ESTUDO DO PERFIL

EMPREENDEDOR

DOS ADMINISTRADORES DO ESTADO DO TOCANTINS

UMA ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS
COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS

Realização - Planejamento - Poder - Inovação

Iranilson Ferreira Mota

ESTUDO DO PERFIL

EMPREENDEDOR

DOS ADMINISTRADORES DO ESTADO DO TOCANTINS

UMA ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS
COMPORTAMENTAIS EMPREENDEDORAS

REALIZAÇÃO – PLANEJAMENTO – PODER – INOVAÇÃO

Iranilson Ferreira Mota

CRA-TO
Conselho Regional de
Administração do Tocantins

CFA
Conselho Federal de
Administração

Direitos Reservados ao Conselho Regional de Administração do Tocantins – CRA/TO
End.: 602 Norte Av. Teotônio Segurado Conjunto 01 Lote 06
CEP: 77.006-700 Palmas – Tocantins
Telefone: (63) 3215-1240
e-mail: atendimento@crato.org.br
Home Page: www.crato.org.br

Impressão: WR Gráfica e Editora
Tiragem: 2.000 exemplares
Capa e Diagramação: Adriano Ferreira de Mendonça

Dados Internacionais de Catalogação na Fonte

M917e Mota, Iranilson Ferreira

Estudo do Perfil Empreendedor dos Administradores do Estado do Tocantins – Brasil / Iranilson Ferreira Mota. – Conselho Regional de Administração do Tocantins – CRA/TO, 2019.

140p.:Il. Color.; 15x21cm

1. Empreendedorismo 2. Atitude Empreendedora 3. Empreendedor. 4. Administrador.

CDU 005.342 (811.7)

Ficha Catalográfica elaborada pela bibliotecária: Anair R. Quintanilha Souza
CRB2 – 993

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

Conselho Regional de Administração do Tocantins – CRA/TO
(Gestão 2019/2020)

Conselheiros Efetivos

- Adm. Edson Cabral de Oliveira
- Adm. Elion Sarmento Silva
- Adm. Evaleda Linhares Nunes do Vale
- Adm. David Panisset Santana
- Adm. Francisco Almeida Costa
- Adm. Iranilson Ferreira Mota
- Adm. Luiz Carlos Valentini
- Adm. Jucilene Barreira Bezerra Vasconcelos
- Adm. Renato Jayme da Silva

Conselheiros Suplentes

- Adm. Agnaldo Quintino da Silva
- Adm. Antônio Jorge Milhomens de Abreu
- Adm. Aurivan de Castro
- Adm. Edson Silva de Sousa
- Adm. Henrique Lázaro Lopes Cardoso
- Adm. Marcelo Gris
- Adm. Marco Antônio Monteiro
- Adm. Martha Helena Rodrigues de Souza

Conselheiros Federais

- Efetivo: Adm. Rogério Ramos de Souza
- Suplente: Adm. Anderson Luiz Justino Martins

APRESENTAÇÃO

O presente estudo é fruto de uma pesquisa de mestrado realizada pelo autor para obtenção do grau de Mestre em Administração pela Universidad Autónoma de Asunción – UAA que foi realizado em Palmas – Tocantins, no período de fevereiro a abril de 2018 junto aos Administradores do Conselho Regional de Administração do Tocantins – CRA/TO.

O pesquisador é Administrador e possui especialização em Empreendedorismo, Liderança e Gestão Empresarial, além de atuar como docente nas áreas da liderança empreendedora é também entusiasta e consultor empresarial e educacional, atuando em projetos de apoio aos empreendedores e ao estímulo para criação de novos negócios.

A investigação teve como objetivo 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 freqüência da atitude empreendedora e apresentar os resultados obtidos na aplicação do instrumento IMAE.

Esta análise é caracterizada como uma pesquisa de campo e utilizaram-se uma amostra 249 Administradores numa população de 3.200 registrados no CRA/TO apresentando seus resultados de forma quantitativa.

O instrumento IMAE desenvolvido por Sousa e Lopes Jr (2005) é composto por 36 questões distribuídas aleatoriamente no

questionário da pesquisa. Foram confirmadas as literaturas analisadas, havendo um grau elevado nas atitudes empreendedoras dos Administradores, observadas diferenças nas dimensões realização, planejamento, poder e inovação, e 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.

Dedicatória

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 para continuar os estudos e a torcida incondicional ao paizão.

Agradecimento

Aos Funcionários, ao Presidente Francisco Almeida Costa e à Diretoria do Conselho Regional de Administração do Tocantins – CRA/TO; à Diretoria do Conselho Federal de Administração – CFA e ao Vice-Presidente Rogério Ramos de Souza, por entender a importância da pesquisa no ambiente acadêmico e seus reflexos diretos na profissão do Administrador.

Agradecimento

Aos Professores e Coordenadores, bem como as Instituições de Ensino de Superior – IES do Tocantins que empreendem continuamente seus recursos, esforços, conhecimentos e amor para o ensino da ciência da Administração formando homens e mulheres de negócios e cidadãos de bem.

Agradecimentos

Aos alunos de todas as Instituições de Ensino Superior, Empresas e Cooperativas as quais tive a oportunidade de atuar como Educador Universitário e Empresarial ao longo dos 18 de Administrador, e assim me permitiram a arte de ensinar e aprender, falando e ouvindo, sorrindo e brincando, enquanto executava as tarefas construía relacionamentos duradores como deve ser em um líder servidor.

Lista de tabelas

TABELA Nº 1: Questionário IMAE 46

Lista de quadros

QUADRO Nº 1: Descrição das Dimensões 33
QUADRO Nº 2: Matriz de características de empreendedor e empreendedorismo 37
QUADRO Nº 3: Dimensões e indicadores para construção do instrumento da mensauração da atitude e empreendedora 43
QUADRO Nº 4: Distribuição dos ítens nas quatro dimensões 44
QUADRO Nº 5: Escala Likert 44
QUADRO Nº 6: Segmento de atuação dos respondentes 59
QUADRO Nº 7: Identificação do sexo dos respondentes 60
QUADRO Nº 8: Identificação da escolaridade dos respondentes 61
QUADRO Nº 9: Tempo de profissão dos respondentes 62
QUADRO Nº 10: Análise descritiva da Escala 69
QUADRO Nº 11: Respostas da questão nº 02 – Realização 70
QUADRO Nº 12: Respostas da questão nº 04 – Realização 72
QUADRO Nº 13: Respostas da questão nº 08 – Realização 73
QUADRO Nº 14: Respostas da questão nº 13 - Realização 75
QUADRO Nº 15: Respostas da questão nº 17 – Realização 76
QUADRO Nº 16: Respostas da questão nº 18 – Realização 78
QUADRO Nº 17: Respostas da questão nº 20 – Realização 79
QUADRO Nº 18: Respostas da questão nº 27 – Realização 81
QUADRO Nº 19: Respostas da questão nº 30 – Realização 82
QUADRO Nº 20: Respostas da questão nº 03 – Planejamento 84
QUADRO Nº 21: Respostas da questão nº 05 – Planejamento 85
QUADRO Nº 22: Respostas da questão nº 06 – Planejamento 87
QUADRO Nº 23: Respostas da questão nº09 – Planejamento 88
QUADRO Nº 24: Respostas da questão nº 12 – Planejamento 89
QUADRO Nº 25: Respostas da questão nº 15 – Planejamento 91

QUADRO Nº 26: Respostas da questão nº 16 – Planejamento 92
QUADRO Nº 27: Respostas da questão nº 19 – Planejamento 93
QUADRO Nº 28: Respostas da questão nº 22 – Planejamento 95
QUADRO Nº 29: Respostas da questão nº 29 – Planejamento 96
QUADRO Nº 30: Respostas da questão nº 32 – Planejamento 97
QUADRO Nº 31: Respostas da questão nº 33 – Planejamento 99
QUADRO Nº 32: Respostas da questão nº 34 – Planejamento 100
QUADRO Nº 33: Respostas da questão nº 07 – Poder 102
QUADRO Nº 34: Respostas da questão nº 10 – Poder 103
QUADRO Nº 35: Respostas da questão nº 14 – Poder 105
QUADRO Nº 36: Respostas da questão nº24 – Poder 106
QUADRO Nº 37: Resposta da questão nº 25 – Poder 107
QUADRO Nº 38: Respostas da questão nº 26– Poder 109
QUADRO Nº 39: Respostas da questão nº 35– Poder 110
QUADRO Nº 40: Respostas da questão nº 36– Poder 111
QUADRO Nº 41: Respostas da questão nº 01– Inovação 113
QUADRO Nº 42: Respostas da questão nº 11– Inovação 115
QUADRO Nº 43: Respostas da questão nº 21– Inovação 116
QUADRO Nº 44: Respostas da questão nº 23– Inovação 117
QUADRO Nº 45: Respostas da questão nº 28– Inovação 119
QUADRO Nº 46: Respostas da questão nº 31– Inovação 120
QUADRO Nº 47: Comportamento das dimensões 122
QUADRO Nº 48: Análise geral 123

Lista de gráficos

GRÁFICO Nº 1: Segmento de atuação dos respondentes 59
GRÁFICO Nº 2: Identificação do sexo dos respondentes 60
GRÁFICO Nº 3: Identificação da escolaridade dos respondentes 61
GRÁFICO Nº 4: Tempo de profissão dos respondentes 62
GRÁFICO Nº 5: Representação dos índices quantitativos da questão nº 02 – Realização 71

