



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO
PIAUÍ CAMPUS ANGICAL DO PIAUÍ
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**CÉSAR BARBOSA NUNES
JUCYANA BEATRIZ NUNES VELOSO**

**PERFIL EMPREENDEDOR: UM ESTUDO DE CASO NO MUNICÍPIO DE ANGICAL
DO PIAUÍ**

**ANGICAL DO PIAUÍ
2021**

CÉSAR BARBOSA NUNES
JUCYANA BEATRIZ NUNES VELOSO

PERFIL EMPREENDEDOR: UM ESTUDO DE CASO NO MUNICÍPIO DE ANGICAL
DO PIAUÍ

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo)
apresentado como exigência parcial para
obtenção do diploma do Curso de Bacharelado
em Administração do Instituto Federal de
Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí.
Campus Angical do Piauí.

Orientador: Prof. Me. Eliana Pires Conde.

ANGICAL DO PIAUÍ
2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD

Nunes, César Barbosa

N972p Perfil empreendedor : um estudo de caso no município de Angical do Piauí / César Barbosa Nunes, Jucyana Beatriz Nunes Veloso. - 2021.

20 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração)
- Instituto Federal do Piauí, Campus Angical, 2021.

Orientadora : Profa. Ma. Eliana Pires Conde.

1. Empreendedorismo. 2. Perfil empreendedor. 3.
Características empreendedoras. I. Veloso, Jucyana Beatriz Nunes.
II. Título.

CDD - 658

CÉSAR BARBOSA NUNES
JUCYANA BEATRIZ NUNES VELOSO

PERFIL EMPREENDEDOR: UM ESTUDO DE CASO NO MUNICÍPIO DE ANGICAL
DO PIAUÍ

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo)
apresentado como exigência parcial para
obtenção do diploma do Curso de Bacharelado
em Administração do Instituto Federal de
Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí.
Campus Angical do Piauí.

Aprovado em: 08/07/2021.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Eliana Pires Conde
(Orientador)
Instituto Federal do Piauí (IFPI)

Prof. Me. Reginaldo Magalhães
Instituto Federal do Piauí (IFPI)

Prof. Me. Bekembauer Procópio Rocha
Instituto Federal do Piauí (IFPI)

RESUMO

O estudo do empreendedorismo tem ganhado cada vez mais espaço na literatura e, além disso, existem estudos que comprovam a importância do perfil empreendedor para uma organização de sucesso. Com base nisso, o presente artigo teve como objetivo identificar o perfil empreendedor dominante no Município de Angical do Piauí através da aplicação de um questionário composto por perguntas objetivas, subjetivas e por uma escala likert utilizada para medir as características empreendedoras. Para analisar os dados foi utilizado uma análise de conteúdo em relação aos questionamentos subjetivos e utilizado um método estatístico quanto a análise da escala likert e quanto às perguntas objetivas. O questionário foi aplicado com uma amostra de 12% dos sujeitos e os resultados indicam que as características com maior destaque são: persistência, exigência de qualidade e inovação, ressaltando que alguns pesquisados afirmaram não possuir os seguintes atributos: planejamento, iniciativa e correr riscos calculados. Outrossim, a maioria dos pesquisados relacionaram o termo empreendedorismo com a criação de um negócio e caracterizaram-se como empreendedores por necessidade.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Perfil Empreendedor. Características Empreendedoras.

ABSTRACT

The study of entrepreneurship has gained more space in the literature and, in addition, there are studies that prove the importance of the entrepreneurial profile for a successful organization. Based on this, this article aimed to identify the dominant entrepreneurial profile in the city of Angical do Piauí through the application of a questionnaire composed of objective and subjective questions and a Likert scale used to measure entrepreneurial characteristics. To analyze the data, a content analysis was used in relation to subjective questions and a statistical method was used regarding the analysis of the Likert scale and the objective questions. The questionnaire was applied to a sample of 12% of the subjects and the results indicate that the most prominent characteristics are: persistence, demand for quality and innovation, noting that some respondents said they did not have the following attributes: planning, initiative and taking calculated risks. Furthermore, most respondents related the term entrepreneurship with the creation of a business and characterized themselves as entrepreneurs by necessity.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneur Profile. Entrepreneurial Characteristics.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos a definição de empreendedorismo tem se expandido no Brasil, intensificando-se no final da década de 1990 a partir da preocupação de diminuir as taxas de mortalidade de pequenas empresas. Ademais, um fator imediato que trouxe a discussão acerca do empreendedorismo no Brasil foi o aumento do índice de desemprego, principalmente nos locais onde a concentração de empresas é maior. Diante dessa cena, os funcionários que perderam seus empregos tiveram que procurar outras maneiras de trabalhar e, por esse motivo, começaram a criar novos negócios, muitas vezes sem conhecimento e utilizando seus recursos pessoais (DORNELAS, 2008).

A arte de empreender pode ser entendida como a maneira de criar soluções criativas para problemas existentes, através da motivação seja pessoal ou profissional. Consiste no prazer de criar projetos inovadores e torná-los realidade, encontrando oportunidades, desafios e riscos. O empreendedor assume um papel muito importante na sociedade e possui comportamentos distintos na solução de problemas (BAGGIO; BAGGIO, 2015).

De acordo com Leite (2012) empreendedor é uma pessoa que possui uma ideia para solucionar um problema existente, além do mais, é visto como inovador e detentor de características específicas. Portanto, ser empreendedor significa ter imaginação fértil, iniciativa, criatividade e flexibilidade para se adaptar ao ambiente externo.

