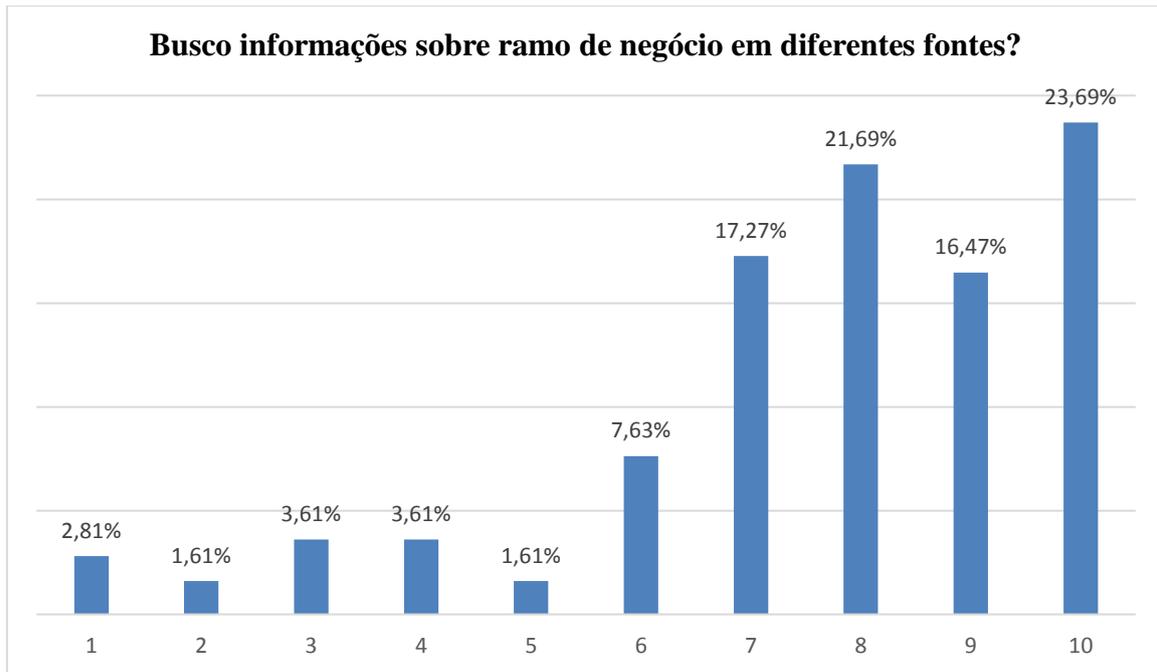


GRÁFICO Nº 20: Representação dos índices quantitativos da questão nº 16 – Planejamento

Nota: A maioria com 86,76% dos participantes da pesquisa confirmou que buscam informações sobre ramo de negócio em diferentes fontes, sendo que 23,69% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 16,47%, na frequência número 8 foram 21,69%, na frequência número 7 foram 17,27% e na frequência número 6 foram 7,63%.

Consulto meus registros de controle antes de tomar decisões?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	2	0,80%
2	5	2,01%
3	2	0,80%
4	7	2,81%
5	14	5,62%
6	20	8,03%
7	29	11,65%
8	62	24,90%
9	46	18,47%
10	62	24,90%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 27: Respostas da questão nº 19 – Planejamento

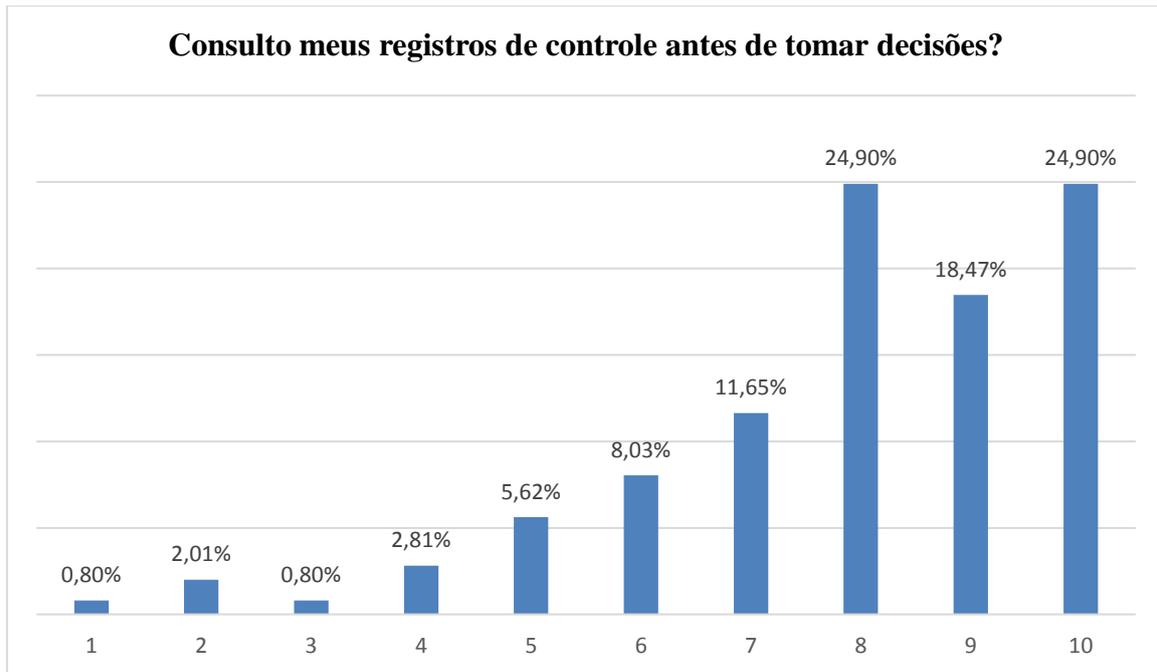


GRÁFICO Nº 21: Representação dos índices quantitativos da questão nº 19 – Planejamento

Nota: A maioria com 87,95% dos participantes da pesquisa confirmou que consultam seus registros de controle antes de tomar decisões, sendo que 24,90% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 18,47%, na frequência número 8 foram 24,90%, na frequência número 7 foram 11,65% e na frequência número 6 foram 8,03%.

Planejo as atividades do meu negócio subdividindo tarefas de grande porte em subtarefas?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	6	2,41%
2	5	2,01%
3	2	0,80%
4	14	5,62%
5	11	4,42%
6	17	6,83%
7	24	9,64%
8	60	24,10%
9	39	15,66%
10	71	28,51%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 28: Respostas da questão nº 22 – Planejamento

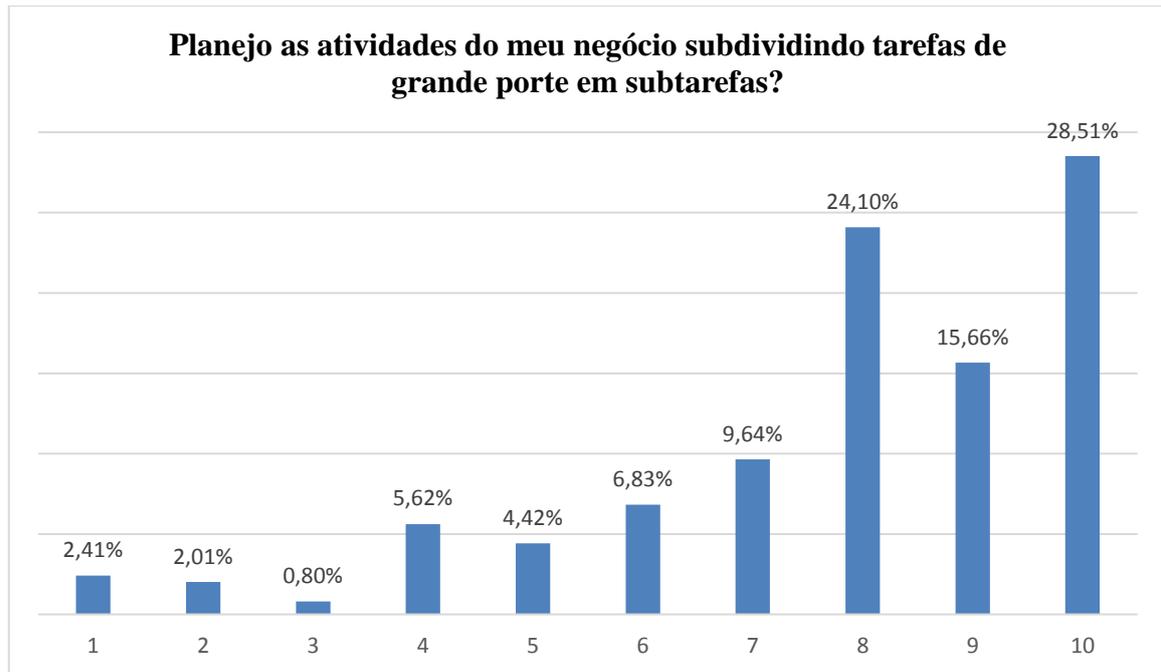


GRÁFICO Nº 22: Representação dos índices quantitativos da questão nº 22 – Planejamento

Nota: A maioria com 84,74% dos participantes da pesquisa confirmou que planejam as atividades de seus negócios subdividindo tarefas de grande porte em subtarefas, sendo que 28,51% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 15,66%, na frequência número 8 foram 24,10%, na frequência número 7 foram 9,64% e na frequência número 6 foram 6,83%.

Defino continuamente objetivos de curto prazo?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	4	1,61%
2	0	0,00%
3	11	4,42%
4	4	1,61%
5	8	3,21%
6	27	10,84%
7	40	16,06%
8	55	22,09%
9	42	16,87%
10	58	23,29%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 29: Respostas da questão nº 29 – Planejamento

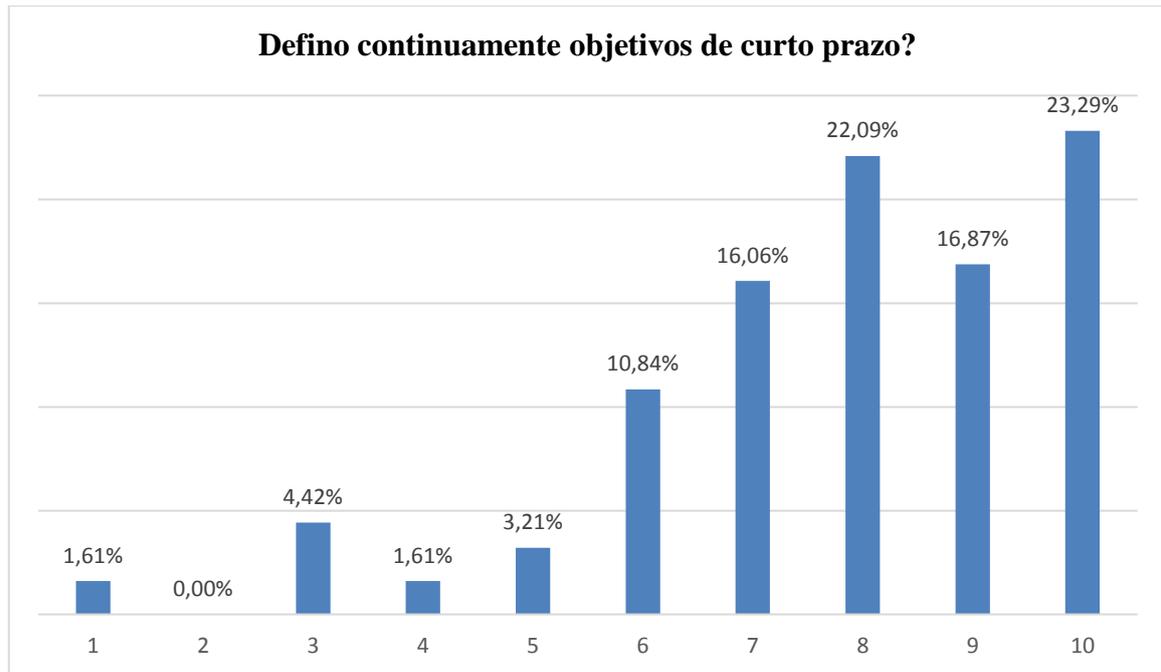


GRÁFICO Nº 23: Representação dos índices quantitativos da questão nº 29 – Planejamento

Nota: A maioria com 89,85% dos participantes da pesquisa confirmou que definem continuamente objetivos de curto prazo, sendo que 23,99% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 16,87%, na frequência número 8 foram 22,09%, na frequência número 7 foram 16,06% e na frequência número 6 foram 10,84%.