GRÁFICO Nº 6: Representação dos índices quantitativos da questão nº 04 – Realização 72
GRÁFICO Nº 7: Representação dos índices quantitativos da questão nº 08 – Realização 74
GRÁFICO Nº 8: Representação dos índices quantitativos da questão nº 13 – Realização 75
GRÁFICO Nº 9: Representação dos índices quantitativos da questão nº 17 – Realização 77
GRÁFICO Nº 10: Representação dos índices quantitativos da questão nº 18 – Realização 78
GRÁFICO Nº 11: Representação dos índices quantitativos da questão nº 20 – Realização 80
GRÁFICO Nº 12: Representação dos índices quantitativos da questão nº 27 – Realização 81
GRÁFICO Nº 13: Representação dos índices quantitativos da questão nº 30 – Realização 82
GRÁFICO Nº 14: Representação dos índices quantitativos da questão nº 03 – Planejamento 84
GRÁFICO Nº 15: Representação dos índices quantitativos da questão nº 05 – Planejamento 86
GRÁFICO Nº 16: Representação dos índices quantitativos da questão nº 06 – Planejamento 87
GRÁFICO Nº 17: Representação dos índices quantitativos da questão nº 09 – Planejamento 88
GRÁFICO Nº 18: Representação dos índices quantitativos da questão nº 12 – Planejamento 90
GRÁFICO Nº 19: Representação dos índices quantitativos da questão nº 15 – Planejamento 91
GRÁFICO Nº 20: Representação dos índices quantitativos da questão nº 16 – Planejamento 92
GRÁFICO Nº 21: Representação dos índices quantitativos da questão nº 19 –

Planejamento..... 94
GRÁFICO Nº 22: Representação dos índices quantitativos da questão nº 22 – Planejamento..... 95
GRÁFICO Nº 23: Representação dos índices quantitativos da questão nº 29 – Planejamento..... 96
GRÁFICO Nº 24: Representação dos índices quantitativos da questão nº 32 – Planejamento..... 98
GRÁFICO Nº 25: Representação dos índices quantitativos da questão nº 33 – Planejamento..... 99
GRÁFICO Nº 26: Representação dos índices quantitativos da questão nº 34 – Planejamento..... 100
GRÁFICO Nº 27: Representação dos índices quantitativos da questão nº 07 – Poder..... 102
GRÁFICO Nº 28: Representação dos índices quantitativos da questão nº 10 – Poder..... 104
GRÁFICO Nº 29: Representação dos índices quantitativos da questão nº 14 – Poder..... 105
GRÁFICO Nº 30: Representação dos índices quantitativos da questão nº 24 – Poder..... 106
GRÁFICO Nº 31: Representação dos índices quantitativos da questão nº 25 – Poder..... 108
GRÁFICO Nº 32: Representação dos índices quantitativos da questão nº 26 – Poder..... 109
GRÁFICO Nº 33: Representação dos índices quantitativos da questão nº 35 – Poder..... 110
GRÁFICO Nº 34: Representação dos índices quantitativos da questão nº 36 – Poder..... 112
GRÁFICO Nº 35: Representação dos índices quantitativos da questão nº 01 – Inovação..... 114
GRÁFICO Nº 36: Representação dos índices quantitativos da questão nº 11 – Inovação..... 115

GRÁFICO Nº 37: Representação dos índices quantitativos da questão nº 21 – Inovação....116
GRÁFICO Nº 38: Representação dos índices quantitativos da questão nº 23 – Inovação....118
GRÁFICO Nº 39: Representação dos índices quantitativos da questão nº 28 – Inovação....119
GRÁFICO Nº 40: Representação dos índices quantitativos da questão nº 31 – Inovação.... 120
GRÁFICO Nº 41: Comportamento das dimensões....122

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

SUMÁRIO

1 – Introdução 21

2 – Atitude empreendora 31
2.1 – Realização 34
2.2 – Planejamento 34
2.3 – Poder 35
2.4 – Inovação 36

3 – Instrumento 41

4 – O Método 49
4.1 – Objetivos da pesquisa 51
4.1.1 – Objetivo geral 51
4.1.2 – Objetivos específicos 51
4.2 – Caracterização do estudo 51
4.3 – População e amostra 52
4.4 – Instrumento 53
4.5 – Coleta e análise de dados 53

5 – Resultados e discussões 57
5.1 – Perfil dos respondentes 59
5.2 – Análise descritiva da escala 63
5.3 – Análise dos resultados da pesquisa segmentada por dimensão 69
5.3.1 – Realização 69
5.3.2 – Planejamento 83
5.3.3 – Poder 101
5.3.4 – Inovação 112
5.4 – Análise geral das dimensões 121

6 – Conclusão 125

7 – Referências 131

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa faz parte da área de conhecimento e estudos a respeito do Empreendedorismo, e como o pesquisador possui formação em Administração, Empreendedorismo e Liderança, decidiu aprofundar seus estudos sobre o assunto investigando essa área do comportamento que a cada vem despertando mais interessados no Brasil e no mundo por possuir forte influência na economia e no crescimento do PIB.

A pesquisa foi realizada em Palmas, Tocantins, Brasil no período de fevereiro a abril de 2018 com o intuito de investigar quais as diferenças nas atitudes empreendedoras dos Administradores do Estado do Tocantins – Brasil.

O presente estudo teve como objetivos identificar a atitude empreendedora dos Administradores do Tocantins, através do Instrumento da Medida de Atitude Empreendedora – IMAE analisando as dimensões: realização, planejamento, poder e inovação. Medir a atitude empreendedora dos Administradores do Tocantins, e apresentar os resultados obtidos na aplicação do instrumento IMAE.

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).

> 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. (FILION, 1999:6).

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.

> ...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, 1999:8).

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).

> 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. (DORNELAS 2016:20).

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.

> 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, 1999:19).

Para os brasileiros, o termo empreendedorismo ainda é novo, somente se despontou no Brasil na década de 90, como afirma Dornelas (2016): “O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como 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; e 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 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.
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.

> 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. (LENZI, 2009:18).

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).

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; e 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. (MARIANO e MAYER, 2011:20).

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

ATITUDE EMPREENDEDORA

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 Mangement 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 serem 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 01 – Descrição das Dimensões

2.1 Realização

McClelland (1972, apud PEDROSA, 2007, p.291) 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.

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 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, p.36) 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.

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

Planejar é um processo complexo, composto por inúmeras variáveis utilizadas para determinar objetivos e resultados desejados. Oliveira (2009, p.5) 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”.

2.3 Poder

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

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

De acordo com Weber (2011, p.91), “O bem-estar, a satisfação de todos e o apoio incondicional (comprometimento) são concretizados pela utilização consciente do poder pessoal (liderança)”. 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".

Morgan, (2006, apud, Pedrosa, 2008, p.42), 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".

Weber, (2011, p.42) 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".

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, p.43), inovações são essencialmente novidades ou novas aplicações de negócios.

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	Autores																
	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 Nº 2: Matriz de características de empreendedor e empreendedorismo

Nota: Adaptado de Sousa (2005)

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

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.

O INSTRUMENTO

O instrumento de Medida de Atitude Empreendedora – IMAE foi desenvolvido por Souza e Lopez Jr (2005) para medir a atitude empreendora, no nível do indivíduo. O questionário foi construído a partir de ampla revisão da literatura realizada, mas principalmente a partir das três dimensões do comportamento do empreendedor identificados na pesquisa Treinamento Empresarial e Fortalecimento do Desempenho Empresarial da Management System International (1999) – Realização, Planejamento e Poder – e da matriz das características do comportamento desenvolvido por Souza (2005). Às dimensões informadas foi acrescida a dimensão Inovação, obtendo ao final quatro dimensões.

Essas quatro dimensões se desdobraram em 14 indicadores comportamentais conforme o quadro a seguir:

Dimensão	Indicadores a serem analisados
1 – Realização	Busca de Oportunidade Persistência Aceitação de Riscos Comprometimento
2 – Planejamento	Estabelecimento de Metas Busca de Informações Planejamento e Monitoramento
3 – Poder	Estabelecimento Redes de Contato Persuasão Liderança Independência Autoconfiança
4 – Inovação	Criatividade Inovação

Quadro N° 03 – Dimensões e Indicadores para a construção do instrumento da mensauração da atitude emprendedora – Fonte Lopez J; Souza 2006

O questionário, em princípio, foi construído com 54 itens relacionados às quatro dimensões. Após análises e validação por juízes, o questionário final ficou com 36 itens, distribuídos entre as quatro dimensões, conforme quadro abaixo.

Dimensão	Itens
Realização	2,4,8,13,17,18,20,27,30
Planejamento	3,5,6,9,12,15,16,19,22,29,32,33,34
Poder	7,10,14,24,25,26,35,36
Inovação	1,11,21,23,28,31

Quadro N° 04 – Distribuição dos itens nas quatro dimensões – Fonte Lopez J; Souza 2006

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

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nunca									Frequentemente

Quadro Nº 05 – Escala Likert de 10 pontos

O questionário final foi validado com 36 questões que serão utilizadas nesta pesquisa, conforme visualizado na tabela abaixo:

Item	Descrição
01	Implemento novas ideias com o objetivo de melhorar a qualidade do meu negócio
02	Exploro novas oportunidades de negócios
03	Mudo de estratégia se necessário para alcançar uma meta

Item	Descrição
04	Assumo riscos para expandir meu negócio
05	Defino metas de longo prazo, claras e específicas
06	Adoto procedimentos para assegurar que o trabalho atenda padrões de qualidade previamente estipulados
07	Utilizo contatos pessoais para atingir meus objetivos
08	Responsabilizo-me pela conclusão dos trabalhos nos prazos estipulados
09	Busco obter informações sobre possíveis clientes
10	Confio na minha capacidade de superar desafios
11	Busco novas maneiras de realizar tarefas
12	Faço projeções claras para o futuro do meu negócio
13	Junto-me aos empregados nas tarefas para cumprir os prazos
14	Utilizo estratégias deliberadas para influenciar pessoas
15	Reviso continuamente objetivos de curto prazo
16	Busco informações sobre ramo de negócio em diferentes fontes
17	Faço sacrifícios pessoais para concluir tarefas
18	Mantenho meus objetivos mesmo diante de resultados que não são satisfatórios inicialmente
19	Consulto meus registros de controle antes de tomar decisões
20	Renovo meus esforços para superar obstáculos
21	Busco novas soluções para atender necessidades de clientes
22	Planejo as atividades do meu negócio subdividindo tarefas de grande porte em subtarefas
23	Procuro criar novos serviços
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
27	Emprego esforços extras para a conclusão de tarefas programadas
28	Desenvolvo ideias novas para a solução de problemas

Item	Descrição
29	Defino continuamente objetivos de curto prazo
30	Assumo riscos com o intuito de superar a concorrência
31	Crio novas rotinas, objetivando a melhoria do desempenho do meu negócio
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
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

Tabela N° 01 – Questionário IMAE – Fonte Lopez J; Souza 2006

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 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 do Estado do Tocantins;
- 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". Como pesquisa de campo baseada na observação dos fatos tal como ocorrem na realidade, foi utilizado a técnica de Survey.