A motivação é uma das características importantes do empreendedor, pois de acordo com McClelland (1972), a motivação e a determinação nos procedimentos que realizam são particularidades decisivas de um empreendedor, visto que realizam as atividades por entenderem sua importância. Além disso, segundo o Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2018), uma característica primordial para entender o empreendedorismo está ligada às motivações que induzem o indivíduo a empenhar-se nessa atividade de modo que tenha possibilidade de obter sua sobrevivência ou realizar-se de forma pessoal, levando a dois perfis distintos: empreendedor por oportunidade e empreendedor por necessidade.

Para construção da pesquisa buscou-se responder a seguinte problemática: “Qual perfil empreendedor domina a economia de Angical do Piauí?”. Para responder

o problema proposto, o trabalho tem como objetivo geral: conhecer qual perfil empreendedor domina a economia de Angical do Piauí. Na busca de alcançar o objetivo geral foi determinado os seguintes objetivos específicos: descrever os principais perfis de empreendedores estudados na literatura; analisar as características e a percepção dos comerciantes de Angical do Piauí acerca da definição de empreendedorismo; identificar as motivações que os fazem empreender.

Nesse sentido, o presente estudo justifica-se pela oportunidade de agregar conhecimento acerca de um tema muito importante e pouco explorado no município de Angical do Piauí. Além disso, o presente trabalho irá apresentar quais características se destacam nos empreendedores do município e se essas características vão de encontro às características listadas pela literatura necessárias para um empreendedor obter sucesso em seu negócio. Diante disso, o trabalho poderá ser utilizado pelos órgãos públicos municipais a fim de conhecer seus comerciantes e as motivações que os fazem empreender e, a partir disso, possibilitar a criação de cursos que desperte o interesse nesse grupo de pessoas em estudar o empreendedorismo e suas vantagens e, com isso, alavancar a economia do município.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para melhor respaldar o presente trabalho buscou-se conectar conceitos de pesquisadores da área a fim de proporcionar embasamento e credibilidade ao estudo, visto que as informações aqui expressas serão de suma importância para a compreensão do artigo. Dito isto, a fundamentação será composta por três subtópicos que abordam as seguintes temáticas: Empreendedorismo; Caracterização do perfil empreendedor; Motivações para empreender.

2.1 EMPREENDEDORISMO

Segundo Santos (2001), o termo empreendedorismo tem origem na palavra empreender advinda da língua francesa, tendo o empreendedorismo como objeto de estudo às ações praticadas pelo empreendedor e sendo conceituado como a investigação dos fatores que conciliados influenciam em atitudes geradoras de novos

empreendimentos. Para Landes, Mokyr e Baumol (2010), assimilar os conhecimentos sobre o passado histórico do termo corrobora para a compreensão do cenário em que os empreendedores obtiveram progresso.

Na procura por estabelecer um conceito, o empreendedorismo é descrito como sendo uma operação econômica praticada de forma individual ou no meio organizacional, para a criação de novas oportunidades ou utilização das já existentes para disseminar suas ideias dentro do mercado e levando em consideração todos os fatores incertos ao se estabelecer um negócio (CARLSSON et al. 2013). Aproveitar as oportunidades em meio às incertezas e transformá-las em fatores capazes de gerar lucro e beneficiar-se condiz com os princípios do empreendedorismo (KUMAR; ALI, 2010). GEM (2019), classifica o empreendedorismo como toda ação capaz de conceber um novo empreendimento, quer seja ele de forma autônoma e individual ou em meio organizacional mediante uma nova entidade ou de sua expansão.

Para Ribeiro-Soriano (2017), a prática da atividade empreendedora vem recebendo grande destaque econômico e social devido a sua grande capacidade de gerar empregos e renda. Para Karimi et al. (2016), o empreendedorismo tem caráter intencional e planejado, sendo fonte de criação de novos empregos e serviços, moldando o cenário do mercado de trabalho. Ao longo dos anos os estudos acerca das particularidades que tornam o empreendedor diferente dos demais, com destaque para as abordagens da conduta individual, vem ganhando notoriedade na literatura (HERNÁNDEZ-CARRIÓN; CAMARERO-IZQUIERDO; GUTIÉRREZ-CILLÁN, 2017).

O empreendedorismo passou a ter uma função muito importante na criação e no sucesso dos negócios, visto que a ação empreendedora inicia no momento que uma oportunidade lucrativa encontra um indivíduo empreendedor. Sendo assim, o empreendedorismo exige uma ação empreendedora de arriscar-se a partir da criação de novos produtos/serviços com o intuito de lançar no mercado através de organizações recém-criadas ou estabelecidas (HISRIC; PETERS; SHEPHERD, 2014). Ademais, sobre a ótica de Dolabela (1999), os estudos relacionados ao empreendedorismo permitem abordar as características associadas ao empreendedor como sua trajetória, seus domínios e seus perfis.

2.2 CARACTERIZAÇÃO DO PERFIL EMPREENDEDOR

O perfil empreendedor demonstra ser um diferencial competitivo ajudando no sucesso organizacional e, com isso, colaborando com o desenvolvimento da economia e criação de novos empregos. Diante disso, vale ressaltar a importância do estudo do comportamento do empreendedor como método de compreensão das características relativas ao homem (MURARO et al. 2018).