Ajo antes de ser pressionado pelas circunstâncias?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	2	0,80%
2	0	0,00%
3	5	2,01%
4	2	0,80%
5	15	6,02%
6	17	6,83%
7	41	16,47%
8	52	20,88%
9	48	19,28%
10	67	26,91%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 30: Respostas da questão nº 32 – Planejamento

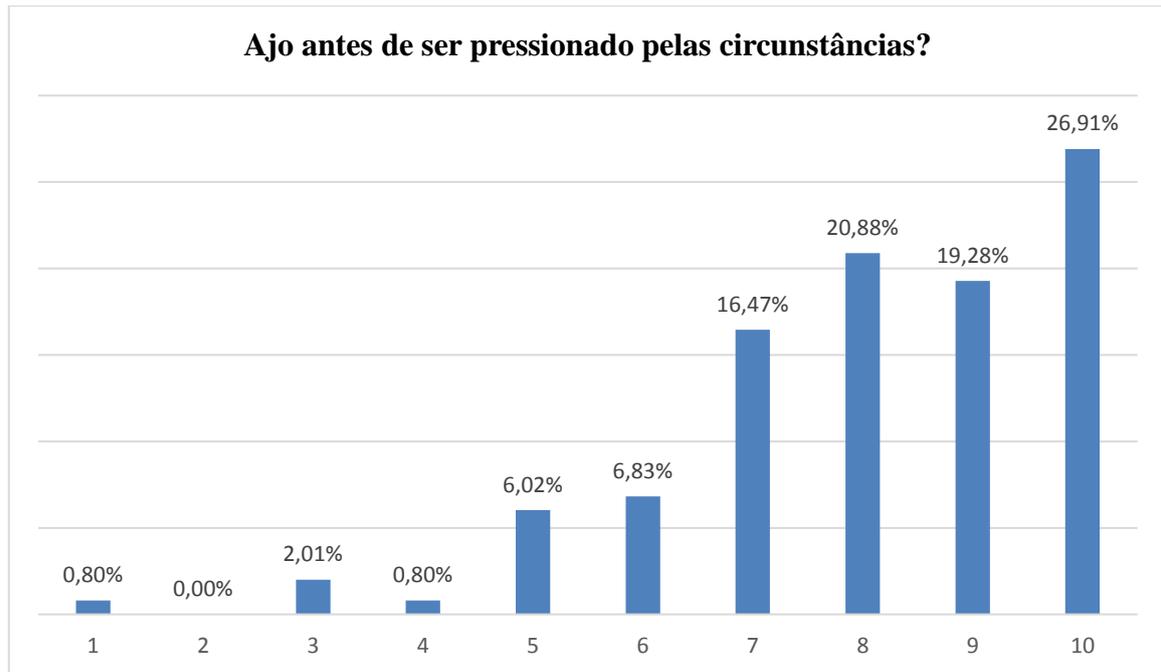


GRÁFICO Nº 24: Representação dos índices quantitativos da questão nº 32 – Planejamento

Nota: A maioria com 90,37% dos participantes da pesquisa confirmou que agem antes de ser pressionado pelas circunstâncias, sendo que 26,91% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 19,28%, na frequência número 8 foram 20,88%, na frequência número 7 foram 16,47% e na frequência número 6 foram 6,83%.

Costumo calcular o risco envolvido nos negócios que faço?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	2	0,80%
2	0	0,00%
3	10	4,02%
4	2	0,80%
5	12	4,82%
6	15	6,02%
7	47	18,88%
8	47	18,88%
9	38	15,26%
10	76	30,52%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 31: Respostas da questão nº 33 – Planejamento

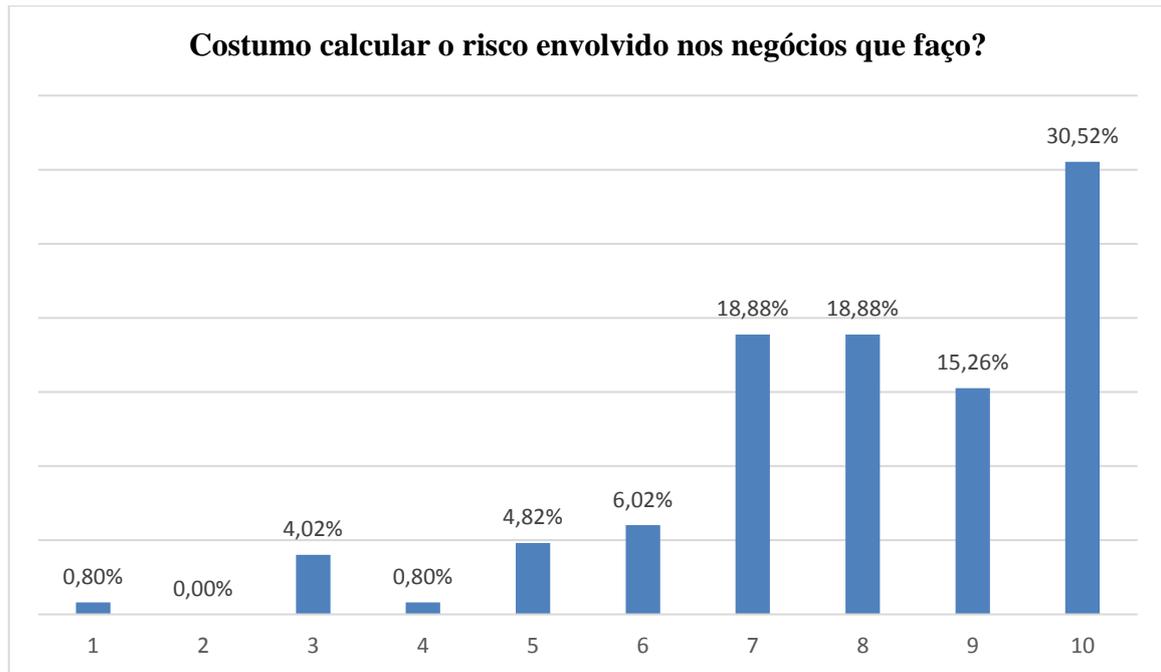


GRÁFICO Nº 25: Representação dos índices quantitativos da questão nº 33 – Planejamento

Nota: A maioria com 89,56% dos participantes da pesquisa confirmou que costumam calcular o risco envolvido nos negócios que faço, sendo que 30,52% deles responderam afreqüência máxima de número 10, na freqüência número 9 foram 15,26%, na freqüência número 8 foram 18,88%, na freqüência número 7 foram 18,88% e na freqüência número 6 foram 6,02%.

Calculo os riscos antes de novos investimentos?		
Escala	Freqüência	Porcentagem
1	6	2,41%
2	0	0,00%
3	3	1,20%
4	9	3,61%
5	0	0,00%
6	18	7,23%
7	37	14,86%
8	39	15,66%
9	56	22,49%
10	81	32,53%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 32: Respostas da questão nº 34 – Planejamento

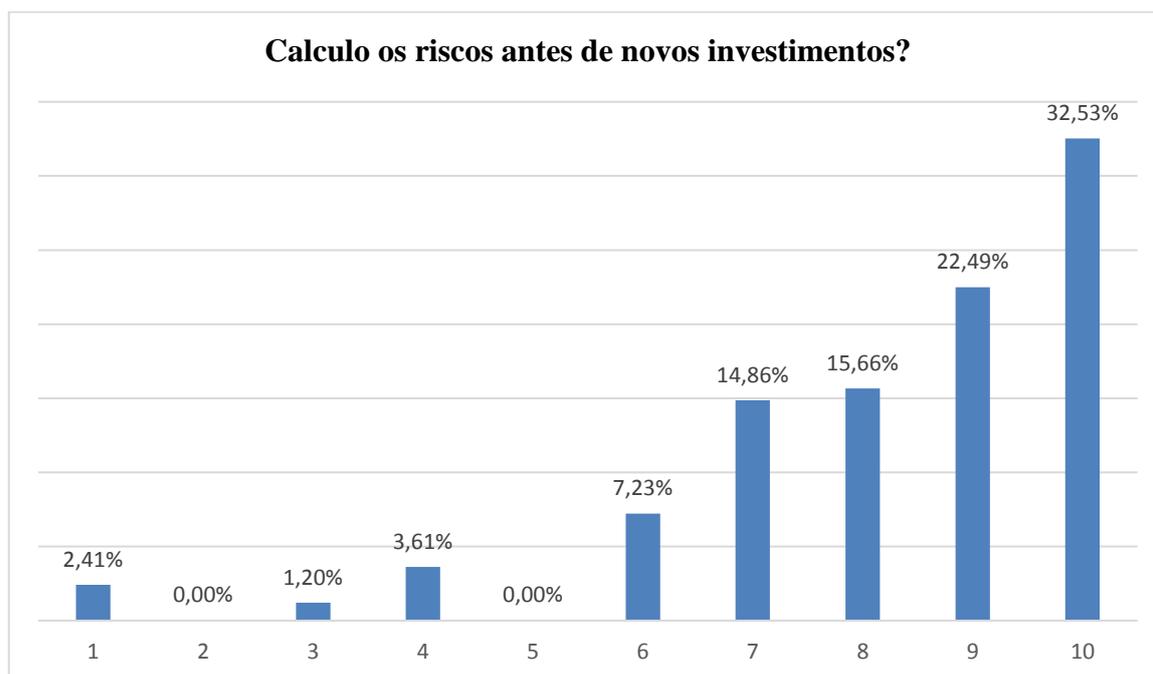


GRÁFICO Nº 26: Representação dos índices quantitativos da questão nº 34 – Planejamento

Nota: A maioria com 92,77% dos participantes da pesquisa confirmou que calculam os riscos antes de novos investimentos, sendo que 32,53% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 22,49%, na frequência número 8 foram 15,66%, na frequência número 7 foram 14,86% e na frequência número 6 foram 7,23%.