Para selecionar a amostra foi utilizada a seguinte formula:

$$n = \frac{N.Z^2.p.(1-p)}{Z^2.p.(1-p) + e^2.(N-1)}$$

Onde:
n - amostra calculada
N - população
Z - variável normal padronizada associada ao nível de confiança
p - verdadeira probabilidade do evento
e - erro amostral

Neste sentido 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 do Instrumento de Medida de Atitude Empreendedora – IMAE desenvolvido por Souza e Lopez Jr (2005) foi constituído por uma série ordenada de itens, que devem ser julgados a partir de uma escala Likert de 10 pontos, na qual 1 significa “nunca” e 10 “frequentemente”.

4.5 COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Foi utilizado o questionário do Instrumento de Medida de Atitude Empreendedora – IMAE desenvolvido por Souza e Lopez Jr (2005) construído a partir de ampla revisão da literatura pesquisada por Souza e Lopez Jr (2005), 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 aplicado nesta pesquisa foram utilizadas todas as 36 questões do Instrumento de Medida de Atitude Empreendedora – IMAE desenvolvido por Souza e Lopez Jr (2005), 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, p.25), 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”

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.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

5.1 – PERFIL DOS RESPONDENTES

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

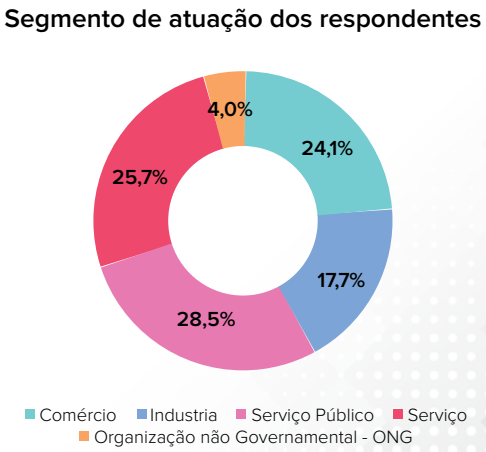

GRÁFICO Nº 1: Segmento de atuação dos respondentes

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 respondentes			
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

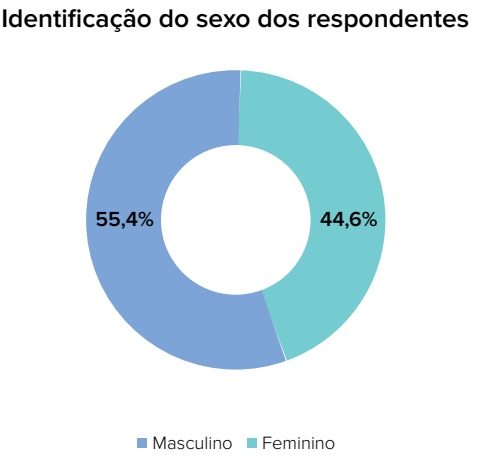

GRÁFICO Nº 2: Identificação do sexo dos respondentes

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

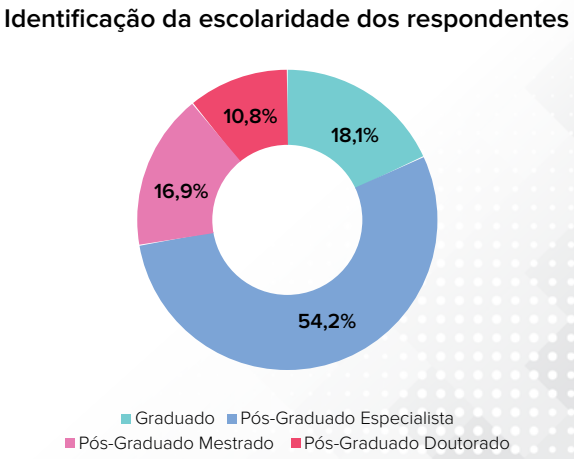

GRÁFICO Nº 3: Identificação da escolaridade dos respondentes

Nota: Analisarmos 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

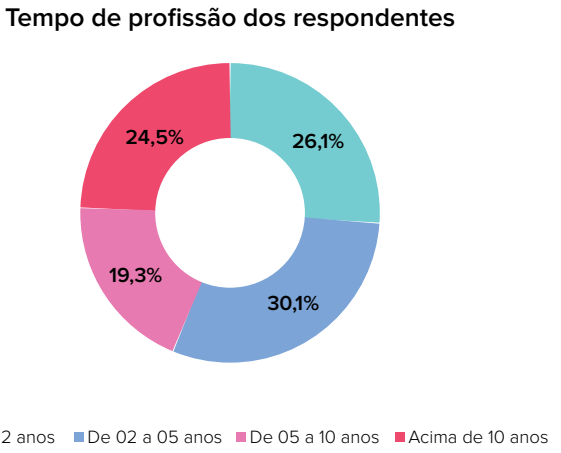

GRÁFICO Nº 4: Tempo de profissão dos respondentes

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.

5.2 – 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 Nº 10 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

Item	Descrição	N	Min.	Max.	Moda	Média	Desvio Padrão
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

Item	Descrição	N	Min.	Max.	Moda	Média	Desvio Padrão
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

Item	Descrição	N	Min.	Max.	Moda	Média	Desvio Padrão
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

Item	Descrição	N	Min.	Max.	Moda	Média	Desvio Padrão
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 meu negócio, departamento ou seção	249	1	10	10	7,93	2,46
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

Item	Descrição	N	Min.	Max.	Moda	Média	Desvio Padrão
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

Item	Descrição	N	Min.	Max.	Moda	Média	Desvio Padrão
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 Nº 10: Análise descritiva da Escala

5.3 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.

5.3.1 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

Exploro novas oportunidades de negócios?

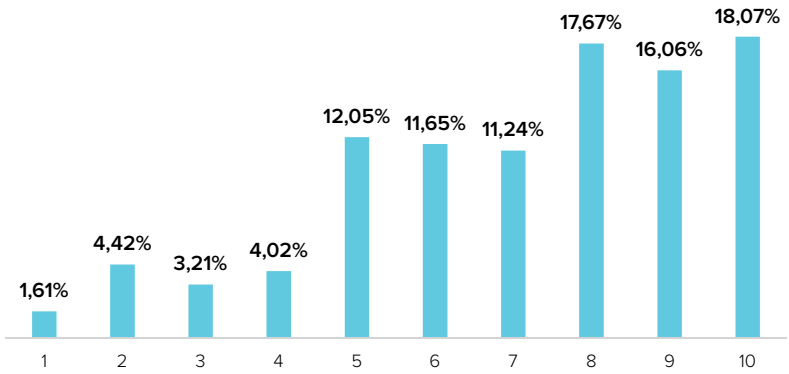

GRÁFICO Nº 5: Representação dos índices quantitativos da questão nº 02 – Realização

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%

Assumo riscos para expandir meu negócio?		
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

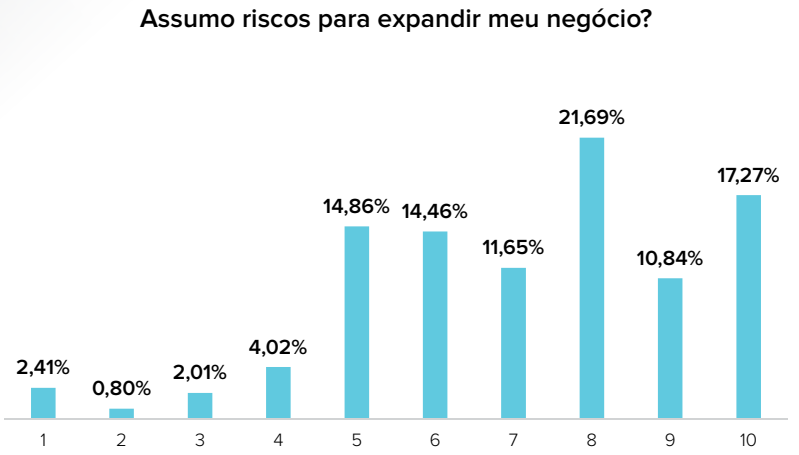

GRÁFICO Nº 6: Representação dos índices quantitativos da questão nº 04 – Realização

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

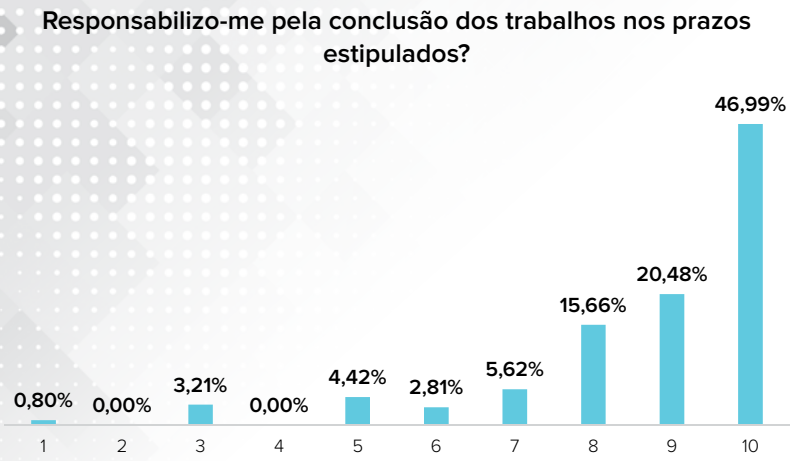

GRÁFICO Nº 7: Representação dos índices quantitativos da questão nº 08 – Realização

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%

Junto-me aos empregados nas tarefas para cumprir os prazos?		
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

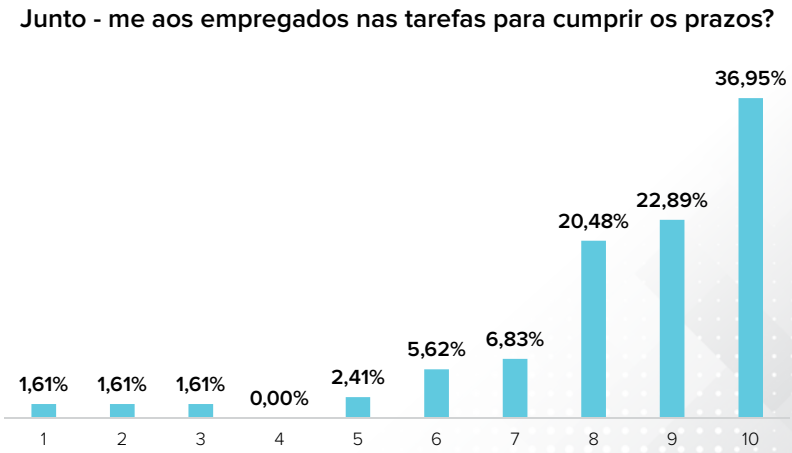

GRÁFICO Nº 8: Representação dos índices quantitativos da questão nº 13 – Realização

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

Faço sacrifícios pessoais para concluir tarefas?