A difícil caracterização do perfil empreendedor se vale da dificuldade de mensurar suas características pois envolvem uma compreensão do perfil da pessoa envolvida na pesquisa, e além disso, as individualidades encontradas pelos pesquisadores tendem a aumentar contribuindo para que não haja uma definição específica (FILARDI; BARROS; FISCHMANN, 2014).

O perfil de um empreendedor está diretamente ligado ao gestor competente que possui informação e sabe utilizá-la na construção de conhecimento, visto que este deve conhecer qual informação buscar, quais fontes procurar e como utilizar, uma vez que a qualidade desse conhecimento reflete no sucesso de suas decisões na organização afetando positivamente o desempenho organizacional. Além disso, o perfil do empreendedor está relacionado com a forma como ele incentiva e apoia o conhecimento dos colaboradores, deixando em evidência a importância da participação deles, contribuindo para o crescimento da organização e proporcionando um diferencial competitivo (ZUCCARI; BELLUZZO, 2016).

A partir de um trabalho desenvolvido pelo Sebrae (2021), o Empretec criou 10 características principais de um empreendedor de sucesso baseado em estudos da ONU. De acordo com esse trabalho são características: busca de oportunidades e iniciativa; correr riscos calculados; exigência de qualidade e eficiência; persistência; comprometimento; busca de informações; estabelecimento de metas; planejamento e monitoramento sistemático; persuasão e rede de contato; independência e autoconfiança.

A presença de características inerentes ao empreendedorismo, como tolerância, proatividade, engenhosidade, lidar com o desconhecido, know-how, valores, entre outras várias características direciona as atitudes e condutas do empreendedor visto que os fatores intrínsecos induzem na formulação de ideias, podendo assim beneficiar-se de oportunidades e circunstâncias convenientes a fim de gerar prosperidade na economia (BORGES; LIMA; BRITO, 2017). Desta forma no quadro 1 estão destacadas algumas características do perfil do empreendedor.

Quadro 1: Características do perfil empreendedor

ATRIBUTOS	DESCRIÇÃO
Inovador	Pode ser compreendida como fator preponderante para sobreviver em mercados competitivos pois dá à organização capacidade de aprimorar seus processos e aumentar sua competitividade (PEREIRA; ALVES; PASSOS, 2019).
Liderança	É vista como outra característica importante, pois caracteriza-se como a habilidade capaz de influenciar, auxiliar no exame e aproveitamento da conveniência dentro de mercados dominados por incertezas (VIGNOCHI; LEZANA; PAINES, 2020).
Flexibilidade	Proporciona ao indivíduo a possibilidade de adaptar-se aos problemas, sendo capaz de enfrentá-los com o desenvolvimento de estratégias que possibilitem ações corretas (VIGNOCHI; LEZANA; PAINES, 2020).
Iniciativa	O indivíduo que possui iniciativa realiza tarefas antes de serem determinadas e, por isso, enxerga oportunidades escondidas e toma atitudes para alcançar o que deseja (SCHMIDT; DREHER, 2008)
Percepção de oportunidades	Pode ser caracterizada como sendo a criação de uma nova ideia de produto ou serviço, que demonstre ser lucrativa ao longo dos anos (BORGES; LIMA; BRITO, 2017).
Eficiência	A eficiência visa a utilização de recursos, com isso procura estabelecer se os resultados projetados pela organização foram alcançados (SANTOS; SERRANO; NETO, 2015).
Planejamento	O planejamento visa definir objetivos e as maneiras de como alcançá-los, ou seja, planejar o que quer fazer e com quais recursos (FILION, 2000).
Informações	Informação pode ser definida como um conjunto de dados que possui valor, fornecendo sentido racional para seu utilizador (REZENDE, 2007).
Tendência a riscos	O empreendedor pode ser visto como a pessoa que estuda o ambiente em que está inserido, assim ao compreender os fatores que influenciam seu negócio é capaz de assumir riscos previstos (ECKERT et al, 2013).

Fonte: Elaborado pelo autor, com base na pesquisa realizada.

2.3 MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER

De acordo com Paiva et al (2009) o termo motivação pode ser definido como um estado interior que motiva o indivíduo a agir de determinada maneira. Além disso, pode ser caracterizado como uma necessidade, desejo ou a vontade de atingir metas e objetivos pessoais, ou seja, o motivo é que faz com que os indivíduos tomem

determinada decisão. As necessidades humanas, sendo fisiológica, psicológica ou social, estimulam o motivo que justifica a ação das pessoas.

Para Tamayo e Paschoal (2003), a motivação humana retrata um processo psicológico onde o indivíduo age com persistência a partir de objetivos profissionais ou pessoais buscando alcançá-los. Portanto, as decisões são influenciadas pelos aspectos psicológicos do ser humano buscando sempre satisfazer uma necessidade/desejo.

Grande parte dos escritores especialistas em empreendedorismo estudam motivação comparando o comportamento do empreendedor a partir de seu discernimento quando se trata de recompensa, ameaças, riscos e sucesso por meio de estudos de observações das atitudes ou através da noção desses empreendedores sem levar em consideração o conhecimento dos autores que desenvolveram as teorias motivacionais (RIBAS, 2011). De acordo com Bergamini (1997) as distintas teorias motivacionais não se anulam quando comparadas, mas podem ser utilizadas de modo que uma complementa a outra.

A teoria das necessidades foi desenvolvida pelo psicólogo norte americano Abraham Maslow e de acordo com essa teoria as necessidades humanas são divididas em primárias e secundárias e estão demonstradas em uma hierarquia através de uma pirâmide obedecendo uma ordem de influência. É de suma importância entender que Maslow ressalta que o indivíduo está sempre buscando satisfazer suas necessidades, visto que a medida que supre uma necessidade surge outra. (MAXIMIANO, 2004).