5.1.1.3 Poder

Na dimensão Poder consideramos a predisposição para liderar, influenciar nas ações e nos resultados do empreendimento, estabelecer redes sociais e desenvolver a autoconfiança.

Para esta dimensão foram atribuídas 08 questões e aplicadas de forma aleatória no questionário com os seguintes questionamentos: 07 – Utilizo contatos pessoais para atingir meus objetivos? 10 – Confio na minha capacidade de superar desafios? 14 – Utilizo estratégias deliberadas para influenciar pessoas? 24 – Assumo a responsabilidade pela resolução de problemas que possam prejudicar o desempenho do meu negócio? 25 – Considero-me o principal responsável pelo desempenho do meu negócio, departamento ou seção? 26 – Confio na minha competência como fonte o sucesso do meu negócio? 35 –

Estimulo o espírito de equipe entre meus funcionários ou colegas de trabalho? 36 – Estimulo a participação de funcionários ou colegas de trabalho na busca pela solução de problemas?

Abaixo apresentamos as tabelas com as frequências de escolhas dos participantes bem como os gráficos com as interpretações.

Utilizo contatos pessoais para atingir meus objetivos?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	4	1,61%
2	0	0,00%
3	3	1,20%
4	2	0,80%
5	23	9,24%
6	27	10,84%
7	22	8,84%
8	61	24,50%
9	39	15,66%
10	68	27,31%

TOTAL	249	100%
--------------	------------	-------------

QUADRO Nº 33: Respostas da questão nº 07 – Poder

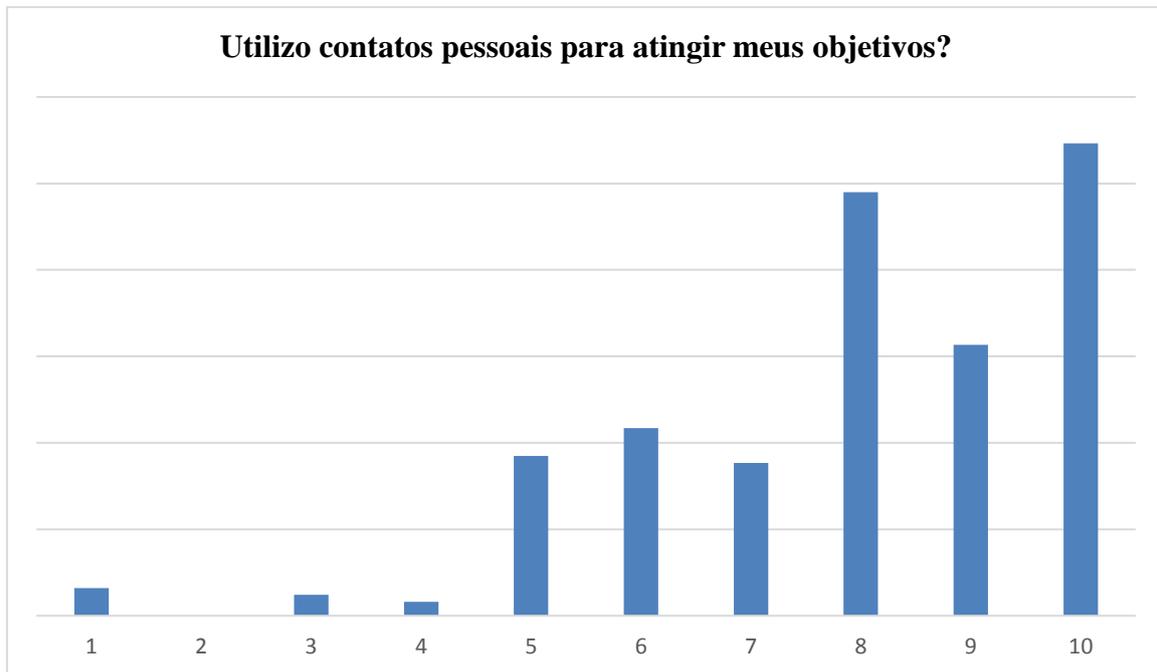


GRÁFICO Nº 27: Representação dos índices quantitativos da questão nº 07 – Poder

Nota: A maioria com 87,15% dos participantes da pesquisa confirmou que utilizam seus contatos pessoais para atingir seus objetivos, sendo que 27,31% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 15,66%, na frequência número 8 foram 24,50%, na frequência número 7 foram 8,84% e na frequência número 6 foram 10,84%.

Confio na minha capacidade de superar desafios?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	2	0,80%
2	0	0,00%
3	0	0,00%
4	3	1,20%
5	7	2,81%
6	7	2,81%
7	29	11,65%
8	39	15,66%
9	34	13,65%
10	128	51,41%

TOTAL	249	100%
--------------	------------	-------------

QUADRO Nº 34: Respostas da questão nº 10 – Poder

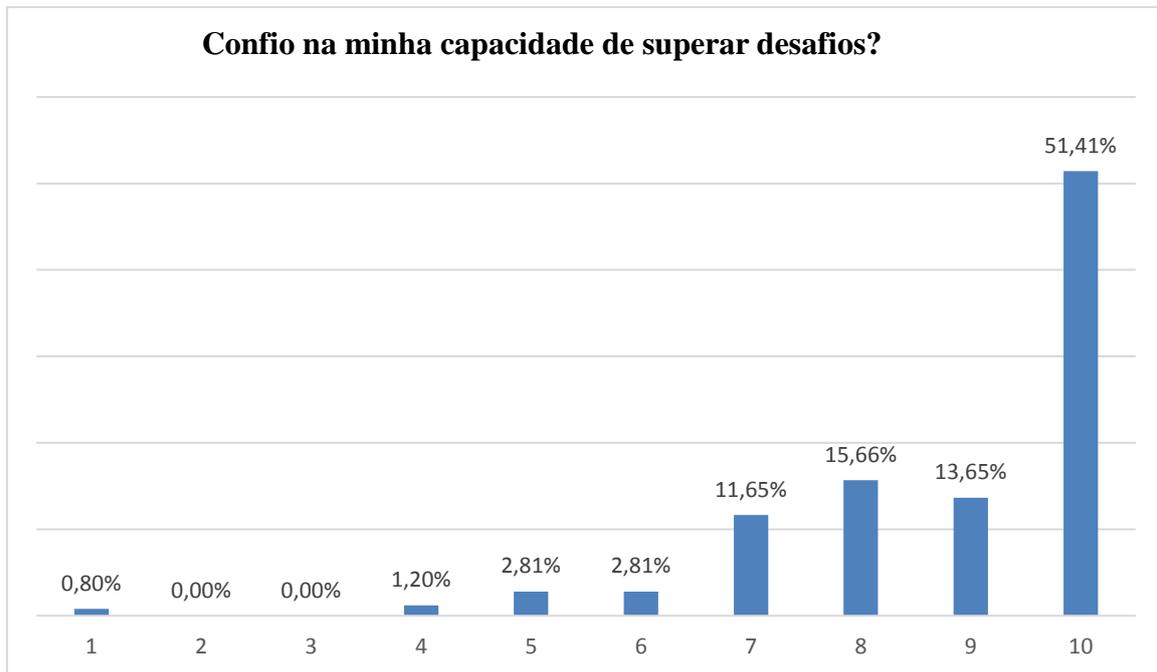


GRÁFICO Nº 28: Representação dos índices quantitativos da questão nº 10 – Poder

Nota: A maioria com 95,18% dos participantes da pesquisa confirmou que confiam nas suas capacidades para superarem os desafios, sendo que 51,41% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 13,65%, na frequência número 8 foram 15,66%, na frequência número 7 foram 11,65% e na frequência número 6 foram 2,81%.

Utilizo estratégias deliberadas para influenciar pessoas?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	2	0,80%
2	8	3,21%
3	0	0,00%
4	9	3,61%
5	8	3,61%
6	25	10,04%
7	37	14,86%
8	52	20,88%
9	48	19,28%

10	59	23,69%
TOTAL	249	100%

QUADRO N° 35: Respostas da questão n° 14 – Poder

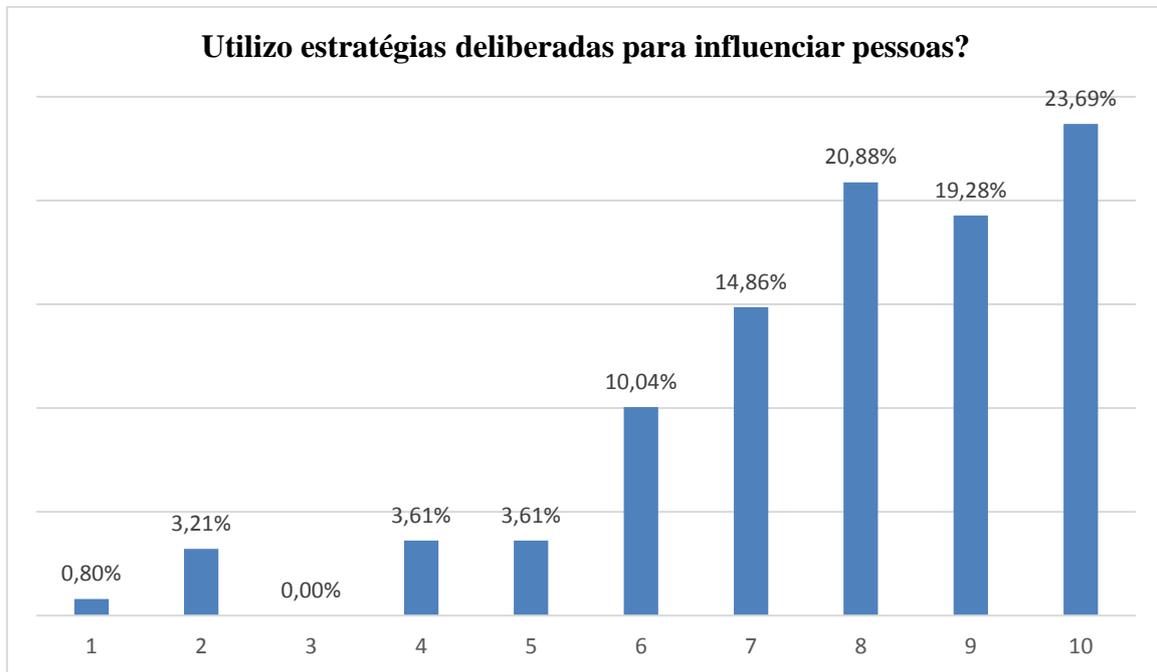


GRÁFICO N° 29: Representação dos índices quantitativos da questão n° 14 – Poder

Nota: A maioria com 88,75% dos participantes da pesquisa confirmou que utilizam estratégias deliberadas para influenciar pessoas, sendo que 23,69% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 19,28%, na frequência número 8 foram 20,88%, na frequência número 7 foram 14,86% e na frequência número 6 foram 10,04%.