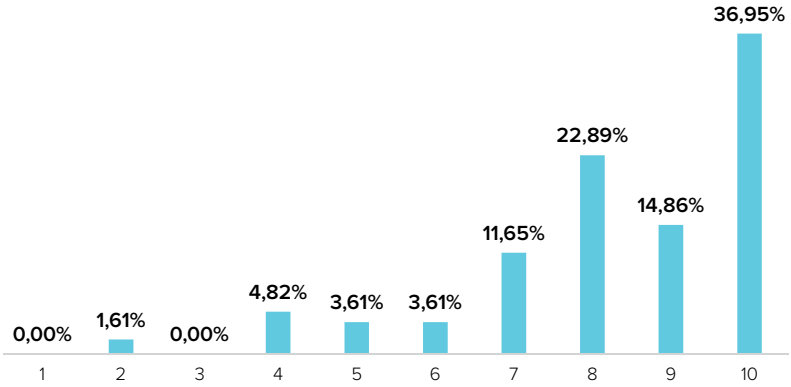

GRÁFICO Nº 9: Representação dos índices quantitativos da questão nº 17 – Realização

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%

Mantenho meus objetivos mesmo diante de resultados que não são satisfatórios inicialmente?		
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

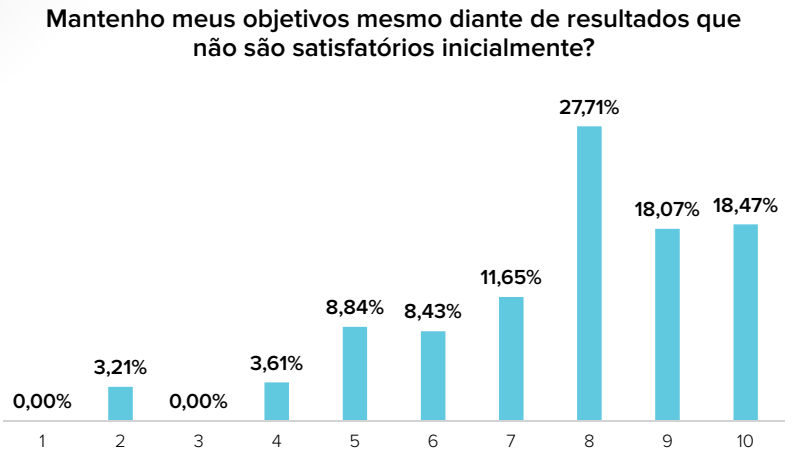

GRÁFICO Nº 10: Representação dos índices quantitativos da questão nº 18 – Realização

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

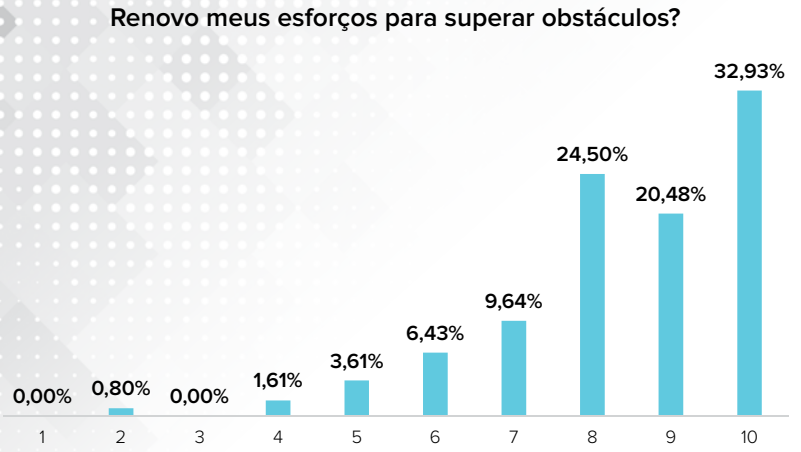

GRÁFICO Nº 11: Representação dos índices quantitativos da questão nº 20 – Realização

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%

Emprego esforços extras para a conclusão de tarefas programadas?		
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

Emprego esforços extras para a conclusão de tarefas programadas?

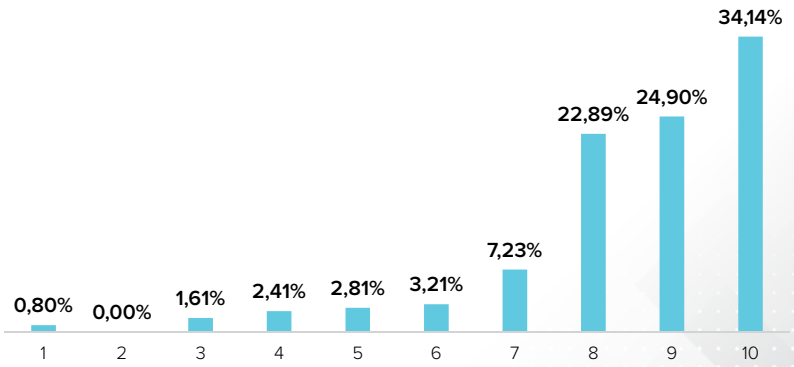

GRÁFICO Nº 12: Representação dos índices quantitativos da questão nº 27 – Realização

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

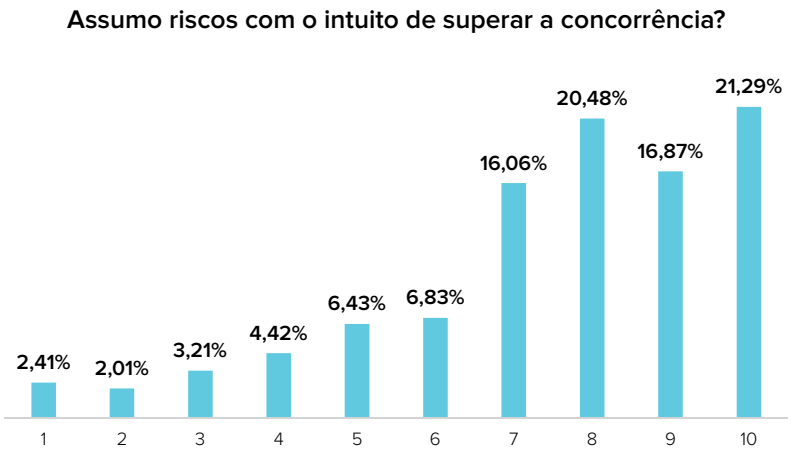

GRÁFICO Nº 13: Representação dos índices quantitativos da questão nº 30 – Realização

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%.

5.3.2 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

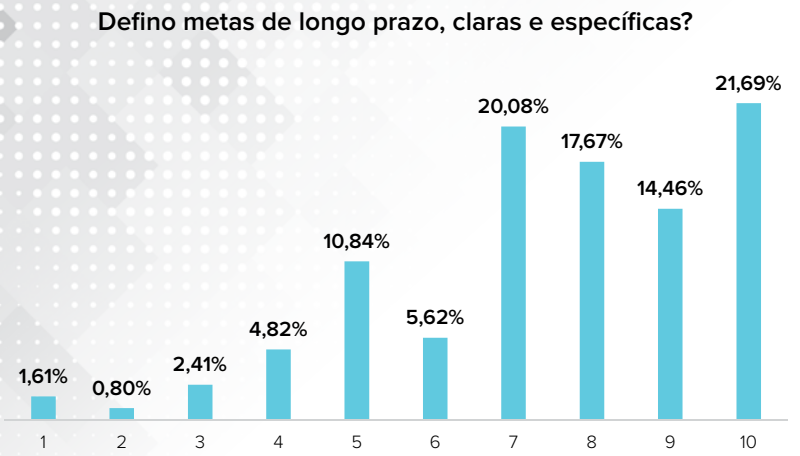

GRÁFICO Nº 15: Representação dos índices quantitativos da questão nº 05 – Planejamento

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%

Adoto procedimentos para assegurar que o trabalho atenda padrões de qualidade previamente estipulados?		
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

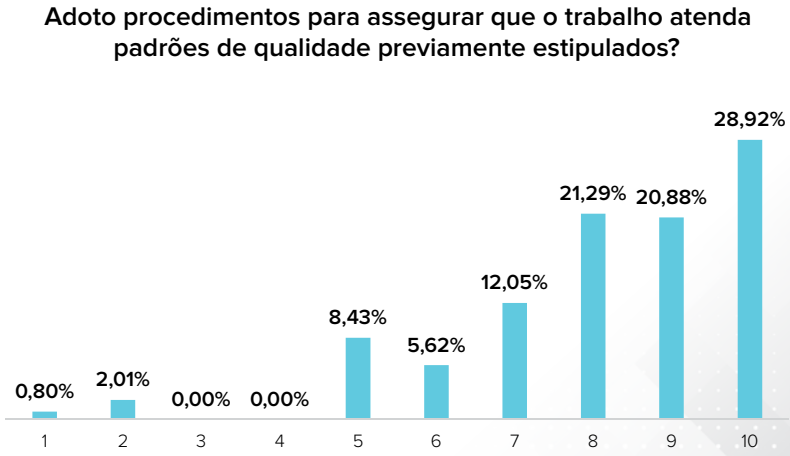

GRÁFICO Nº 16: Representação dos índices quantitativos da questão nº 06 – Planejamento

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

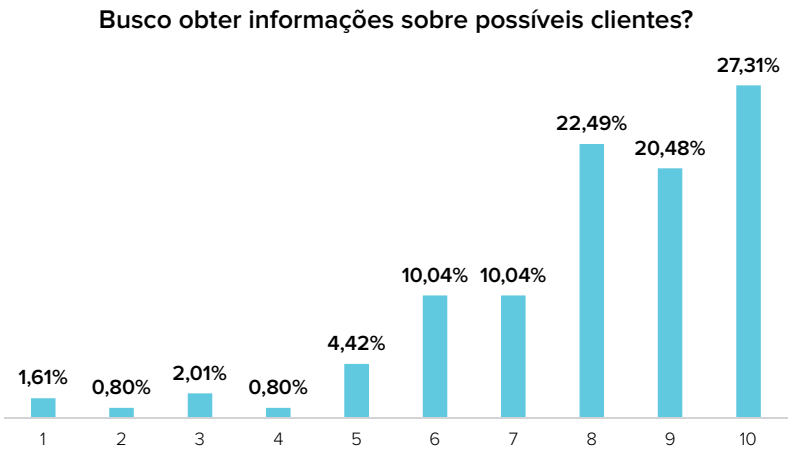

GRÁFICO Nº 17: Representação dos índices quantitativos da questão nº 09 – Planejamento

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

Faço projeções claras para o futuro do meu negócio?