Para Smallbone e Welter (2001), as razões capazes de influenciar as ações motivacionais de um empreendedor podem divergir por estarem ligadas às experiências pessoais que o indivíduo enfrenta e através de condições sociais externas, além disso, deduziu-se que fatores como independência, autonomia e autorrealização precisam ser analisados em conformidade ao meio social e as práticas de cada pessoa.

Para o GEM (2018), os fatores motivacionais podem ser compreendidos a partir de duas vertentes que definem o motivo de empreender, sendo empreendedores por oportunidade e por necessidade. O primeiro é caracterizado pela capacidade de enxergar uma oportunidade para criar um novo negócio rentável no mercado e o empreendedor por necessidade é caracterizado como sendo aquele que inicia um

novo negócio por necessidade de sobrevivência e, com isso, buscando por trabalho e renda.

Segundo Vale, Corrêa e Reis (2014), diversos estudos sugerem que há um certo relacionamento entre necessidade e oportunidade, outros que esses motivos já não correspondem à realidade pois cada autor lista grupos de motivações de acordo com suas perspectivas, visto que esses estudos em sua generalidade apoiam hipóteses de múltiplos fatores motivacionais.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa constitui-se como um procedimento formal utilizando método de pensamento reflexivo, que requer um estudo científico e tem como objetivo conhecer a realidade ou investigar verdades. (MARCONI; LAKATOS, 2003). As pesquisas fazem referência aos mais diversos objetos, portanto é inevitável buscar sua classificação. Desta forma a subsequente pesquisa pode ser classificada como pura, pois de acordo com Gil (2019), a pesquisa é designada para desenvolver o conhecimento levando em consideração a não apreensão quanto às suas benfeitorias. No que concerne aos seus propósitos gerais a pesquisa pode ser caracterizada como descritiva, sendo sua principal propriedade determinar as características de um grupo podendo estabelecer vínculos entre as variáveis estudadas (GIL, 2019).

Para o desenvolvimento da pesquisa foi empregado o método estudo de caso que de acordo com Gil (2019) é uma pesquisa muito utilizada nas ciências sociais, pois é caracterizada como uma pesquisa profunda de um ou poucos objetos de estudo com o intuito de ampliar seu conhecimento. Ainda segundo Yin (2001), o estudo de caso proporciona uma investigação capaz de conservar as características integrais dos fatos relacionados à vida real. No que tange a abordagem do trabalho, o mesmo pode ser classificado como misto uma vez que o pesquisador deve coletar e analisar os dados qualitativos e quantitativos em um único estudo, estruturando essas técnicas para que ao serem combinadas direcionem o estudo (CRESWELL; CLARK, 2013).

A pesquisa foi realizada no município de Angical do Piauí que de acordo com Sebrae (2020), conta com 273 empreendimentos dos quais 117 correspondem a microempreendedores individuais, 140 são microempresas, 13 empresas de pequeno porte e 3 correspondem aos demais. Para o levantamento dos dados foi criado um

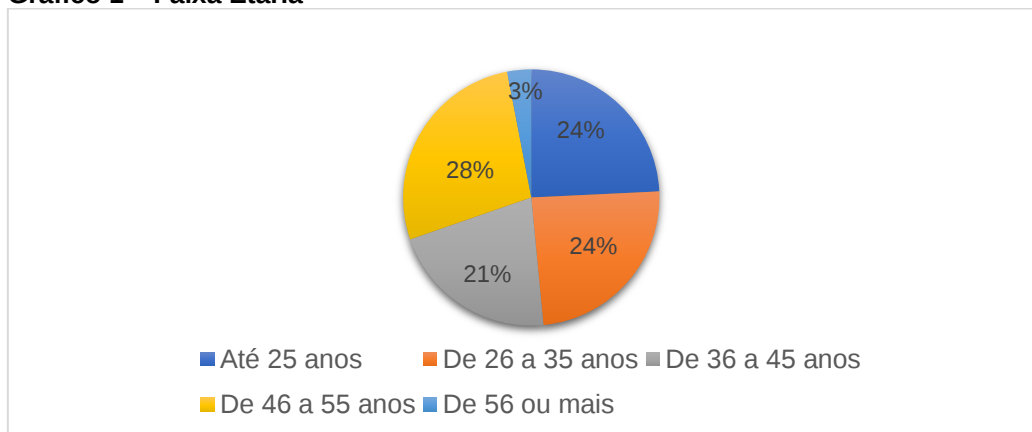
questionário que segundo Marconi e Lakatos (2020), pode ser definido por um conjunto de perguntas a serem resolvidas por escrito sem a interferência do pesquisador. O questionário foi dividido em duas partes, sendo a primeira com o objetivo de identificar o empreendedor levando em consideração sexo, faixa etária, nível de escolaridade, tempo que se tornou empreendedor e acerca do seu pensamento sobre a definição de empreendedorismo e sua motivação para empreender. A segunda parte do foi desenvolvida com a finalidade de medir as características empreendedores a partir de uma escala likert possuindo 17 itens com 5 níveis de concordância, sendo eles: sempre, frequentemente, às vezes, raramente e nunca. A pesquisa utilizou uma amostra de 12% dos sujeitos referentes ao estudo e para analisar os dados será utilizada uma análise de conteúdo que de acordo com Zanella (2009) caracteriza-se como um meio de estudar as respostas escritas a fim de entender o conteúdo e para o prosseguimento da análise da escala likert foi usado o método estatístico que segundo Marconi e Lakatos (2020), caracteriza-se como sendo um mecanismo de grande valia, pois tem a capacidade de analisar um grande contingente de dados que por sua complexidade torna difícil sua compreensão, e com isso, encontrar a resposta sobre que perfil empreendedor domina a economia de Angical, respondendo assim ao objetivo geral do estudo.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A presente pesquisa foi desenvolvida no município de Angical de Piauí localizado na microrregião do Médio Parnaíba Piauiense que de acordo com IBGE (2010) tem uma população de 6.672 (seis mil seiscentos e setenta e duas) pessoas e possui conforme Sebrae (2020) 273 empreendimentos formais e informais, no entanto a pesquisa foi realizada com 33 empreendedores correspondendo a 12% do total da mostra através de um questionário dividido em duas partes. A primeira parte teve como objetivo a identificação do empreendedor levando em consideração sexo, faixa etária, nível de escolaridade, tempo que se tornou empreendedor e acerca do seu pensamento da definição de empreendedorismo e sua motivação para empreender, a segunda parte foi elaborada com o intuito de apresentar as características empreendedoras por meio de uma escala likert apresentando 17 itens com 5 níveis de concordância cada.