Assumo a responsabilidade pela resolução de problemas que possam prejudicar o desempenho do meu negócio?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	6	2,41%
2	5	2,01%
3	2	0,80%
4	12	4,82%
5	0	0,00%
6	14	5,62%
7	28	11,24%

8	50	20,08%
9	39	15,66%
10	93	37,35%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 36: Respostas da questão nº24 – Poder

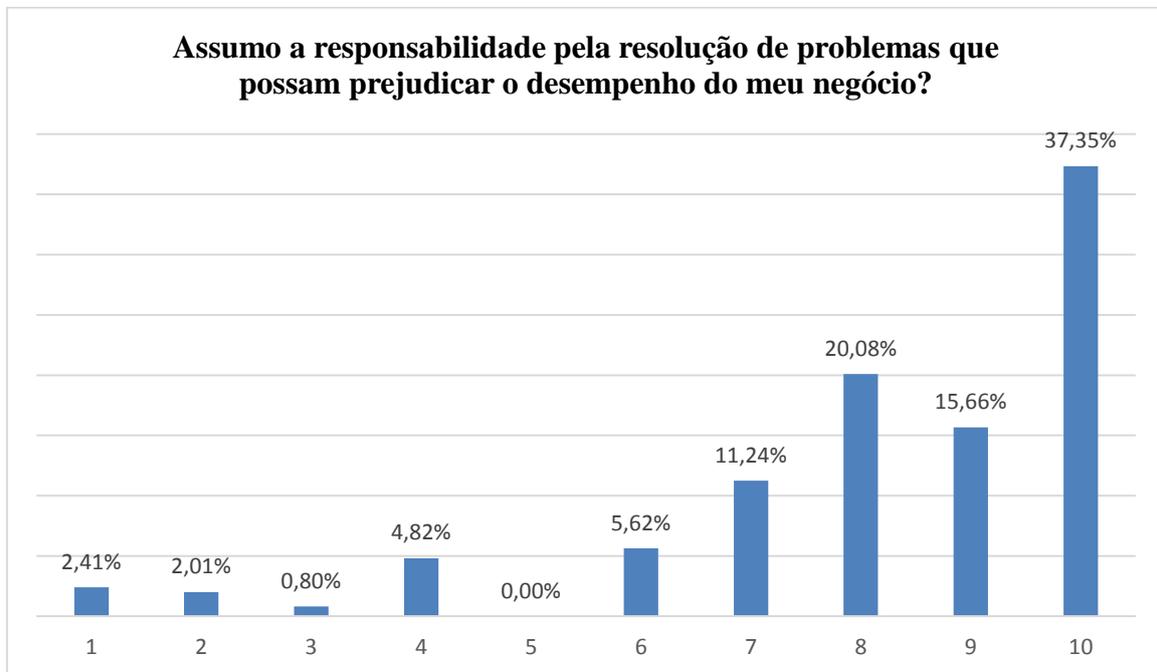


GRÁFICO Nº 30: Representação dos índices quantitativos da questão nº 24 – Poder

Nota: A maioria com 89,95% dos participantes da pesquisa confirmou que assumem a responsabilidade pela resolução de problemas que possam prejudicar o desempenho dos seus negócios, sendo que 37,35% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 15,66%, na frequência número 8 foram 20,08%, na frequência número 7 foram 11,24% e na frequência número 6 foram 5,62%.

Considero-me o principal responsável pelo desempenho do meu negócio, departamento ou seção?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	11	4,42%
2	4	1,61%
3	7	2,81%
4	4	1,61%
5	13	5,22%
6	13	5,22%

7	20	8,03%
8	46	18,47%
9	41	16,47%
10	90	36,14%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 37: Resposta da questão nº 25 – Poder

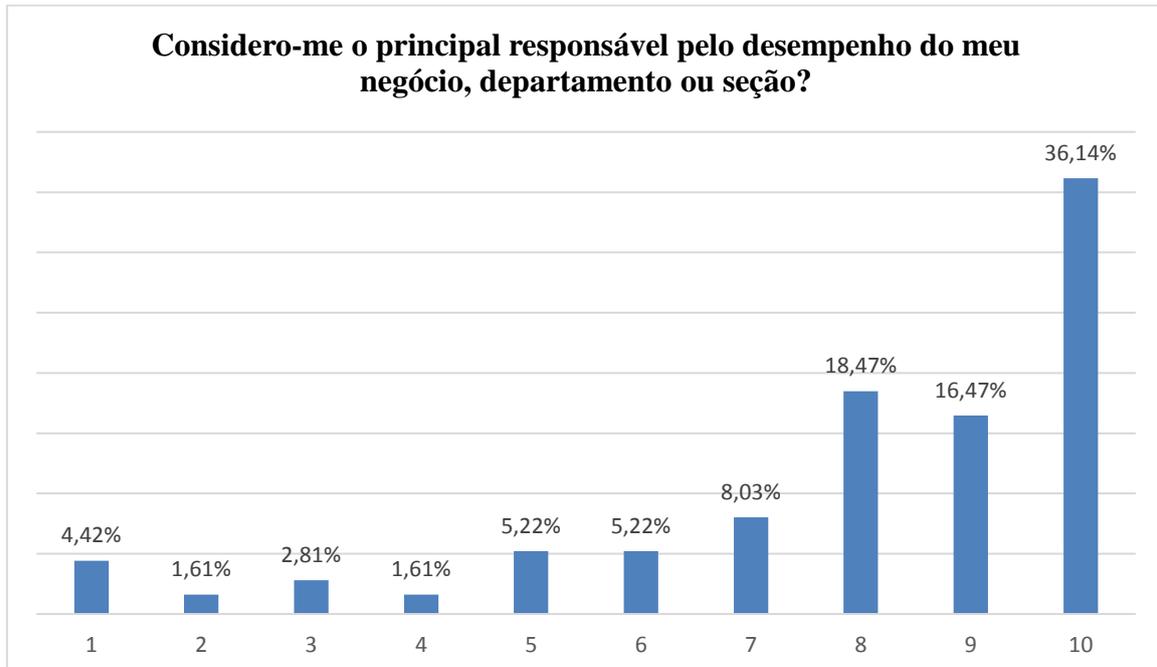


GRÁFICO Nº 31: Representação dos índices quantitativos da questão nº 25 – Poder

Nota: A maioria com 84,33% dos participantes da pesquisa confirmou que se consideram o principal responsável pelo desempenho dos seus negócios, departamento ou seção, sendo que 36,14% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 16,47%, na frequência número 8 foram 18,47%, na frequência número 7 foram 8,03% e na frequência número 6 foram 5,22%.

Confio na minha competência como fonte o sucesso do meu negócio?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	2	0,80%
2	2	0,80%
3	5	2,01%
4	6	2,41%
5	13	5,22%
6	7	2,81%

7	24	9,64%
8	63	25,30%
9	27	10,84%
10	100	40,16%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 38: Respostas da questão nº 26– Poder

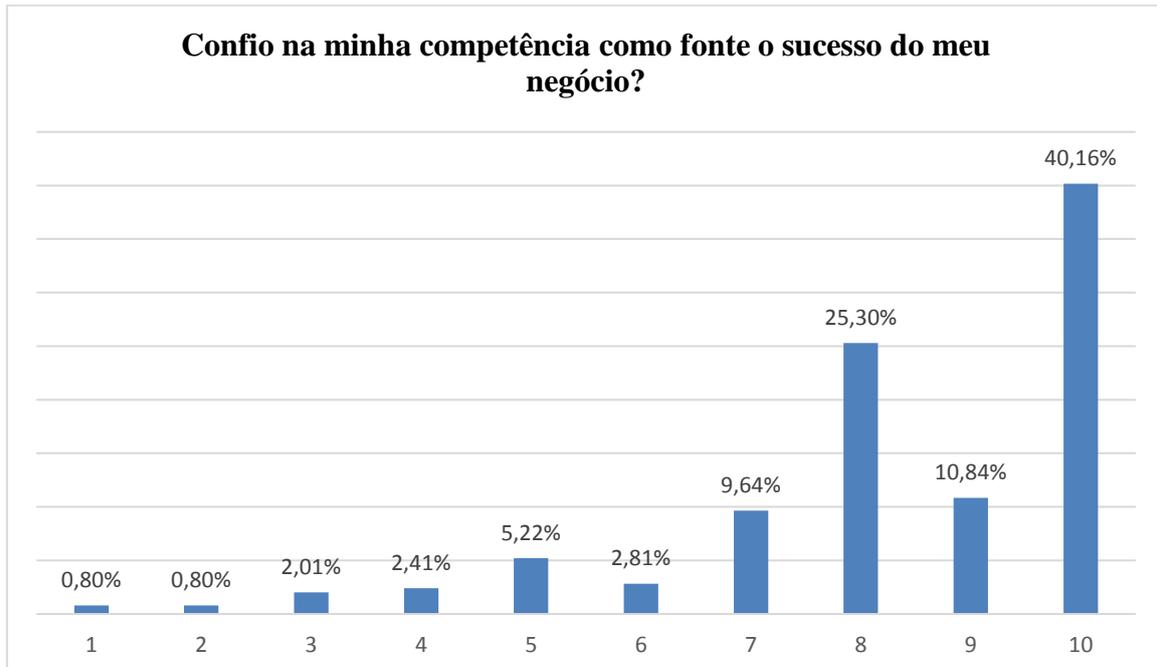


GRÁFICO Nº 32: Representação dos índices quantitativos da questão nº 26 – Poder

Nota: A maioria com 88,75% dos participantes da pesquisa confirmou que confiam nas suas competências como fonte o sucesso de seus negócios, sendo que 40,16% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 10,84%, na frequência número 8 foram 25,30%, na frequência número 7 foram 9,64% e na frequência número 6 foram 2,81%.