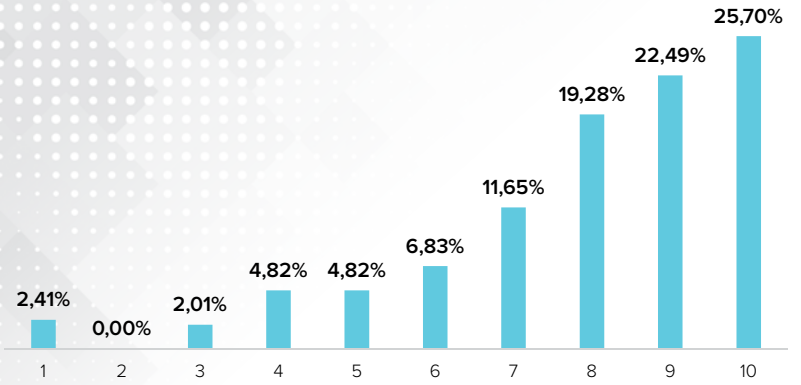

GRÁFICO Nº 18: Representação dos índices quantitativos da questão nº 12 – Planejamento

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%

Reviso continuamente objetivos de curto prazo?		
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

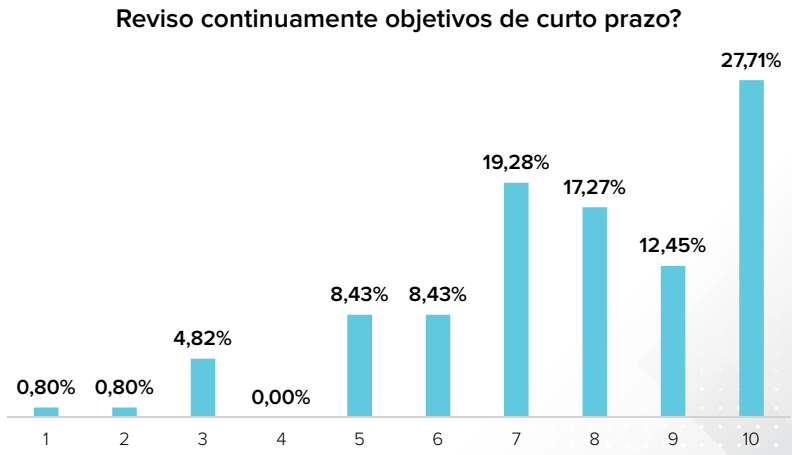

GRÁFICO Nº 19: Representação dos índices quantitativos da questão nº 15 – Planejamento

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

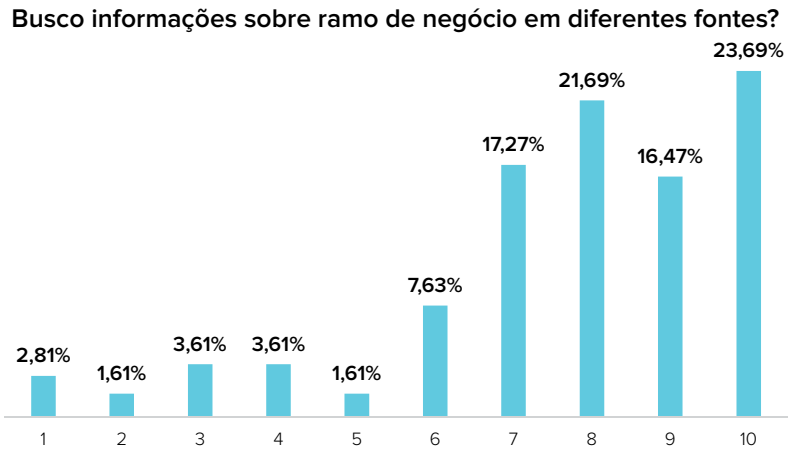

GRÁFICO Nº 20: Representação dos índices quantitativos da questão nº 16 – Planejamento

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

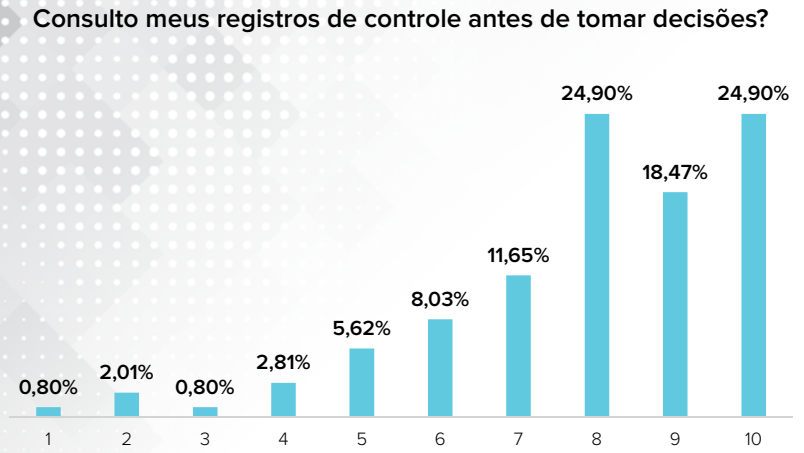

GRÁFICO Nº 21: Representação dos índices quantitativos da questão nº 19 – Planejamento

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%

Planejo as atividades do meu negócio subdividindo tarefas de grande porte em subtarefas?		
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

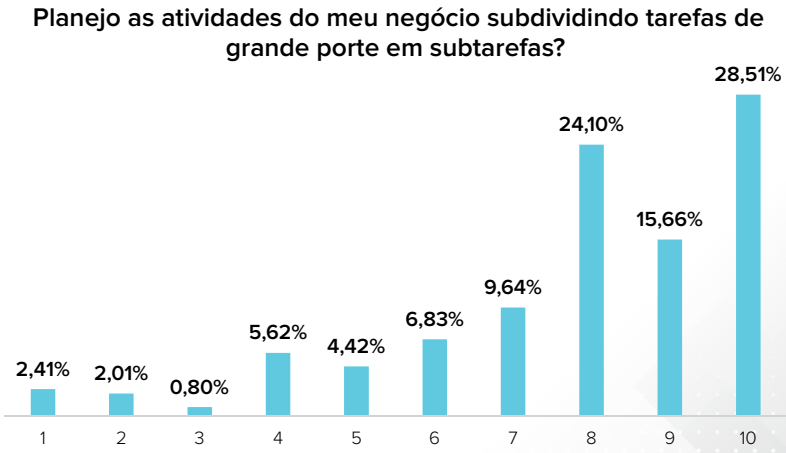

GRÁFICO Nº 22: Representação dos índices quantitativos da questão nº 22 – Planejamento

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

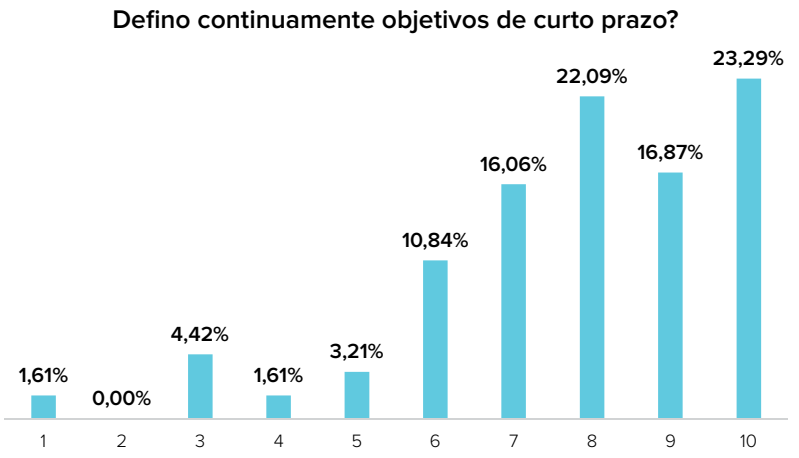

GRÁFICO Nº 23: Representação dos índices quantitativos da questão nº 29 – Planejamento

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

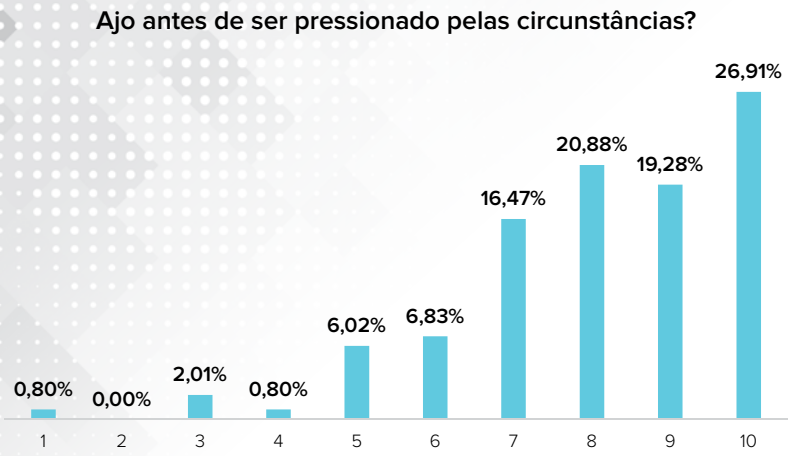

GRÁFICO Nº 24: Representação dos índices quantitativos da questão nº 32 – Planejamento