Na primeira parte do questionário foi possível identificar que dos 33 empreendedores pesquisados 16 são do sexo masculino e 17 do sexo feminino, além disso apresentam uma faixa etária conforme gráfico abaixo que demonstra uma presença maior de empreendedor na faixa entre 46 anos a 55 anos constituindo 28% do total.

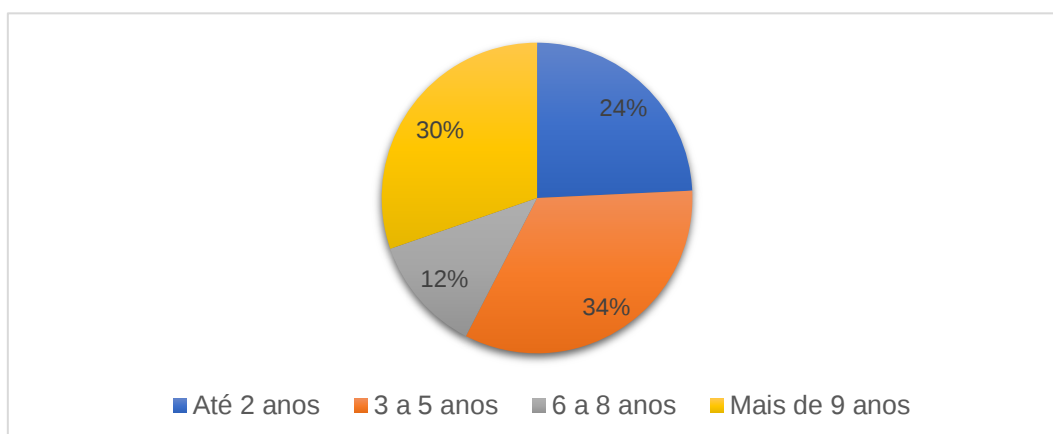
Gráfico 1 – Faixa Etária



Fonte: Elaborado pelos autores, com base na pesquisa.

Com base nos dados adquiridos o nível de escolaridade dos empreendedores apresentou uma discrepância visto que 49% dos pesquisados afirmam ter apenas o ensino médio; 27% possuem graduação; 12% ensino fundamental; 6% nível técnico e 6% outros. Outro ponto importante estudado foi há quanto tempo o pesquisado tornou-se empreendedor, o gráfico abaixo demonstrando que 34% da população estudada atua como empreendedor entre 3 a 5 anos; 30% possui mais de 9 anos no mercado; 24% possui até dois anos e 12% entre 6 a 8 anos.

Gráfico 2 – Tempo que tornou-se empreendedor



Fonte: Elaborado pelos atores, com base na pesquisa.

A seguir o questionário contou com 3 (três) perguntas subjetivas que buscaram conhecer o entendimento acerca da definição de empreendedorismo, descobrir o tipo

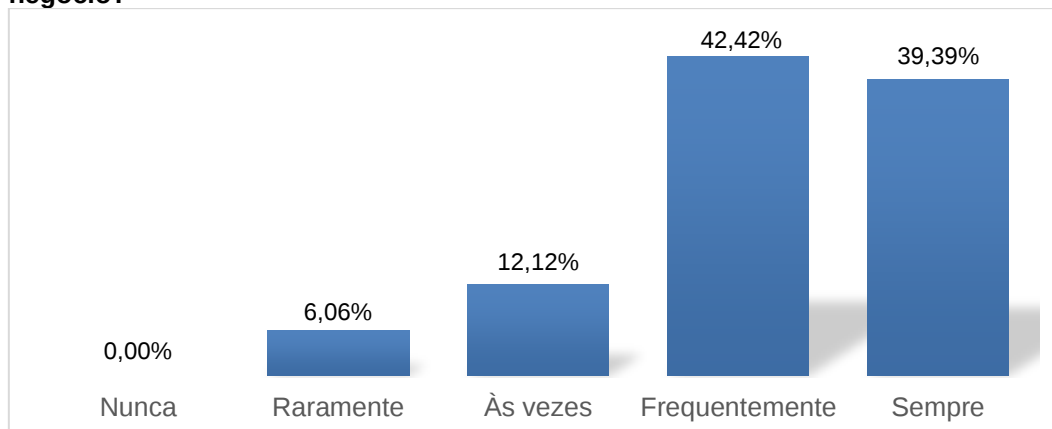
de empreendedor de acordo com GEM (2018) e entender qual motivação o levou a empreender. Logo, ao ser questionado a respeito de seu entendimento sobre empreendedorismo a maioria relatou que o ato de empreender está relacionado com o desenvolvimento de um negócio, como afirma alguns pesquisados: a) “É um ato de iniciar um novo negócio, ou seja, criar uma empresa”; b) “Empreendedorismo para mim é a capacidade de gerar um negócio, fazê-lo acontecer e sempre procurar formas de inovar e diversificar”; c) “Eu entendo que é o processo de iniciativa de implementar novos negócios ou mudanças em empresas já existentes. É um termo muito usado no âmbito empresarial e muitas vezes está relacionado com a criação de empresas ou produtos novos”; d) “É a busca de novas oportunidades no mercado de trabalho, investindo recursos na abertura de um negócio”.