Estimulo o espírito de equipe entre meus funcionários ou colegas de trabalho?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	4	1,61%
2	0	0,00%
3	0	0,00%
4	10	4,02%
5	7	2,81%
6	7	2,81%

7	18	7,23%
8	51	20,48%
9	56	22,49%
10	96	38,55%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 39: Respostas da questão nº 35– Poder

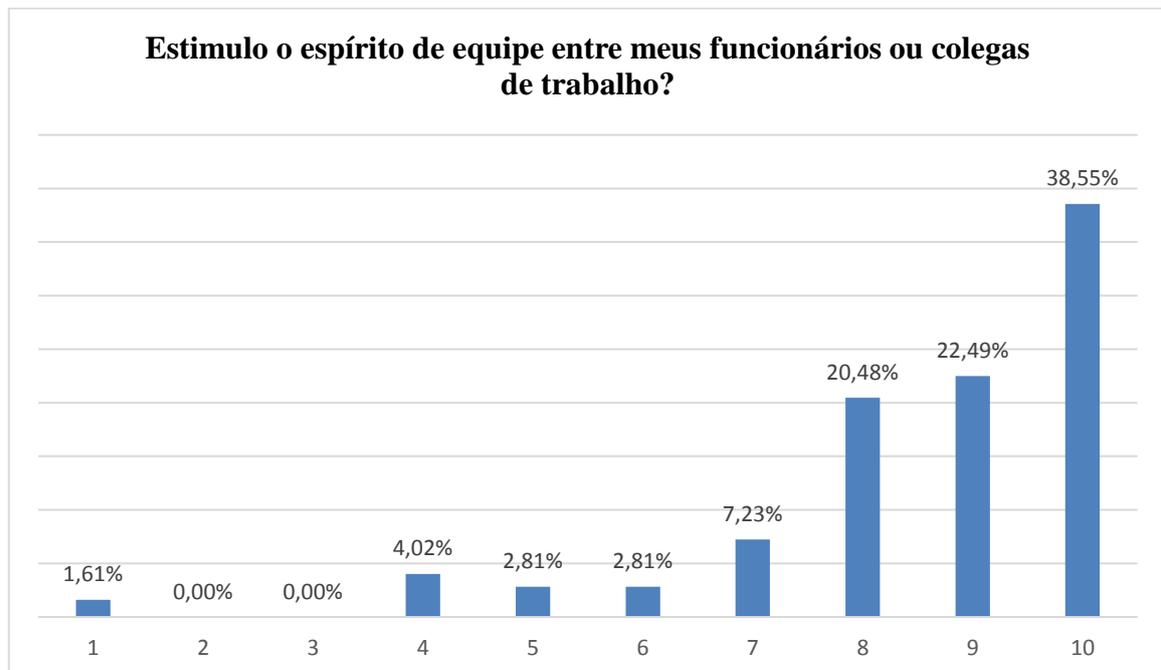


GRÁFICO Nº 33: Representação dos índices quantitativos da questão nº 35 – Poder

Nota: A maioria com 91,56% dos participantes da pesquisa confirmou que estimulam o espírito de equipe entre seus funcionários ou colegas de trabalho, sendo que 38,55% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 22,49%, na frequência número 8 foram 20,48%, na frequência número 7 foram 7,23% e na frequência número 6 foram 2,81%.

Estimulo a participação de funcionários ou colegas de trabalho na busca pela solução de problemas?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	4	1,61%
2	0	0,00%
3	2	0,80%
4	5	2,01%
5	3	1,20%
6	13	5,22%

7	11	4,42%
8	65	26,10%
9	48	19,28%
10	98	39,36%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 40: Respostas da questão nº 36– Poder

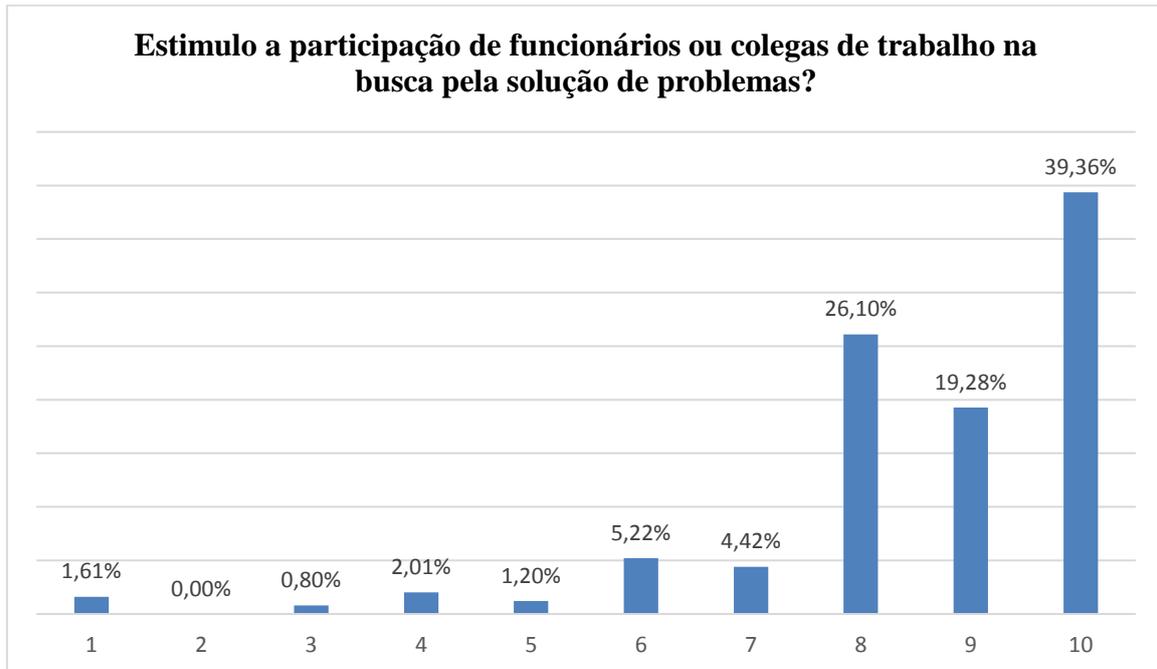


GRÁFICO Nº 34: Representação dos índices quantitativos da questão nº 36 – Poder

Nota: A maioria com 94,38% dos participantes da pesquisa confirmou que estimulam a participação de funcionários ou colegas de trabalho na busca pela solução de problemas, sendo que 39,36% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 19,28%, na frequência número 8 foram 26,10%, na frequência número 7 foram 4,42% e na frequência número 6 foram 5,22%.

5.1.1.4 Inovação

Na dimensão Inovação consideramos a predisposição para agir de forma inovadora e criativa e construir diferenciais competitivos e produtivos.

Para esta dimensão foram atribuídas 06 questões e aplicadas de forma aleatória no questionário com os seguintes questionamentos: 01 – Implemento novas ideias com o objetivo de melhorar a qualidade do meu negócio? 11 – Busco novas maneiras de realizar tarefas? 21 – Busco novas soluções para atender necessidades de clientes? 23 – Procuo criar

novos serviços? 28 – Desenvolvo ideias novas para a solução de problemas? 31 – Crio novas rotinas, objetivando a melhoria do desempenho do meu negócio?

Abaixo apresentamos as tabelas com as frequências de escolhas dos participantes bem como os gráficos com as interpretações.

Implemento novas ideias com o objetivo de melhorar a qualidade do meu negócio?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	2	0,80%
2	10	4,02%
3	6	2,41%
4	4	1,61%
5	23	9,24%
6	29	11,65%
7	29	11,65%
8	48	19,28%
9	50	20,08%
10	48	19,28%
TOTAL	249	100%

QUADRO N° 41: Respostas da questão n° 01– Inovação

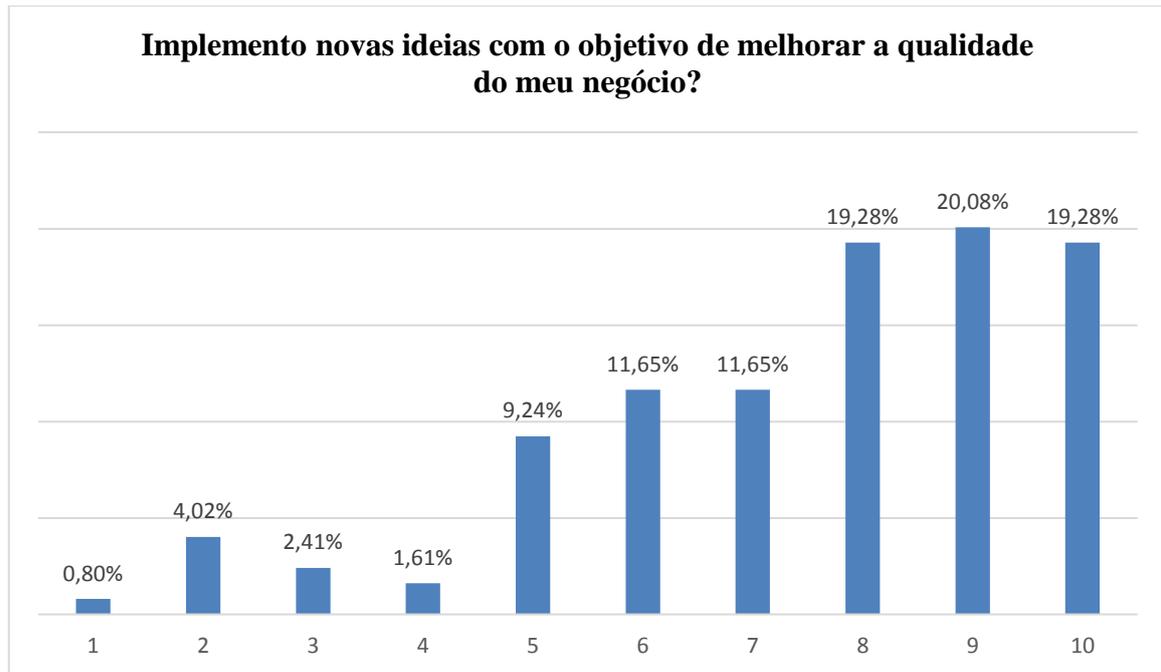


GRÁFICO Nº 35: Representação dos índices quantitativos da questão nº 01 – Inovação

Nota: A maioria com 81,94% dos participantes da pesquisa confirmou que implementam novas ideias com o objetivo de melhorar a qualidade dos seus negócios, sendo que 19,28% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 20,08%, na frequência número 8 foram 19,28%, na frequência número 7 foram 11,65% e na frequência número 6 foram 11,65%.

Busco novas maneiras de realizar tarefas?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	2	0,80%
2	3	1,20%
3	0	0,00%
4	0	0,00%
5	6	2,41%
6	17	6,83%
7	20	8,03%
8	64	25,70%
9	64	25,70%
10	73	29,32%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 42: Respostas da questão nº 11– Inovação

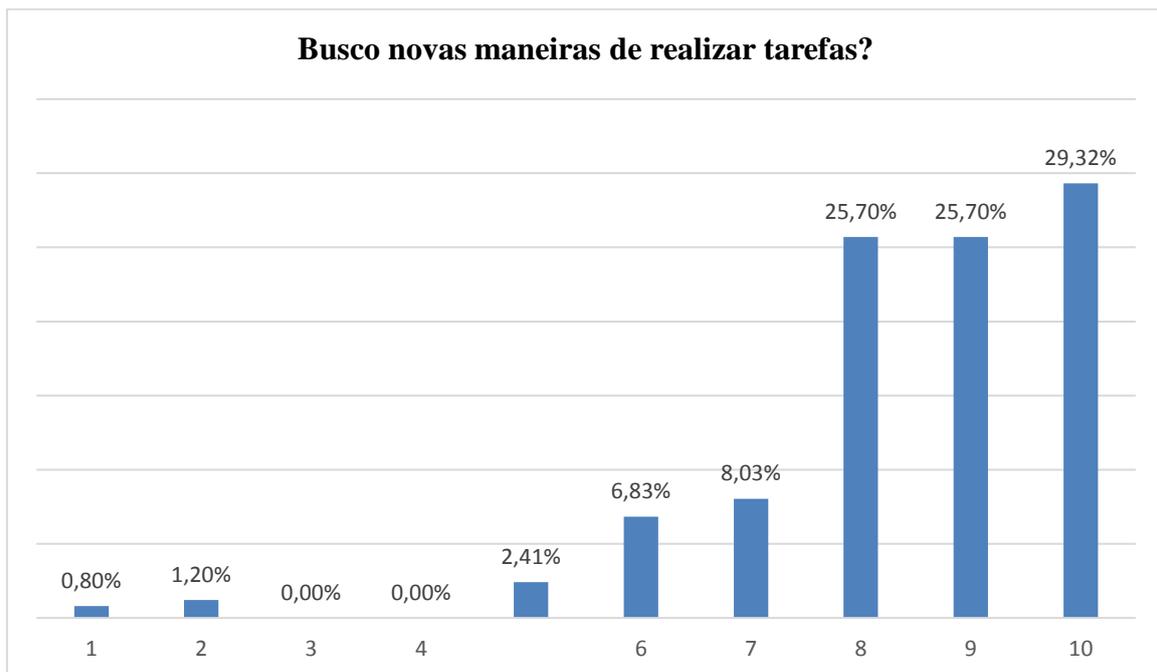


GRÁFICO Nº 36: Representação dos índices quantitativos da questão nº 11 – Inovação

Nota: A maioria com 95,58% dos participantes da pesquisa confirmou que buscam novas maneiras de realizar tarefas, sendo que 29,32% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 25,70%, na frequência número 8 foram 25,70%, na frequência número 7 foram 8,03% e na frequência número 6 foram 6,83%.