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%

Costumo calcular o risco envolvido nos negócios que faço?		
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

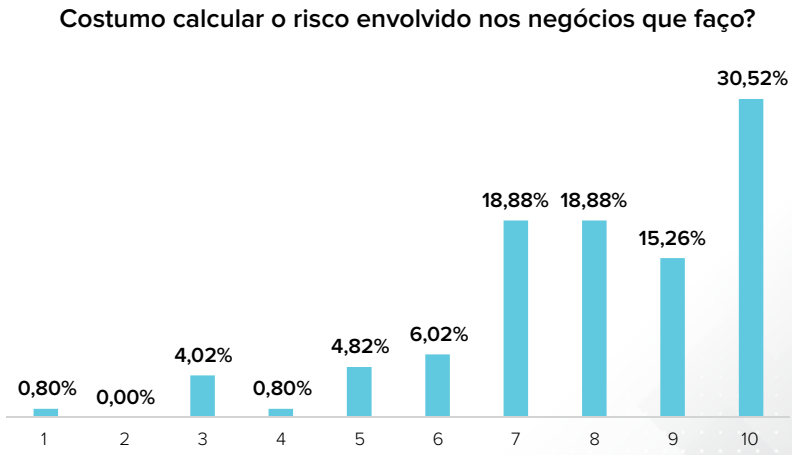

GRÁFICO Nº 25: Representação dos índices quantitativos da questão nº 33 – Planejamento

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 a frequência máxima de número 10, na frequência número 9 foram 15,26%, na frequência número 8 foram 18,88%, na frequência número 7 foram 18,88% e na frequência número 6 foram 6,02%.

Calculo os riscos antes de novos investimentos?		
Escala	Frequência	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

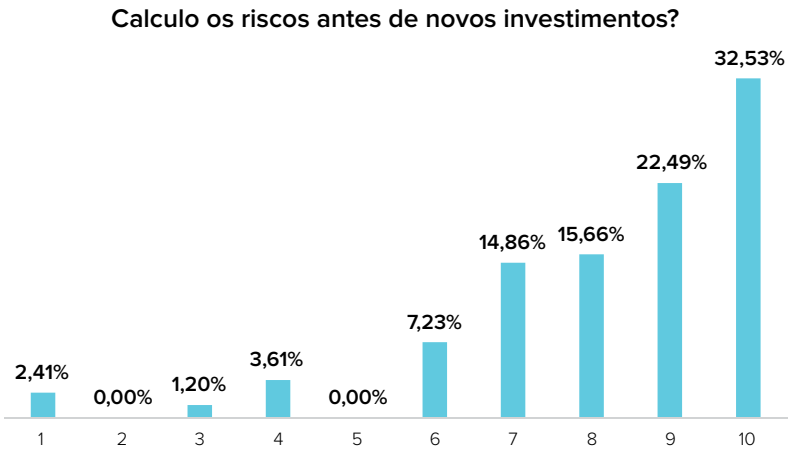

GRÁFICO Nº 26: Representação dos índices quantitativos da questão nº 34 – Planejamento

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%.

5.3.3 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

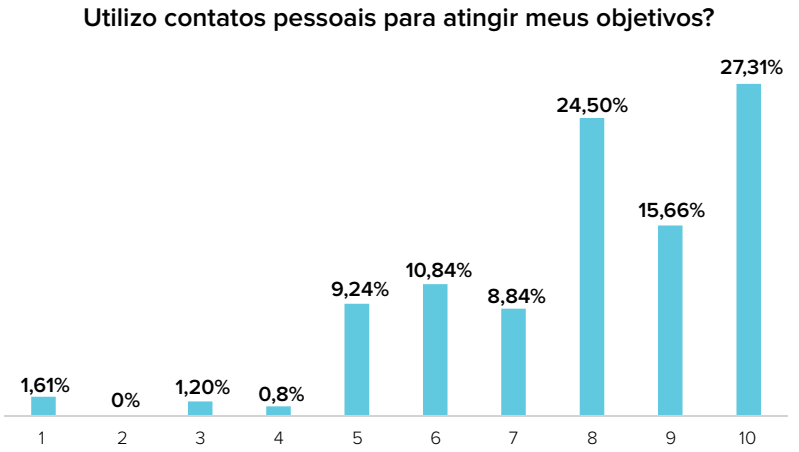

GRÁFICO Nº 27: Representação dos índices quantitativos da questão nº 07 – Poder

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

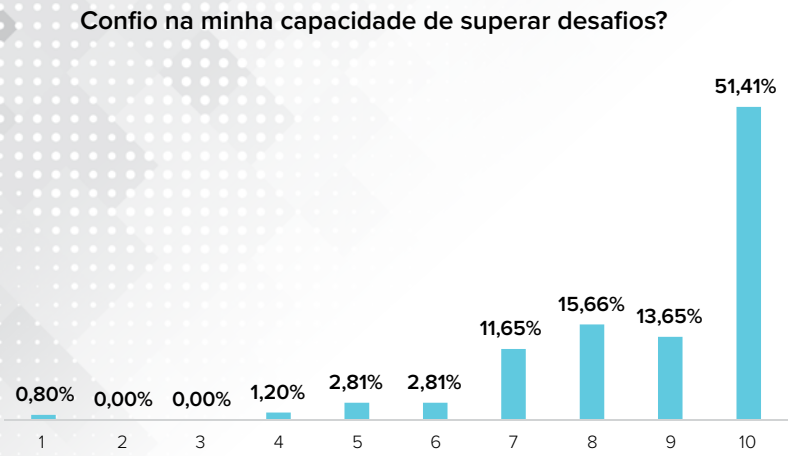

GRÁFICO Nº 28: Representação dos índices quantitativos da questão nº 10 – Poder

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%

Utilizo estratégias deliberadas para influenciar pessoas?		
6	25	10,04%
7	37	14,86%
8	52	20,88%
9	48	19,28%
10	59	23,69%
TOTAL	249	100%

QUADRO Nº 35: Respostas da questão nº 14 – Poder

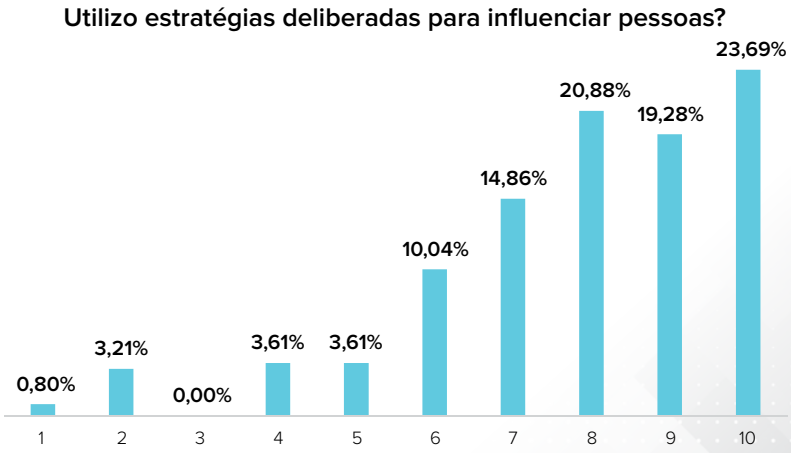

GRÁFICO Nº 29: Representação dos índices quantitativos da questão nº 14 – Poder

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

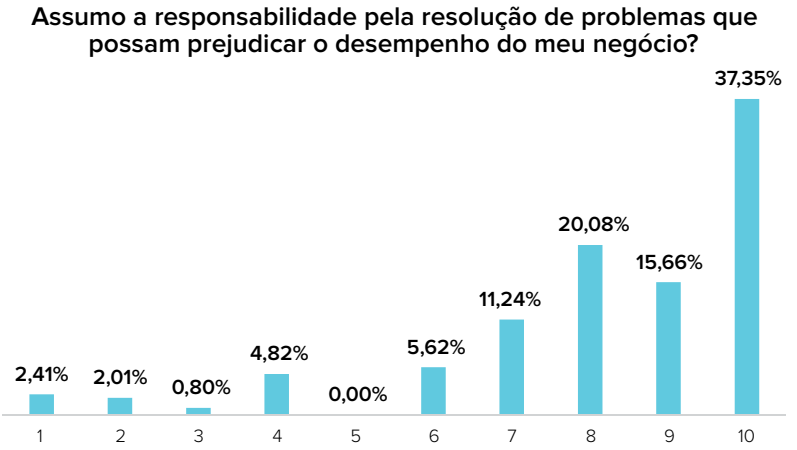

GRÁFICO Nº 30: Representação dos índices quantitativos da questão nº 24 – Poder

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

Considero-me o principal responsável pelo desempenho do meu negócio, departamento ou seção?