Outrossim, ao ser indagado a respeito de qual tipo de empreendedor julga ser conforme GEM (2018) que define dois tipos, sendo eles: empreendedor por oportunidade e por necessidade notou-se que não houve uma grande divergência entre os fatores estudados, visto que 15 pesquisados identificam-se como sendo empreendedores por necessidade superando os 12 que se identificaram como empreendedores por oportunidade, como relata um pesquisado: a) “Diante da minha situação atual, formada em Letras/Português, porém desempregada. Hoje me vejo uma empreendedora por necessidade [...]”. Em contrapartida 6 empreendedores colocaram-se como sendo tanto empreendedor por necessidade como por oportunidade, assim como descrito por um deles: b) “Ambos, por necessidade porque estava desempregada e por oportunidade de trabalhar com o que eu realmente gosto”.

Partindo do pressuposto que motivação é definida como um estado interior, os questionados apresentaram motivações divergentes como pode ser visto em algumas de suas respostas: a) “Por perceber que na cidade de Angical não havia um comércio específico de artigos de festa e, algumas pessoas, tinham que se deslocar para outras cidades para adquirir esses produtos”; b) “O que me motivou foi o desejo de trabalhar para mim mesmo”; c) “Por falta de oportunidade na atual economia”.

A segunda parte do questionário teve como objetivo identificar as características dos empreendedores do município de Angical do Piauí através de uma escala likert que foi composta por perguntas baseadas nos atributos listados pela literatura necessários a um empreendedor de sucesso.

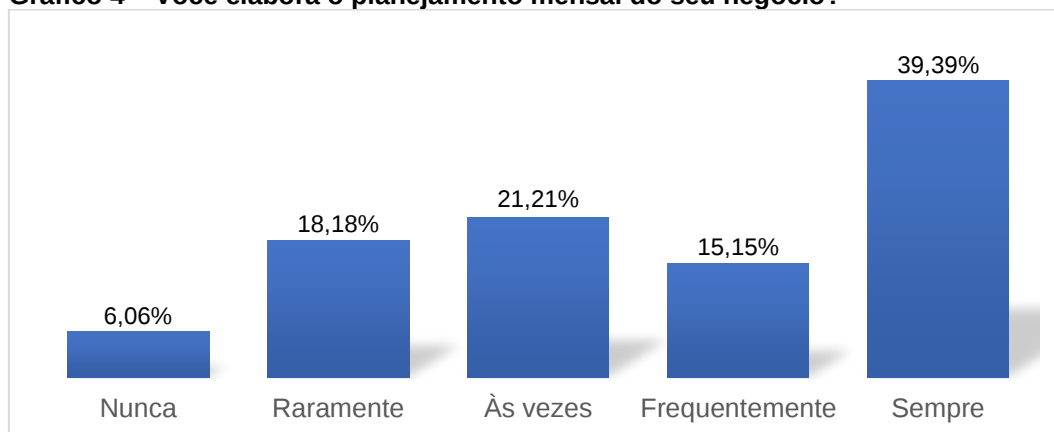
Gráfico 3 – Você está sempre procurando conhecimento que te auxilie na administração do seu negócio?



Fonte: Elaborado pelos autores, com base na pesquisa.

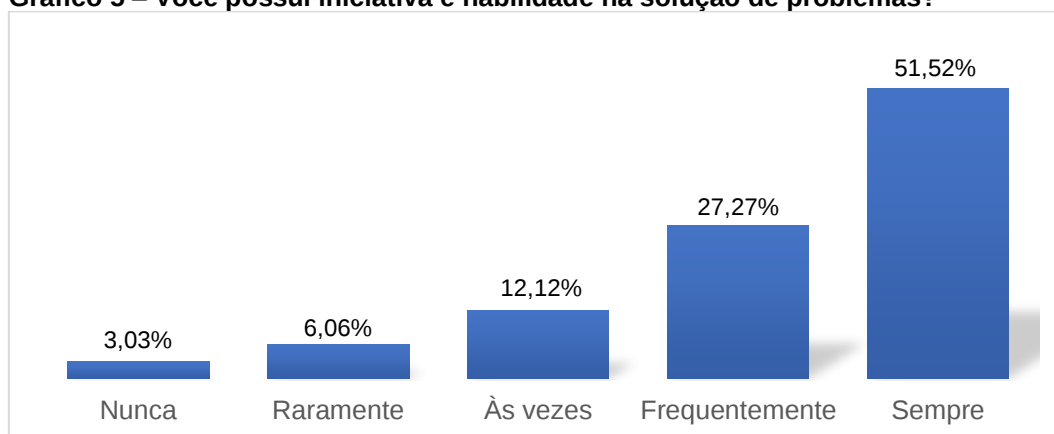
O primeiro questionamento da escala objetivou entender o comportamento dos empreendedores a respeito da busca constante de informações que auxilia na administração do seu negócio como demonstra o gráfico acima. A partir dos dados obtidos no gráfico é possível verificar que 42,42% afirmaram possuir frequentemente essa característica, 39,39% sempre, 12,12% às vezes, 6,06% raramente e ninguém respondeu nunca possuir.