Busco novas soluções para atender necessidades de clientes?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	4	1,61%
2	4	1,61%
3	5	2,01%
4	2	0,80%
5	8	3,21%
6	13	5,22%
7	17	6,83%
8	43	17,27%
9	57	22,89%
10	96	38,55%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 43: Respostas da questão nº 21– Inovação

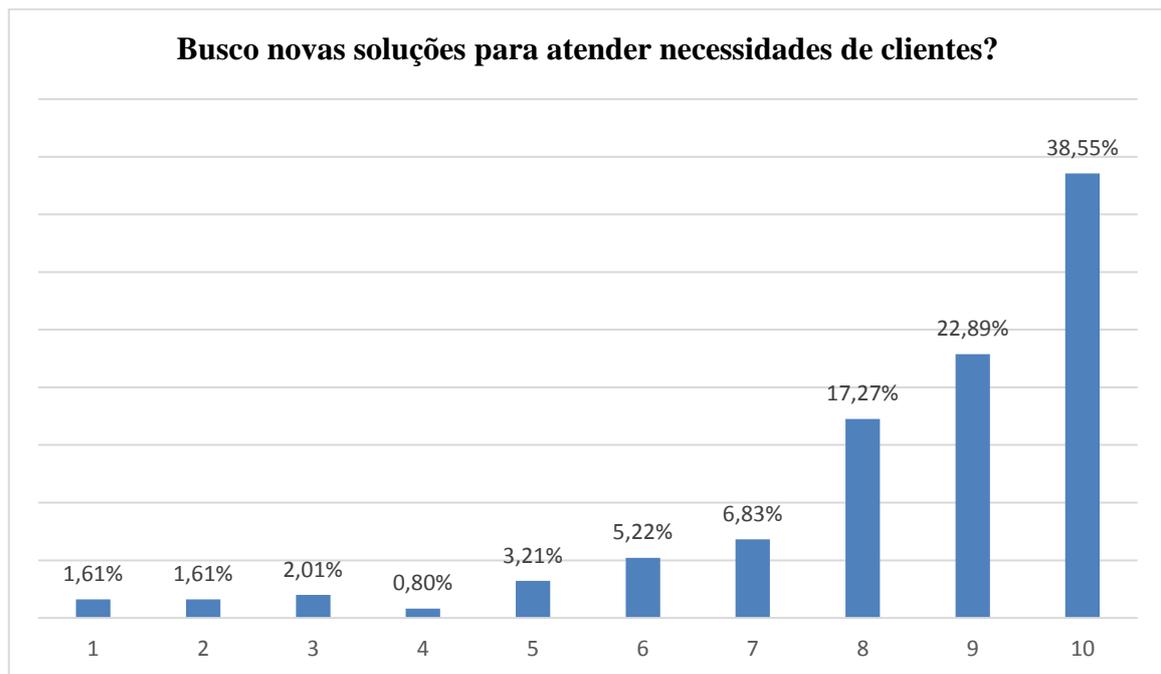


GRÁFICO Nº 37: Representação dos índices quantitativos da questão nº 21 – Inovação

Nota: A maioria com 90,76% dos participantes da pesquisa confirmou que buscam novas soluções para atender necessidades de clientes, sendo que 38,55% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 22,89%, na frequência número 8 foram 17,27%, na frequência número 7 foram 6,83% e na frequência número 6 foram 5,22%.

Procuo criar novos serviços?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	6	2,41%
2	7	2,81%
3	2	0,80%
4	9	3,61%
5	28	11,24%
6	13	5,22%
7	25	10,04%
8	56	22,49%
9	32	12,85%
10	71	28,51%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 44: Respostas da questão nº 23– Inovação

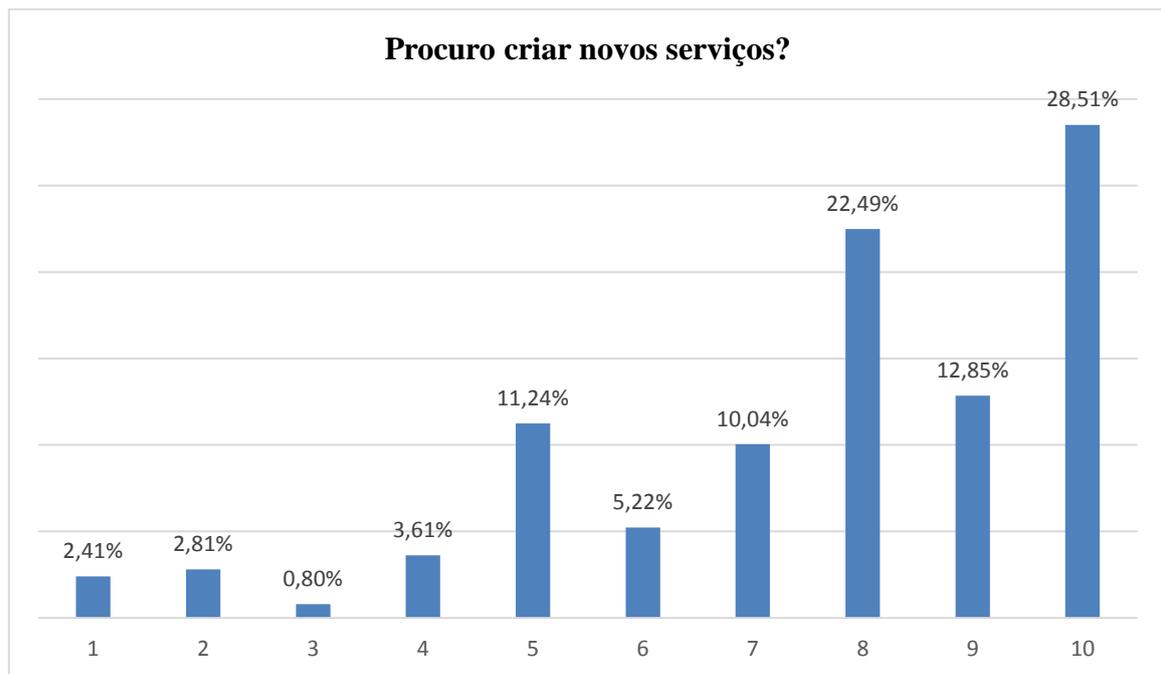


GRÁFICO Nº 38: Representação dos índices quantitativos da questão nº 23 – Inovação

Nota: A maioria com 79,11% dos participantes da pesquisa confirmou que procuram criar novos serviços, sendo que 28,51% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 12,85%, na frequência número 8 foram 22,49%, na frequência número 7 foram 10,04% e na frequência número 6 foram 5,22%.

Desenvolvo ideias novas para a solução de problemas?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	2	0,80%
2	0	0,00%
3	3	1,20%
4	2	0,80%
5	8	3,21%
6	12	4,82%
7	30	12,05%
8	59	23,69%
9	53	21,29%
10	80	32,13%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 45: Respostas da questão nº 28– Inovação

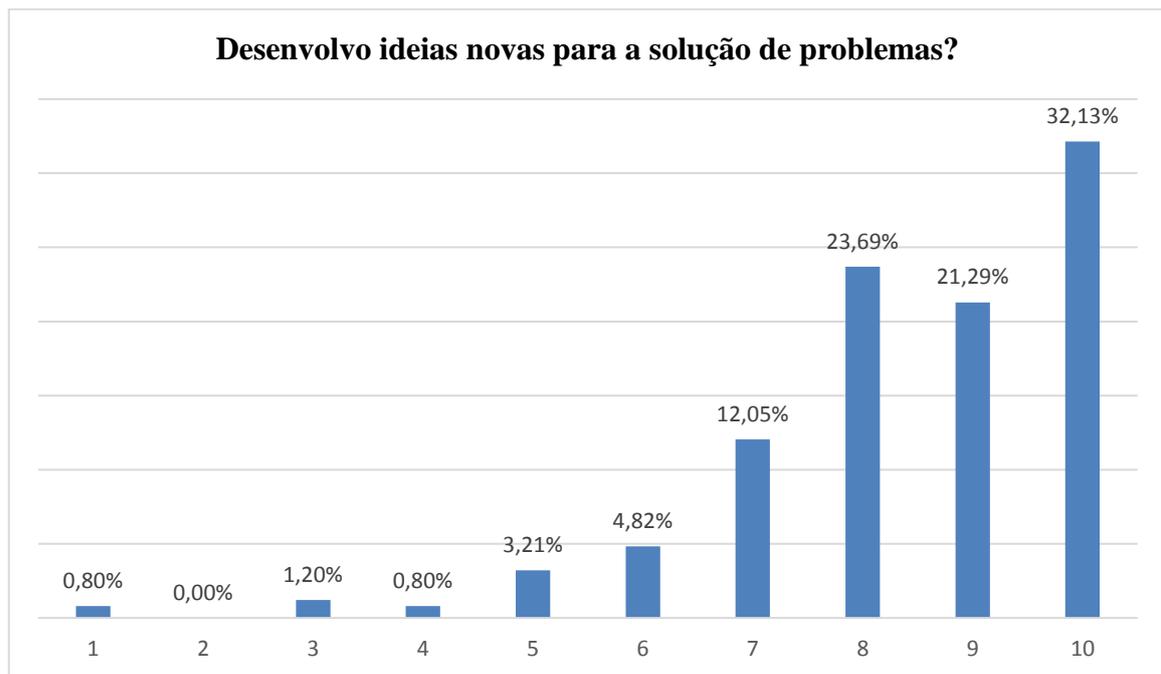


GRÁFICO Nº 39: Representação dos índices quantitativos da questão nº 28 – Inovação

Nota: A maioria com 93,98% dos participantes da pesquisa confirmou que desenvolvem ideias novas para a solução de problemas, sendo que 32,13% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 21,29%, na frequência número 8 foram 23,69%, na frequência número 7 foram 12,05% e na frequência número 6 foram 4,82%.