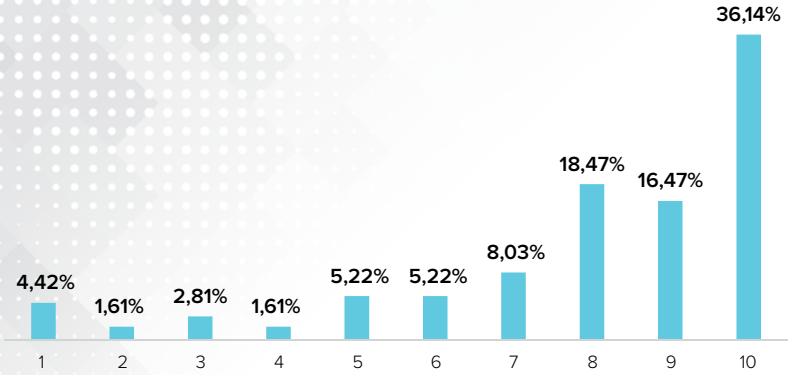

GRÁFICO Nº 31: Representação dos índices quantitativos da questão nº 25 – Poder

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%

Confio na minha competência como fonte o sucesso do meu negócio?		
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

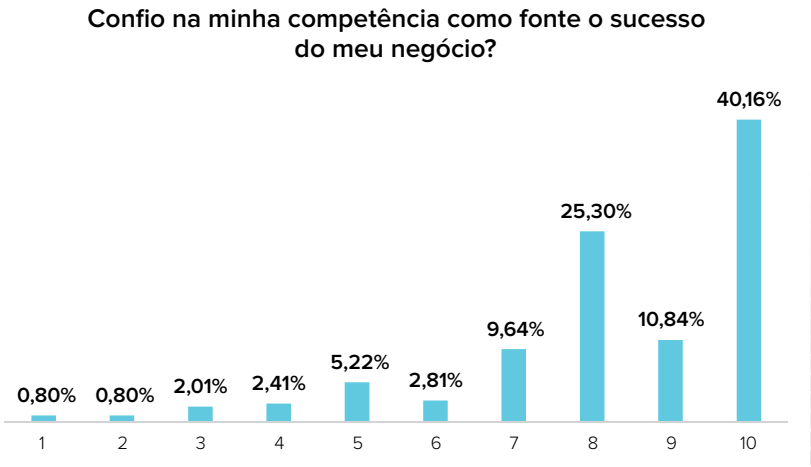

GRÁFICO Nº 32: Representação dos índices quantitativos da questão nº 26 – Poder

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

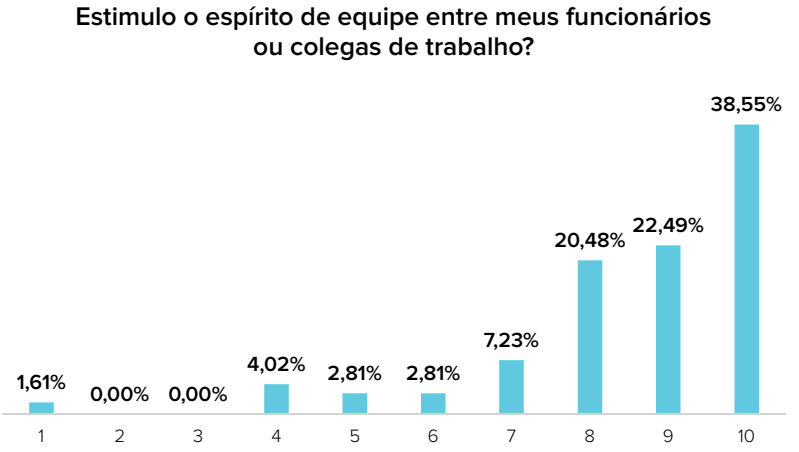

GRÁFICO Nº 33: Representação dos índices quantitativos da questão nº 35 – Poder

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

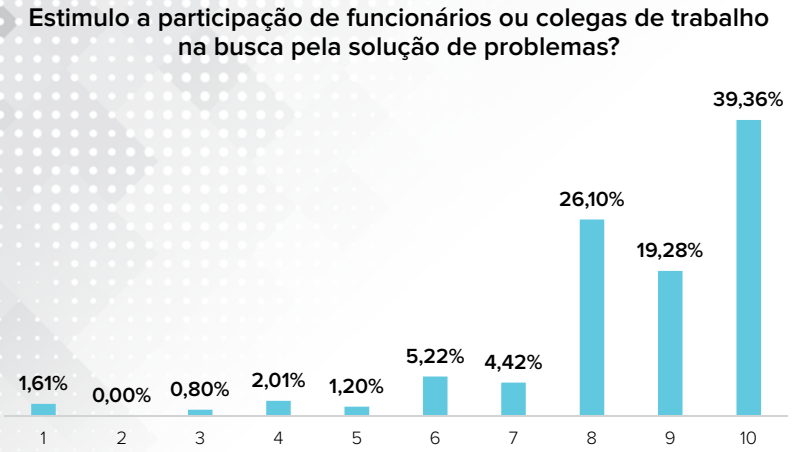

GRÁFICO Nº 34: Representação dos índices quantitativos da questão nº 36 – Poder

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%.

5.3.4 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 – Procuro 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 Nº 41: Respostas da questão nº 01– Inovação

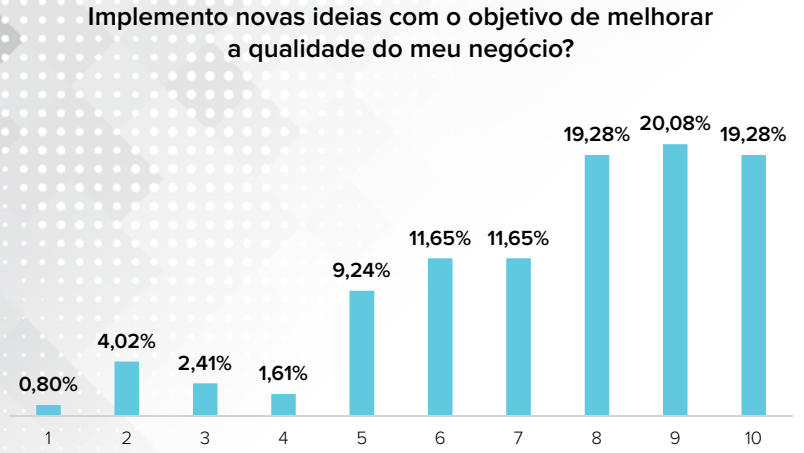

GRÁFICO Nº 35: Representação dos índices quantitativos da questão nº 01 – Inovação

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%

Busco novas maneiras de realizar tarefas?		
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

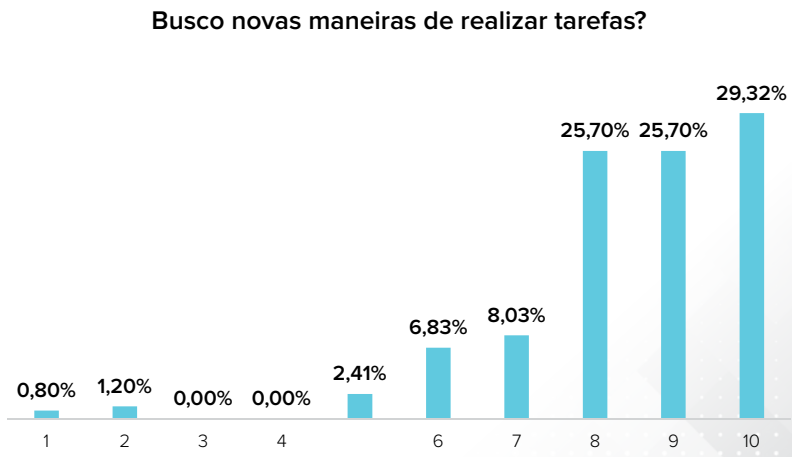

GRÁFICO Nº 36: Representação dos índices quantitativos da questão nº 11 – Inovação

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

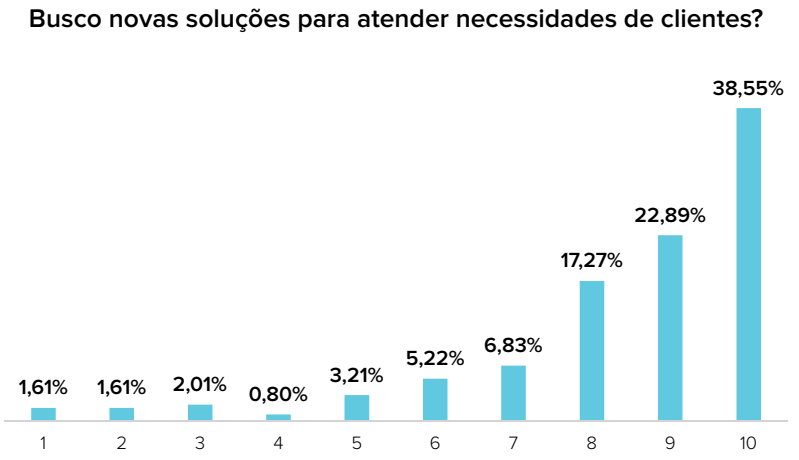

GRÁFICO Nº 37: Representação dos índices quantitativos da questão nº 21 – Inovação

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%.

Procuro 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

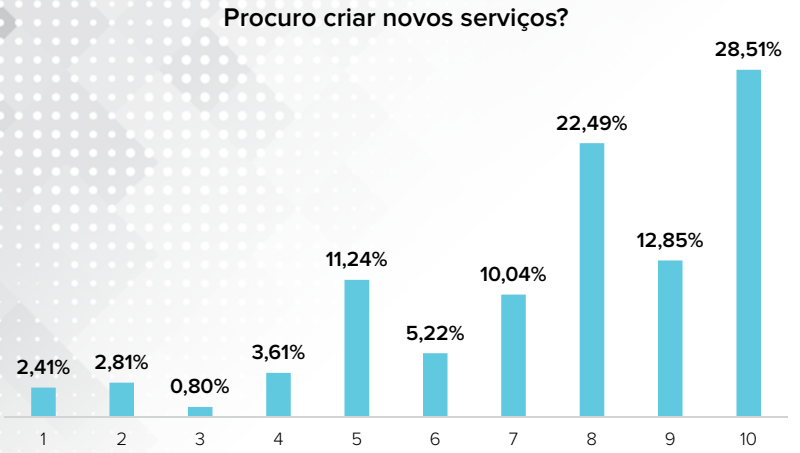

GRÁFICO Nº 38: Representação dos índices quantitativos da questão nº 23 – Inovação

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%

Desenvolvo ideias novas para a solução de problemas?		
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

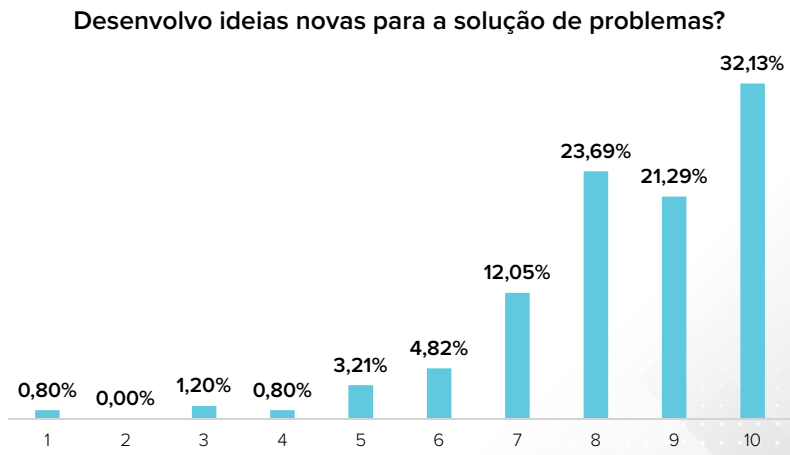

GRÁFICO Nº 39: Representação dos índices quantitativos da questão nº 28 – Inovação