Ademais, outro atributo estudado leva em consideração a atitude do empreendedor quanto aos riscos que seu negócio pode sofrer, ou seja, analisar tudo antes de tomar decisões e, diante desse questionamento, percebeu-se que o nível sempre e frequentemente obtiveram mesmo percentual de 36,36%, porém 18,18% da população relataram às vezes, 6,06% raramente e 3,03% afirmaram nunca. Atrelado a isso, tornou-se importante conhecer o comportamento dos empreendedores a respeito da elaboração do planejamento mensal de seu negócio e a partir disso notou-se que 39,39% dos estudados responderam que sempre planejam, 21,21% às vezes, 18,18% raramente, 15,15% frequentemente e 6,06% nunca conforme ilustra o gráfico abaixo.

Gráfico 4 – Você elabora o planejamento mensal do seu negócio?

Fonte: Elaborado pelos autores, com base na pesquisa.

A respeito do termo inovação foi constatado que mais de 60% dos empreendedores buscam sempre inovar em seu negócio, além disso, quanto a decisão de oferecer produtos/serviços de qualidade a menor preço observou-se que mais de 66% da população opta pela qualidade independente de menor preço.

Gráfico 5 – Você possui iniciativa e habilidade na solução de problemas?

Fonte: Elaborado pelos autores, com base na pesquisa.

No gráfico acima demonstra a atitude dos empreendedores quanto a iniciativa e habilidade na solução de problemas percebeu-se que 51,52% afirma possuir sempre, 27,27% frequentemente, 12,12% às vezes, 6,06% raramente e 3,03% nunca. Além disso, notou-se que mais de 45% relata conseguir frequentemente adaptar-se a problemas inesperados, 39,39% declara sempre e 15,15% às vezes.

Outras características questionadas levam em consideração a atitude do empreendedor quanto sua persistência quando deseja alcançar um objetivo e quanto sua segurança quando toma uma decisão. Na primeira característica observou-se que 75,76% demonstra deter sempre persistência, 15,15% às vezes e 9,09% frequentemente e nunca e raramente obtiveram 0%. No que se refere a segurança no

momento de tomar uma decisão 39,39% declaram sempre ter segurança em suas decisões, 33,33% frequentemente, 24,24% às vezes, 3,03% raramente e 0% nunca.

5 CONCLUSÃO

A pesquisa teve como finalidade conhecer qual perfil domina a economia de Angical do Piauí, buscando descrever as características e a percepção dos comerciantes acerca da definição de empreendedorismo, assim como suas motivações. O estudo revelou que a maioria dos pesquisados relaciona o termo empreendedorismo com a criação de um negócio e, além disso, identificaram-se como empreendedores por necessidade. Entretanto, quando questionados a respeito do fator motivacional houve divergências, isso se deu pelo fato da motivação ser intrínseca à realidade de cada um.

Levando em consideração o referencial apresentado acerca das características empreendedoras, o estudo foi desenvolvido com o objetivo de estabelecer um comparativo entre os seguintes atributos: busca de conhecimentos, riscos calculados, planejamento, inovação, iniciativa, exigência de qualidade, flexibilidade, persistência e autoconfiança. A partir dos dados obtidos pela escala likert as características com maior destaque são: persistência, exigência de qualidade e inovação, sendo elas de grande valia para que os empreendedores possam destacar-se dos demais concorrentes no setor no qual atuam. No entanto, percebeu-se a presença de pesquisados que afirmaram não possuir as seguintes características: planejamento, iniciativa e correr riscos calculados, o que dessa forma acarreta para eles uma menor chance de se sobressair perante os concorrentes, além de causar sério risco ao que diz respeito à sobrevivência do empreendimento.

Conclui-se que o presente estudo conseguiu atingir seu objetivo visto que demonstrou o perfil empreendedor predominante no município de Angical do Piauí, bem como elencou as características empreendedoras listadas pela literatura necessárias ao um empreendedor de sucesso além de conhecer a visão dos empreendedores acerca do termo empreendedorismo. É importante salientar que o trabalho contribui de forma significativa para o estudo dos perfis empreendedores,

entretanto a pesquisa poderá ser ampliada no intuito de adquirir uma maior amostra e obter dados mais concretos.

REFERÊNCIAS

APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia da ciência: filosofia e prática da pesquisa**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Motivação nas Organizações**. 4. Ed. São Paulo: Atlas - 1997.

BORGES, Alex Fernando; LIMA, J. B.; BRITO, M. J. Fundamentos da pesquisa em empreendedorismo: aspectos conceituais, teóricos, ontológicos e epistemológicos. **Anais do XXVI ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO**, v. 16, 2017.

CARLSSON, B. et al. The evolving domain of entrepreneurship research. **Small Business Economics**, v. 41, n. 4, p. 913-930, jul. 2013.