Crio novas rotinas, objetivando a melhoria do desempenho do meu negócio?		
Escala	Frequência	Porcentagem
1	2	0,80%
2	2	0,80%
3	2	0,80%
4	9	3,61%
5	15	6,02%
6	17	6,83%
7	41	16,47%
8	55	22,09%
9	45	18,07%
10	61	24,50%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 46: Respostas da questão nº 31– Inovação

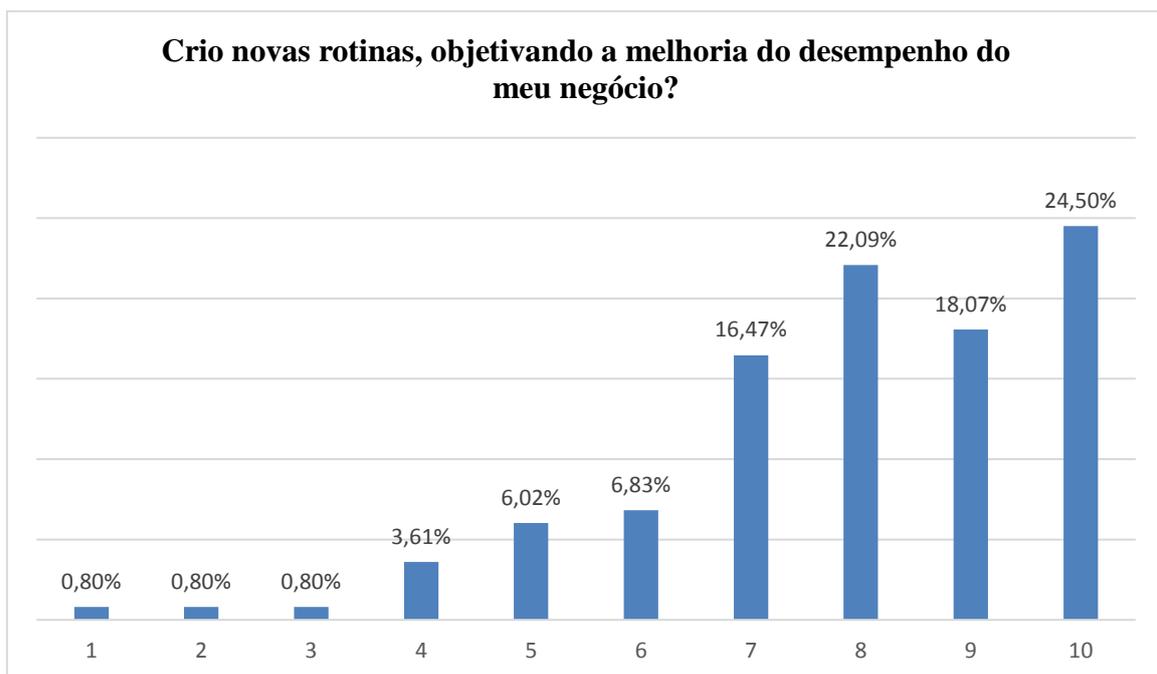


GRÁFICO Nº 40: Representação dos índices quantitativos da questão nº 31 – Inovação

Nota: A maioria com 87,99% dos participantes da pesquisa confirmou que criam novas rotinas, objetivando a melhoria do desempenho de seus negócios, sendo que 24,50% deles responderam a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 18,07%, na frequência número 8 foram 22,09%, na frequência número 7 foram 16,47% e na frequência número 6 foram 6,83%.

5.1.2 Análise geral das dimensões

Baseado no conceito de atitude empreendedora de Souza, Fracasso e Lopez Jr., foi criada por Souza e Lopez Jr. (2005) a escala Instrumento de Medida de Atitude Empreendedora (IMAE), fundamentada, inicialmente, em quatro dimensões: realização, planejamento, poder e inovação. Sendo que para formação desses indicadores foram considerados os seguintes critérios comportamentais:

- Realização: Busca de Oportunidade/Iniciativa, Persistência, Aceitação de Riscos e Comprometimento;
- Planejamento: Estabelecimento de Metas, Busca de Informações, e Planejamento/Monitoramento;
- Poder: Estabelecimento de Redes de Contato, Persuasão, Liderança, Independência e Autoconfiança; e
- Inovação: Criatividade e Inovação.

Assim, apresentamos abaixo os resultados das frequências das escolhas dos participantes da pesquisa, e assim, podemos classificar o perfil da atitude empreendedora dos Administradores registrados no Conselho Regional de Administração do Tocantins – CRA/TO.

Comportamento das Dimensões					
Dimensão	Mínimo	Máximo	Média	Mediana	Desvio Padrão
Realização	1	10	7,99	8	2,04
Planejamento	1	10	7,91	8	2,03
Poder	4	10	8,24	9	2,01
Inovação	2	10	8,02	8	2,02

QUADRO Nº 47: Comportamento das dimensões

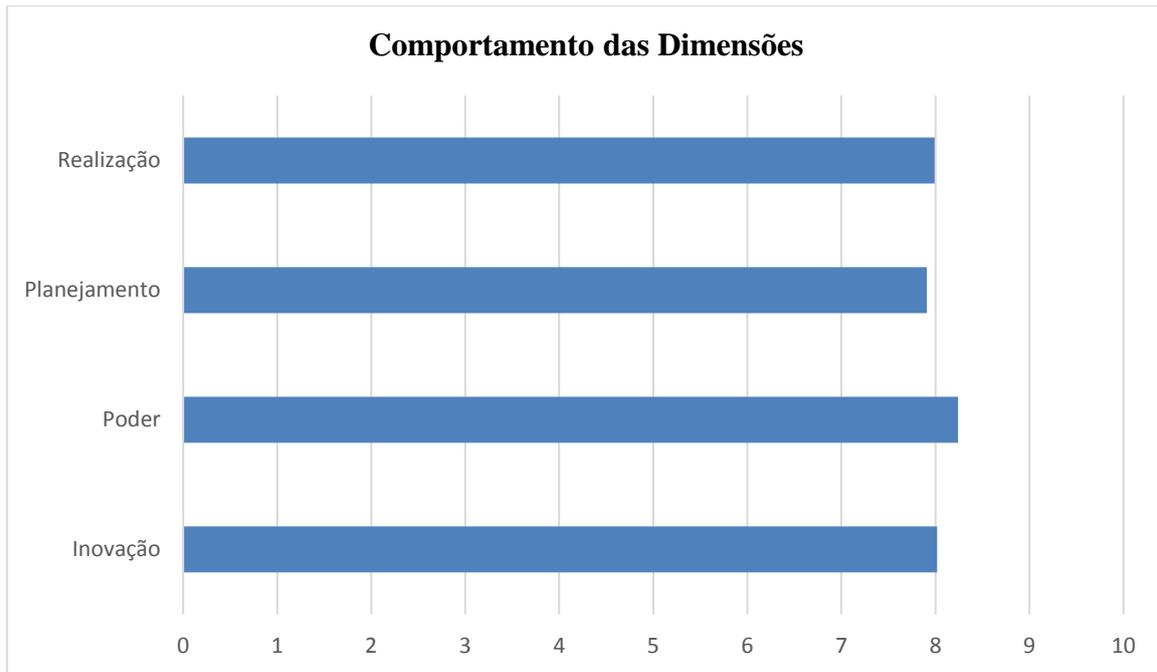


GRÁFICO Nº 41: Comportamento das dimensões

Nota: Na análise final dos resultados vimos que as dimensões Poder e Inovação obtiveram maior destaque, sendo que a dimensão Poder obteve resultados com 8,24% de frequência, a dimensão Inovação com resultados de 8,02% de frequência e em seguida a dimensão Realização com 7,99% de frequência e a dimensão Planejamento com 7,91% de frequência.

5.1.2.1 Análise Geral

	Tamanho da Amostra = 249
Mínimo	
Máximo	10
Média	8,02
Mediana	8
Desvio Padrão	2,03

QUADRO Nº 48: Análise geral

Nota: Conforme metodologia adotada ao analisarmos uma amostra de 249 Administradores do Conselho Regional de Administração do Tocantins CRA/TO, obtivemos uma frequência máxima de 10 pontos, uma média de 8,02 e uma mediana de 8 com desvio padrão de 2,03 pontos.

6.CONCLUSÃO

Os administradores são profissionais destemidos, que buscam crescer em suas profissões e dar o melhor em seus empregos ou suas empresas, precisam desenvolver competências e habilidades essenciais para crescer e ter sucesso. Aspectos como foco, planejamento, administração do tempo, capacidade de gerenciar equipes, definir metas e objetivos com assertividade, administrar os recursos financeiros, liderar, organizar os processos, delegar, atender bem os clientes, negociar com os parceiros, criar um cultura organizacional positiva, devem fazer parte da rotina dos administradores que desejam ser um profissional diferenciado e conseqüentemente ser um empreendedor.

Desta forma esta pesquisa vem responder a seguinte problemática: quais são as atitudes empreendedoras dos Administradores registrados no Conselho Regional de Administração do Tocantins – CRA/TO identificadas através do Instrumento da Medida da Atitude Empreendedora – IMAE?

Com o estudo foi possível identificar que os Administradores registrados no CRA/TO possuem fortes características empreendedoras como Planejamento, realização, Poder e Inovação.

Identificamos que as atitudes comportamentais de Poder e Inovação tivemos maiores resultados na pesquisa, sendo que para a dimensão Poder consideramos a predisposição para liderar, influenciar nas ações e nos resultados do empreendimento, estabelecer redes sociais e desenvolver a autoconfiança, e para dimensão Inovação consideramos a predisposição para agir de forma inovadora e criativa e construir diferenciais competitivos e produtivos, isso contrariou parte da Hipótese que tinha sido prevista as atitudes comportamentais Planejamento e Inovação.

Os objetivos específicos propostos, a saber: Analisar os componentes do IMAE nas dimensões: realização, planejamento, poder e inovação junto aos Administradores; medir a atitude empreendedora dos Administradores; apresentar os resultados obtidos na aplicação do IMAE. Foram alcançados ao final desta tese e evidenciados de forma sistemática os resultados obtidos.

Foram estudados aspectos históricos, conceitos, origem e evolução a respeito do Empreendedorismo e do Empreendedor no Brasil e no Mundo, além das características comportamentais empreendedoras, realização, planejamento, poder e inovação, perfil empreendedor, tipos de empreendedores e atitude empreendedora.

As características empreendedoras pesquisadas nas literaturas e apresentadas neste trabalho foram confirmadas pelos respondentes, principalmente no tocante a atitudes que se levam a empreender, tais como: busca pela independência financeira, ser dono do próprio negócio, assumir riscos para expandir o negócio, capacidade de superar desafios e capacidade de influenciar pessoas, dentre outras.

Em relação a aplicação da pesquisa tivemos uma participação relevante e uma boa aceitação dos respondentes conforme expectativas levantadas no projeto de pesquisa, a metodologia adotada teve forte contribuição facilitando o acesso dos respondentes ao questionário que por sua vez utilizou termos de fácil compreensão e na linguagem do público pesquisado e isso também por se tratar de um tema de grande relevância e com forte ascensão no Brasil e no Mundo, porém, as dificuldades foram no volume de informações devido ter sido utilizado um questionário com muitas perguntas, e assim, poder encontrar uma forma ou metodologia que pudesse ser usada para interpretar e apresentar seus resultados.