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

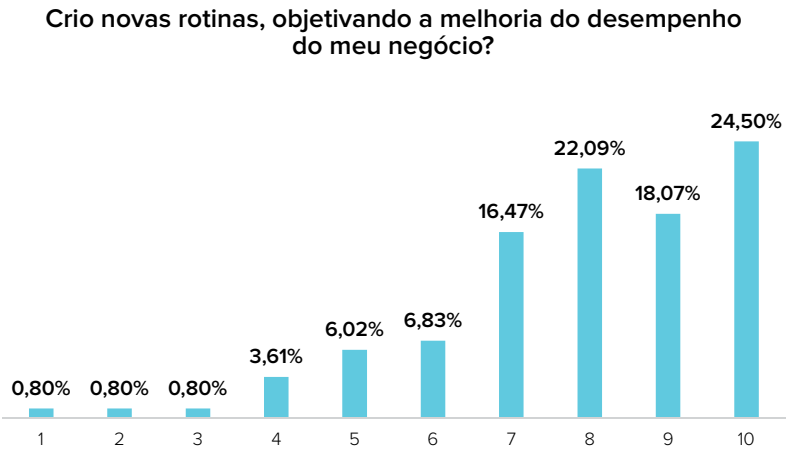

GRÁFICO Nº 40: Representação dos índices quantitativos da questão nº 31 – Inovação

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%.

5.4 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

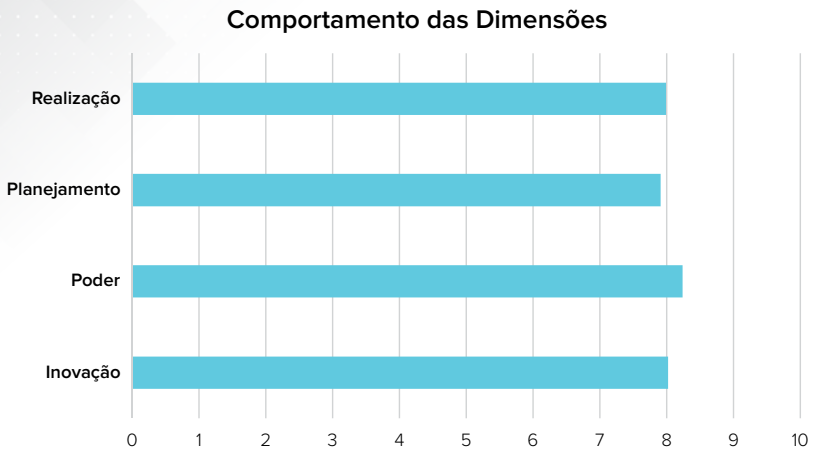

GRÁFICO Nº 41: Comportamento das dimensões

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.

Mínimo	Tamanho da Amostra = 249
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.

CONCLUSÃO

O estudo teve como foco a realização de pesquisas para identificar a atitude empreendedora dos Administradores do Estado do Tocantins – Brasil, através do Instrumento da Medida da Atitude Empreendedora – IMAE analisando as dimensões realização, planejamento, poder e inovação e assim mensurar a atitude empreendedora dos Administradores.

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.

O estudo bibliográfico colaborou para dar base conceituais para a pesquisa de campo, 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.

Em se tratando de resultados a pesquisa respondeu aos objetivos, apresentando a atitude empreendedora dos Administradores bem como a apresentação de seus resultados de forma quantitativa. Na análise final vimos que as dimensões Poder e Inovação obtiveram maior destaque, enquanto que as dimensões Realização e Planejamento obtiveram resultados menores, sendo as freqüências de 8,25%, 8,02%, 7,99% e 7,91% respectivamente.

Esses resultados significam dizer que os Administradores do Estado do Tocantins possuem fortes tendências para atitudes comportamentais de Poder e Inovação, sendo que a dimensão Poder: consideramos a predisposição para liderar, influenciar nas ações e nos resultados do empreendimento, estabelecer redes sociais, desenvolver a autoconfiança; e a dimensão Inovação: consideramos a predisposição para agir de forma inovadora e criativa e construir diferenciais competitivos e produtivos.

Embora as outras duas dimensões Realização e Planejamento tenham ficados em terceiro e quarto lugar na pesquisa, destacamos resultados acima da média merecendo assim uma reflexão, 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.

Essa 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, e acredita-se que para o Conselho Regional de Administração do Tocantins – CRA/TO poderá ser importante na sua elaboração estratégias e ações na gestão da profissão dos Administradores no Estado do Tocantins, e para comunidade acadêmica servirá de apoio e base bibliográfica pois continuamente promove-se estudos e pesquisas relacionados ao tema Empreendedorismo.

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:

- 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;

- 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; e

- 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.

REFERÊNCIAS

BESSANT, J. T. **Inovação e empreendedorismo**. Tradução: Elizamari Rodrigues Becker; Gabriela Perizzolo, Patrícia Lessa Flores da Cunha. Porto Alegre: Bookman, 2009.

DORNELAS. J.C.A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001.

DORNELAS. J.C.A. **Empreendedorismo Corporativo**: como ser empreendedor, Inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2003.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. 3.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2866-8/>.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 6. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

DRUCKER, P. F. **O Gerente Eficaz**. São Paulo: Zahar, 1974.

FILION, L. J. **Do Empreendedorismo à Empreendedologia**. v.6. Tradução: J. Moreira da Silva; Vitória da Conquista: Journal of Enterprising Culture. 1998.

FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração – USP**, São Paulo, 1999.

FILION, L. J. **Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios**. São

Paulo: ERA-FGV, 1999b.

FILION, L. J. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **RAE-Revista de Administração de Empresas** v.7. n. 3, p. 2-7, jul. /set., . Rio de Janeiro, 2000.

GEM - Global Entrepreurship Monitor. **O empreendedorismo e o mercado de trabalho**: relatório executivo. Curitiba, Brasil: IBPQ e Sebrae, 2017.

GEM- Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**: 2016. Curitiba: IBQP, 2017.

LENZI, C.F.; KIESEL, M. D. **O Empreendedor de visão**. 2009b. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522464852/>.

LOPEZ, J.G.S. **Atitude Empreendedora em Proprietários-Gerentes de Pequenas Empresas de varejo. Construção de um Instrumento de Medida**. 2005. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Administração, Universidade de Brasília. 2005.

MANAGEMENT Systems Internacional. **Treinamento empresarial e fortalecimento do desempenho empresarial** (Relatório Final de Pesquisa). Boston: MSI, 1999.

MARIANO, H.S.R.; MAYER, F.V. **Empreendedorismo**: fundamentos e técnicas para criatividade. 2010. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-1967-3/>.

SOUZA, E.C.L.; LOPES, J. G. S. Atitude empreendedora em proprietários-gerentes de pequenas empresas: construção de um instrumento de medida. Curitiba: **Revista Eletrônica de Administração**. v. 11, n. 6, p. 1-21, nov. /dez. 2005. ISSN 1518-4382.

RESOLUÇÃO Nº 4, de 13 de julho de 2015. **Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Administração, bacharelado, e dá outras providências**. Brasília, 2005.

RESOLUÇÃO Nº 342, de 09 de agosto de 2007. **Institui a criação do conselho Regional de Administração do Tocantins – CRA/TO e dá outras providências**. Brasília, 2007.

SOUZA, E.C.L.; JÚNIOR, G.S.L. **Instrumento de Medida da Atitude Empreendedora – IMAE**: Construção e validação de uma Escala. Salvador: EnANPAD, 2006.

SOUZA, E.C.L.; LOPES J.G.S.; BORNIA, A.C.; ALVES, L. R. R. **Atitude empreendedora**: validação de um instrumento de medida com base no modelo de resposta gradual da teoria da resposta ao item. São Paulo: **Revista de Administração Mackenzie**, v. 14, N. 5 - 230-251, 2013.

WEBER, M. A. C. **Afinal, onde estão os líderes?** 2011. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577805914/>.

SOBRE O AUTOR

Prof. Iranilson Ferreira Mota

Formação Acadêmica

Doutorando em Administração pela Universidad San Lorenço – UNISAL/Asunción, Mestre em Gestão Empresarial pela Universidad Autónoma de Asunción – UAA, MBA Executivo em Liderança e Gestão Empresarial – IPOG; Pós-Graduado em Empreendedorismo pela Universidade do Tocantins – UNITINS, é Graduado em Administração de Empresas pela Sociedade Objetivo de Ensino Superior.

Atuação Profissional:

Professor de Graduação e Pós-Graduação, Consultor Empresarial e Educacional, Educador Universitário e Empresarial, é Palestrante Motivacional com 18 anos de atuação no mercado de desenvolvimento humano. É Coordenador do Curso de Administração da Faculdade Serra do Carmo – FASEC, foi gestor na Companhia de Saneamento do Tocantins – SANEATINS e no Banco Bradesco S.A, é Empreendedor da Usina Consultoria Empresarial, Mentoring em Oratória e Trainer do Treinamento Oficial do Livro de Liderança mais vendido no Brasil "O Monge e o Executivo".

Atividades Voluntárias:

É Conselheiro do Conselho Regional de Administração do Tocantins – CRA/TO (2019-2022); foi Conselheiro Efetivo de (2013-2016) e Conselheiro Suplente de (2009-2012); Mentor do CRA-Jr e do Conselho Consultivo dos Coordenadores dos Cursos de

Administração do Tocantins – C4Adm. É Diretor da Associação Comercial e Industrial de Palmas – ACIPA; Avaliador de 5 edições do Prêmio de Competitividade da Micro e Pequena Empresa do Tocantins promovido pelo SEBRAE/PNQ e foi Juiz da Banca Examinadora do Prêmio Mulher Empreendedora/SEBRAE.

Contatos:
facebook: iranilsonmota
instagran: @iranilson.mota
home page: www.oratoriamais.com.br
e-mail: iranilson@usinaconsultoria.com.br