CRESWELL, John W; CLARK, P. Métodos mistos. _____. **Projeto de pesquisa métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Artmed, 2013.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

ECKERT, Alex. et al. O perfil empreendedor na graduação: um estudo comparativo entre ingressantes e concluintes. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, 7.2: 61-76, 2013.

FILARDI, Fernando; BARROS, Filipe Delarissa; FISCHMANN, Adalberto Américo. Do homo empreendedor ao empreendedor contemporâneo: evolução das características empreendedoras de 1848 a 2014. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 13, n. 3, p. 123-140, 2014.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, 2000.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa** – 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil, Relatório Executivo**. Curitiba: IBQP-PR, 2018.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil, Relatório Executivo**. Curitiba: IBQP-PR, 2019.

HERNÁNDEZ-CARRIÓN, Carlos; CAMARERO-IZQUIERDO, Carmen; GUTIÉRREZ-CILLÁN, Jesús. Entrepreneurs' social capital and the economic performance of small businesses: The moderating role of competitive intensity and entrepreneurs' experience. **Strategic Entrepreneurship Journal**, v. 11, n. 1, p. 61-89, 2017.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo-9**. AMGH editora, 2014.

KARIMI, Saeid et al. The impact of entrepreneurship education: A study of Iranian students' entrepreneurial intentions and opportunity identification. **Journal of Small Business Management**, v. 54, n. 1, p. 187-209, 2016.

KUMAR, Sushil; ALI, Jabir. Indian agri-seed industry: understanding the entrepreneurial process. **Journal of Small Business and enterprise development**, 2010.

LANDES, David S.; MOKYR, Joel; BAUMOL, William J. **A origem das corporações: uma visão histórica do empreendedorismo da Mesopotâmia aos dias atuais**. Rio de Janeiro: Campus, 2010.

LEITE, Emanuel. **O fenômeno do empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2012.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico: projetos de pesquisa, pesquisa bibliográfica, teses de doutorado, dissertações de mestrado, trabalhos de conclusão de curso**. 8. Ed. São Paulo: Atlas, 2020.

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria Geral da Administração**. São Paulo: Atlas, 2004.

MCCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MURARO, Renata et al. AVALIAÇÃO DE PERFIL EMPREENDEDOR EM MEIO ACADÊMICO. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, v. 15, n. 2, p. 136-156, 2018.

PAIVA, Celso Pereira et al. Uma abordagem às teorias motivacionais. **São Paulo (II Encontro Científico, Simpósio de Educação)**, 2009.

PEREIRA, Frederico Cesar Mafra; ALVES, Ricardo César; PASSOS, Décio Ângelo Ribeiro. EMPREENDEDORISMO GERANDO INOVAÇÃO: A CRIAÇÃO DA STARTUP IOASYS DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS. In: **Anais do Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação–ciki**. 2019.

REZENDE, Denis Alcides. Planejamento de informações públicas municipais: sistemas de informação e de conhecimento, informática e governo eletrônico integrados aos planejamentos das prefeituras e municípios. **Revista de Administração Pública**, 41.3: 505-536, 2007.

RIBAS, Raul. A motivação empreendedora e as teorias clássicas da motivação. **Caderno de Administração. Revista da Faculdade de Administração da FEA**, v. 5, n. 1, 2011.

RIBEIRO-SORIANO, D. Small business and entrepreneurship: their role in economic and social development. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 29, n. 1-2, p. 1-3, jan. 2017.

SANTOS, Osmar dos. **Estratégias para Capacitação dos Administradores com visão empreendedora**. Dissertação de Mestrado - Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis, 2001.

SANTOS, Anabela; SERRANO, Maria Manuel; NETO, Paulo. Análise da Eficácia, Eficiência e Valor Acrescentado de Políticas Públicas Place-based-uma aplicação a territórios rurais. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, 53: 33-48, 2015.

SCHMIDT, Carla Maria; DREHER, Marialva Tomio. Cultura empreendedora: empreendedorismo coletivo e perfil empreendedor. **REGE Revista de Gestão**, v. 15, n. 1, p. 1-14, 2008.

SEBRAE. **Total de empresas brasileiras**. Brasil, 2020. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/totaldeempresas/>, acesso em 04/02/2021.

SEBRAE. Brasil, 2021. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empretec> , acesso em 09/02/2021.

SMALLBONE, D; WELTER, F. **Entrepreneurship in transition economies: Necessity or opportunity driven?** Small Business Economic, 16(4), 249-262, 2001.

TAMAYO, Alvaro; PASCHOAL, Tatiane. A relação da motivação para o trabalho com as metas do trabalhador. **Revista Administração contemporânea**, Curitiba, v. 7, n. 4, p. 33-54, dezembro de 2003.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CORRÊA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 3, p. 311-327, 2014.

VIGNOCHI, Luciano; LEZANA, Álvaro Guillermo Rojas; PAINES, Patrícia de Andrade. ASSOCIAÇÕES ENTRE ESTILOS COGNITIVOS, FLEXIBILIDADE E PERFIL DE LIDERANÇA EMPREENDEDORA DE UNIVERSITÁRIOS. **Revista Alcance**, v. 27, n. 3, 2020.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia de Estudo e de Pesquisa em Administração**. Vol. 3. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC: CAPES: UAB, 2009.

ZUCCARI, Patricia; BELLUZZO, Regina Célia Baptista. A competência em informação e o perfil empreendedor no âmbito das organizações. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v.6 p. 61-71, 2016.