Em se tratando de resultados a pesquisa respondeu aos objetivos, apresentando as atitudes empreendedoras dos Administradores bem como a sua diferenciação entre eles, a aplicabilidade do instrumento IMAE para o segmento do sistema CFA/CRA's e a apresentação de seus resultados de forma quantitativa. Vimos que as dimensões Poder e Inovação obtiveram maior destaque, enquanto que as dimensões Realização e Planejamento resultados menores, sendo as frequências de 8,25%, 8,02%, 7,99% e 7,91% respectivamente.

E embora as outras duas dimensões Realização e Planejamento tenham obtidos resultados em terceiro e quarto lugar na pesquisa, destacamos resultados acima da média sendo que a dimensão Realização consideramos a predisposição para ter iniciativas, tomar decisões, atingir objetivos, cumprir metas, buscar oportunidades e aceitar riscos e a dimensão Planejamento a predisposição para gerenciar o empreendimento, a fim de obter informações para acompanhá-lo e avaliá-lo sistematicamente.

A pesquisa foi de grande relevância para o pesquisador poder aprofundar seus conhecimentos teóricos e práticos a respeito das questões comportamentais do Empreendedor e do Administrador, acredita-se que poderá colaborar com CRA/TO na elaboração de estratégias e ações na gestão da profissão dos Administradores no Estado do Tocantins, e para comunidade acadêmica servirá de apoio bibliográfico, visto que o tema Empreendedorismo é continuamente pesquisado por diversos segmentos.

E por fim, em consequência dos estudos realizados nesta pesquisa, podemos sugerir outros estudos por sua relevância e por entender que esse assunto não se esgota por aqui:

1. Realizar estudos qualitativos e quantitativos com entrevistas e análises críticas para verificar possíveis diferenças nas atitudes empreendedoras obtidos nesta pesquisa e comparar com as competências e habilidades dos Administradores preconizadas na resolução Nº 04 de 13 de junho de 2005, da Câmara de Educação Superior – CES do Conselho Nacional de Educação – CNE e do Ministério da Educação – MEC.
2. Realizar estudos e pesquisas para identificar possíveis diferenças nas atitudes empreendedoras entre os Administradores e os Tecnólogos de Gestão registrados no Conselho Regional de Administração do Tocantins – CRA/TO;
3. Realizar estudos e pesquisas para identificar possíveis diferenças nas atitudes empreendedoras entre os Administradores do Estado do Tocantins e os Administradores dos demais estados da Federação e Distrito Federal por intermédio do Conselho Federal de Administração – CFA.

REFERENCIAS

- Almeida, G.O. (2013). *Valores, atitudes e intenção empreendedora: um estudo com universitários brasileiros e cabo-verdianos*. Tese (Tese de Doutorado) – Fundação Carlos Chagas – FGV. Rio de Janeiro, Brasil: FGV.
- Andrade, M. M. (2012). *Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação*, 10ª edição. [Minha Biblioteca]. Retirado de <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522478392/>
- Antonioli, R.M. (2007). *Atitude empreendedora no interior das organizações: uma análise comparativa entre pessoas que participaram e não participaram do Programa de Gestão de Processos da Algar*. Dissertação. (Dissertação em Administração) – Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia, Brasil: UFU.
- Bessant, J.T. (2009). *Inovação e empreendedorismo*; tradução Elizamari Rodrigues Becker, Gabriela Perizzolo, Patrícia Lessa Flores da Cunha. Porto Alegre, Brasil: Bookman.
- Cervo, A.L.; Bervian, P.A. (1983). *Metodologia Científica*. 3 ed. São Paulo, Brasil: McGraw-Hill do Brasil.
- Corrêa, V.A. (2013). *A Profissão do Administrador*. Retirado de http://crars.org.br/artigos_interna/a-profissao-do-administrador-38.html
- Cruz, R. (2005). *Valores dos empreendedores e inovatividade em pequenas empresas de base tecnológica*. (Tese de doutorado) Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, Brasil: UFRG
- Dolabela, F. (2010). *O segredo de Luisa*. São Paulo, Brasil: De Cultura.
- Dornelas, J.C.A. (2001). *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro, Brasil: Editora Campus.
- Dornelas, J.C.A. (2003). *Empreendedorismo Corporativo: Como ser empreendedor, Inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas*. Rio de Janeiro, Brasil: Editora Campus.

- Dornelas, J. (2015). *Empreendedorismo na Prática - Mitos e Verdades do Empreendedor de Sucesso*, 3ª edição. [Minha Biblioteca]. Retirado de <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2866-8/>
- Dornelas, J. (2016) *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. (6. ed.). São Paulo, Brasil: Empreende/Atlas.
- Drucker, P. F. (1974). *O Gerente Eficaz*. São Paulo, Brasil: Editora Zahar.
- Faria, B.M.F. In: LIMA, S.M.V. (org.). (2003). *Criatividade, Inovação e Mudança Organizacional*. Rio de Janeiro, Brasil: FGV.
- Filion, L.J. (1998). *Do Empreendedorismo à Empreendedologia*. (v.6). (J. Moreira da Silva, Trad.). Vitória da Conquista, Brasil: Journal of Enterprising Culture.
- Filion, L.J. (1999). *Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios*. São Paulo, Brasil: Revista de Administração – USP.
- Filion, L.J. (1999b). *Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios*. São Paulo, Brasil: ERA-FGV.
- Filion, L.J. (2000). *Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares*.(v.7). n. 3, p.2-7, Jul./Set. Rio de Janeiro, Brasil: RAE-Revista de Administração de Empresas.
- GEM - Global Entrepreneurship Monitor. (2017). *O empreendedorismo e o mercado de trabalho: Relatório executivo*. Curitiba, Brasil: IBPQ e Sebrae.
- GEM- Global Entrepreneurship Monitor. (2017). *Empreendedorismo no Brasil: 2016*. – Curitiba, Brasil: IBQP.
- Gil, A.C. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo, Brasil: Atlas.
- Gimenez, F.A.P.; Junior, E.I.; Sunsin, L.A.S.B. (2000). *Uma investigação sobre a tendência do comportamento empreendedor*. Brasília, Brasil: ANPROTEC.
- Günther, H. (2003). *Como Elaborar um Questionário* - (Série: Planejamento de Pesquisa nas Ciências Sociais, Nº 01). Brasília, Brasil: UnB.

- Greatti, L.; Senhorini, V.M. (2000). *Empreendedorismo: uma visão comportamentalista*. Maringá, Brasil: Anais do I EGEPE -Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas.
- Hisrich, R.D.; Peters, M.P.; Shepherd, D.A. (2009). *Empreendedorismo. 7ª edição*. Porto Alegre, Brasil: Bookman.
- Hisrich, R.D.; Peters, M. P.; Shepherd, D. A. (2014). *Empreendedorismo*. Tradução: Francisco Araújo da Costa. – 9. ed. Porto Alegre, Brasil: AMGH.
- Lakatos, E.M.; Marconi, M. (2000). *Metodologia científica*. São Paulo, Brasil: Atlas.
- Lenzi, C.F. (2009). *A Nova Geração de Empreendedores : guia para elaboração de um plano de negócios*. [Minha Biblioteca]. Retirado de <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522470358/>
- Lenzi, C.F.; Kiesel, M.D. (2009b). *O Empreendedor de visão*. [Minha Biblioteca]. Retirado de <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522464852/>
- Lopez, J.G.S. (2005). *Atitude Empreendedora em Proprietários-Gerentes de Pequenas Empresas de varejo. Construção de um Instrumento de Medida*. Dissertação (Mestrado em Administração)- Faculdade de Administração, Universidade de Brasília.
- Management Systems International (1999). *Treinamento empresarial e fortalecimento do desempenho empresarial* (Relatório Final de Pesquisa). Boston: MSI.
- Marconi, A.M.D.; Lakatos, M.E. (2017). *Fundamentos de Metodologia Científica*, 8ª edição. [Minha Biblioteca]. Retirado de <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597010770/>
- Mariano, H.S.R.; Mayer, F.V. (2010). *Empreendedorismo - Fundamentos e Técnicas para Criatividade*. [Minha Biblioteca]. Retirado de <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-1967-3/>
- Muniz, C.N.S (2008). *Atitude empreendedora e suas dimensões: Um estudo em micro e pequenas empresas*. Dissertação (Dissertação em Administração) - Universidade de Brasília – UNB, Brasília.

- Oliveira, D.P.R. (2009). *Planejamento estratégico: Conceitos, metodologia e práticas* – 26 ed. São Paulo, Brasil: Atlas.
- Oliveira, J.A.; Medeiros, A.D. (2011). *A formação da cultura empreendedora: uma reflexão sobre sua origem nas organizações*. Sumaré, Brasil: Revista Administração & Sociedade.
- Oliveira, J.R.C., Silva, W.A.C., & Araújo, E.A.T. (2014). *Características comportamentais empreendedoras em proprietários de MPE's longevas do Vale do Mucuri e Jequitinhonha/MG*. Revista de Administração Mackenzie, 15(5), 102-139. ISSN 1518-6776 (impresso) • ISSN 1678-6971 (on-line).
- Pedrosa, M.A. (2007). *Atitude Empreendedora no Setor Hoteleiro Brasileiro: um estudo com gerentes de pequenos e grandes hotéis do Distrito Federal*. Dissertação (Dissertação em Administração) - Universidade de Brasília – UNB. Brasília, Brasil: UnB.
- Richardson, R. J. (1999). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo, Brasil: Atlas.
- Richardson, J. R. (2017). *Pesquisa Social - Métodos e Técnicas*, 4ª edição. [Minha Biblioteca]. Retirado de <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597013948/>
- Rodrigues. A. (1981). *Psicologia Social*. 9 ed. Petrópolis, Brasil: Vozes.
- Schumpeter, J. A. (1988). *A teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo, Brasil: Nova Cultura.
- Silva, A.A.(2009). *História Da Administração No Brasil*. Retirado de <http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/historia-da-administracao-no-brasil/32557/>
- Souza, E.C.L.; Lopes J.G.S. (2005). *Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas: construção de um instrumento de medida*. Curitiba, Brasil: Revista Eletrônica de Administração, v. 11, n. 6, p. 1-21, nov./dez ISSN 1518-4382

- Souza, E.C.L.; Júnior, G.S.L. (2006). *Instrumento de Medida da Atitude Empreendedora—IMAE: Construção e Validação de uma Escala*. Salvador, Brasil: EnANPAD.
- Souza, E.C.L.; Lopes J.G.S.; Bornia, A.C.; Alves, L. R. R. (2013). *Atitude empreendedora: validação de um instrumento de medida com base no modelo de resposta gradual da teoria da resposta ao item*. São Paulo, Brasil: Revista de Administração Mackenzie, V. 14, N. 5 • - 230-251
- Tranjan, R.A. (2005). *Empreendedorismo: sete perfis de empreendedores, uma questão de escolha*. Sebrae. Retirado de: <http://www.sebrae-sc.com.br/newart/default.asp?materia=10000>.
- Vergara, S.C. (1997). *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. São Paulo, Brasil: Atlas.
- Weber, M.A.C. (2011). *Afinal, onde estão os líderes?*. [Minha Biblioteca]. Retirado de <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577805914/>

ANEXOS